



Giving Tuesday 2022

Giving Tuesday

- Giving Tuesday, ägde i år rum den 28 november.
- Giving Tuesday startade som en reaktion mot alla de dagar i november som handlar om shopping och konsumtion. Idag är det en global folkrörelse som sätter engagemang i centrum och uppmärksammar allt positivt som görs i samhället.



Bakgrund

- 2020 och 2021 gjorde vi ett samarbete med en av våra huvudpartners Bauhaus kring konceptet Rörelse mot barncancer.
- Bauhaus samarbetade med ett stort antal idrottsprofiler som aktiverades under Giving Tuesday kring en uppmaning att träna och sedan swisha 1 krona per tränad minut till Barnancerfonden. Medverkade gjorde fotbollsp profiler som Kosovare Asllani, skidstjärnor som Charlotte Kalla och många fler.
- Insamligen gav 2021 ca 1 miljon kr som sedan Bauhaus dubblade.



Idag spelar vi för alla små hjältar som aldrig får chansen att snöra på sig skridskorna själva. Tillsammans med Bauhaus och Barnancerfonden är det dags att sätta Sverige i rörelse och bidra i kampen mot barncancer! Gå in på Barnancerfonden.se och bidra med så många kronor som minuter du rör på dig idag. Bauhaus dubblar den första insamlade miljonen! Vill du bidra i kampen mot barncancer? Bidra till insamlingen och sprid ordet; lägg upp en bild på dig som barn, lägg på...



Träna mer idag och rädda fler barn! Alla barn får inte chansen att växa upp och utöva sin favoritsport. Det vill vi ändra på! Under Giving Tuesday har vår ligasponsor BAUHAUS Sverige en insamling tillsammans med Barnancerfonden. Ta en promenad eller träna ditt vanliga träningspass och omvandla dina träningsminuter till swishade kronor i kampen mot barncancer. Kör du en timme på gymmet skänker du alltså 60 kronor. Det bästa är att Bauhaus sen går in och dubblar ditt bidrag...



Vårt koncept

- I år ville vi prova en ny idé för aktivering av Giving Tuesday. Tidigare år har vi även tackat givare, skapat Facebook-insamling och vi ville skapa en ny insamlingsaktivitet i år.
- För årets aktivering var utmaningarna större än tidigare. Skenande inflation och elpriser samt krig i Ukraina gjorde att vi antog att givarviljan riskerade att bli lägre generellt och även för vårt ändamål.
- Hur skulle vi stå ut i bruset och väcka givarnas vilja att bidra trots ekonomisk oro? Hur kunde vi nå ut till nya givare utanför den etablerade givarbasen?
- Lösningen blev en enkel idé, med tydlig koppling till vårt ändamål. Swisha **15 kronor för de 15 procent** som inte överlever barncancer. Överlevnaden för barn i Sverige som drabbats av barncancer är 85 procent i snitt, därmed är det 15 procent som inte överlever. Den siffran måste minska och för det krävs mer forskning.
- I normala fall ber vi inte om så lite pengar, men genom att tänka om hoppades vi att det var en summa som de flesta har råd att avvara. Kopplingen till de 15 procent som inte överlever innebär också att vi får med en kunskapsdel i vårt budskap. Konceptet var också så kort och tydligt att vi hoppades att det skulle stå ut i bruset kring Cyber Monday och julhandel.
- När vi bad om en liten gåva krävdes det många givare för att det skulle resultera i en stor insamling. Vi tog därför hjälp av influencers för att sprida budskapet till breda målgrupper.

#GIVING
TUESDAY
SWEDEN

15 procent av barn med cancer
klarar sig inte. Mer forskning behövs.

Swisha 15 kronor till
90 20 900.

**BARNCANCER
FONDEN**

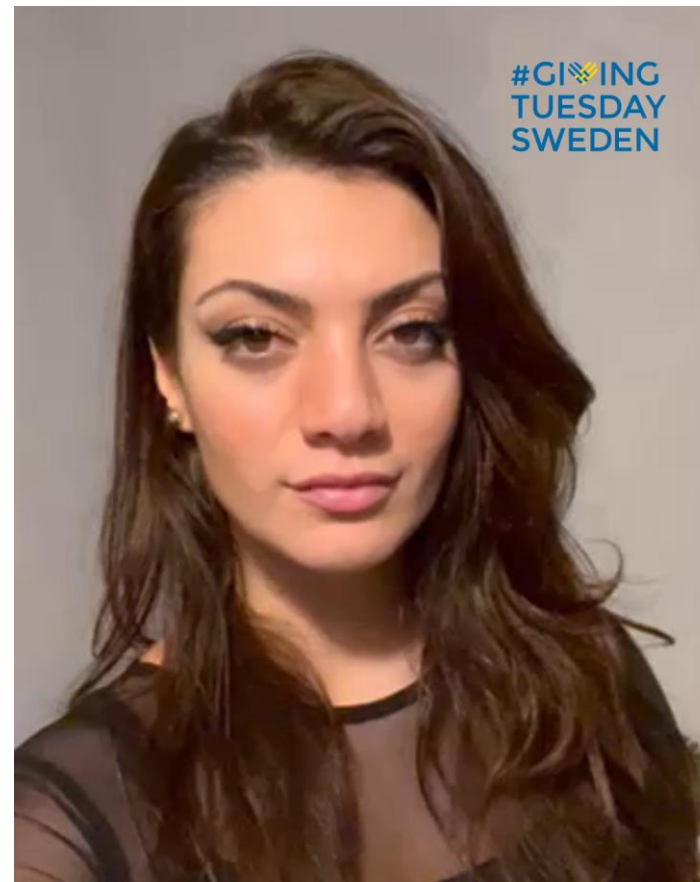
Egna kanaler

- I våra sociala kanaler delade vi uppmaningen via en film med Katia Mosally, Dragomir Mrsic, Camilla Läckberg, Sarah Sjöström och Theoz. Budskapet var enkelt och tydligt - gör som jag, swisha 15 kronor för de 15 procent som inte överlever.
- Vi gjorde även utskick till våra befintliga givare med en lite öppnare uppmaning, där den förvalda summan att ge var 100 kronor, i förhoppning om att våra mest lojala givare ville ge en större summa. Utskicket gick via mejl och SMS med länk till Adoveos swish-verktyg.
- Företagsinsamling kontaktade också företag som köpt våra företagspaket med uppmaning om att dela vår kampanj i sina sociala kanaler.
- På barncancerfonden.se lades det upp en puff på startsidan med insamling via Adoveos swish-verktyg.



Förtjänade kanaler

- Vi tog själva kontakt med en rad influencers med uppmaning om att stötta vår kampanj.
- 48 kända profiler delade vår uppmaning. De fick tolka budskapet själva, inget färdigt material skickades ut.
- Dessa profiler hade en sammanlagd räckvidd bara på Instagram på 3,1 miljoner följare.
- De medverkande la upp många fina texter och filmer där de tolkade uppdraget. Som tex Johan Jureskog och Hasse Brontén.
- Dessutom spred sig kampanjen organiskt genom att drabbade föräldrar delade egna inlägg med samma uppmaning.



Influencers och drabbade



Resultat

- Insamling: 441.637 kr
- Rekord i antal gåvor på Giving Tuesday
- Räckvidd våra sociala kanaler: över 300.000
- Budskapet om att 15 procent inte överlever barncancer nådde en potentiell miljonpublik.



Varmt tack till alla som hjälpte oss att samla in hela 440 000 kronor till forskning och stöd till drabbade under Giving Tuesday 2022.

Reflektioner

- De som lyckades väl under Giving Tuesday (och Black Friday) var de som kunde skapa ett tydligt skäl till varför man ska bidra. Du kan inte bara be om en gåva.
- Valet att få många att bidra med en liten gåva låg helt rätt i tiden.
- Ett enkelt budskap med koppling till vårt ändamål bröt igenom bruset.
- Det gjorde också att resultatet av aktiveringen inte endast blev gåvor, utan att vi även nådde ut med ett viktigt budskap.
- Kombinationen av flera egna kanaler med starka förtjänade kanaler gjorde att vi nådde en stor räckvidd.
- Att låta influencers själva tolka uppdraget gav väldigt fina berättelser som berörde på ett sätt som vi inte hade kunnat göra genom att skicka ut en bild eller en film som de skulle dela.
- Det går att skapa engagerande kampanjer med små medel tack vare kreativa medarbetare och bra samarbete över avdelningarna internt.

Reflektioner

”I årets Giving Tuesday-kampanj lyckades vi genom ett enkelt budskap, 15 kronor för 15 procent, få in många gåvor men också få ut ett av våra huvudbudskap. Att 15 procent av de som får barncancer inte överlever. Vi är tacksamma att nästan 50 stycken influencers och kändisar hjälpte till att pro bono sprida vårt budskap”, säger Åsa Hornhammar, ansvarig för influencer- och ambassadörssamarbeten på Barncancerfonden.

”Det var väldigt roligt att vi kunde skapa en engagerande kampanj med små medel tack vare kreativa medarbetare och bra internt samarbete mellan olika avdelningar”, säger Hans Kullin, ansvarig för sociala medier på Barncancerfonden.

”

jenny_afr

Swishat för mitt änglabarn Wilmer som dog i leukemi endast 22 mån gammal 🙏❤️

brevtilliris

Swishat 15 kronor åt min dotter Iris som dog i Rabdhomyosarkom april 2021. 💔💔💔❤️

”

bluecate

För min Axel och alla andra änglar 

”

Marie Eveby

Skänker varje månad till barncancerfonden. Men självklart så får de 15:- till.

annika_johansson70

Swishat för allas våra barn ♥ Vår sin överlevde sin cancer.....
men det gjorde inte alla barn som behandlades
samtidigt 🙏 ♥ Många överlevare kämpar med sena
komplikationer pga behandlingar, mer forskning behövs!



**BARNCANCER
FONDEN**

”

eloschke


Är månadsgivare men såklart swishar jag 15:-  

hellmyrs75

Svischat 15 kr  är oxå månadsgivare. varje krona behövs  

”

stinavendel

Åh vad fint att @theozofficial är med i detta, ska visa dottern när hon kommer hem. Det är hennes stora idol. Hon har en hjärntumör och jag swishade så klart för henne och alla andra barn med cancer 

theozofficial

@stinavendel  hälsa så jättemycket till din dotter från mig.

stinavendel

@theozofficial  

”

fiae3

Först ska dessa fina och oskyldiga barn kämpa för sina liv, en kamp som är bottenlöst svart och plågsam för att sedan överleva alla dess biverkningar som ofta är bestående. Vår Walle kämpar än idag med alla skador/trauman ifrån alla behandlingar (4:e gradens medulloblastom) såsom svårigheter med sin gång efter halvsidesförlamning, dövhet, stomiknapp, konstant rädsla för återfall m.m. MEN han lever vilket vi är evigt tacksamma för! 🙏 Cancer ska helt bort ifrån våra älskade barn, ingen skall behöva drabbas av detta horribla elände!!! - Barn skall få vara barn!!! ❤️



barncancerfonden Original ljud

tacksamma för! 🙏 Cancer ska helt bort ifrån våra älskade barn, ingen skall behöva drabbas av detta horribla elände!!! - Barn skall få vara barn!!! ❤️

2 v 1 gilla-markering Svvara

matildasjogren Swishat ❤️ 🙏

2 v Svvara

marroo_badran_said_9020900

2 v Svvara

stinavendel Åh vad fint att @theoofficial är med i detta, ska visa dottern när hon kommer hem. Det är hennes stora idol. Hon har en hjärntumör och jag swishade så klart för henne och alla andra barn med cancer ❤️

2 v 8 gilla-markeringar Svvara

— Dölj svar

theoofficial @stinavendel ❤️ hälsa så jättemycket till din dotter från mig.

2 v 7 gilla-markeringar Svvara

stinavendel @theoofficial ❤️ ❤️

2 v Svvara

barncancerfonden @stinavendel wow så fint ❤️ vi är också väldigt glada att @theoofficial är med

2 v 3 gilla-markeringar Svvara

Marknadsför inlägg

👍 🗨️ 📌

Gillas av barncancerfondenostora och 1 127 andra

NOVEMBER 29

😊 Lägg till kommentar... Publicera

