

Checklista för dig som vill förmedla gåvor till ideella organisationer

Dokumentet upprättades hösten 2021 som en vägledning, men fungerar nu som en checklista anpassad till Giva Sveriges branschstandard för förmedlingstjänster.

Giva Sveriges branschstandard för förmedlingstjänster reglerar tjänster vars syfte är att förmedla någon form av gåva från givare direkt eller indirekt till mottagande organisation. Denna checklista fungerar som ett tillägg till branschstandarderna.

Checklistan är till för dig som har en idé eller kunskap som du vill använda för att bidra till att öka givandet och kanalisera gåvor till ideella organisationer. För att din idé eller lösning ska bli så bra som möjligt både för givare och organisationer har vi sammanställt en rad frågor som är viktiga att tänka igenom.

Checklista

Din idé eller kunskap och dess användningsområde

- På vilket sätt underlättar eller hjälper din idé eller kunskap organisationerna respektive givarna?
- Har du gjort en ordentlig omvärldsanalys, både i Sverige och internationellt? Är din idé ny eller finns den redan på marknaden?
- Vad krävs av de ideella organisationerna för att kunna dra nytta av din lösning eller kunskap? Behöver de själva bidra med innehåll och/eller lägga ned mycket arbete?
- Hur ska givare hitta till tjänsten/lösningen? Vilken typ av givare vänder du dig till?
- Hur sker kommunikation och återkoppling till givare respektive organisationer?
- Har de organisationer du tänker på resurser till att bidra med information på en digital plattform eller annan kanal? För vilken typ av organisation gör din idé mest nytta för – små eller stora? Passar din idé särskilt bra för en viss typ av verksamhet?

Ekonomi

- Allt måste ha en finansiering – hur ska din affärsmodell se ut och vem ska betala; givaren, organisationen eller någon annan?
- Finns det transaktionsavgifter eller andra avgifter? I sådant fall, hur beräknas den, finns det ett golv respektive tak och vem ska betala den?
- Hur ofta och på vilket sätt redovisas och överförs gåvorna till er till organisationen?
- Vad är de förväntade intäkterna?

Förtroende och transparens

- Transparens, tydlighet samt ordning och reda är viktigt för att skapa förtroende hos allmänhet och ideella organisationer. Hur ser transparensen ut på din plattform? Är det tydligt hur den drivs, av vem, och hur kostnaderna ser ut både för givare, mottagande organisationer och plattform?
- Hur skapar det sätt du väljer att samla in pengar engagemang och förtroende hos människor så att de vill ge en donation?
- Vilka kriterier gäller för de organisationer som ska finnas på plattformen? Ska de följa Giva Sveriges Kvalitetskod? Ska de ha 90-konto? Eller både och?
- Har du kontakt med de organisationer som du vill hjälpa med insamling av gåvor? Är de intresserade och positiva till att få hjälp med att öka gåvogivande och engagemang på det sätt du föreslår?

Legala aspekter

- Hur ska relationen mellan dig och de ideella organisationerna som får ta del av de insamlade medlen se ut? Har du tagit fram avtal som reglerar era rättigheter och skyldigheter?
- Vad händer om den ideella organisationen inte kan betala dig för användandet av din idé eller kunskap?
- Kommer du att hantera personuppgifter? I så fall måste regleringarna i GDPR och svensk dataskyddslagstiftning. I den mån personuppgifter behandlas på uppdrag av en ideell organisation måste personuppgiftsbiträdesavtal finnas mellan dig och de ideella organisationer på vars uppdrag medel samlas in. Information hur personuppgifterna behandlas måste också lämnas till de personer som lämnar donationer.
- Vill du använda de ideella organisationernas kännetecken, varumärken eller bilder? Kom ihåg att du måste ha ett avtal där de lämnar sitt samtycke till användandet.
- Vem lämnar kontrolluppgift till Skatteverket och gåvogivarna om organisationen är en godkänd gåvomottagare och gåvorna faller inom ramen för regelverket för skattereduktion?

Tänk på att

- Om du är duktig inom något område – ledning, marknadsföring, försäljning, innehåll, tekniska lösningar, ekonomi till exempel, kan det vara bättre att erbjuda dig att hjälpa organisationerna med detta direkt.