

§17a Förslag till nytt namn för föreningen och logotyper

Bakgrund

Syftet med översynen av föreningens namn och varumärke är att skapa tydlighet i sin roll i förhållande till andra aktörer inom civilsamhället såväl som att stärka sitt uppdrag att säkra tryggt givande och oberoende finansiering av civilsamhällets organisationer i Sverige. Namnet FRII är visserligen delvis inarbetat, framför allt i medlemsgruppen men som helhet är namnet omständligt och signalerar inte snabbt och enkelt vad FRII bedriver för typ av verksamhet. Kännedomen om namnet och föreningen är låg bland beslutsfattare (riksdagsledamöter och journalister) även om de vid en förklaring uppfattar att det arbete FRII gör är viktigt. En förändring av namnet har diskuterats under många år och styrelsen bedömde att det nu, både inför föreningens kommande 30-årsjubileum 2021 och utifrån omvärldsanalysen är rätt tillfälle att genomföra ett namnbyte. Utgångspunkten har varit att namnet bättre behöver spegla FRIIs verksamhet och eftersträvade position i civilsamhället.

Parallellt med översynen av föreningens namn inkluderades även märkningen "Tryggt givande". Som en del i arbetet för att bidra etisk, transparent och professionell insamling har FRII sedan slutet på 1990-talet utvecklat ett kvalitetsarbete som idag omfattar fyra olika delar: etik, ekonomisk redovisning, effektrapportering och intern kontroll och styrning. Vid införandet av kvalitetskodens obligatoriska krav på rapportering 2013 utvecklades konceptet och tillika märkningen "Tryggt givande". Denna skulle fungera som en märkning för de medlemmar som uppfyllde kvalitetskoden och begärde en certifiering men det genomfördes aldrig konsekvent. Många medlemmar efterfrågar emellertid en märkning eller logotyp för att markera sitt medlemskap i föreningen och sitt kvalitetsarbete. Logotypen "Tryggt givande" behövde därför också uppdateras för att kunna vara ett branschspecifikt kvalitetsmärke som medlemmarna kan använda – om de vill - för att visa att de är medlemmar i FRII och lever upp till FRIIs krav för etisk, transparent och professionell insamling, dvs tryggt givande.

Process

Varumärkesöversynen och framtagande av namn och logotyper har letts av Scandinavian Design Group. Arbetet inleddes med en workshop där följande medlemsrepresentanter medverkade:

Benny Andersson, Djurens Rätt

Carin Balfe Arbman, Fryshuset

Thérèse Engström, Röda Korset

Marika Hjelm Siegwald, ACT Svenska Kyrkan (tidigare Stockholms stadsmision)

Martina Högberg, Raoul Wallenberg Academy

Per Leander, Friends

Kristina Sparreljung, Hjärt-Lungfonden

Stefan Svensson, Livräddningssällskapet

Peter Winberg, Bröstcancerförbundet.

Från workshopen drogs slutsatsen att namnet ska signalera kunskap och branschröst. Den främsta målgruppen är medlemmar och potentiella medlemmar, sedan beslutsfattare och media och sist allmänheten. Efter att två namnförslag tagits fram fördes diskussioner i styrelsen, med workshopdeltagarna och i samband med en lunch för generalsekreterare och ett beslut om slutligt förslag fattades av styrelsen.

Det nya namnet för föreningen föreslås vara Giva Sverige med deskriptorn "Branschorganisationen för tryggt givande". Namnet föreslås träda i kraft direkt i samband med beslut på årsmötet. Själva införandet sker sedan successivt med målsättningen att vara helt klart 1 september 2019.



Branschorganisationen
för tryggt givande



PRISBUD

tryggt
givande
givasverige

SEKURITÄT

tryggt
givande
givasverige

tryggt
givande
givasverige

Förslag till beslut

Styrelsen föreslår årsmötet att

- besluta om att ändra föreningens namn till Giva Sverige
- besluta om att godkänna föreslagen logotyp för Giva Sverige
- besluta om att godkänna ny logotyp för Tryggt givande
- besluta om att det nya namnet träder i kraft omedelbart