

UTMANINGAR OCH MÖJLIGHETER FÖR IDEELL SEKTOR

2018



Förord

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

Det här är den tredje delrapporten under 2018 och fokus är nu på ledarna i ideell sektor och deras uppfattningar om framtiden. Rapporten ger en översikt över de uppfattningar chefer inom ett urval av ideella organisationer har kring utvecklingen och finansieringen för sektorn i stort samt ideellt arbete, givande och medlemskap.

Det är en fortsatt mycket positiv syn på framtiden som dominerar i ideell sektor med stor tilltro till den egna organisationens utveckling liksom en tillväxt av civilsamhället i stort. Det går dock att skönja en tendens mot en mindre positiv bild liksom en oro över tillgången till finansiella resurser. Förskjutningen mot privat sektor som finansieringskälla och en minskande andel medlemsavgifter verkar fortsätta.

De två tidigare rapporterna har tittat närmare på allmänhetens uppfattningar om ideell sektor och gåvogivande samt förutsättningar för finansiering av civilsamhället. Tillsammans bildar de tre rapporterna en kunskapsbas som organisationer, beslutsfattare, företag och andra intressenter har nytta av för att bättre förstå förutsättningar och möjligheter för finansiering av ideell verksamhet.

Vi vill på detta sätt bidra till den ideella sektorns utveckling i samklang med omvärlden och de förändringar som ständigt pågår. Det är också vår förhoppning att öka intresset för att bidra till att bygga upp kunskap om civilsamhället och dess förutsättningar. Med kunskap och fakta som grund ges möjlighet att i högre grad fatta beslut bidrar till att bygga ett hållbart samhälle.

Avslutningsvis vill vi rikta ett stort och varmt tack till alla er som medverkat i undersökningen.

Stockholm i november 2018

Charlotte Rydh
Generalsekreterare
FRII

Johan Sverker
Senior rådgivare, Ideell sektor
PwC

Innehåll

Framtida finansiering	4
Det ideella arbetet	11
Kompetensförsörjning	15
Gåvorna	18
Medlemmarna	23
Sociala medier	26

Om undersökningen

Denna rapport bygger på en enkät som skickats från PwC till ledare för 345 ideella organisationer.

Alla chefer i FRII:s 155 medlemsorganisationer, samt chefer för riksorganisationen för samtliga förfackförbund, studieförbund, medlemmar i Riksidrottsförbundet och Famna har fått en förfrågan om att besvara enkäten. I den senare gruppen var begränsningen de som hade e-postadresser publikt tillgängliga på sin organisations hemsida.

Enkäten genomfördes under perioden 22 oktober till 29 oktober 2018.

Antalet svar var 138, eller 40%, av utskickade enkäter. Bland FRII:s medlemmar svarade 74 st (48%), för övriga 190 organisationer var det 62 som svarade (33%).

Respondenterna har huvudsakligen två olika juridiska former; stiftelser (41) och ideella föreningar (96) samt en respondent som uppger registrerat trossamfund som juridisk form.

Utöver denna undersökning hänvisas i rapporten till andra undersökningar eller rapporter. Dessa anges i texten eller under diagrammen.

Enkät till ledare inom ideell sektor

Ett urval av civilsamhällets organisationer har besvarat en enkät om sin syn på framtiden. Urvalet i undersökningen liknar till viss del Statistiska centralbyråns beskrivning av det civila samhället. Ser vi på den juridiska formen på organisationerna är den stora skillnaden i denna undersökning jämfört med SCB att vi här inte har någon representation av bostadsrättsföreningar, samfälligheter, ekonomiska föreningar eller registrerade trossamfund.

Framtida finansiering

Fortsatt positiv bild men...

Cheferna i undersökningen har tillfrågats om hur de ser generellt på framtiden för sin egen organisation och för ideell sektor i stort, liksom hur de ser på finansieringen. Resultatet pekar på en fortsatt positiv uppfattning om framtiden både för den egna organisationen och civilsamhället i stort.

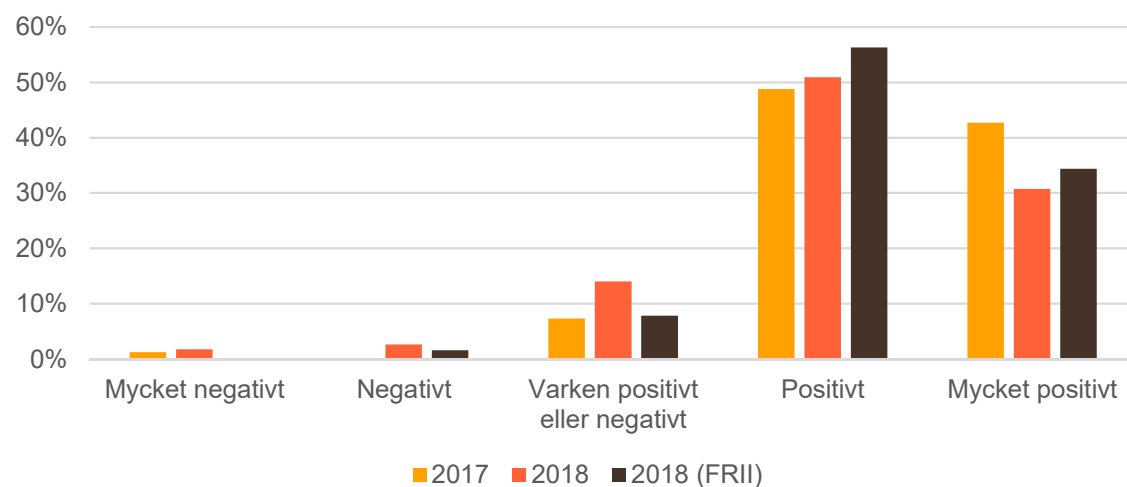
Dessa frågor har ställts under två år men eftersom vi haft olika undersökningspopulationer, 2017 tillfrågades bara medlemmar i FRII, har vi 2018 valt att särredovisa de respondenter som uppgett att de har 90-konto. Denna grupp är jämförbar med medlemmarna i FRII då andra 90-kontoinnehavare inte inkluderats. En intressant skillnad, baserat på 2018 års resultat, framkommer mellan ledarna i FRIIs medlemsorganisationer och övriga organisationer. Över 90% av ledare i insamlingsorganisationer ser positivt eller mycket positivt på framtiden medan 70% av ledare i övriga organisationer svarar positivt eller mycket positivt. Även om drygt 90% av ledarna bland FRIIs medlemmar även 2017 var positiva eller mycket positiva till framtiden har det skett en förskjutning från mycket positivt till positivt mellan 2017 och 2018.

9 av 10

organisationer har en positiv framtidssyn. 90 % av de tillfrågade säger att de ser positivt eller mycket positivt på framtiden för sin organisation

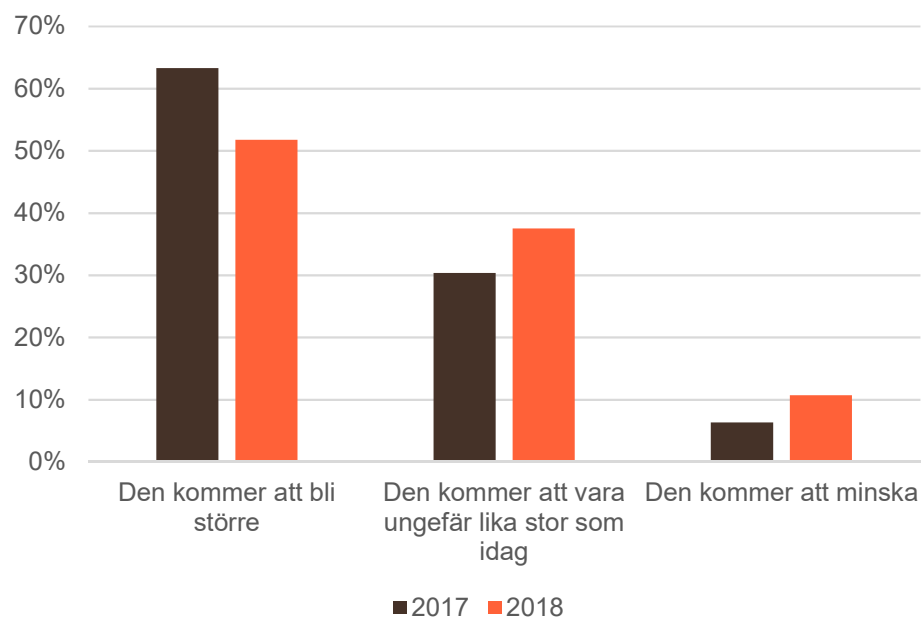


Generellt hur ser du på framtiden för din organisation de kommande 3-5 åren?



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Hur tror du att omfattningen av den ideella sektorn i Sverige kommer att förändras de kommande 3-5 åren?



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Att få en bild av hur ledare i ideella organisationer ser på framtiden som helhet för ideell sektor är förstås också intressant. Jämfört med 2017 då samma fråga ställdes, men då bara till medlemmar i FRII, är det i år en något lägre andel som tror på tillväxt för sektorn i stort (52 % mot 63 %). Det är också en högre andel som i årets undersökning tror att den ideella sektorn kommer att minska. Skillnaden mellan åren försvinner när vi bara jämför medlemmar i FRII. Generellt tycks alltså FRIIs medlemmar vara mer positiva än de övriga respondenterna.

Vi har valt att tolka uppfattningen om en ökad omfattning som en optimistisk syn på framtiden. Det fåtal kommentarer som lämnats tyder på det. Men det är också möjligt att det mer handlar om en bedömning av en nödvändighet. Den ideella sektorn växer för att behov och/eller problem ökar som kräver en större insats från sektorn.

”...måste tro på att den blir större😊. Men jag tror det på riktigt. Ideella sektorn har så sakteliga förstått att den måste bli tydligare i förhållande till de privata företagen”

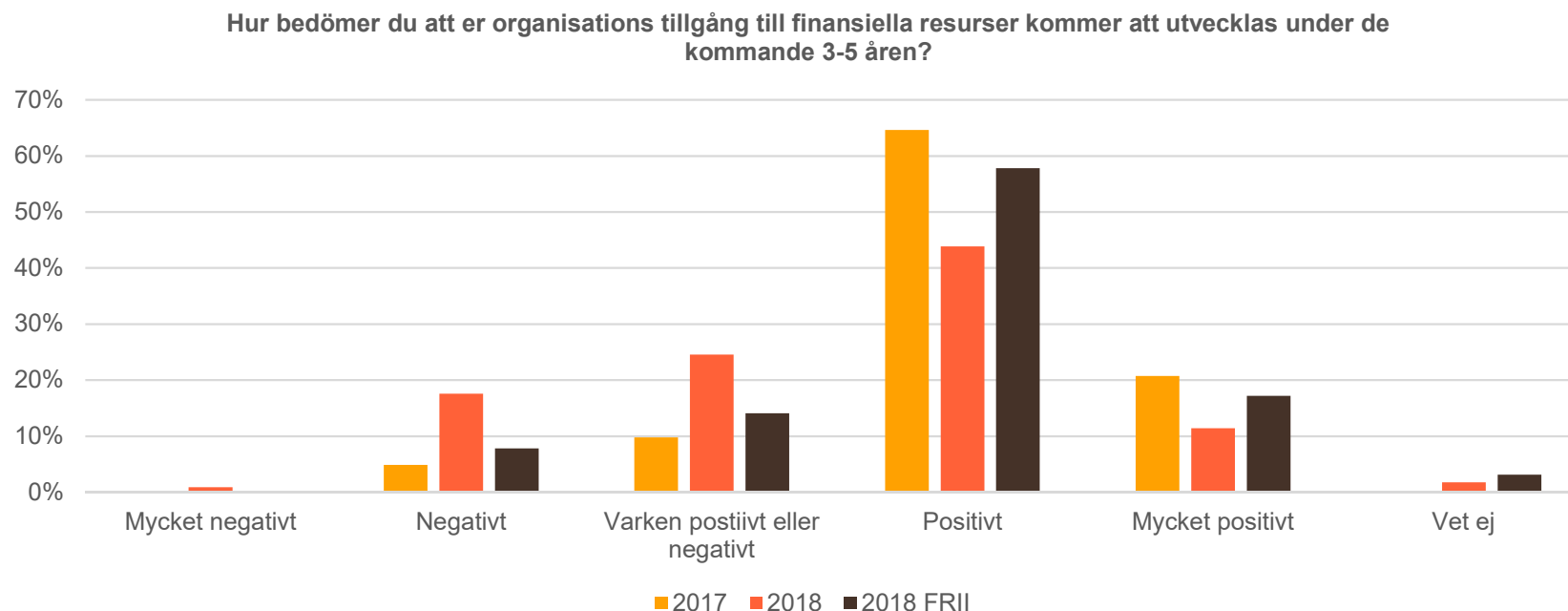
Respondent i enkät till ledare i civilsamhället 2018

Tillgång till finansiella resurser

Vi har också ställt frågan "Hur bedömer du att er organisations tillgång till finansiella resurser kommer att utvecklas under de kommande 3-5 åren?".

Drygt hälften av alla tillfrågade ser positivt eller mycket positivt på tillgången till finansiella resurser de kommande åren. Men, även här kan vi konstatera att ledarna har blivit mindre positiva. Tendensen är densamma som på den mer generella frågan om framtiden. FRIIs medlemmar är överlag mer positiva (75% är positiva/mycket positiva) jämfört med övriga organisationer. Detta är dock en minskning från 2017 då drygt 85% var positiva eller mycket positiva.

Ledarna ser något mindre positivt på utvecklingen av tillgången till finansiella resurser på längre sikt.

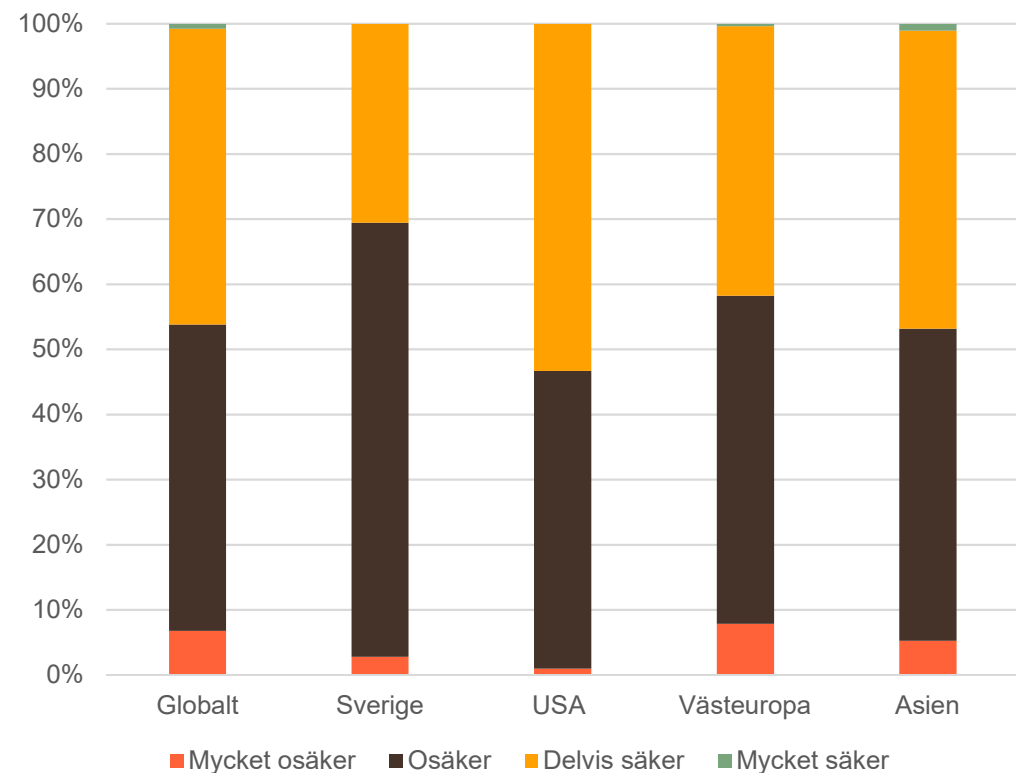


Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Det kan vara intressant att jämföra detta med de VD:ar som ingår i PwC:s årliga undersökning CEO Survey. Siffrorna som samlades in under slutet av 2017 visar att svenska VD:ar ligger i paritet med, eller något över optimismen hos övriga världens VD:ar när det gäller intäktsutveckling den kommande 12 månaderna, men de är något mindre säkra än de flesta andra när sikten istället blir tre år.

Det är visserligen olika frågor och väldigt olika verksamheter, men det är ändå intressant att jämföra den stora optimismen på kort sikt med den lägre på lite längre sikt. Kan det vara ett tecken på att toppen av konjunkturen är nådd? Om det är så, vilken betydelse har det för civilsamhällets möjligheter? Är den något fallande optimismen hos civilsamhällets ledare också ett tecken på det? Och vad innebär den minskade optimismen kring tillgången till finansiella resurser för civilsamhällets roll?

Hur säker är du på ditt företags förutsättningar för intäktstillväxt de närmaste tre åren?

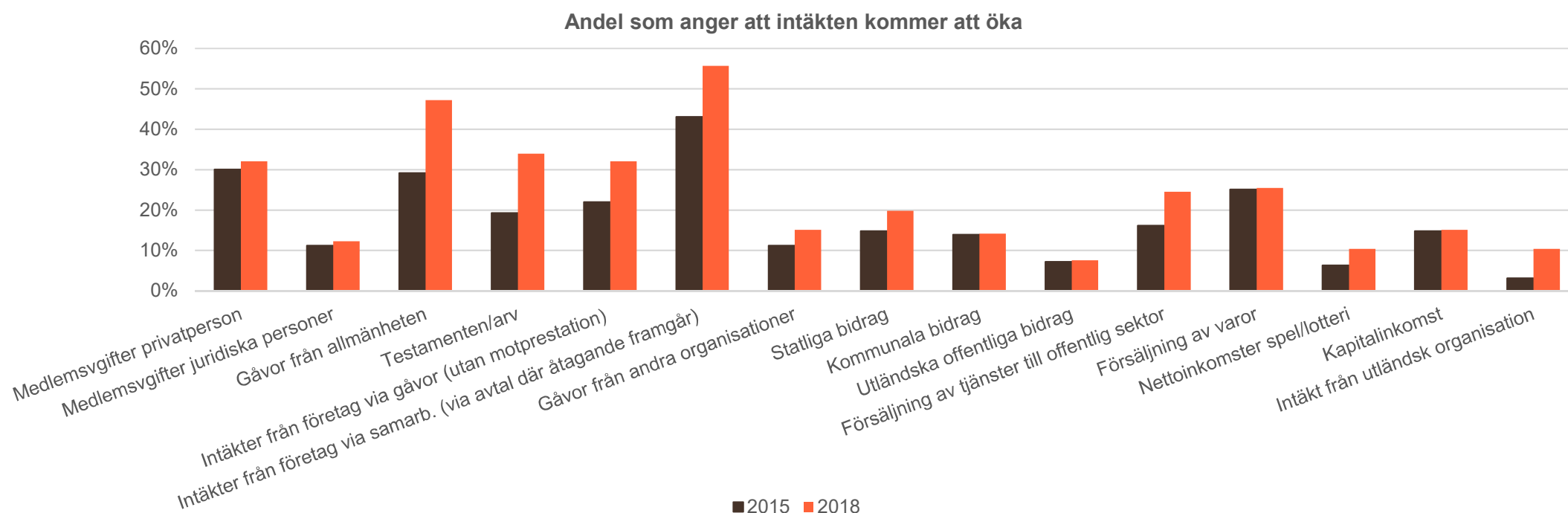


Källa: PwC CEO Survey 2018

De olika intäktskällorna

Under de fem år, med start hösten 2013, som vi tagit fram rapporter om förutsättningar för finansiering av ideell verksamhet i Sverige har vi bitt ledare i ideella organisationer att skatta hur de tror att olika intäktskällor kommer att utvecklas. Under flera av åren har urvalet varit begränsat till insamlingsorganisationer, men 2015 och 2018 har vi valt att också inkludera andra typer av civilsamhällets organisationer. Nedan jämför vi därför de åren.

Diagrammet visar andel av respondenterna som anger att intäkten kommer att öka. Som framgår är det generellt fler som tror på ökade intäkter. Den genomsnittliga andelen som tror på minskande intäkter har sjunkit från 14% 2015 till 9% 2018. Det övergripande mönstret kring vilka intäkter man tror på har inte ändrats. Framför allt tror ledarna på ökade intäkter från den privata sidan av ekonomin, hushåll och företag.



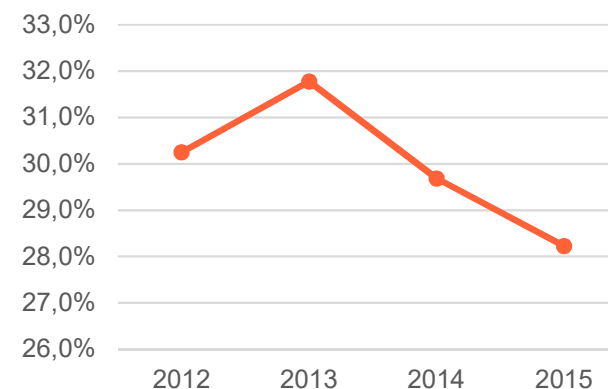
Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Enligt SCB:s undersökning *Hushållens ideella organisationer och resultatsammanställning för Svenska kyrkan* har andelen offentlig finansiering sjunkit åren 2012 – 2015. Historiskt har det alltså redan varit korrekt att tro mer på ökande intäkter från den privata sidan än från den offentliga sektorn.

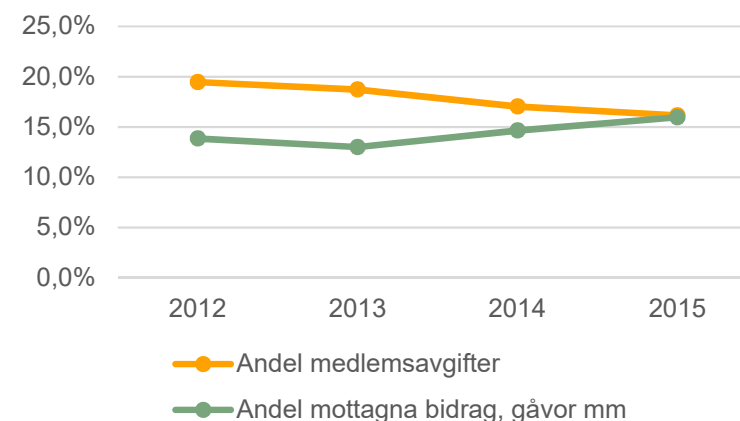
Vår undersökning visar också att det verkar finnas en tro på ökade intäkter från försäljning av tjänster till offentlig sektor. Detta är något som också styrks av vår tidigare rapport *Staten, kapitalet eller medborgaren – vem finansierar civilsamhället?* där 70% (2017) av kommunsektorns finansiering till ideella organisationer utgörs av köpta tjänster. Att det framstår som en källa till ökade intäkter i vår undersökning kan vara ett tecken på att ideella organisationer inom välfärdsområdet ser fortsatt större möjligheter till den formen av finansiering.

Svaren visar också på en relativ förskjutning från medlemsavgifter till gåvor från allmänheten och företagssamarbeten och gåvor. Från rapporten *Staten, kapitalet eller medborgaren (2018)* vet vi att andelen mottagna bidrag, gåvor mm ökar som andel av intäkterna medan medlemsavgifterna minskar som andel. Är det en indikation på en delvis förändrad relation mellan medborgarna och civilsamhället? Eller är det en strategi från organisationernas sida att öka intäkterna från allmänheten i form av gåvor istället för att satsa på fler medlemmar? Kanske ser de nya folkrörelserna annorlunda ut i framtiden med en annan typ av engagemang än medlemskap?

Andel offentlig finansiering



Källa: SCB



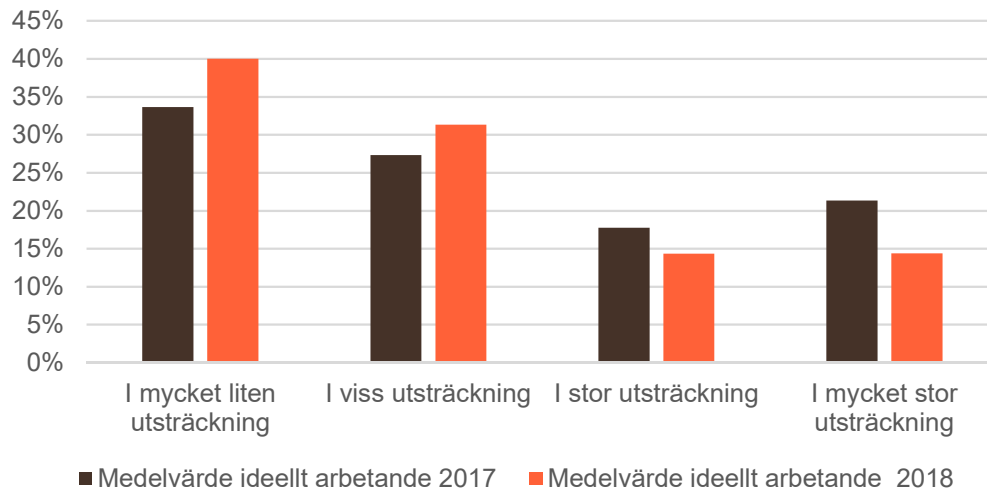
Källa: SCB

Det ideella arbetet

Vad består det ideella arbetet av?

Vi har bitt cheferna inom civilsamhället besvara frågor om hur organisationerna använder ideellt arbete. I den här delen jämförs 2015 och 2018 då de åren omfattar svar från både insamlingsorganisationer och andra delar av civilsamhället. Cheferna fick skatta i vilken utsträckning organisationerna använder ideellt arbetande inom fyra olika områden; ändamål, medlemsrekrytering, insamlingsarbete och administration (se diagram för alla områden på nästa sida). Det som framstår som stabilt oavsett tid eller storlek är att ideellt arbete i större omfattning används för ändamålsarbete och medlemsrekrytering än för administration och insamling. Däremot verkar det ha skett en förskjutning mot ett minskat ideellt arbete inom ändamålsarbete. Detta kan vara en indikation på en ökad professionalisering, men det kan också bero på att år 2015 var det en större andel lokala föreningar som besvarade enkäten.

I vilken utsträckning används ideellt arbetande inom organisationen?



40 %

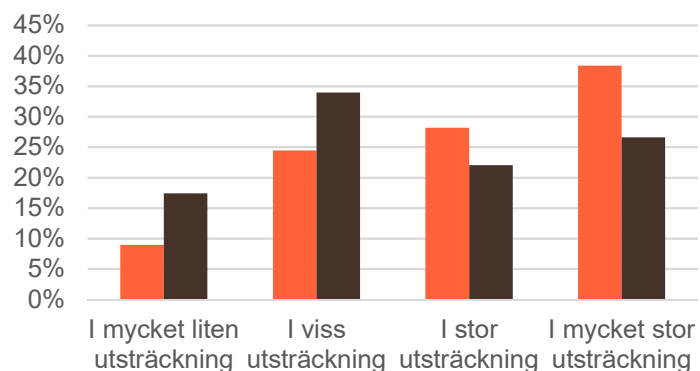
Av 138 respondenter i undersökningen är det 80 % som uppger att de använder ideellt arbetande i sin verksamhet.

Utav dessa är det 40 % som anger att ideellt arbetande används i **mycket liten utsträckning**.

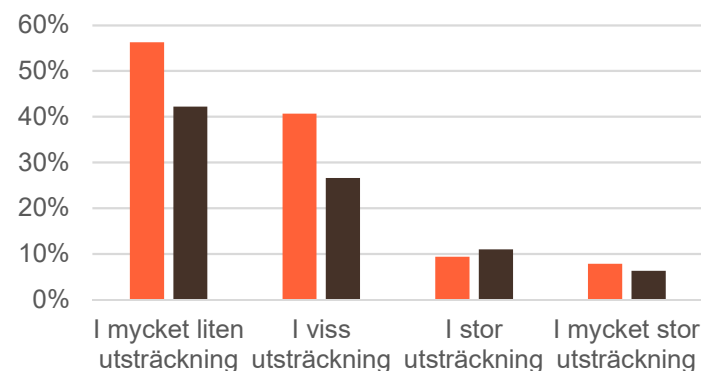
Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018
Diagrammet visar ett medelvärde för samtliga yrkesområden

Vad består det ideella arbetet av?

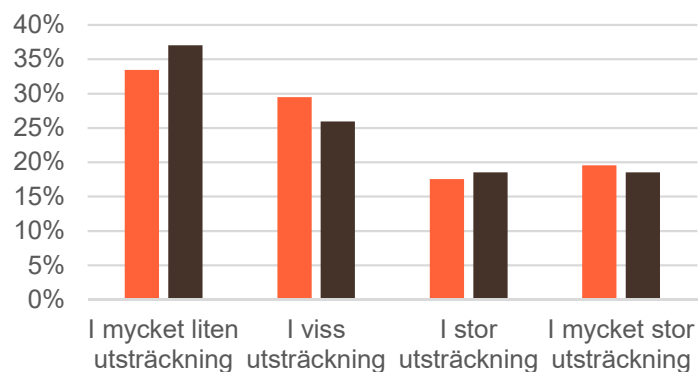
Ändamålsarbete



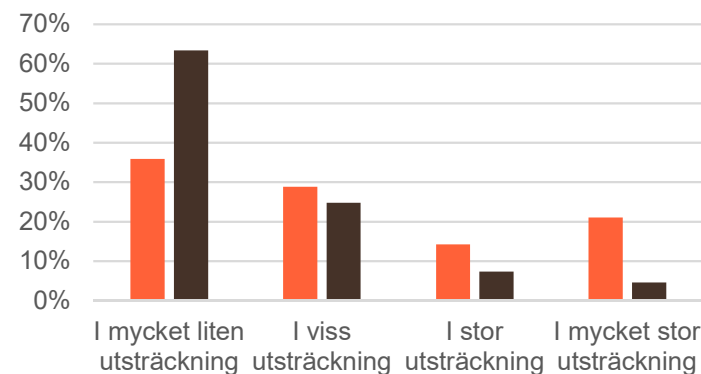
Insamlingsarbete



Medlemsrekrytering



Admininstration



■ 2015 ■ 2018

Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Det är intressant att jämföra med vad de ideellt arbetande själva uppger när de tillfrågas i den befolkningsstudie som gjorts av Ersta Sköndal Bräcke högskola. Som framgår av tabellen nedan är förhållandet mycket stabilt mellan 2009 och 2014. En mycket stor del av de som tillfrågats uppger att de ägnat sig åt administration och styrelsearbete som en del av sitt ideella arbete.

Denna skillnad kan ha flera förklaringar. Dels innehåller vårt urval en relativt sett hög andel insamlade organisationer med 90-konto, dessa förefaller vara mindre beroende av ideellt arbetande och utför i högre grad arbete med anställda medarbetare.

	2009	2014
Administration	68	72
Styrelse	41	43
Utbildning	(33)	17
Ledarskap	(33)	34
Information	25	28
Penninginsamling	21	21
Direkta hjälpinsatser	19	26
Annat	12	23

Källa: Ersta Sköndal Bräcke högskola, Folk i rörelse – medborgerligt engagemang 1992-2014
Siffrorna visar procent av alla ideellt aktiva som uppger att de gör åtminstone en insats under året
Observera att 2009 var utbildning och ledarskap en kategori, som delades upp 2014.

Dels är det så att de chefer vi tillfrågat till allra största delen är verksamma på den nationella nivån i sina respektive organisationer.

De har sannolikt, med rätta, besvarat frågan utifrån ett riksorganisationsperspektiv. Där är den relativa andelen avlönat arbete högre, även i organisationer där mycket arbete på den lokala nivån utförs av ideell arbetskraft.

Det kan också vara svårt att se, eller ha kunskap om, hur stor andel av insamlade medel som faktiskt kommer in via så kallad "egen insamling" eller Peer-2-Peer-insamling. Detta är insamlingsformer som både kan omfatta egna insamlingar via en organisations plattformar eller olika typer av events, tävlingar eller andra aktiviteter där insamlingen de facto sker av en icke-anställd person. Internationellt kallas detta för *volunteer fundraisers* och har hittills utvecklats i högre grad än i Sverige.

En annan möjlig förklaring är att alla eller i vart fall de flesta av de olika insatser som de ideella beskriver, ligger inom ramen för det som cheferna kallar "ändamålsarbete". De ideella själva ger en mer detaljrik bild av sina ändamålsinsatser än vad vi bett om den enkät vi skickat ut.

Kompetensförsörjning

En arbetsmarknad i förändring

Läget på arbetsmarknaden

Arbetslösheten är enligt Arbetsförmedlingens Arbetsmarknadsrapport 2018 på en låg nivå och läget på arbetsmarknaden är fortsatt mycket gott. Sysselsättningsgraden i Sverige har ökat sedan 2010 och är nu den högsta i EU. Dock står fler av de arbetssökande längre från arbetsmarknaden. Andelen arbetssökande som har en utsatt ställning på arbetsmarknaden ökar. Det råder alltså en obalans på arbetsmarknaden mellan arbetsgivarnas krav och de arbetssökandes utbildningsnivå och utbildningsinriktning.

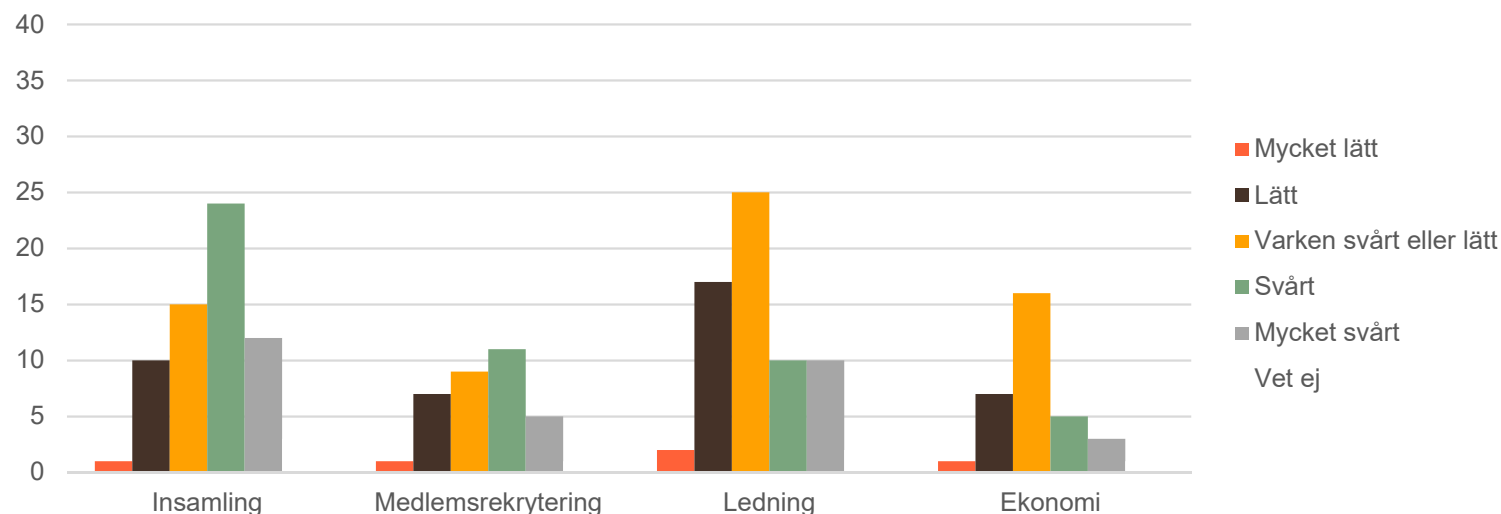
Arbetskraftsbarometern 2017 pekar åt samma håll och visar att arbetsgivarna har svårt att hitta utbildad personal. De råder brist på arbetssökande i 41 av 72 utbildningsgrupper som undersöks. Av tillfrågade arbetsgivare uppger till exempel endast cirka en tredjedel att deras tillgång

till utbildade ekonomer och samhällsvetare är god. Inom båda dessa yrkeskategorier har vi sett en kraftig nedgång av arbetsgivarnas upplevda tillgång under 2015-2017.

Ideell sektor har lätt att rekrytera – men.....

I vår undersökning ställs en fråga om hur organisationerna ser på sin framtida kompetensförsörjning. Rekrytering till ledning och ekonomitjänster upplevs något mer neutralt, många svarar att det varken är svårt eller lätt, vilket kan vara ett tecken på att det är relativt lätt att attrahera relevant kompetens. I diagrammet nedan ser vi däremot att insamlingskompetens upplevs vara en stor utmaning att rekrytera. Frågan är vilken betydelse det har för möjligheterna för organisationerna att förverkliga de ökade intäkterna från den privata sektorn.

Hur ser ni på er möjlighet att rekrytera/anställa kompetent och kunnig personal inom följande områden?



Framtidens arbetsmarknad

Framtidens arbetsmarknad kommer i och med digitalisering och robotisering att se annorlunda ut. I en stor amerikansk studie genomförd vid Oxford University granskade man i detalj varje arbetsmoment i 702 amerikanska yrken. En svensk påbyggnad med fokus på den svenska arbetsmarknaden har gjorts av Stiftelsen för strategisk forskning. Beräkningar i studien visar att 53 % av dagens anställda skulle kunna ersättas av digital teknik under de kommande två decennierna. I studien går att läsa att bland annat yrken som kräver social förmåga, förmåga att övertala och omtanke om andra människor har lägst sannolikhet att ersättas.

I en lista över 107 svenska yrken som man skattat sannolikheten att de kan tas över av digital teknik går det att skönja ett mönster som känns igen från rådande arbetsmarknad. De yrken som har högst sannolikhet att datoriseras är de som kräver kortast utbildning. Yrken som återfinns på listan som kopplar direkt till det civila samhället är få men som exempel kan nämnas att administratörer i intresseorganisationer har en sannolikhet på 23 % att tas över av datorer.

Att arbetsmarknaden står inför stora förändringar kan konstateras och hur civilsamhället rustar sig för det kan vara avgörande.



50 %

av alla jobb i Sverige kommer
att automatiseras inom 20 år
enligt rapport från Stiftelsen
för strategisk forskning.

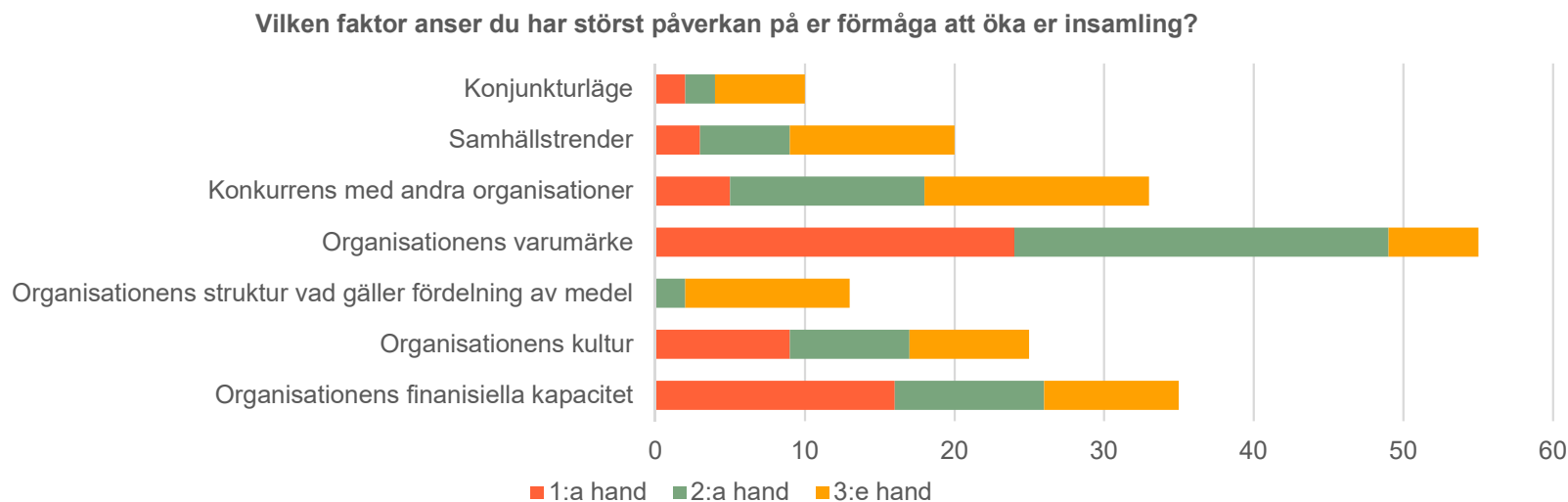
Gåvorna

Varumärket är viktigt för att öka insamling

Vi har i den här undersökningen fokuserat på ledarnas uppfattningar om gåvor som framtida finansieringsform och en första fråga gäller då vilken faktor som de anser har största påverkan på deras möjligheter att öka insamlingen av gåvor. Den här delen av undersökningen har endast de organisationer som arbetar med insamling av gåvor besvarat vilket sammanfaller med FRIIs medlemmar.

De har ombetts rangordna tre alternativ utifrån prioritetsordning. Organisationens varumärke uppges då som den klart viktigaste faktorn och dominerar både i första och andra hand. Den näst viktigaste faktorn totalt sett är organisationens finansiella kapacitet, följt av konkurrens med andra organisationer. Att det krävs pengar för att samla in pengar verkar alltså cheferna i organisationerna inse och det är sannolikt en utmaning för

många av dem att både våga och ha möjlighet att investera i insamlingsaktiviteter som kan öka intäkterna. Konkurrens med andra organisationer uppges totalt sett ha den tredje största påverkan på möjligheterna att öka insamlingen och det tyder möjligen på att man ser att det finns en begränsad "marknad". Frågan är bara om det är så verkligheten ser ut eller om det snarare är så att konkurrensen om de pengar som kan ges som en gåva de facto är med andra helt andra branscher. Glassindex, som tagits fram av PwC och FRII, visar ju till exempel att andelen gåvor till 90-konton i relation till hur mycket vi spenderar på glass och godis inte har förbättrats trots ett bra konjunkturläge. Konjunkturläget är det få som tror påverkar vilket stämmer överens med hur gåvogivandet sett ut i förhållande till förändringar i konjunkturen de senaste 15 åren. Varken den rådande



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

högkonjunkturen eller tidigare lågkonjunkturer har visat motsvarande utslag på gåvogivande i Sverige. Det är däremot inte en garanti för att det fortsätter på det sättet.

Organisationens interna kultur har totalt sett rankats på plats fyra men ser man till hur den faktorn har rangordnats av ledarna har den mycket större betydelse i första hand än konkurrensen med andra organisationer. Möjligheterna att öka sin insamling ligger alltså generellt inom ramen för vad organisationen själv kan påverka eller styra över; varumärke, finansiell kapacitet och kultur.

Chefernas val av organisationens varumärke som den absolut viktigaste faktorn för att kunna öka sin insamling av gåvor ligger i stort i linje med allmänhetens uppfattning. I en undersökning utförd av Novus på uppdrag av FRIL uppger allmänheten att de viktigaste faktorerna vid val av organisation att skänka pengar till är: förtroende för verksamheten, känt varumärke och gott rykte samt att organisationen är bra på att visa hur de använder pengarna som samlas in. Emellertid rangordnas visserligen känt varumärke på andra plats totalt sett och men först på plats fyra för förstahandsvalen. Förtroendet för verksamheten är det allra viktigaste följt av ändamålet.

Vilka av följande skäl/faktorer påverkar ditt val av ideell organisation att skänka pengar till mest? Rangordna de 3 av nedanstående skäl/faktorer som är viktigast för dig.

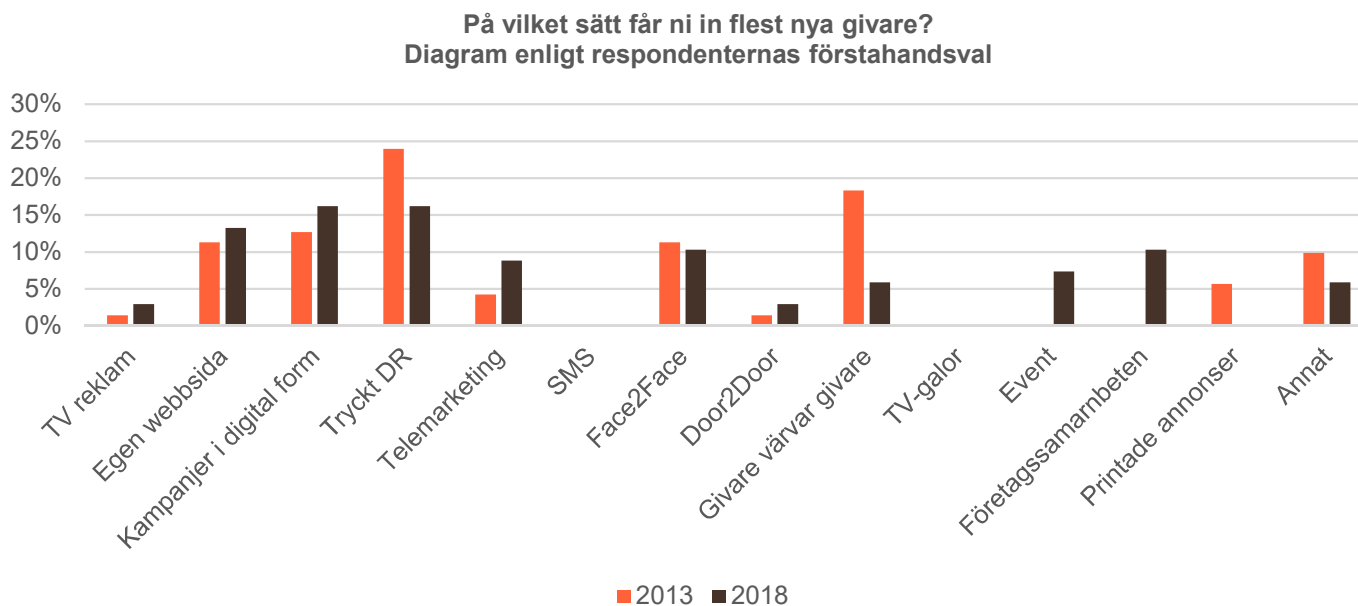


Källa: Novus undersökning 2018

Rekrytering av givare

Sedan den första rapporten om förutsättningar för finansiering har en fråga ställts om vilka kanaler som ger flest nya givare. Under åren har några alternativ tillkommit och något fallit bort. Siffrorna är därför inte fullt ut jämförbara. Det ger ändå en bild av hur insamlingsorganisationerna ser på sina möjligheter för att nå nya givare.

Nedanstående diagram visar vad som anges som den vanligaste kanalen för att nå nya givare. Där ser vi att tryckt direktreklam (DR) var ensam på toppen 2013 medan det 2018 minskat men ändå delar första platsen med kampanjer i digital form. Det innebär alltså att brev fortfarande spelar en stor roll för att rekrytera nya givare. Digitala kampanjer har ökat något och tillsammans med den egna hemsidan och Face2Face (att rekrytera givare på allmän plats) står sig som metoder som rankas högt av organisationerna. De nya alternativen event och företagssamarbeten har rankats relativt högt och kan ha bidragit till att minska andra. Det stora nedgången står givare värvar givare för, vilket förstås kan ha påverkats av events, som ofta är ett tillfälle då givare kan värva andra att vara med.



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Notera att SMS; TV-galor, Event och Företagssamarbeten inte fanns med som alternativ 2013. Printade annonser fanns inte med som alternativ 2018.

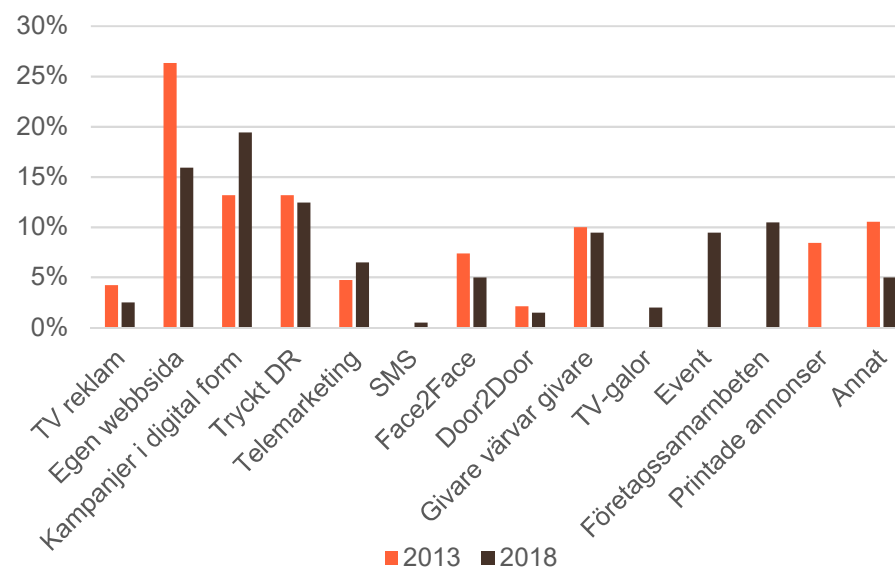
Detta diagram visar en summering av de alternativ som valts på plats 1-3, då respondenterna var tvungna att välja tre alternativ både åren, i förhållande till det totala antalet val på plats 1-3.

Även här måste man ta hänsyn till att det fanns fler alternativ att fördela sin bedömning på 2018. Det förefaller ändå som om förhållandet varit relativt stabilt. Den egna hemsidan tillsammans med digitala och DR-kampanjer är det som enligt ledarna ger organisationerna de flesta nya givarna. Däremot syns här tydligt att det är kampanjer i digital form som har tagit över totalt sett framför den egna hemsidan som primär kanal att nå nya givare. Man kan också se att givare värvar givare totalt sett fortfarande håller ställningarna men det är inte längre den kanal som rankas som nummer ett.

Tryckt direktreklam är enligt ledarna fortfarande ett av de mest vanligt förekommande sätten att få in nya givare



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



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Notera att SMS; TV-galor, Event och Företagssamarbeten inte fanns med som alternativ 2013. Printade annonser fanns inte med som alternativ 2018.

Medlemmarna

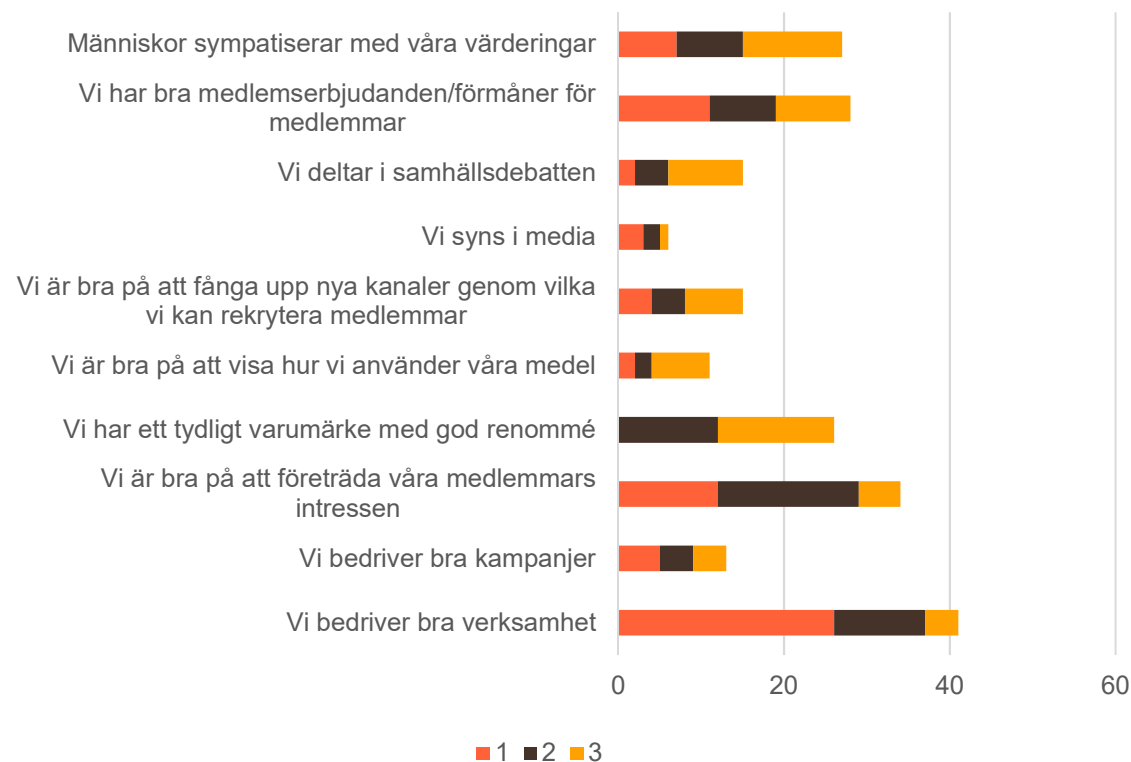
Effekt och värderingar viktigt för att värva medlemmar

På frågan "Värvar er organisation aktivt medlemmar?" svarar 60% av ledarna för ideella föreningar och trossamfund "Ja". Om det uppfattas som lågt, bör man hålla i minnet att vår undersökning vänder sig till medlemmar i FRII och riksorganisationer i andra delar av den ideella sektorn. Det är alltså inte på något sätt representativt för föreningslivet i Sverige.

Som framgår är det som bedöms som viktigast det som direkt berör medlemmarna i form av en "nytta" såsom verksamhet, bra företräderskap eller erbjudanden och förmåner. Den bilden ges både om vi ser på summeringen av plats 1 till 3 och om vi ser på vad de flesta valt som det viktigaste skälet, den orange delen av stapeln.

Värderingar och varumärke är det näst väsentligaste området, medan de mer specifikt operativa skälen kommer som en tredje grupp. Även om det naturligtvis är svårt att veta säkert, så tycks det, baserat på enkätsvaren, som om medlemskapet betonar en transaktion, medlemsavgift betalas och för den får medlemmen en nytta tillbaka. När organisationerna i stället skattar vad som är viktigt för att öka insamlingen och därmed indirekt vad som är viktigt för givare, är det i mycket högre grad varumärket som bedöms viktigt. Och när givarna själva anger vilka faktorer som har betydelse för att ge en gåva, är förtroende, ändamål och varumärke viktigt. Eftersom vi inte har ställt samma fråga till medlemmar, kan vi inte säkert dra slutsatser av detta men det skulle kunna vara en indikation på att givande och medlemskap bygger på olika logiker.

Varför tror du att medlemmar väljer att vara medlemmar i er organisation



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

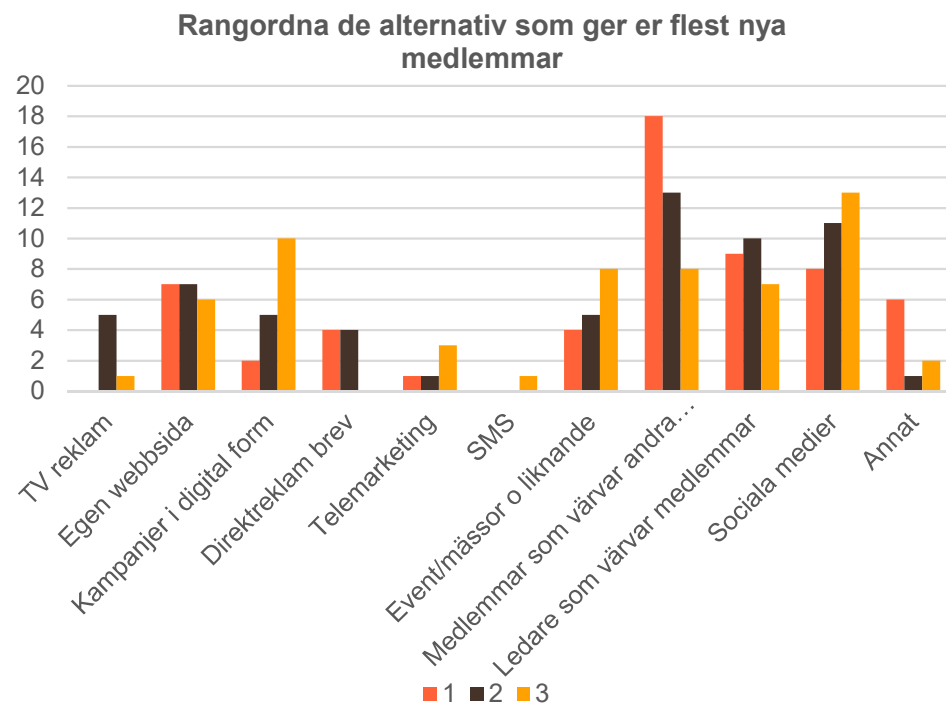
Staplarna visar summering av de antal som valt alternativet på plats 1,2 eller 3

Medlemsrekrytering

När organisationerna bedömer hur de rekryterar nya medlemmar ser vi att det mer eller mindre är direkta sociala kontakter mellan människor, ofta befintliga medlemmar eller ledare, och via sociala medier som tycks vara det som ger flest medlemmar. Detta skiljer sig från givarvärvning där det framför allt är kanaler som styrs direkt från organisationen som dominerar.

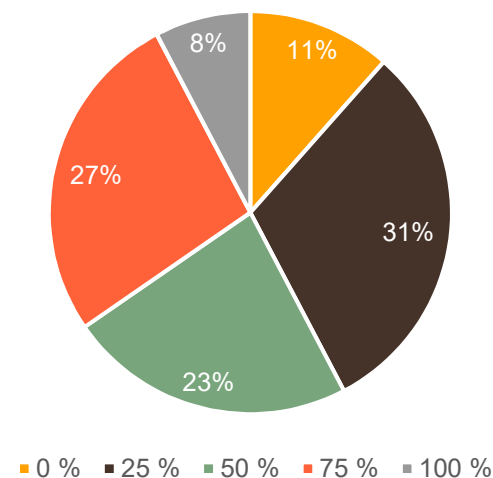
Noteras kan också att mer drygt hälften av organisationerna anger att 50% eller mer av medlemmarna rekryteras av ideellt arbetande.

Motsvarande siffra för insamling är 8%. Även om det inte är orimligt att anta att det sannolikt sker mer givarvärvning genom person till personkontakt, som dock inte registreras lika tydligt som medlemskap, är det sannolikt så att logiken för medlems- och givarrekrytering ser olika ut. Om det är så att vi är på väg mot ett civilsamhälle som i högre grad bygger på gåvor och lägre grad på medlemskap, är organisationerna rustade för det? Går det att i högre grad mobilisera ideella för att samla in gåvor på motsvarande sätt som man rekryterar medlemmar?



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Hur stor andel av era medlemmar rekryteras av ideellt arbetande?



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Sociala medier

Alla använder sociala medier

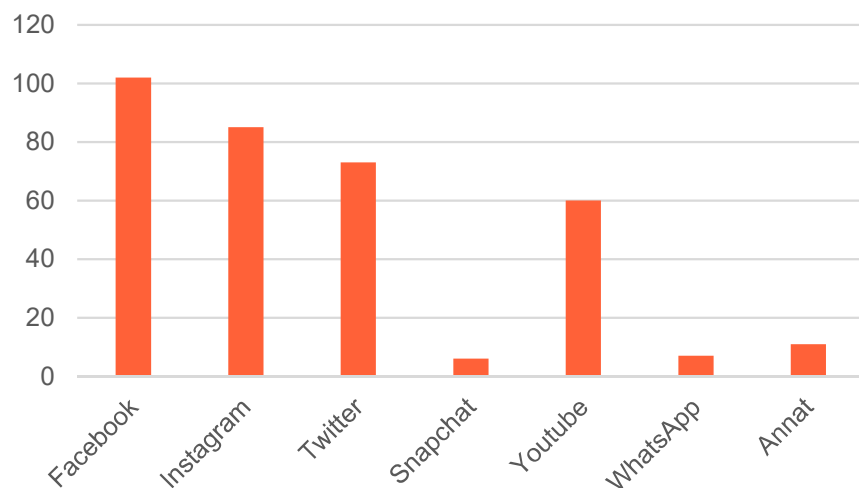
I år har vi för första gången ställt frågor om sociala medier. Vi har noterat att digitala kanaler blir allt viktigare både för såväl medlemsrekrytering som insamling av gåvor. Det är därför intressant att undersöka hur organisationerna ser på dessa kanaler

En mycket stor andel av de, totalt 138, organisation som besvarat PwC:s och FRII:s enkät uppger att de har konto på sociala medier. Det är endast tre som uppger att de inte har ett konto. Facebook, Instagram, Twitter och Youtube dominerar. Totalt antal innehavda konton på sociala medier är 344 stycken vilket betyder att organisationerna i genomsnitt har ca 2,5 konton per organisation.

De sociala mediekontona används för information och marknadsföring. Av FRIIs medlemmar uppger 72 % att sociala medier används för insamlingsarbete.

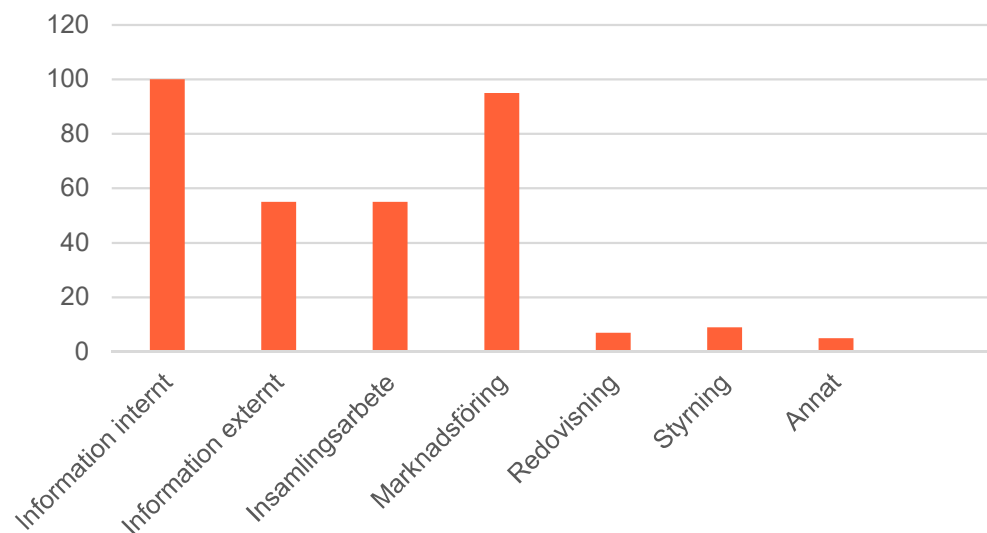
Det är få som anger att de använder sociala medier till styrning och redovisning. Det tycks som om organisationerna använder sociala medier dels informera allmänt internt och externt dels att, delar av den informationen, ska få läsare/tittare att agera till förmån för organisationen och dess ändamål. Det blir spännande att följa denna fråga för att se om de sociala medierna över tid integreras som ett verktyg för styrning av verksamhet, eller om det inte blir så.

Antal som uppger att de har följande konton



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Antal som uppger användning av sociala medier



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Ett oreglerat ansvar?

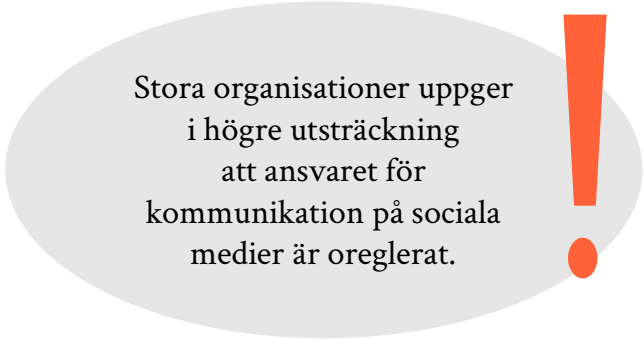
En mycket hög andel, 83,5%, av cheferna uppger att det finns en särskild ansvarig för kommunikation via sociala medier. Andelen som anger att de formellt reglerat rätten att företräda organisationen i sociala medier är betydligt lägre, ca 61%. Intressant och tvärt emot vad vi som rapportförfattare trott, är det främst de större organisationerna som uppger att detta inte är formellt reglerat.

Från ett kontrollperspektiv bör det finnas en poäng med att reglera även detta företräderskap, i synnerhet om man bedömer att sociala medier verkligen har ett genomslag. Behovet av formell reglering är sannolikt större i de stora organisationerna där informell kontroll generellt fungerar sämre.

Svaren tyder snarast på att det är tvärt om, de mindre organisationerna har i högre grad än de stora reglerat ansvaret för sociala medier. Det kan dock vara så att de större organisationerna generellt har mer formella strukturer och att det krävs mer för att cheferna där ska uppge att ett ansvar är formellt reglerat. Det är alltså inte säkert att kontrollen är på en lägre nivå i de större organisationerna.

Andel som uppger att det är formellt reglerat vem som får företräda organisationen i sociala media						
	Alla	Alla 20+ anställda	Alla tom 9 anställda	FRII	FRII tom 9 anställda	Ej FRII 20+ anställda
Ja	61%	53%	68%	70%	72%	35%
Nej	39%	47%	32%	30%	28%	65%

Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018



Stora organisationer uppger i högre utsträckning att ansvaret för kommunikation på sociala medier är oreglerat.

Vi bad respondenterna med egna ord beskriva hur de uppfattar hot och möjligheter med sociala medier. När det gäller möjligheter handlar beskrivningarna främst om att det är ett enkelt och billigt sätt att nå ut med information till många människor. Genom detta kan man sedan uppnå saker som påverkan, varumärkes- och lojalitetsbyggande, ökad insamling mm.

[illegible]

29

Risker med sociala medier

Som hot beskrivs dels som olika former av hot kopplade till information. Det kan handla om att negativa rykten som sprids, meningsmotståndares möjligheter att uttrycka sina ståndpunkter på ett effektivt sätt, nättroll och hat mm. Dels handlar farhågorna om den egna förmågan att vara relevant och engagerande.

Vilka är de största riskerna med sociala medier för er organisation?



Källa: Enkät till ledare i civilsamhället 2018

Kontakt

Rapporten är ett samarbete mellan FRII och PwC.

Ladda ner den på www.frii.se/kunskap/rapporter.

Kontakta oss gärna!

FRII

Charlotte Rydh, generalsekreterare

tfn: 08-661 22 93

e-post: charlotte@frii.se

PwC

Johan Sverker, senior rådgivare, ideell sektor

tfn: 010-213 39 17

e-post: johan.sverker@pwc.com