

Har Rädda Barnen råd med reklam på tv, radio och i tidningar?

Vi måste ta oss råd helt enkelt. I en allt större konkurrens om givarnas pengar måste vi synas - i tidningar, på tv, bio och i radio, på nätet och utomhus. Vi måste också göra brevutskick och höras per telefon. Om vi inte gör oss påminda har Rädda Barnen snart varken givare eller medlemmar. Ju fler människor som stöder oss med pengar eller sin röst – desto starkare blir vi som organisation, desto mer kan vi uträtta.

Vi lever under hård konkurrens. Många nya organisationer har etablerat sig i Sverige. Också de gamla organisationerna har blivit större och mäktigare. Mediebruset är starkt och splittrat. Det finns tidningar, radio- och tv-kanaler eller datasajter för de flesta smakriktningar, livsstilar och åldrar. Vi måste nå ”våra” målgrupper i detta myller, även de yngre generationerna. Om vi inte syns ofta, mycket och konsekvent så går pengarna till andra organisationer som exponerar sig flitigare.

Rädda Barnen och andra organisationer med oss får mycket stora rabatter när vi köper reklamplats – ibland ända upp till 90 %. Dessutom har vi reklam i form av pluggar, d v s på utrymmen som media inte har sålt. Det innebär kostnadsfri plats eller till minimalt pris. Hur stora våra rabatter vi får kan vi inte avslöja eftersom avtalen är konfidentiella. Bryter vi avtalen riskerar vi att förlora rabatterna.

Rädda Barnen har 90-konto. Det innebär att våra kostnader för insamling och administration kontrolleras och aldrig får överstiga 25 procent, d v s minst 75 procent ska användas för insatser riktade till barn. År 2008 var denna kostnad bara 13 procent. Detta är en nödvändig kostnad för att kontrollera att pengarna verkligen når fram, används rätt och för att vi ska kunna bli fler som stöder Rädda Barnens arbete.