



Somevaikuttajat hyväntekijöinä

Näin teet arvojesi mukaista yhteistyötä
hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa

PING Helsinki

15.4.2021 – Pia Tornikoski, VaLa ry

Vastuullinen Lahjoittaminen ry

VaLa on varainhankintaa harjoittavien yleishyödyllisten yhteisöjen yhteistyöverkosto, joka edustaa 70 järjestöä ja heidän **yli miljoonaa lahjoittajaa ja tukijaa**.

VaLa määrittelee ja edistää hyvän hallinnon ja hyvän varainhankinnan periaatteita suomalaisessa yhteiskunnassa sekä auttaa jäsenjärjestöjään oppimaan yhdessä osana kansainvälistä verkostoa.

- Ohjeita hyvään hallintoon varainhankintaa harjoittaville säätiöille ja yhdistyksille
- Vastuullisen varainhankinnan ammatilliset arvot ja periaatteet -suositukset (pohjautuvat alan kansainväliseen 'International Statement of Ethical Principles')



VASTUULLINEN LAHJOITTAMINEN RY



UUTTA: Suositukset yleishyödyllisten yhteisöjen ja vaikuttajien väliseen yhteistyöhön sosiaalisessa mediassa

- ▶ *Soveltuvatko Kilpailu- ja kuluttajaviraston 'Vaikuttajamarkkinointi sosiaalisessa mediassa' -ohjeistukset silloin, kun yhteistyön osapuolina ovat vaikuttaja ja hyväntekeväisyysjärjestö?*

#pingethics

- ▶ Suositusten tarkoituksena on ohjeistaa yleishyödyllisiä yhteisöjä ja vaikuttajia siitä, kuinka yhteistyötä toteutetaan vastuullisesti yksityishenkilöille kohdennetussa vaikuttajamarkkinoinnissa ja -viestinnässä.
- ▶ Vaikuttajayhteistyö = yleishyödyllisen yhteisön ja vaikuttajan välinen yhteistyö, jonka tavoitteena on esimerkiksi yhteisön brändin tunnettuuden kasvattaminen tai *varainhankinnan edistäminen*.

Yhteisön varainhankinta ja vaikuttajayhteistyö

- ▶ Suosituksia yleishyödyllisten yhteisöjen ja vaikuttajien väliseen yhteistyöhön sosiaalisessa mediassa voi soveltaa niin rahankeräyksiin kuin muuhun varainhankintaan liittyvässä vaikuttajayhteistyössä.
- ▶ Vaikuttajayhteistyö syntyy, kun yhteisö ja vaikuttaja tekevät sopimuksen sisällöntuotannosta, joka liittyy esimerkiksi yhteisön rahankeräystoimintaan.
 - Suomessa rahankeräyslaki säätelee vastikkeettomien kerta- ja kuukausilahjoitusten pyytämistä niin yksityishenkilöiltä kuin yrityksiltä.
 - Yleishyödyllisten yhteisöjen rahankeräystoiminta on pääsääntöisesti luvan- tai ilmoituksen varaista.

Periaatteet ja arvot vaikuttajayhteistyöhön

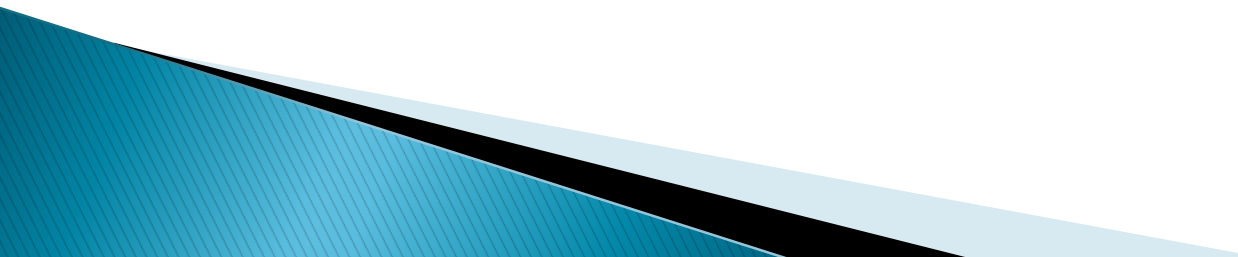
- ▶ **Rehellisyys:** Yhteisöt ja vaikuttajat toimivat rehellisesti ja totuudenmukaisesti, jotta kansalaisten luottamus turvataan. *Rahankeräyslaissa määritellään tiedot, jotka ainakin on lahjoitusta pyydettyäessä annettava yleisölle selkeästi ja ymmärrettävästi.*
- ▶ **Kunnioitus:** Yhteisöt ja vaikuttajat huomioivat yhteistyössään kunnioituksen, yhdenvertaisuuden ja syrjimättömyyden ammattiryhmiä, työyhteisöjä sekä lahjoittajia ja edunsaajia kohtaan. *Rahankeräyslain mukaan kiellettyä on häiritä, pakottaa tai muutoin painostaa lahjoittajaa tekemään lahjoituspäätöksen.*
- ▶ **Avoimuus:** Yhteisöt ja vaikuttajat toimivat avoimesti ja huomioiden vastuun kansalaisten luottamuksesta. Vastuullinen ja vaikuttava viestintä on totuudenmukaista. *Rahankeräyslain mukaan kiellettyä on antaa yleisölle totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja keräyksestä.*

Vinkkejä yhteistyöstä sopimiseen

Tee arvojesi mukaista yhteistyötä -> usko kumppaniin ja tarinaan

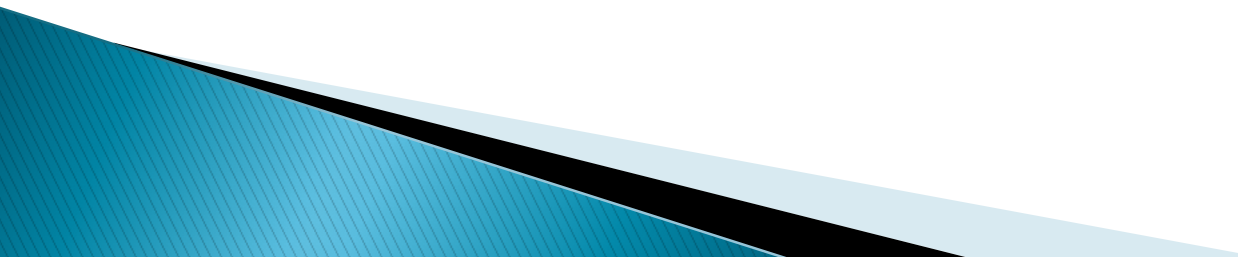
- suomalainen vai kansainvälinen hyväntekeväisyysjärjestö; yhteistyön osapuolet
- yhteisön toiminnan luotettavuus ja läpinäkyvyys; onko rahankeräyslupa-asiat kunnossa
- avoin vuoropuhelu ja tiedottaminen; varautumista myös kritiikkiin (UKK)

Aseta tavoitteet -> win-win-win

- sopikaa yhteisesti tavoitteet; määrä ja laatu
 - mitä mitataan ja miten seurataan tuloksia; varaudu muutoksiin
 - miten tietojen ja tilanteen päivittämisestä sovitaan; raportoinnit
- 

Vinkkejä yhteistyöstä sopimiseen

Laadi sopimus

- Osapuolet; nimetyt edustajat
 - Sopimuksen tarkoitus
 - Vastuut ja velvollisuudet
 - Yhteistyön voimassaolo; mahdolliset jatkoneuvottelut
 - **Yhteistyön korvaus**
 - Luottamuksellisuus
 - Viestintä; kuka kertoo, miten, milloin
- 

Korvaus vai pro bono

Järjestökysely (lokakuu 2020). Vastaajista

- 45 % oli tehnyt yhteistyötä usean vaikuttajan kanssa
- 55 % oli harkinnut tekevänsä vaikuttajayhteistyötä

Sovituista yhteistöistä vastaajista

- 60 % maksoi vaikuttajalle rahallisen korvauksen
- 60 % ei maksanut vaikuttajalle rahallista eikä muutakaan korvausta
- 20 % korvasi vaikuttajalle yhteistyön muilla vastikkeilla

Miten kuluttajille kohdennetussa vaikuttajamarkkinoinnissa olisi hyvä tuoda esiin järjestön ja vaikuttajan sopima yhteistyö?

- Jos yhteistyötä tehdään ilman sovittua korvausta, niin siitä ehdotetaan käytettäväksi merkintää ”**hyväntekeväisyysyhteistyö**” tai ”**pro bono yhteistyö**”.
- Jos yhteistyötä tehdään korvausta vastaan, niin siitä ehdotetaan käytettäväksi merkintää ’kaupallinen yhteistyö’ tai ’mainos’.