



Ari Räsänen

AVDELNINGEN AGERAR

Stöd till verksamheten -
avdelningens verksamhetsfinansiering

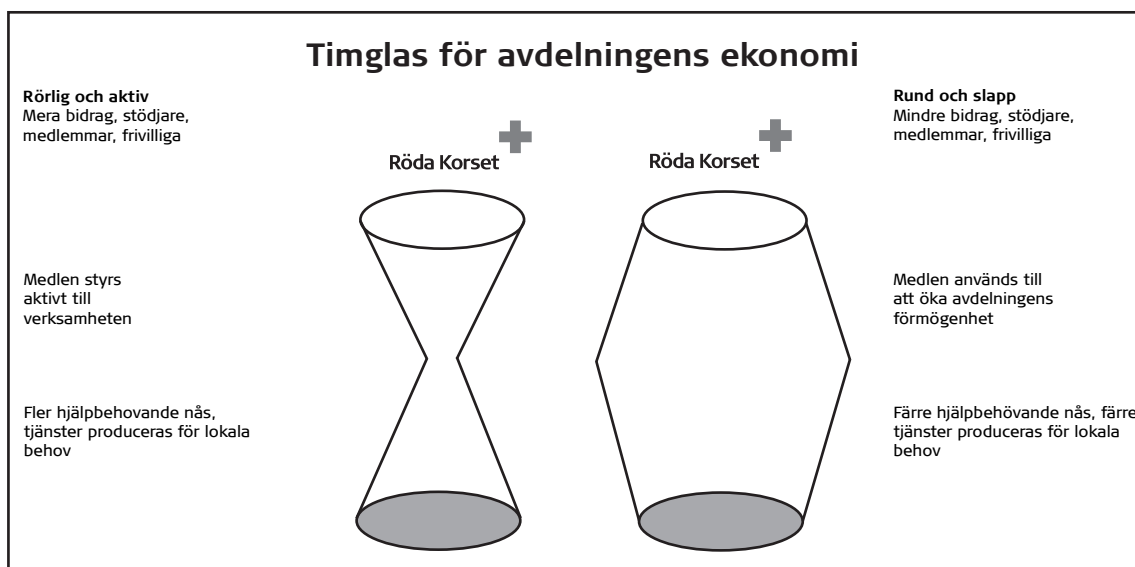


STÖD TILL VERKSAMHETEN – AVDELNINGENS VERKSAMHETSFINANSIERING

Genom att aktivt söka resurser kan man möjliggöra mångsidig verksamhet som i sin tur ger nya möjligheter till resursanskaffning. Röda Korset samlar inte medel för att självt bli rikare utan använder intäkterna inom ramen för sina primäruppgifter till det ändamål de är avsedda för. Ofta krävs det snarare motiverade och utbildade frivilliga än stora penningssummor då avdelningen ska genomföra sina primära uppgifter på orten. Det här betyder också att de resurser som satsats på att utbilda de frivilliga ger utdelning vid utvecklingen av verksamheten.

För att finansiera sin verksamhet söker avdelningen bland annat understöd eller koncentrerar sin medelsinsamling på en viss aktivitet. De främsta obundna (icke-öronmärkta) inkomstkällorna består av medlemsavgiftsintäkter samt intäkter från utbildning och verksamhet i första hjälpen. Dessutom får avdelningen in pengar från bl.a. produktförsäljning och evenemang, såsom loppmarknader och julkortshandel för företagen i trakten. I de flesta avdelningar är Hungerdagen den största enskilda inkomstkällan, men dess intäkter går i sin helhet till katastroffonden för att användas där behovet är störst.

En avdelning som aktivt arbetar för Röda Korsets syftemål och genom sin verksamhet når de utsatta på orten kan med lätthet både påvisa vikten av verksamheten och skaffa nya stödjare. Samlar avdelningen bara in medel och struntar samtidigt i de behovsanpassade frivilligtjänsterna, svalnar också stödjarnas och de nya aktörernas intresse. Det här kan åskådliggöras genom ett timglas för avdelningens ekonomi.

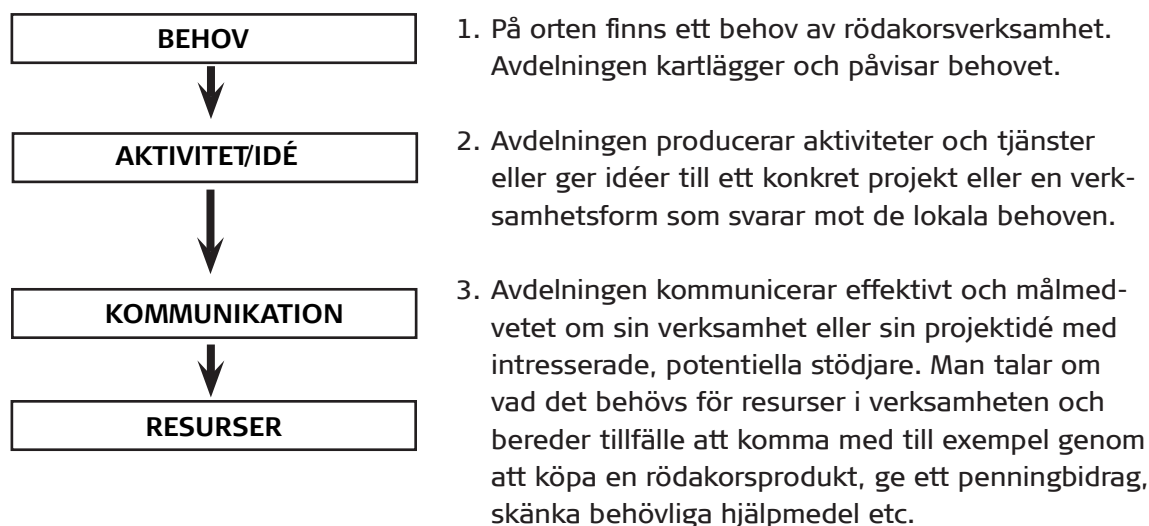


Kommunikation om verksamheten ger resurser

Finlands Röda Kors höga anseende som pålitlig hjälporganisation är en bra utgångspunkt, men som marknadsföring räcker det inte med "medverkan för den goda sakens skull". Det är lättare att få tag i stödare om avdelningen tydligt kan lägga fram i vilket syfte och för vilka konkreta ändamål stödet används.

När resurser, framför allt pengar, förs på tal är följden ofta en ond cirkel: bristen på medel skapar en handlingsförlamning. Man blir och vänta på sponsorer och nya inkomstkällor. Sådana fås dock inte om man inte kan visa upp någon verksamhet för vilken stödet kan användas. Det gäller att kunna vända den onda cirkeln till en god cirkel: genom att utveckla verksamheten kan man också öka på resurserna. I varje avdelning finns aktiviteter eller fina idéer som man kan börja marknadsföra. Även ett litet men välförberett projekt kan tilltala stödjarna och vara just den "produkt" som hjälper att utveckla och utvidga verksamheten.

Följande grundregel gäller för resursanskaffningen:



Etiken i medelsanskaffningen

Röda Korsets principer och dess primära uppgift reglerar också medelsanskaffningen. När man väljer metoder måste man tänka på hur de passar in med organisationens allmänna image. En väsentlig del av etiken i medelsanskaffningen är också verksamhetens tillförlitlighet och genomsynlighet. Stödjarna måste få veta vad deras bidrag används till och hur mycket som t.ex. av produktförsäljningen går direkt till verksamheten.

Många finansieringskällor och former av medelsanskaffning

När det står klart för vilken verksamhet medel behövs, kan man söka olika finansieringskällor och använda lämpliga metoder för medelsanskaffning.

Bidrag och ekonomiskt stöd till projekten

Verksamhetsbidrag och projektfinansiering kan sökas alltifrån lokala finansieringskällor till EU-understöd. Bidrag beviljas i regel för välplanerade, behovsbaserade projekt, i vissa fall kan t.ex. kommunen bevilja s.k. allmänt understöd för verksamheten. Avdelningen kan gärna aktivt följa hurdana lokala understöd det finns att söka från kommunen, stiftelser eller andra organisationer såsom Lions, Rotary, stödföreningar m.fl.

Projektstöd från Penningautomatföreningen söks centralt via distriktet och centralbyrån. Det EU-understöd som har beviljats i Finland samordnas av ELY-centralerna (= närings-, trafik- och miljöcentraler). Distrikts-byråerna lämnar ytterligare information om dess fördelar.

Metoder för medelsanskaffning

Avdelningen kan också helt själv lägga upp sin medelsanskaffning på orten. Nedan följer en lista över praktiska idéer till avdelningens medelsanskaffning.

Rabatter	Rabatterna på köp av artiklar minskar trycket på medelsanskaffningen.
Lotteri	Ett mindre varulotteri är en populär form av medelsanskaffning eftersom vinsterna ofta fås som gåva eller tillverkas själv för hand. Tillståndsfrågorna ska redas ut innan lotteriet.
Annonssanskaffning	Annonser kan säljas exempelvis för medlemstidningen. Ur företagets synvinkel är detta direkt stöd och inte marknadsföring, men försöka duger. Vissa avdelningar har avtal om att de får sina brev frankerade av företag (som gåva) och sparar en hel del på detta.
Medlemsavgifter	Medlemsavgifterna fördelas mellan avdelningen, distriktet och centralbyrån. Fullmäktige (f.d. rådet) fastställer årligen avgiftens storlek och hur den fördelas. Avdelningarna och distrikten kan dessutom ha företag och sammanslutningar som sponsrar eller betalar stödavgifter. Intäkterna av medlemsavgiften är en bra form av medelsanskaffning också därför att en ökning av medlemsantalet är viktig för hela organisationen, och detta sker bäst just i avdelningarna.

Kantiner och kiosker	Tillstånds- och momspliktig affärsverksamhet. För mera information kontakta distriktet.
Försäljning av insamlingsprodukter	För att avdelningen ska kunna sälja donerade varor t.ex. på loppmarknad krävs att givarna i förväg vet att deras gåvor går till försäljning och inte direkt till hjälpverksamhet.
Bidrag	Avdelningen kan få in bidrag bl.a. genom upprop eller genom att aktivt ställa fram giroblanketter t.ex. i banker. För vissa verksamhetsformer kan också sökas materiellt understöd.
Basarer	Basar är på många håll en traditionell form av medelsanskaffning, där man också aktivt kan presentera verksamheten och värva nya frivilliga.
Tjänster	Avdelningen kan ha avgiftsbelagda kurser (t.ex. första hjälpen) eller tjänster som exempelvis kommunen köper.
Penninginsamlingar	Avdelningen kan också anordna en lokal insamling för ett visst konkret behov. Insamlingsverksamheten regleras av lagen om penninginsamlingar, och insamlings- och redovisningsdirektivet gäller för alla organisationens insamlingar. Se även katastroffondens stadgar.
Placeringar	Avdelningarna får råd av distrikten och centralbyrån i placeringsfrågor.
Sponsring	FRK har riksomfattande sponsringsavtal där företagssamarbetet samordnas av centralbyrån. Avtalen öppnar möjligheter även för det lokala planet. Information och stöd fås på distriktsbyrån och på adressen www.redcross.fi >Aktiva/Verktyget för kommunikationen. Dessutom kan avdelningen rekrytera egna lokala företagspartner till regelbundna stödjare eller för vissa projekt.
Evenemang	Kvällsfest, fastlagsjippo, modevisning, dansbal, konsert ... Man kan också be de som uppträder avstå från sitt arvode för avdelningen.
Produktförsäljning	FRK-produkterna, vän- och julkorten, adresserna.
Arbetsuppgifter för frivilliga	De frivilliga i avdelningen kan sköta uppgifter som ordningsmän, torgövervakare etc.
Samarbetspartner	Det lönar sig för avdelningen att satsa på goda nätverk. Av t.ex. sjukhus, studiecentraler, församlingar kan man få stöd för verksamheten.

Röda Korsets produkter

FRKs produkter omfattar grafiska produkter (kort, adresser m.m.), första hjälpen-produkter (böcker, väskor, medicinskåp, undervisningsmaterial m.m.), säkerhetsprodukter (SOS-pass, Bumerang-nyckelbricka, reflexer m.m.) och organisationsserviceprodukter (T-tröjor, pennor, dukar m.m.).

Eftersom resurserna är begränsade och marknadsföring inte hör till organisationens basverksamhet, har centralbyrån träffat avtal om royalty på vissa produktgrupper med företag inom olika branscher. Tack vare detta kan produkter som märkts med röda Korsets logotyp effektivt säljas över hela landet utan att organisationen behöver binda egna medel eller utsätta sig för risker. Dylåka, främst grafiska produkter, säljs bl.a. i varuhus, stormarknader, postkontor, servicestationer, R-kiosker, begravningsbyråer etc.

Distrikten och avdelningarna säljer rödakorsprodukter till företag, institutioner, medlemmar och den stora allmänheten bl.a. vid basarer, utställningar och andra evenemang. I samband med försäljningen av produkter kan man också passa på att berätta om Röda Korsets verksamhet.

Avdelningen kan beställa Röda Korsets produktkatalog och säljprodukter från distriktsbyrån.

Storlotteri

Vid sidan av produktförsäljningen har organisationen varje år ett storlotteri. Lotter säljs både till medlemmar och utomstående. Avdelningarna och distrikten kan delta i lottförsäljningen. Avdelningarna får lotter till försäljning från distriktet. Också medlemmar får lotter hem med posten.

Beskattning

Finlands Röda Kors med distrikt och avdelningar behandlas skattemässigt som ett allmännyttigt samfund. Vad gäller medelsanskaffning måste avdelningen beakta inkomstskatten, momsen och det som föreskrivs om arrangerandet av lotterier. Ytterligare information om skattefrågor finns i materialet om avdelningens ekonomi.

Fortlöpande kommunikation om möjligheterna att delta, skräddarsydd och rättidig kommunikation

Det är också viktigt att tidpunkten är den rätta. Förbereds medelsanskaffningen planmässigt kan avdelningen reagera snabbt t.ex. när en FRK-verksamhet får plats i medier-na eller om en för avdelningen aktuell fråga vinner publicitet.

Exempel

I lokaltidningarna och insändarspalterna diskuteras flitigt nedbantningen av äldre-reserven och isoleringen. Avdelningen för fram sin vänverksamhet i offentligheten och talar om vad den gör på orten. Samtidigt redogörs för behovet av stöd, vad medel behövs till och för vilka frivilliguppgifter avdelningen söker folk. Dessutom berättas tydligt hur man kan gå med i verksamheten eller stödja den.

Exempel

Avdelningens larmgrupp lyckas spåra upp den sökta som gått vilse i skogen. Den positiva publiciteten erbjuder ett gynnsamt tillfälle att ordna en medelsinsamling, t.ex. för anskaffning av ny utrustning och nya medlemmar.

I samband med all kommunikation i avdelningen lönar det sig alltid att informera hur projektet kan stödjas eller hur man kan delta: exempelvis kontonummer, meddelande om insamlingar och säljprodukter (var de finns att få, till vilket pris och hur mycket projektet kostar), möjligheten att gå med som frivillig, möjligheten att skänka behövlig rekvisita osv.

Insats – resultat

En effektiv medelsanskaffning och en förnuftig användning av frivilligresurser kräver att varje ansats till insamling av medel också ska analyseras utifrån förhållandet mellan insats och resultat. Medelsanskaffning är en stödfunktion med hjälp av vilken Röda Korset säkerställer sin egentliga primäruppgift. Därför måste man välja sådana metoder som inbringar mer resurser till verksamheten än vad de förbrukar. En väl genomförd medelsanskaffning – den må sedan vara insamling eller direktkampanj – förtydligar organisationens profil, medan igen en ineffektiv marknadsföring kan riskera opinionens förtroende även för vårt kunnande i fråga om hjälpverksamheten.

Förhållandet insats-resultat kan granskas i ett brett perspektiv utifrån den totala resursförstärkningen. Vilken betydelse har till exempel intäkterna från en basar jämfört med evenemangets informativa värde? En julbasar kan vara just det främsta sättet att nå den stora allmänheten, och samtidigt ett tillfälle att tala om FRKs verksamhet och rekrytera nya frivilliga.

För effektivitetens skull lönar det sig också att betrakta varje evenemang enbart som medelsanskaffning: beräkna den tid och de resurser (planering, förberedelse, genomförande, efterarbete t.ex. redovisning) som sammanlagt gått åt till evenemanget i relation till resultatet. Med erfarenheten lär man sig hitta de effektivaste och produktivaste formerna av medelsanskaffning och det spar både tid och resurser för själva programarbetet.

Modell för planeringen av avdelningens verksamhetsfinansiering

Nedanstående modell kan vara till hjälp när avdelningen planerar hur den ska finansiera sin verksamhet eller hitta stödjare för sina projekt.

1. Till vad behövs det medel?

Gör en förteckning över avdelningens verksamhetsformer och projekt och begrunda vad medel behövs till. Egna projekt (t.ex. mångkulturellt läger) eller regelbunden verksamhet (t.ex. vänverksamhet) är de bästa "marknadsföringstrumfen" och "säljprodukterna" för avdelningen. Fundera vad de olika verksamhetsformerna ger för resultat i form av tjänster?

Verksamhetsform	Resultat som tjänster?
Första hjälpen-grupp	-> jour vid evenemang
Hälsorådgivning	-> mätning av blodtryck
Vänverksamhet	-> besök hos ensamma äldre, -> program för äldre i dagcenter

Specificera de medel som behövs för de olika verksamhetsformerna och gör upp en budget. Beakta också andra resurser än pengar: behövs det utrustning, lokaler, frivilliga och för vilka uppgifter etc?

2. Vad för intressant bjuder verksamheten på? Vem drar nytta av projektet?

Fundera vad det är i de olika verksamhetsformerna och projekten som kan intressera olika människor och grupper, och vem som kan tänkas dra nytta av projektet på ett eller annat sätt. Vem ansvarar för de frågor som gör störst nytta? Grupperna hör sannolikt till dem som vill stödja verksamheten. Bland dem finns också de rätta föremålen och partnererna för medelsanskaffning.

Samhället sparar och ser gärna att den tredje sektorn axlar ett allt större ansvar för omsorgen om människorna. Eftersom frivilligorganisationerna kompletterar de kommunala tjänsterna borde de också kräva kompensation för insatserna, inte ens frivilligverksamheten är gratis. Exempelvis så kan man genom avdelningarnas hälsorådgivning som sköts med frivilligkrafter korta köerna till hälsocentralen, och därför lönar det sig för kommunen att stödja verksamheten ekonomiskt.

Verksamhet	Vem drar nytta, på vilket sätt?
Fhj-jourer	-> deltagarnas säkerhet under evenemang -> arrangörens säkerhet under evenemang
Reddie Kids-klubb för de yngsta	-> de ungas föräldrar, trygghet -> företagen i centrum, minskad skadegörelse -> kommunens ungdomsväsen, frivilliginsats för ungdomsarbete
Boendehjälp för invandrare	-> kommunens socialförvaltning -> livsmedelsaffärerna -> bostadsaktiebolagens styrelser

3. Vem kan tänkas stödja verksamheten på orten?

Upprätta en lista över alla potentiella samarbetspartner på orten: offentliga, privata, företag etc. Anteckna både avdelningens nuvarande kontakter och eventuella kommande samarbetspartner. Utse de partner som ni har för avsikt att vända er till. Ömsesidighet är viktig: bägge parter har förväntningar på verksamheten.

4. Var hitta metoder?

Välj de metoder som lämpar sig bäst med tanke på målgrupperna och verksamheten. Vid idékläckningen kan ni gärna använda er av listan över tips för medelsanskaffning. Ur detta växer fram en plan för medelsanskaffningen, där åtgärderna konkretiseras och arbetsfördelningen bestäms. Återges planen dessutom i skriven form är den inte bara ett praktiskt hjälpmedel när arbetsfördelningen och uppföljningen av projektet ska fastställas utan också ett glädjeämne när nya projekt tas fram.

Exempel på målgrupper och metoder för medelsanskaffning.

Valda målgrupper

Högstadielärover
föräldrar

Kommunen

Socialläroanstalt

Centralt belägna företag

Valda metoder

- infomöte, försäljning av lotter och FRK-produkter på föräldrakväll till förmån för verksamheten

- ansökan om kommunalt ungdomsunderstöd

- meddelande på anslagstavlan, frivilligrekrytering

- berätta om verksamheten per brev med önskan om ekonomiskt stöd och materiellt bidrag

5. Tacka stödjarna och tala om verksamhetens resultat

Det är viktigt att man värnar om samarbetskontakterna och håller stödjarna informerade om det som händer i avdelningen och med de projekt som får stöd. Tala om för stödjarna vad ni gjorde med pengarna och vilka effekter projekten hade. Att tacka stödjarna och visa dem sin erkänsla är ett stående inslag i en kontinuerlig resursutveckling. Det är en garanti för fortsatt stöd.

Planera till sist hur avdelningen tackar stödjarna och håller kontakt med dem framdeles.

Beprovade erfarenheter

Samtidigt som första hjälpen-gruppen har jour vid en allmän tillställning samlar avdelningens övriga frivilliga utanför skådeplatsen medel för verksamheten av samma publik – kanske just för fhj-verksamheten (t.ex. Nyslotts operafestival). Man bör dock undvika att ge intrycket att det vore fråga om "betalning för tjänst".

När avdelningen fick en sjuktransportenhet till orten för att snabbare nå fram med hjälpen, uppskattades detta av invånarna till den grad att medlemsantalet mångfaldigades efter en småskalig medlemskampanj.

Kommunens ungdomsarbete ska främst stödja ungdomsverksamheten i området. Kommunen beviljar anslag för avdelningens ungdomsverksamhet och är nöjd över att så mycket kan göras för en så liten peng.