

Årsberetning UNICEF Norge 2019



STYRETS ÅRSBERETNING 2019

UNICEF er barnas viktigste forkjemper. UNICEF Norges visjon er en verden der alle barns rettigheter blir innfridd. I alt vi gjør kjemper vi for å skape en verden der alle barn, spesielt de mest sårbare og marginaliserte, har like muligheter til å overleve, vokse opp i trygghet og utvikle seg til sitt fulle potensial. Vi skaper varig endring, for hvert barn. Dette gjør vi ved å samle inn penger til UNICEFs utviklings- og nødhjelpsprogrammer globalt og gjennom påvirkning for å fremme barns rettigheter i Norge og internasjonalt.

Styret i UNICEF Norge har ansvar for å utvikle organisasjonen slik at den er best mulig rustet til å møte disse store oppgavene. Styret, kontrollutvalget og valgkomiteen skal sammen gi stifterne, etablerte samarbeidspartnere, myndigheter og omverdenen trygghet for at formålet står fast, og at verdier blir forvaltet og videreført på en god måte.

RESULTATER

Styret i UNICEF Norge konstaterer at organisasjonen leverer et tilfredsstillende økonomisk resultat for 2019. De totale inntektene utgjorde 195,9 millioner kroner. Overføringer til UNICEF for 2019 er totalt 180,6 millioner kroner hvorav 68,5 millioner er overføring av TV – aksjonen 2017 midler. Overføring av midler til organisasjonens internasjonale arbeid fra midler innsamlet i 2019 er 112,1 millioner kroner. For å være effektive må arbeidet planlegges og utføres på best mulig måte. Oppfølging og evaluering er også en viktig del av vårt arbeid. Vi bruker også midler på inntektsgivende arbeid med kampanjer og kommunikasjon for å få enda flere midler. Kun tre prosent går til administrasjon.

INNSAMLING

Innsamling fra privatpersoner

Formålet med UNICEF Norges innsamlingsarbeid er å samle inn penger til UNICEFs arbeid for barns rettigheter i hele verden. I 2019 gjennomførte vi en rekke nye og spennende kampanjer og prosjekter. Våre private faste givere – fadderne - er de største bidragsyterne til UNICEF Norge. I 2019 ga de 99,5 millioner kroner til UNICEFs arbeid for barn. Dette er frie midler som UNICEF fordeler tematisk og geografisk til arbeid for de barna som trenger det mest.

Vi har initiert en rekke innsamlingskampanjer i 2019. Hovedfokuset har vært den integrerte kampanjen for å markere at Barnekonvensjonens tretti år som var et samarbeid mellom samtlige avdelinger, marked privat, marked næringsliv, barns rettigheter og bærekraft og kommunikasjon og merkevare.

I 2019 har vi videreutviklet tjenesten *Arvetesten*, den digitale plattformen som vi lanserte i 2018 og som gir brukerne svar på arv samt informasjon om muligheten til å gi en testamentarisk gave til UNICEF.

I 2019 har vi også videreutviklet UNICEF-lotteriet, som ble lansert i slutten av 2017. I 2019 har flere spillere vunnet premie, hvilket inspirerer flere publikummere, som en alternativ måte å donere penger til UNICEF på.

I 2019 har vi også organisert UNICEF-runden – en fast årlig tradisjon på mange skoler. UNICEF-runden er et ferdig opplegg for en meningsfull og morsom aktivitetsdag. UNICEF-runden gir aktivitetsdagen en ekstra dimensjon og elevene ekstra motivasjon. Mange elever får superkrefter når de vet at hver runde de løper bidrar til mer skole for afrikanske barn. Utdannelse er hovedkilden til fremgang i barnas liv og din skole kan bidra til å realisere barns rett til utdanning i Mali.

Den viktigste satsningen UNICEF Norge har fått til i 2019 er kampanjen “CRC30” (30-års jubileet for Barnerettighetene). Den første fasen ble en stor suksess og nådde ut til flere enn 3 millioner nordmenn. Kampanjen har skaffet oss flere tusen kontakter for verving av faste givere og støttespillere.

Innsamling fra store partnere

Næringsliv og organisasjoner er avgjørende støttespillere for UNICEF Norge. Våre signaturpartnere, Cubus, Kiwi, DNB, NHH Aid, Nordic Choice Hotels, Norwegian, DLA Piper, ISCO Group, SBS Discovery (TVNorge) og Telenor har i særlig grad bidratt.

CRC30 kampanjen involverte de aller fleste av våre store partnere. Alle bidro i stor grad til å dele og synliggjøre det viktige budskapet med kampanjen, inklusive CEO's, CFO's VP's og andre representanter fra øverste ledelse. Samarbeidet rundt kampanjen bidro i stor grad til å styrke våre forbindelser og relasjoner. Spesielt viktig var det med Norwegian og Nordic Choice som hadde en aktiv rolle i selve gjennomføringen av kampanjen i Oslo og på Svalbard. Avtalen med Norwegian ble fornyet i 2019.

Telenor og UNICEF har også lansert nytt prosjekt med digital fødselsregistrering i Myanmar.

I november arrangerte UNICEF Norge et investorseminar om betydningen av barns rettigheter i investeringsanalysen. Seminaret var et viktig steg i arbeidet med å promotere UNICEF som en aktuell samarbeidspartner for norske finansaktører innenfor ansvarlige investeringer og var et samarbeid med Norsif (Norwegian Sustainable Investment Forum) og DNB.

BARNES RETTIGHETER OG BÆREKRAFT

UNICEF Norge har i 2019 hatt fokus på barns rettigheter i bred forstand i Norge bl.a. for å markere Barnekonvensjonen 30 år med vår CRC30-kampanjen.

Formålet med kampanjen var å skape oppmerksomhet om UNICEF Norge og vårt arbeid for barns rettigheter, og å innhente nye støttespillere som vi kan kontakte for å verve faste givere. Kjerne i kampanjen var at vi har kodet barnekonvensjonen i syntetisk DNA, hvorav ett eksemplar er blitt lagret i World Arctic Archive på Svalbard. Kampanjen har nådd ut både nasjonalt og globalt, som en del av den internasjonale UNICEF kampanje. Kampanjen fikk god mediedekning i Norge og utlandet og ikke minst skapt stort engasjement på sosiale medier. Alle våre signaturpartnere har vært involvert og har delt kampanjemateriell i deres sosiale nettverk. Både statsministeren, utviklingsministeren, barne- og familieministeren og digitaliseringsministeren har engasjert seg for kampanjen, i tillegg til andre ledere og kjendiser. Som en del av kampanjen ble det produsert en Kahoot om barnerettighetene som ble oversatt til 17 språk og distribuert via UNICEF Internasjonalt i samarbeid med Kahoot!

Samarbeid med **=Oslo**, november-utgaven, var viet "Den ene barndommen", og satte fokus på barns situasjon i Norge og barnerettighetene i samarbeid med UNICEF. Kampanjens promo-video ble også sett av mange på sosiale medier og skapte engasjement både på Facebook og Instagram.

UNICEF produserte også en **barnevennlig versjon av barnerettighetene** med nye ikoner som ble oversatt til norsk og produsert som plakat, støttet av BFD. Plakaten ble sendt ut til alle barne- og ungdomsskoler i landet. Dette befester vår rolle som barnerettighets-organisasjon og naturlig samarbeidspartner for myndighetene, og bidrar til å øke oppmerksomheten og kunnskapen om barnerettighetene.

I oktober lanserte vi UNICEFs flaggskipsrapport **State of the World's Children** (SOWC) som fikk stor oppmerksomhet i media, blant fagfolk og andre organisasjoner. Gjennom arbeidet med SOWC har UNICEF Norge inntatt rollen som den barnerettighets-organisasjonen som jobber mest dedikert og forskningsforankret med barns ernæring, og dette åpner for nye muligheter både for påvirkningsarbeid og næringslivssamarbeid.

Vi har også gjennomført kampanjen «Den usynlige skolesekken» i samarbeid med skolesekkprodusenten Beckmann med en bevisstgjøringskampanje om vold og overgrep mot barn. Kampanjen besto av en videofilm samt aktiviteter på utsalgssteder/butikker og på nettsidene til både Beckmann og UNICEF.

I 2019 har vi også inngått en ny partnerskapsavtale om påvirkningsarbeid for global helse med **Bill and Melinda Gates Foundation** (USD 200.000 over tre år) kalt «**Every Child Alive**». Vi har initiert en arbeidsgruppe med andre sivilsamfunnsorganisasjoner som har lignende avtaler med stiftelsen. Sammen har vi påbegynt et påvirkningsarbeid mot myndighetene for videre støtte til vaksinealliansen Gavi.

Kommuneanalysen, som ser på norske kommuners satsing på tjenester til barn og unge, avdekker store geografiske forskjeller i tjenestetilbudet. I tillegg til selve rapporten gir analysen stor medieoppmerksomhet, og er en viktig og strategisk analyse for UNICEF Norge.

UNICEF Norge fortsetter å være en tydelig stemme i debattene, diskusjonen og media om mobbing. Arendalsuka er en viktig arena for vårt påvirkningsarbeid og samarbeid med partnere og andre organisasjoner.

Bærekraftssamarbeidet med næringslivet og investorer ble videreutviklet i 2019. UNICEF Norge har hatt et særlig fokus på bransjene finans, IT og tekstil og å styrke arbeidet på tvers i egen organisasjon. Vi har satt i gang andre fase i partnerskapet med **NBIM/Oljefondet** bærekraftige investeringer.

Vårt nyeste initiativ, "**Barnas tale,**" som vi gjorde i samarbeid med TV2 og produksjonsselskapet Nordic Screens/Nordic Family og Elevkanalen ble lansert i desember. Alle barn i Norge ble invitert til å sende inn videoinnspilte taler om et tema de brenner for. Alle talene ble vurdert av en komité bestående av både voksne, barn og ungdom og ledet av UNICEF-ambassadør Penelope Lea. Den utvalgte taleren fikk holde talen sin i Rikssalen på Eidsvoll og opptaket ble vist på TV2 rett før hhv Kongens og statsministerens nyttårstaler. Sendingen ble sett av over 400.000 personer, og Barnas tale er også publisert på TV2s Sumo-kanal og undervisningsplattformen Elevkanalen.

UNICEF Norge har vært sentral i oppstarten av alliansen for **Digitale Velferdsgoder**, med sterk forankring hos norske myndigheter i samarbeid med UNICEF International.

NYE AMBASSADØRER

I 2019 har UNICEF Norge videreutviklet sitt ambassadørprogram og oppnevnt to nye UNICEF-ambassadører: klimaaktivisten **Penelope Lea** (15) og dansegruppen **Quick Style**. De utgjør nye tilskudd i vårt arbeid for barns rettigheter sammen med våre ambassadører **Ole Gunnar Solस्कjær**, **Kjetil André Aamodt** og **Sissel Kyrkjebø**.

I desember deltok UNICEF med vår klima-ambassadør Penelope Lea på den store internasjonale klimakonferansen i Madrid, **COP25**. Penelope Leas aktive deltakelse ble også lagt merke til av vårt hovedkontor i NY som var tilstede på vegne av UNICEF Internasjonalt. Penelope Lea ble intervjuet i de største norske medier og internasjonale medier som BBC, El Pais m.fl.

ORGANISASJON

UNICEF Norge hadde totalt 62 årsverk i 2019. Av disse er 19 årsverk knyttet til fadderrekruttering og pleie. Organisasjonen har hatt et sykefravær på 3,4%.

Av organisasjonens fast ansatte ved utgangen av 2019 var det 30 kvinner og 12 menn. Ledergruppen, inkludert generalsekretæren, besto ved utgangen av 2019 av tre menn og fem kvinner. Styret består nå av fem kvinner og fire menn. Det skal ikke forekomme forskjellsbehandling med hensyn til lønn, avansement eller liknende når det gjelder kjønn, etnisk opprinnelse, religion eller seksuell legning.

ØKONOMI

UNICEF Norges pensjonsordning omfattet ved årsskiftet 99 personer hvorav to er pensjonister. Ordningen gir rett til definerte fremtidige ytelser og forpliktelsene er dekket gjennom et forsikringsselskap. Pensjonsforpliktelser og pensjonskostnader er beregnet og kostnadsført i henhold til god regnskapsskikk for idelle organisasjoner.

UNICEF Norge hadde en likviditetssituasjon med til sammen 80,3 millioner kroner i bankinnskudd pr 31.12.2019. Dette er tilstrekkelig til å møte organisasjonens kortsiktige forpliktelser.

UNICEF Norge har ikke langsiktig gjeld. UNICEF Norge leier lokaler i Sandakerveien 130 i Nydalen i Oslo siden september 2018. Virksomheten har ingen negativ påvirkning på det ytre miljø.

Aktivitetsregnskapet for 2019 er revidert og det er ikke avdekket vesentlige avvik i revisjonen. Årets regnskap viser et negativt aktivitetsresultat på 64,5 millioner kroner.

TV-aksjonen 2017-innsamlingen påvirker vårt aktivitetsresultat i alle årene vi overfører disse midlene til UNICEF. I 2019 har vi overført 68,5 millioner kroner til UNICEF, og midlene har gitt en avkastning inkludert renter på 3,3 millioner kroner. Etter avtalen med NRK og retningslinjene gitt fra NRK Innsamlingskontrollen er avkastningen overført egenkapital med eksternt pålagte restriksjoner for å kunne overføres til programlandene i 2020 eller innen utløpet av prosjektperioden.

Inntekter for 2019 er 195,9 millioner kroner mot inntekter på 206,4 millioner kroner i 2018. Totale kostnader er på 79,8 millioner kroner. Overføringer til UNICEF for 2019 er totalt 180,6 millioner kroner hvorav 68,5 millioner er overføring av TV – aksjonen 2017 midler. Overføring av midler fra midler innsamlet i 2019 er 112,1 millioner kroner – dvs lavere enn i 2018 (ned 14 %) etter overføringer til egenkapital i henhold til UNICEF Norges gjeldende «*reserves policy*».

Dette representerer en innsamlingsprosent på 78 % i 2019 mot 80 % i 2018.

Administrasjonsprosenten var 3 % i 2019 mot 2 % i 2018. Regnskapet gir et rettviseende bilde av stiftelsens virksomhet og regnskapet avlegges under forutsetning om fortsatt drift.

Risiko

UNICEF Norge opererer i et marked som er preget av stor usikkerhet på grunn av pandemien COVID-19. Vi ser økt risiko på områder vi tidligere har sett som lav risiko, både innenfor markedet for privatpersoner og for næringslivsgaver.

UNICEF Norge samler inn penger fra private aktører, både bedrifter og privatpersoner. Innsamlede midler fra TV – aksjonen 2017 distribueres til formålsprogrammer over en treårs periode i tråd med retningslinjene. I påvente av overføring til formål er midlene plassert i rentefond med lav risikoprofil. Øvrige midler plasseres i bank i påvente av å overføre midlene til internasjonale formål. I ordinære innsamlinger overføres midlene til formål løpende gjennom året. Stiftelsen har solid likviditet og kan oppfylle sine forpliktelser.

COVID-19

Fredag 13. mars 2020 innførte regjeringen strenge tiltak mot smittespredning av COVID-19 i Norge, og flere tiltak fulgte i tiden etterpå. Blant annet ble skoler, barnehager og flere servicenæringer stengt, og strenge reiserestriksjoner og sosial distansering ble innført. Etter hvert som viruset har spredt seg globalt, har også veldig mange land fulgt etter med tilsvarende strenge tiltak.

Smittevernstiltakene har allerede hatt stor negativ effekt på både norsk og internasjonal økonomi, og jo lengre de varer, jo større negativ effekt vil vi se på økonomien, vi går inn i en lavkonjunktur. Dette vil påvirke også UNICEF Norge fremover. Både vi og våre partnere må forvente å operere i en helt annen verden og et helt annet marked når tiltakene tar slutt. Arbeidsledigheten vil øke, reallønn og kjøpekraft vil gå ned, flere bedrifter vil gå konkurs.

Så langt har UNICEF Norge merket direkte effekter ved at fadderrekruttering på gate og dør måtte stoppes i mars 2020, og innsamlinger gjennom partnere innen reiseliv sank drastisk fra februar 2020. En nedgang i fadderrekruttering vil påvirke våre inntekter i flere år fremover. Videre forventer vi at innsamling fra flere næringslivspartnere vil synke ytterligere, og at privatpersoner blir mer opptatt av det nasjonale i lang tid fremover. Dette vil være en utfordring for vår innsamling til UNICEFs internasjonale arbeid for barn.

Oslo, 23.04.2020

Jens Petter Heyerdahl
President

Siri Frst
Styremedlem

Camilla A.C.Tepfers
Styremedlem

Irene Ohnstad
Styremedlem

Usman Ahmad Mustagh
Styremedlem

Ola Wiig - Hanssen
Styremedlem

Kathinka Sommerseth
Styremedlem

Thomas Noer
Styremedlem

Hilde Midthjell
Styremedlem

Camilla Viken
Generalsekretær

UNICEF NORGE

Postadresse: Postboks 4734 Nydalen 0421 Oslo

Besøksadresse: Sandakerveien 130, 0484 Oslo

unicef.no



PENNEO

Signaturene i dette dokumentet er juridisk bindende. Dokument signert med "Penneo™ - sikker digital signatur".
De signerende parter sin identitet er registrert, og er listet nedenfor.

"Med min signatur bekrefter jeg alle datoer og innholdet i dette dokument."

Smitha Irene Ohnstad

Styremedlem

Serienummer: 9578-5999-4-2343804

IP: 188.95.xxx.xxx

2020-04-23 14:20:09Z



Camilla A C Tepfers

Styremedlem

Serienummer: 9578-5999-4-1292152

IP: 37.191.xxx.xxx

2020-04-23 16:25:09Z



Siri Furst

Styremedlem

Serienummer: 9578-5995-4-83066

IP: 51.175.xxx.xxx

2020-04-23 16:30:08Z



Jens Petter Heyerdahl

Styreleder

Serienummer: 9578-5999-4-1255299

IP: 217.171.xxx.xxx

2020-04-23 17:28:11Z



Ola Tord Wiig Hanssen

Styremedlem

Serienummer: 9578-5999-4-1852934

IP: 84.215.xxx.xxx

2020-04-25 16:32:15Z



Hilde Midthjell

Styremedlem

Serienummer: 9578-5993-4-3433864

IP: 85.166.xxx.xxx

2020-04-25 17:49:09Z



Usman Ahmad Mushtaq

Styremedlem

Serienummer: 9578-5999-4-2111102

IP: 213.239.xxx.xxx

2020-04-26 09:23:39Z



Thomas Noer

Styremedlem

Serienummer: 9578-5999-4-2019191

IP: 46.212.xxx.xxx

2020-04-26 17:45:52Z



Penneo Dokumentnøkkel: MB00A-QUBSA-FKU6O-MKJWU-UH5K8-Y0A2B

Dokumentet er signert digitalt, med **Penneo.com**. Alle digitale signatur-data i dokumentet er sikret og validert av den datamaskin-utregnede hash-verdien av det opprinnelige dokument. Dokumentet er låst og tids-stemplet med et sertifikat fra en betrodd tredjepart. All kryptografisk bevis er integrert i denne PDF, for fremtidig validering (hvis nødvendig).

Hvordan bekrefter at dette dokumentet er originalen?

Dokumentet er beskyttet av ett Adobe CDS sertifikat. Når du åpner dokumentet i

Adobe Reader, skal du kunne se at dokumentet er sertifisert av **Penneo e-signature service** <penneo@penneo.com>. Dette garanterer at innholdet i dokumentet ikke har blitt endret.

Det er lett å kontrollere de kryptografiske beviser som er lokalisert inne i dokumentet, med Penneo validator - <https://penneo.com/validate>

PENNEO

Signaturene i dette dokumentet er juridisk bindende. Dokument signert med "Penneo™ - sikker digital signatur".
De signerende parter sin identitet er registrert, og er listet nedenfor.

"Med min signatur bekrefter jeg alle datoer og innholdet i dette dokument."

Kathinka Koch Sommerseth

Styremedlem

Serienummer: 9578-5999-4-1416235

IP: 51.175.xxx.xxx

2020-04-27 13:58:14Z



Camilla Viken

Daglig leder

Serienummer: 9578-5995-4-198303

IP: 84.209.xxx.xxx

2020-04-28 08:28:52Z



Dokumentet er signert digitalt, med **Penneo.com**. Alle digitale signatur-data i dokumentet er sikret og validert av den datamaskin-utregnede hash-verdien av det opprinnelige dokument. Dokumentet er låst og tids-stemplet med et sertifikat fra en betrodd tredjepart. All kryptografisk bevis er integrert i denne PDF, for fremtidig validering (hvis nødvendig).

Hvordan bekrefter at dette dokumentet er originalen?

Dokumentet er beskyttet av ett Adobe CDS sertifikat. Når du åpner dokumentet i

Adobe Reader, skal du kunne se at dokumentet er sertifisert av **Penneo e-signature service** <penneo@penneo.com>. Dette garanterer at innholdet i dokumentet ikke har blitt endret.

Det er lett å kontrollere de kryptografiske beviser som er lokalisert inne i dokumentet, med Penneo validator - <https://penneo.com/validate>