Reviderad senast: september 2026
Ansvarig: Insamlingschef

Räddningsmissionen

Insamlingspolicy för Räddningsmissionen

Denna policy anger principer för Räddningsmissionens insamlingsarbete, givarrelationer, marknadsföring, återrapportering, företagssamarbeten och hantering av gåvor.

90-konto och Giva Sverige

Räddningsmissionen innehar ett 90-konto och är godkänd och kontrollerad av Svensk Insamlingskontroll. Räddningsmissionen är också medlem i Giva Sverige och följer Giva Sveriges kvalitetskod.90-kontot och kvalitetskoden/Tryggt Givande kommuniceras i kampanjmaterial, informationsmaterial, annonser och annan extern kommunikation.

Metoder för insamling

Insamlingen ska ske på ett förtroendegivande sätt. Information i samband med insamlingen ska vara saklig och korrekt. Räddningsmissionens insamlingar och insamlingsmetoder ska präglas av öppenhet, ärlighet och respekt för givaren.

Exempel på insamlingsmetoder som Räddningsmissionen använder:

- Postala utskick till befintliga givare
- Telemarketing för värvning av månadsgivare
- Medlemstidningen Din Nästa
- SMS- och Swish-kampanjer
- Digital annonsering och kampanjer i sociala medier
- Peer-to-peer-insamlingar
- Evenemang
- Företagsgåvor, företagssponsring och företagssamarbeten
- Ambassadörs- och influencersamarbeten när dessa bedöms vara lämpliga
- Ansökningar till fonder och stiftelser
- Församlingsgåvor
- Testamenteskampanjer

Alla gåvor registreras i Räddningsmissionens CRM-system. Personuppgifter hanteras enligt gällande integritetspolicy och tillämplig lagstiftning. Inaktiva givare avförs från aktiv kommunikation enligt fastställda rutiner.

Respekt för givaren

Att ta emot gåvor från privatpersoner, företag eller andra organisationer innebär ett förtroende. Räddningsmissionen ska förvalta detta förtroende och alltid hantera givarrelationer och gåvor med respekt och integritet.

Givarnas namn ska normalt inte lämnas eller säljas vidare. Om detta sker ska givaren ha informerats och fått möjlighet att undantas.

Vid insamling genom tredje part ska givaren informeras om hur tredje parten hanterar namn- och adressuppgifter samt om berörda insamlingsorganisationer får tillgång till uppgifterna.

Räddningsmissionen hanterar personuppgifter i gåvoregistret i enlighet med GDPR. Mer information finns i Räddningsmissionens integritetspolicy.

Hantering av gåvor och insamlingskostnader

Insamlade medel ska hanteras med respekt och aktsamhet. I budget och ekonomisk redovisning ska det tydligt framgå vilka verksamheter som tar emot insamlade medel.

I extern kommunikation om insamling ska målen för respektive insamling och kampanj tydligt framgå. Planering och registrering ska dokumenteras systematiskt i aktuellt CRM-system.

Insamlingsarbete kostar pengar och Räddningsmissionens marknadsföring ska inte ge intryck av att insamling sker kostnadsfritt. Kostnaderna för insamlingen ska vara skäliga och information om dem ska finnas tillgänglig för givare och andra intressenter. Räddningsmissionen ska kunna ange hur stor del av de insamlade medlen som går till verksamheten. En första begäran om bidrag får inte utformas som en faktura.

Räddningsmissionen har en digital gåvoshop för exempelvis gåvobevis. Vid försäljning av fysiska produkter ska leverans ske enligt beställarens instruktioner och gällande konsumentskyddslagstiftning.

Fastigheter eller värdepapper som erhålls genom gåva, donation eller testamente ska som huvudregel avyttras, om de inte bedöms bidra till organisationens långsiktiga verksamhet, strategiska fastighetsförsörjning eller kapitalförvaltning. Bedömningen ska dokumenteras och beslut fattas enligt gällande beslutsordning.

Företagssamarbeten och större gåvor

Räddningsmissionen bedömer större företagssamarbeten, sponsringsupplägg och större gåvor utifrån organisationens värdegrund, verksamhetsinriktning, juridiska krav och eventuella risker för organisationens anseende.

Räddningsmissionen kan tacka nej till gåvor eller samarbeten som inte överensstämmer med organisationens värderingar, arbetssätt eller uppdrag, eller där gåvans ursprung, villkor eller förväntade motprestationer bedöms vara olämpliga.

Vid osäkerhet ska frågan lyftas till ansvarig chef och vid behov till ledningsgrupp eller styrelse enligt organisationens beslutsordning.

Återrapportering

Återrapportering till givare och sponsorer ska ske kontinuerligt, vara korrekt och beskriva hur gåvorna används och vilken betydelse de får för målgruppen. Räddningsmissionen ska sträva efter att återrapportera genom de kanaler som är mest relevanta för givaren och det aktuella samarbetet.

Återrapporteringen ska vara proportionerlig utifrån gåvans storlek, givarens önskemål och vad som är administrativt rimligt.

Där det är relevant ska större bidrag och samarbeten följas upp med särskild rapportering som visar ändamål, resultat, lärdomar och ekonomisk användning.

Former för återrapportering

Tack

Räddningsmissionen tackar för varje gåva på olika sätt beroende på givarens preferenser och gåvans storlek. Tack skickas via e-post, sms, brev eller personlig kontakt. Fonder som har beviljat stöd får återrapportering om hur bidragen har använts, exempelvis genom brev, bilder och ekonomisk redovisning från verksamheterna.

Din Nästa

I medlemstidningen Din Nästa berättar vi om Räddningsmissionens verksamhet och hur gåvomedlen används.

Hemsida

På webbplatsen publicerar vi löpande nyheter och uppdateringar om verksamheten.

Sociala medier

Via exempelvis Facebook, Instagram och LinkedIn återrapporterar vi och för dialog med givare och följare.

Besök och möten

Vi bjuder regelbundet in större bidragsgivare till möten, evenemang och studiebesök. Vi besöker även företagsvänner, församlingar och andra givare som önskar personlig återrapportering.

Hantering av frågor och klagomål

Frågor från allmänheten om insamling och gåvor ska besvaras. Medarbetare som bemannar växel eller organisationens allmänna e-postadress ska kunna besvara grundläggande frågor eller hänvisa vidare till rätt funktion.

Givare och allmänhet ska bemötas artigt och professionellt. Klagomål ska besvaras, tas om hand och ses som en möjlighet att förbättra Räddningsmissionens givarservice.

Klagomål av principiell, allvarlig eller återkommande karaktär ska dokumenteras och regelbundet följas upp av ansvarig chef.

Frågor som rör insamlingsstrategi eller insamlingspolicy ska hänvisas till insamlingsavdelningen.

Särskilda ändamål och återbetalning

Gåvor ändamålsbestäms vanligtvis inte utan används där behovet är störst. Större specialdestinerade gåvor kan användas för önskat ändamål om Räddningsmissionen och givaren har träffat en överenskommelse innan gåvan tas emot.

En gåva ska återbetalas om det finns etiska frågetecken kring gåvans ursprung eller legitimitet.

Om organisationen tar emot en gåva som uppenbarligen är avsedd för en annan mottagare ska gåvan omgående överföras till den avsedda mottagaren. Begäran om återbetalning ska respekteras när det är rimligt.

Räddningsmissionen

Marknadsföring

All marknadsföring ska följa god marknadsföringssed och kommunicera respektfullt med mottagarna. Särskild hänsyn ska tas till de människor som berörs av verksamheten och deras integritet. Medverkan i marknadsföring ska vara frivillig och ske med personens bästa för ögonen samt med hänsyn till personens livssituation.

Räddningsmissionen ska vara transparent med användningen av AI-genererade bilder, filmer och texter när det finns risk att mottagaren uppfattar materialet som dokumentärt. AI-genererat material får inte användas på ett sätt som vilseleder givare, förstärker stereotyper eller förminskar människors värdighet.

AI-stöd kan användas i kommunikations- och insamlingsarbetet, exempelvis för språkstöd, idéutveckling, textbearbetning, bildutkast och analys. Publicerat material ska alltid granskas av ansvarig medarbetare före användning. AI-genererat material ska följa samma krav på saklighet, transparens och värdig skildring som annat kommunikationsmaterial.

Hantering av bilder och texter i kommunikations- och insamlingsarbetet

Människor ska skildras värdigt i bild och text. Personer som kan identifieras på en bild ska ha lämnat skriftligt samtycke till att bilden används i Räddningsmissionens egna kommunikationskanaler. Särskild hänsyn ska tas till minderåriga och människor i utsatta situationer. Bilder är personuppgifter och ska förvaras i en GDPR-anpassad bild- och materialbank.

Fotografer ska ha gett Räddningsmissionen rätt att använda bilderna i organisationens kommunikationskanaler. När bildmaterial eller berättelser har anonymiserats, sammanställts eller illustrerats för att skydda individers integritet ska detta tydliggöras när det bedöms relevant.

Mer information om organisationens hantering av bilder finns i Räddningsmissionens bildpolicy. Information om hantering av personuppgifter och registrerades rättigheter finns i Räddningsmissionens information om personuppgifter.

Minderåriga i insamlingsarbetet

När minderåriga deltar i insamling, exempelvis vid evenemang, konserter eller bössinsamlingar, ska det ske med stor försiktighet. Barnens person, integritet och säkerhet ska värnas.

Räddningsmissionen välkomnar minderårigas engagemang för social hållbarhet och medmänsklighet. Samtidigt ska barnets bästa alltid sättas i centrum. Deltagande i aktiviteter kopplade till insamlingsarbetet ska vara frivilligt och ske utifrån barnets förutsättningar.

Det ska alltid finnas ansvariga vuxna vid evenemang där minderåriga deltar, exempelvis föräldrar, lärare, klassföreståndare eller ungdomsledare.

Relaterad information: Räddningsmissionens integritetspolicy