

# "De gode hjelperne"

Metoderapport SKUP 2004

NRK Forbrukerinspektørene



# **1. Innledning**

## **1.1. Navn på journalistene som arbeidet med saken**

Det innsendte bidraget er produsert av Peter Svaar og Geir Pettersen.

## **1.2. Tittel på arbeidet**

Tittelen på arbeidet er "De gode hjelperne".

## **1.3. Publisering**

Saken ble publisert første gang onsdag 12. november 2003 klokken 19.30 i programmet Forbrukerinspektørene, NRK 1. En kortversjon ble publisert i Dagsnytt samme morgen. Flere saker ble også produsert til NRKs nettsider. En oppfølging ble publisert i Forbrukerinspektørene 27. november 2003.

## **1.4. Redaksjonsadresse og telefon:**

NRK Forbrukerinspektørene  
NRK - OFFS FG31  
0340 OSLO

Telefon: 2304 9177

## **1.5. Kontaktperson**

Peter Svaar, tlf. 2304 2508 / mob. 9163 9903

## **2. Bakgrunn**

### **2.1. Hvordan kom arbeidet i gang? Hva var ideen som startet det hele?**

Arbeidet kom igang kort tid før TV-aksjonen 2003. Redd Barna vervet faddere på gata. Dette tente vår nysgjerrighet, og dannet grunnlaget for formuleringen av problemstilling; hvem er de hvite jakkene som står på Nationaltheateret og verver folk? Hvem jobber de for? Hva tjener de? Vi var fra før av klar over at det er en industri som lever av å samle inn penger, både på gata og telefon. Vi ville ha tak i avtalene mellom organisasjonene og disse selskapene. Det var mye debatt internt i redaksjonen. Flere mente at et kritisk søkelys på organisasjonene ville gå ut over dem som trenger deres hjelp.

### **2.2. Hva var den sentrale problemstillingen ved starten av prosjektet?**

Vår viktigste problemstilling var å finne den nøyaktige fordelingsnøkkelen mellom firmaer som samler inn penger, og de veldedige organisasjonene. Var denne fordelingen moralsk akseptabel for oss som givere?

### **2.3. Ble problemstillingen endret underveis? I så fall hvorfor, og hvordan?**

Nei.

## **3. Organisering av arbeidet; metodebruk og kilder**

### **3.1. Research-fasen**

Vi sendte ut brev til sju humanitære organisasjoner i Norge: Amnesty International Norge, Redningsselskapet, Redd Barna, Kirkens Nødhjelp, Norsk Folkehjelp, Røde Kors og Landsforeningen for hjerte- og lungesyke.

I brevet ba vi om innsyn i de avtalene organisasjonen hadde med private pengeinnsamlere. Vår tanke var at de humanitære organisasjonene ville få problemer med å nekte oss innsyn i avtalene, ut fra at folk faktisk gir penger til dem aldeles frivillig. De har derfor et særlig krav til publikums tillit. Vi argumenterte også med at bransjen selv på et internt etikkseminar nylig, konkluderte med at åpenhet rundt disse avtalene var viktig og riktig for bransjens troverdighet.

Vi kontaktet også i underkant av 10 telesalg-firmaer og ba om innsyn i deres avtaler med organisasjonene. Ingen var villig til å gi oss dette.

Fra en anonym kilde fikk vi tilgang til en rapport som ut fra organisasjonenes egne regnskapstall beregnet innsamlingskostnadene for private midler i forskjellige organisasjoner. Kilden hadde egeninteresse i å gi oss rapporten, men den viste oss at de offisielle kostnadsprosentene fra organisasjonene er helt intetsigende. Det var en viktig innsikt. Årsaken er at norske humanitære organisasjoner i så stor grad er

offentlig finansiert - fra 92% til ca 30% i de sju organisasjonene vi konsentrerte oss om. De offentlige pengene er gratis å samle inn. Derfor blir en administrasjonsprosent på f.eks 10% misvisende om organisasjonen bare samler inn 8% av budsjettet sitt selv.

Gjennom Brønnøysundregistrene, Dun & Bradstreet og likningsmyndighetene i Norge og Sverige hentet vi inn inntektstall og regnskaper for de mest interessante selskapene.

Etterhvert som flere svar kom inn, og vi kunne sette opp et kart over hvilke firmaer som jobbet for hvem, brukte vi samme taktikk på andre fundraising-selskap.

Deretter valgte vi ut de dyreste - altså de som skummet mest av fløten - og fokuserte på å jobbe videre med dem. De viste seg å være

- Fundraising Gruppen AB, Stockholm - selskapet som drev gateverving for Redd Barna, Regnskogfondet, Kirkens Nødhjelp, Amnesty, CARE og andre humanitære organisasjoner. Selskapet var ledet av Irén Wrigstedt, med en personlig skattbar inntekt på 1.375 mill SEK
- Talk2Me AS, landets største telesalg-firma for humanitære organisasjoner. Talk2Me gikk med vel 10 millioner kroner i overskudd i 2002. Adm. dir. Arild Horsberg har en likningsinntekt på nærmere 1 mill. NOK.

*Hvor rike ble de gode hjelperne?*

### **3.2 Intervju-fasen**

Hverken Redd Barna eller Talk2Me ønsket å la seg intervju av oss. Når de likevel gjorde det, var det på bakgrunn av følgende:

- Redd Barna innrømmet å ha brukt Fund Raising Gruppen AB, men ville ikke gi detaljer om avtalen. Når de forstod at vi hadde fått de konkrete tallene fra flere andre - bl.a. Amnestys og Kirkens Nødhjelps avtale med firmaet, og at vi gjerne ville gjøre et intervju med dem om hvorfor de ikke var åpne om dette - ombestemte de seg. Vi opplevde altså at vi kunne bruke de andre avtalene vi hadde samlet inn som "brekkstang". Det var en effektiv metode for å få et intervju - og en frukt av god research.
- Adm. dir i Talk2Me pratet mye med oss på telefon. Disse samtalene gjorde vi opptak av. Han innrømmet selv at fordelingsnøkkelen var 70-30. Han nektet å stille til intervju. Vi reiste da uanmeldt med fotograf til firmaets adresse og filmet i resepsjonen. Etter en halvtime dro vi med uforrettet sak. Horsberg ringte en time senere og ville la seg intervju likevel.

Amnesty valgte å fortelle åpent om sine avtaler fra første stund.

Irén Wrigstedt i Fundraising gruppen var i utlandet og ønsket ikke å stille til intervju. Vi gjorde likevel opptak av en del telefonsamtaler med henne, og brukte små utdrag av dem på lufta. Vi mente at det var nødvendig for å belyse et viktig tema.

Vi opplevde i intervjusituasjonene at intervjuobjektene prøvde å snakke oss rundt med argumenter om at de f.eks. hadde en lav administrasjonsprosent selv om et firma tok 1.100 kroner per fadder som ble vervet. Men det langt mer interessante spørsmålet er hvordan administrasjonsprosenten ser ut fratrukket offentlige midler.

Norske organisasjoner er i stor grad finansiert av statlig støtte, f.eks har Norsk Folkehjelp 90% av inntektene fra staten. De pengene er gratis å samle inn. Dessuten fungerer privat innsamlede midler som en nøkkel til å få store deler statlig støtte. Det resulterer i at hvert medlem som verves på gata er gull verdt for organisasjonene, uansett stykkpris - fordi de ofte kan gange det private beløpet med 10 i utløst statsstøtte. Dessuten blir den offisielle administrasjonsprosenten alltid lav, fordi man deler adm.kostnader på totalt innsamlede midler - og offentlige penger koster ingenting å samle inn.

Vi tok deretter turen ut på gaten for å lete etter gateververne i Fundraising Gruppen AB. Det var ikke så vanskelig. Vi filmet ververne flere steder i byen. Vi stanset også de som nettopp hadde latt seg verve for å høre hva de synes om kostnadene ved vervingen- nemlig kroner 1.100,-

Både Redd Barna og talk2me fikk se innslaget før sending. De hadde ingen faktamessige innvendinger til vår fremstilling.

### **3.2. Kildene og kildekritikk**

Vi hentet inn informasjon gjennom:

- svar fra de fleste organisasjonene, men ikke alle.
- en lang rekke samtaler med åpne og anonyme kilder i både bistandsorganisasjoner og tele-selskaper. Vi gjorde opptak av disse samtalene for dokumentasjonens skyld.
- norske og svenske likningsmyndigheter
- Dun & Bradstreet finansiell informasjon
- Brønnøysundregistrene
- Intervjuer med ledere for flere humanitære organisasjoner, TM-selskapet talk2me, lederen for Fundraising Gruppen AB og gateververne selv.
- En rapport utarbeidet på oppdrag for en anonym kilde, som analyserer pengestrømmen og innsamlingsprosenten i store norske organisasjoner. Vi brukte ikke rapporten direkte, men som et underlag for å øke vår forståelse av hvordan organisasjonene lager regnskaper. Kilden hadde egeninteresse av å gi den til oss

### **3.3. Hvor mye arbeidstid og eventuell fritid er brukt?**

Vi brukte 14 dager med relativt intensivt arbeid fra ideen ble unnfanget til produktet ble kringkastet.

## **4. Spesielle erfaringer**

### **4.1. Intern debatt**

Vi hadde flere runder med heftig debatt internt i redaksjonen etterhvert som vi skjønnte hva slags sak vi var i ferd med å lage, og hvordan den ville slå ut. Den vanskelige avveiningen lå i at et kritisk søkelys på hjelpeorganisasjonene ville være en unnskyldning for folk til å la være å gi penger til gode formål. At Redd Barna nettopp hadde hatt TV-aksjonen på NRK, attpåtil organisert av samme avdeling som FBI, ble også diskutert. Vi kom likevel fram til at saken var så viktig, at vi på ingen måte kunne frede disse organisasjonene for et kritisk søkelys, selv om de hjelper mange mennesker i fattige land.

### **4.2. Konsekvenser etter sending**

Flere organisasjoner, deriblant Redd Barna, trakk seg ganske umiddelbart fra kontraktene med Fundraising Gruppen AB. Dette meldte vi i en oppfølgingssak 27. november.

Kort tid etter - i desember 2003 - ble Fundraising-gruppen slått konkurs i Stockholm.

Flere organisasjoner jobber nå med å forsøke å organisere et nytt innsamlings-selskap som skal samle inn penger via gateverving for organisasjonene. Forskjellen nå er at selskapet skal eies av organisasjonene selv, og et eventuelt overskudd dermed skal gå tilbake til den "gode sak" giverne i utgangspunktet gir sine penger til.

### **Vedlegg**

- Kopi av FBIs sending 12. og 27. november 2003
- Kopi av artikler på NRKs nettsider

Marientlyst, 20. januar 2004

På vegne av innsenderne,

Peter Svaar