



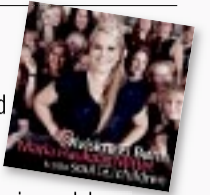
■ **JULESALG.** Leder for fadderlojalitet i Plan Norge, Elin Tvedt, har byttet ut kontorjobben med Plan-butikken på Steen & Strøm. Manpower sponser lønnen til Andreas Ljones, som er glad for å føle at han bidrar til noe meningsfylt.

Foto: Elin Høyland

## Veldedige gaver

### Blå Kors

Brettspill, donasjon til Barnas stasjon, cd



### Care

Gavefolder med historier, perlehøne, aksjebevis i et mikrofinansprosjekt

### Flyktninghjelpen

Jule-cd, kalender, englepynt fra Sør-Afrika



### Frelsesarmeen

Tallerkner fra Figgjo, jule-cd

### Kirkens Bymisjon, Trondheim

Lyskubbe i Trondheim sentrum som lyser opp når det gis donasjoner

### Kirkens Nødhjelp

Geit, kondomer, kylling, olivenolje



### Kreftforeningen

Kort

### Leger uten Grenser

Julekort

### Norges Naturvernforbund

«Varmt klasserom til barn i Tadsjikistan, snø til jul»

### Norges Røde Kors

Myggnett, skolemateriell, diplom

### Norsk Folkehjelp

Fjern en klasebombe, minefrie skolevei, tren en minehund



### Plan Norge

Give me five-pakke, brønn, utdanning av jordmor, fullvaksinering av barn



### Redd Barna

Armbånd, bøker, julekort

### Regnskogfondet

Bli regnskogvokter, Nemi-gavebevis

### SOS Barnebyer

SOS-gavekort

### Strømmestiftelsen

Geit, ku, skolepult



### Unicef

Mor-barn-pakke mot hiv-smitte, tabletter mot innvollormer, fotball



### Utviklingsfondet

Julegrøt



20©10 DagensNæringslivgrafikk/  
Kilde: Stiftelsen Soria Moria

# Vil ha konkrete gaver

## HANDEL

De veldedige organisasjonene går bort fra symbolske julegaver som minefrie skoleveier og utdanning. Nå er det konkrete ting som myggnett, sykler og vaksiner som selger.

ANITA HOEMSNES  
OSLO

På et julepyntet Steen & Strøm står svenske Andreas Ljones og danderer gaveposene med kort påskrevet «fullvaksinering av barn», «myggnett mot malaria» og «andel av brønn». Han er sponset av Manpower for å stå på salgsstanden Plan Norge har fått lov til å sette opp i kjøpesenteret før jul. Plan-ansatt Elin Tvedt rydder i hyllen. Alle på

**77 Det vi ser er at folk vil gi gaver som er et fysisk produkt. Det er greit å gi minefrie vei ett år, men kanskje ikke flere år på rad**

Tove Hauge, markedsjef i Redd Barna

kontoret til Plan Norge skal ta sin tårn i den provisoriske butikken.

– Jeg håper at jeg kan stå her flere dager. Det er veldig hyggelig

å snakke med kundene, sier Tvedt.

I likhet med de fleste andre veldedige organisasjoner tilbyr Plan Norge en rekke julegaver som et alternativ til å kun gi penger til organisasjonene. Men inntektene fra julesalget er ikke det som veier tyngst på budsjettet til de organisasjonene som tilbyr fadderskap.

– 87 prosent av inntektene kommer fra våre faddere, så det er ryggraden i vår organisasjon. Men i år har vi et spesielt prosjekt utenom fadderprosjektene, som går på barns overlevelse i Senegal. Alle pengene vi får inn på julegavene går til det prosjektet, sier markedsjef Lise Kristensen i Plan Norge.

### Ønsker ting – ikke symboler

De siste årene har tilbudet av alternative julegaver strømmet på fra de veldedige organisasjonene. Som i alle andre markeder endrer trendene seg for hva som er de beste produktene. Redd Barnas markedsjef Tove Hauge sier de går mer og mer bort ifra symbolske gaver som minefrie skoleveier.

– Det vi ser er at folk vil gi gaver som er et fysisk produkt. Det er greit å gi minefrie vei ett år, men kanskje ikke flere år på rad, sier Hauge.

De siste årene har organisasjonen samarbeidet med Aschehoug, som betaler utgivelsen av en bok skrevet av en kjent forfatter. Årets bok er det Anne B. Ragde som har skrevet, og ifølge Hauge går salget «veldig bra».

– 40 prosent av det vi får fra privatpersoner og 80 prosent av

det vi får fra bedrifter kommer gjennom julesalget, legger hun til.

Unicef hadde også tidligere et stort utvalg av symbolske gaver til inntekt for sine prosjekter, men har kuttet det helt ut. Nå er det konkrete produkter som skolebøker, sykler, vaksiner eller «kontantstøtte til Bestemor som tar seg av foreldreløse barn» som tilbys gjennom nettsiden. Markedsdirektør Øystein Eriksen Søreide sier organisasjonen gjorde en vurdering av gavesalget for en stund siden og fant ut at det tok for mye fokuset bort fra kjernen av det Unicef driver med.

– Det finnes jo folk som faktisk trenger de produktene vi selger, så da synes vi at vi får brukt givernes penger mer effektivt når vi selger disse produktene, sier Søreide.

For Unicef utgjør salget av produkter og julekort rundt 20 prosent av de totale inntektene

på rundt 100 millioner kroner i året.

– Julemåneden er en viktig tid for oss, sier Søreide.

### «Har nok ting»

Norsk Folkehjelp går i motsatt retning av Redd Barna og Unicef og tilbyr ingen produkter, men nettopp symbolske gaver som minefrie skoleveier og utdanning av minerydder-hunder. Markedsjef Marianne Hagelund mener det blir like konkret som å gi en ting.

– Vi har vel nok ting i samfunnet, har vi ikke? spør Hagelund.

Julesalget utgjør rundt 15–20 prosent av de totale inntektene organisasjonen får gjennom året.

– Vi bruker veldig lite penger på markedsføring, men vi ligger foran fjorårets salg for samme periode, sier Hagelund.

anita.hoemsnes@dn.no

## Vinnergavene

OSLO: Kirkens Nødhjelp fikk igår pris for å ha årets beste julegavetilbud blant de veldedige organisasjonene.

Julegaveløsningen til 25 ideelle organisasjoner ble vurdert av en bredt sammensatt jury bestående av ti personer i regi av stiftelsen Soria Moria, som har mange av organisasjonene som medlemmer. De veldedige organisasjonenes julegaver ble vurdert ut fra følgende kriterier:

■ Hvor spennende/treffende er

gaven som tilbys?

■ Hvor godt presentert er kampanjen?

■ Gjenkjenner vi organisasjonenes idé- og verdigrunnlag?

Juryens begrunnelse:

«Kirkens Nødhjelp var tidlig ute med sitt julegavekonsept og har rendyrket dette gjennom flere år. Det er relevante symbolske gaver for alle målgrupper. Fra kondomer via geiter til møkkaovner. Det er brukervennlige sider og relativt få tastetrykk for å komme inn i gaveprosessen».