

Anneks til del (A):

Indsamlingsetiske Retningslinier for virksomheder, der arbejder på vegne af eller samarbejder med medlemmer af ISOBRO.

De Indsamlingsetiske Retningslinier, der er formuleret for medlemmer af ISOBRO, gælder også for virksomheder, der arbejder på vegne af eller samarbejder med medlemmer af ISOBRO.

Samarbejdet kan fx være om varesalg mv., fundraising, hervedning af medlemmer eller andet.

Det betyder:

- Respekt for kundens/bidragyderens integritet og handlefrihed
- Offentlighed og åbenhed om formål, ledelse og økonomi.

Samarbejde med virksomheder om varesalg mv.

Definition

Samarbejde med virksomheder om varesalg mv. omfatter de tilfælde, hvor en organisation indgår aftale med en virksomhed om at modtage et beløb pr. solgt vare/enhed, en omsætningsandel, en overskudsandel eller lignende. Organisationens modydelse vil som regel være, at virksomheden må anvende organisationens navn i salgsøjemed for den/de aftalte vare(r).

Samarbejde med virksomheder om varesalg mv. omfatter ikke egentlige sponsoraftaler, hvor organisationen indgår aftaler om et fast årligt (eller et engangs-)beløb for brug af organisationens navn (og logo) i aftalte sammenhænge.

Formål

Formålet med at udarbejde Indsamlingsetiske Retningslinier for samarbejde mellem virksomheder og indsamlingsorganisationer om varesalg mv. er at skabe gennemsigtighed for kunden/bidragyderen. Det er vigtigt, at det er offentligt tilgængeligt for kunden/bidragyderen, hvor meget af salgsprisen/omsætningen/overskuddet, der går til organisationen, **FØR** giveren køber varen. Kunden/bidragyderen skal altså have mulighed for at se, om det er en merpris, der betales, eller om det er virksomheden, som deler ud af sit overskud.

Oplysning om et konkret formål

Det bør af virksomhedens salgsmateriale fremgå, hvor kunden/bidragyderen kan få information om, hvorvidt beløbet gives til organisationen i almindelighed eller til et konkret formål.

Kroner per solgt vare/enhed

Det bør af virksomhedens salgsmateriale fremgå, hvor kunden/bidragyderen kan få information om, hvor meget der går til organisationen pr. solgt vare/enhed. Denne oplysning skal også gives i forbindelse med telefonisk salg.

Omsætningsandel

Det bør af virksomhedens salgsmateriale fremgå, hvor kunden/bidragyderen kan få information om, hvor stor en procentdel af omsætningen for den pågældende vare/produktlinie, der går til organisationen. Denne oplysning skal også gives i forbindelse med telefonisk salg.

Overskudsandel

Det bør af virksomhedens salgsmateriale fremgå, hvor kunden/bidragyderen kan få information om hvor stor en andel af overskuddet ved salget af den pågældende vare/produktlinie, der går til organisationen. Denne oplysning skal også gives i forbindelse med telefonisk salg. Organisationens skal sikre sig, at der er aftalt et rimeligt minimumsbeløb i forhold til forventet omsætning. Organisationens skal også sikre sig, at måden, man udregner overskuddet på, er nedfældet i aftalen med virksomheden, således at der ikke kan opstå tvivl om, hvad overskudsandelen er.

Det skal fremgå af virksomhedens salgsmateriale, hvor kunden/bidragyderen kan få information om både minimumsbeløb og overskudsandel, ligesom disse oplysninger også skal gives i forbindelse med telefonisk salg. Minimumsbeløbet skal forsikre giver om, at der under alle omstændigheder vil tilfalde organisationen nogle af givers penge - også i tilfælde af underskud. Dog må det understreges, at man ikke kan sikre sig mod konkurser mv.

Vedtaget på repræsentantskabsmødet 3. maj 2004