

Sluttrapport Pro bono-samarbeid om Oppsiden.no

Norsk Nettverk for Down Syndrom - Prosperastiftelsen

Forord

Oppsiden.no har hatt stor suksess med å nå en sårbar gruppe, og med å lage en god plattform for samhandling og støtte. For at innsatsen skulle vedvare så Norsk Nettverk for Down syndrom (NNDS) et stort behov for å utvikle en driftsmodell som beskriver muligheter for å generere midler og ressurser til drift og utvikling over tid. Prospera satt sammen et team av seks frivillige konsulenter som høsten 2019 i samarbeid med NNDS utviklet denne modellen.

Prosjektgruppen har gjennomført en innholdsanalyse og interessentanalyse for nettsiden Oppsiden.no. I tillegg har prosjektet laget en finansieringsstrategi og en handlingsplan. Alt dette har ledet til en driftsmodell. Prospera og NNDS takker for et godt gjennomført prosjekt og gleder oss til å følge utviklingen av Oppsiden.no videre.

Sammendrag

Prosjektets overordnede målsetning var at kunnskapsportalen Oppsiden.no blir en varig og bærekraftig innsats.

Målgruppen var brukere av Oppsiden.no: mennesker med Downs syndrom og deres familie, omgangskrets og støtteapparat.

Oppsiden.no fikk gjennom prosjektet en bærekraftig driftsmodell gjennom pro bono-teamets leveranse. Pro bono-teamet jobbet tett sammen med representanter fra styret i NNDS og leverte blant annet en finansieringsstrategi som skal gi grunnlag for økt forretningsmessighet.

Oppsiden.no er per mars 2020 i gang med første tiltakspakke som ble lagt fram i handlingsplanen for implementering av driftsmodellen. NNDS er i gang med å gjennomføre nødvendige organisatoriske grep for å bygge det økonomiske

fundamentet som er nødvendig for bærekraftig drift av Oppsiden.no. Samarbeidet med NNDS muliggjort av DAM-stiftelsen har vist at vår modell for frivillighet kan skape mye verdi for organisasjoner innenfor helse- og omsorgssfæren.

Prosperas administrasjon gjennomførte møter med ansvarlig for Oppsiden.no i NNDS og avgjorde detaljert scope for pro bono-prosjektet. Et team bestående av prosjektleder, fire pro bono-konsulenter og en prosjektmentor ble rekruttert fra Prospera-nettverket. Prosjektet ble innledet med et kick off-møte 25. september 2019. Prosjektgruppen gjennomførte i prosjektperioden ukentlige arbeidsmøter. Pro bono-teamet presenterte sin rapport for styret i NNDS og Prosperas administrasjon torsdag 16. januar. Prosperas administrasjon samlet i ettertid inn evalueringer fra de frivillige konsulentene og NNDS. Prosperas administrasjon har hatt en oppfølgingssamtale med NNDS og Oppsiden.no. Prospera vil følge opp NNDS og Oppsiden.no videre ca. 6 måneder etter prosjektslutt.

Innholdsfortegnelse

[Forord](#)

[Sammendrag](#)

[Innholdsfortegnelse](#)

[Målsetting og målgruppe](#)

[Prosjektgjennomføring og metode](#)

[Resultater](#)

[Bakgrunn for prosjektet](#)

[Målsetting og målgruppe](#)

[Prosjektgjennomføring og metode](#)

[Resultater](#)

[Oppsummering med konklusjon og videre planer](#)

[Eventuelle vedlegg](#)

Bakgrunn for prosjektet

[Oppsiden.no](#) har hatt stor suksess med å nå en sårbar gruppe, og med å lage en god plattform for samhandling og støtte. For at innsatsen skulle vedvare så Norsk Nettverk

for Down syndrom (NNDS) et stort behov for å utvikle en driftsmodell som beskriver muligheter for å generere midler og ressurser til drift og utvikling over tid. Prospera satt sammen et team av seks frivillige konsulenter som høsten 2019 i samarbeid med NNDS utviklet denne modellen.

Målsetting og målgruppe

Prosjektes overordnede målsetning var at kunnskapsportalen Oppsiden.no blir en varig og bærekraftig innsats. Målsetningen ble i prosjektplanen videre brutt ned i fire delmålsetninger:

Delmål 1: Oppsiden.no får en bærekraftig driftsmodell

Delmål 1a: Oppsiden.no bevisstgjøres rundt forretningsmessighet

Delmål 1b: Oppsiden.no implementer driftsmodellen

Delmål 2: Tilgjengeliggjøre kompetansebasert frivillighet for helseprosjekter

Målgruppen var brukere av Oppsiden.no: mennesker med Downs syndrom og deres familie, omgangskrets og støtteapparat.

Prosjektgjennomføring og metode

Forprosjekt

Prosperas administrasjon gjennomførte møter med ansvarlig for Oppsiden.no i NNDS og avgjorde detaljert scope for pro bono-prosjektet (se vedlegg 1). Et team bestående av prosjektleder, fire pro bono-konsulenter og en prosjektmentor ble rekruttert fra Prospera-nettverket (se vedlegg 1 for oversikt over teammedlemmene).

Pro bono-prosjekt

Prosjektet ble innledet med et kick off-møte 25. september 2019 der NNDS, Prosperas administrasjon og den frivillige prosjektgruppen deltok. Prosjektgruppen gjennomførte i prosjektperioden ukentlige arbeidsmøter.

Metoder som ble benyttet var blant annet workshops, intervjuer med brukere av Oppsiden.no, intervjuer med

innholdsprodusentene bak Oppsiden.no og jevnlige forankringsmøter med NNDS. Hver av konsulentene bidro med 60 timer i løpet av de tre månedene (prosjektmentor bidro ca 25 timer), alt arbeid ble gjort etter arbeidstid.

Bilde fra oppstartsmøtet 25. September 2019, pro bono-teamet og Magne Ilsaas fra NNDS.

17. oktober ble det holdt midtveisevaluering der de frivillige konsulentene og NNDS oppsummerte status og fremdrift. Det ble konkludert med at prosjektet var på god vei mot leveranse.

Pro bono-teamet presenterte sin rapport for styret i NNDS og Prosperas administrasjon torsdag 16. januar. Rapporten ble grundig presentert og diskutert. (Se vedlegg 2 for teamets sluttrapport).



Bilder fra overleveringsmøtet 16. januar 2020. Pro bono-teamet, styret i NNDS, ansatt i Oppsiden.no og representant fra Prosperas administrasjon.

Etterarbeid

Prosperas administrasjon samlet inn evalueringer fra de frivillige konsulentene og NNDS (se oppsummering i resultater). Prosperas administrasjon har hatt en oppfølgingssamtale med NNDS og Oppsiden.no i henhold til handlingsplanen teamet har utarbeidet (se oppsummering i resultater). Prospera vil følge opp NNDS og Oppsiden.no videre ca. 6 måneder etter prosjektslutt.

Resultater

Vår overordnede vurdering er at pro bono- teamet har levert et relevant og nyttig verktøy til NNDS som gir grunnlag for en bærekraftig driftsmodell for Oppsiden.no. Det er omforent i NNDS og Prosperas administrasjon at prosjektet har vært svært vellykket. Magne Ilsaas, styremedlem i NNDS styre skriver i prosjektevalueringen:

“Som en liten frivillig organisasjon, var det svært spennende å få et eksternt, profesjonelt blikk på organisasjonen. Arbeidet som er gjort er svært strukturert, og vil fungere som en handlingsplan i mange år fremover.”

I prosjektbeskrivelsen som ble sendt til DAM-stiftelsen står beskrevet at *“resultatet viser seg derfor i kraft av utarbeidede verktøy, og systematisk oppfølging av at milepæler i handlingsplanen følges. Måloppnåelse måles ved å følge opp i henhold til handlingsplan som utarbeides.”*

Vurderingen av prosjektets resultater er således i hovedsak basert på prosjektgruppens leveranse. I tillegg har vi sett på evalueringer levert av NNDS og de frivillige konsulentene og hatt oppfølgingssamtaler med ansvarlig for oppsiden Magne Ilsaas og daglig leder i NNDS Elisabeth De Lange i mars 2020.

Delmål 1: Oppsiden.no får en bærekraftig driftsmodell

Prosjektetgruppen har gjennomført en innholdsanalyse og interessentanalyse for nettsiden Oppsiden.no. I tillegg har prosjektet laget en finansieringsstrategi og en handlingsplan. Alt dette har ledet til en driftsmodell. Prosjektgruppen har levert en rekke verktøy som ble summert i tiltakspakkene; organisasjon, avtaler og roller, innhold og til slutt årshjul. Tiltakspakkene er fordelt i handlingsplanen for 2019 - 2022 for å muliggjøre en gjennomføring med de begrensede ressursene som man ofte har i frivilligheten. Hele leveransen kan ses i den vedlagte sluttrapporten (vedlegg X).

Prospera-teamet sto for flere essensielle bidrag til videre utvikling av NNDS. Av stor betydning hadde økonomiske avklaringer opp mot finansielle støttespillere. Rapporten

viser tydelig økonomisk gevinst ved reorganisering av lokallag og en roadmap for å få til dette. Denne leveransen har spart NNDS for mye tid med tanke på å skape en forankret og informert oppfatning internt i organisasjonen, som tilrettelegger for å gjøre gode grep for fremtiden. Sammenslåing av organisasjonene vil i henhold til den foreslåtte handlingsplanen utgjøre et første viktig steg for å bygge et solid fundament og en bærekraftig driftsmodell for Oppsiden.no.

Delmål 1a: Oppsiden.no bevisstgjøres rundt forretningsmessighet

Daglig leder Elisabeth De Lange i NNDS ble ansatt primo mars 2020. I oppfølgingssamtale etter prosjektslutt forteller hun at deres fokus nå er å sikre økonomi i organisasjonen gjennom sammenslåingen med Ups and Downs. Magne Ilsaas (styremedlem og ansvarlig for Oppsiden.no) forteller at deres fokus er på å bygge et godt økonomisk fundament slik at de har ressursene som kreves for å drifte Oppsiden i framtiden.

Delmål 1b: Oppsiden.no implementer driftsmodellen

Implementeringen av driftsmodellen er rammet inn av handlingsplanen teamet har utviklet. Magne Ilsaas i NNDS beskriver i prosjektevalueringen hvordan de ser på implementeringen av prosjektes leveranse:

“Mange av rådene er langsiktige råd, som vil ta tid å implementere, og så avhenger av f.eks sammenslåing mellom hovedorganisasjon og lokallag. dette er en prosess vi jobber med, men som vi ikke kan styre utfallet av.”

Ultimo mars 2020 er status at NNDS har satt i gang sammenslåingsprosess med Ups and Downs. De har holdt et seminar og et webinar om sammenslåing. Her har NNDS brukt innsikten som gis i rapporten til å underbygge viktigheten og de positive effektene en sammenslåing vil ha for begge organisasjoner. De har satt ned en arbeidsgruppe med representanter for fem Ups and Downs-foreninger, som frem mot organisasjonenens landsmøter i september skal jobbe med nye felles vedtekter.

NNDS har også satt i gang en merkevareprosess, som skal tydeliggjøre hva Oppsiden.no er og gjøre det tydelig hva forskjellen på denne ressursen og NNDS som organisasjon.

Delmål 2: Tilgjengeliggjøre kompetansebasert frivillighet for helseprosjekter

Prosperastiftelsen gjennomfører årlig ca 50 pro bono-prosjekter innenfor mange ulike områder. Samarbeidet med NNDS muliggjort av DAM-stiftelsen har vist at vår modell for frivillighet kan skape mye verdi for organisasjoner innenfor helse- og omsorgssfæren.

Evalueringen de frivillige leverte etter prosjektets slutt tyder på at prosjektet var tilstrekkelig avgrenset for å kunne gjennomføres innenfor det rammeverket som var gitt.

Videre svarer respondentene at prosjektteamet var sammensatt med rett kompetanse og at prosjektet ble styrt på en god måte. Se vedlegg 3 for alle spørsmål og tall fra evalueringen.

Oppsummering med konklusjon og videre planer

Prospera og NNDS jobbet høsten 2019 sammen for å utvikle en bærekraftig driftsmodell for Oppsiden.no. Gjennom Prosperas modell for kompetansebasert frivillighet ble et team bestående av frivillige 6 konsulenter satt sammen. Teamet jobbet sammen i 3 måneder og donerte 60 timer hver til prosjektet. Resultatet er en tydelig driftsmodell for Oppsiden.no og ikke minst verktøyene og handlingsplanen som skal sørge for at NNDS kan implementere denne driftsmodellen.

Prospera vil følge NNDS og prosessen videre. Særlig spennende er sammenslåing av lokalforeninger som er under planlegging og ventes gjennomført høsten 2020. Dette vil være et viktig grunnlag for å bygge et solid fundament som en tjeneste som Oppsiden.no krever.

Prospera takker NNDS og DAM-stiftelsen for samarbeidet og ønsker lykke til videre.

Vedlegg

Vedlegg 1 - Prosjektbrief

Vedlegg 2 - Pro bono-teamets sluttrapport (lastes opp som vedlegg i DAMweb)

Vedlegg 3 - Evalueringer fra pro bono-konsulentene

Vedlegg 4 - Evalueringer fra NNDS

Prospera | Norsk Nettverk for Downs Syndrom



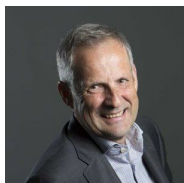
Norsk Nettverk for Downs Syndrom | Oppsiden.no

En familie som har fått vite at de venter et barn med Down syndrom vil være på søken etter kunnskap. Informasjonen som gis varierer dessverre fra sykehus til sykehus og fra landsdel til landsdel. For mange starter denne kunnskapsreisen på Facebook hvor kvaliteten på innholdet er svært varierende og tilfeldig, og kan gi en falsk følelse av åpenhet og trygghet. Norsk Nettverk for Down Syndrom (NNDS) har erfart at foreldre og pårørende gjerne har de gode svarene og rådene man har behov for, og er allerede kommet langt med å etablere oppsiden.no der man skal kunne få akkurat den hjelpen man trenger. Men oppsiden.no trenger en driftsmodell - dette skal Prospera-teamet hjelpe til med. *Prospera-prosjektet gjøres i samarbeid med Ekstra Stiftelsen.*

Prospera-prosjektet

Prospera-teamet skal utvikle en driftsmodell for oppsiden.no. Dette innebærer:

- Å utvikle en stakeholderanalyse via innholdsanalyse
 - hvilke behov har målgruppen for innhold? Hvem andre enn målgruppen er dette innholdet relevant for? (Produsenter, hjelpetjeneste etc.)
- Finansieringsstrategi som tar hensyn til organisasjonens ressurser og ambisjoner.
 - Vil en Premium-modell være aktuelt? Hva med annonsering?
 - Kan teamet identifisere prosjekter (enten på innhold eller funksjonalitet) som kan kvalifisere til støtte hos de allmenntilgjengelige stiftelsene?
 - Hvordan kan oppsiden.no bidra til flere medlemmer i NNDS, og dermed øke inntektene som kan bidra til videreutvikling av oppsiden.no?
 - Finnes det kommersielle stakeholdere som kan bidra på inntektssiden?
 - Lage en break-even-analyse
- Identifisere strategiske dilemmaer og rådgi NNDS i relevante veivalg for å oppnå økonomisk bærekraft.
- Lage en handlingsplan for implementering



Prospera-team

Pro bono-prosjektleder, Christine Jasmine Karud-Lund

- IKT-rådgiver, Akershus universitetssykehus
- Lang erfaring som prosjektleder
- Bioingeniør, HiO

Pro bono-konsulent, Kristina Bergstad

- Senior product manager, Basefarm
- Prosjektledelse, business-strategi
- Bachelor of Management, BI

Pro bono-konsulent, Geir Larsen

- Lang erfaring fra markedsføring fra store konsern og som selvstendig
- Brand building og Leadership, NMH og BI
- Sosiologi fra UiO

Pro bono-konsulent, Sofie Graff Nesse

- Digital forretningsutvikler, Schibsted Norge SMB
- Strategi og forretningsutvikling
- Master finans, NHH

Pro bono-konsulent, Kjetil Nørstenes

- Økonom
- Lang erfaring fra bank og finans
- Business Administration, NHH, Sosialøkonom cand.polit UiO, NHH

Pro bono-prosjektleder, Sven Kinden Iversen

- Senior Rådgiver og styremedlem, HR Norge
- Ledererfaring, blant annet som HR-Direktør Nokia
- MSc, Knowledge Management, Nord Universitet

Vedlegg 2

Pro bono-teamets sluttrapport med to vedlegg

1 - Innholdsanalyse av oppsiden.no

2 - Finansieringsstrategi

Prospera

Prosjekt for NNDS

Sluttrapport, 16.01.2020

av Prospera-teamet ved

Christine Jasmine Karud-Lund, prosjektleder

Sven Kinden Iversen, prosjektmentor

Kristina Bergstad

Geir Larsen

Sofie Graff Nesse

Kjetil Nørstenes

- Hvordan oppleves Oppsiden.no av Google sin robot?
- Er strukturen på Oppsiden.no optimal og er innholdet på viktige landingssider optimalisert?

Vi anbefaler også NNDS om å sjekke om Oppsiden.no kvalifiserer til å søke om Google Ad Grants: https://www.google.com/intl/no_no/grants/

Google Ad Grants er et program fra Google som gir ideelle organisasjoner opptil 10.000 USD i måneden for å annonsere gjennom Google Ads. Dette for å øke synligheten for Oppsiden. Med disse annonsene ville Oppsiden.no havnet lenger opp i søkeresultatet enn det organiske resultatet og vil ha større mulighet for å bli lagt merke til.

5) Sørg for at utvikling av nødvendig funksjonalitet og forbedringer i layout prioriteres.

I tillegg til relevant innhold er det viktig at Oppsiden.no er brukervennlig, at den inneholder nødvendig funksjonalitet og har riktig "look and feel".

Plattformen nettstedet kjører på leveres uten vederlag og uten avtale fra Dekode hvor NNDS styremedlem Magne Ilsaas er daglig leder og partner. Økonomisk sett er denne løsningen selvfølgelig attraktiv for NNDS som frivillig organisasjon med begrensede ressurser. Utfordringen blir at NNDS naturlig nok ikke prioriteres på lik linje med betalende kunder hos Dekode og at nødvendig funksjonalitet og forbedringer dermed ikke skjer.

Gjennom innholdsanalyse har vi oppsummert følgende tabell over ønskede forbedringer og funksjonalitet basert på samtaler med NNDS, brukerne av Oppsiden.no og forslag fra Prospera prosjektteamet:

Funksjon:	Beskrivelse:	Prioritet	Kost/Tid overslag fra Dekode	Anmoder:
Svar sortert på relevans	Det mest relevante svaret på et spørsmål i Community hukes av og kommer øverst.			Magne Ilsaas
Samarbeidsgruppe for barn med Down Syndrom	Foresatte kan opprette en gruppe på Oppsiden.no for sitt barn og invitere inn medlemmer fra ansvarsgruppen (PPT, pedagog etc.) for å diskutere muligheter og			Magne Ilsaas

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	1
Sammendrag	3
Forord	3
Om Prospera	4
Om NNDS	4
Hva er en driftsmodell?	5
Alternativanalyse	6
Organisasjonsstruktur	8
Innholdsanalyse	8
Interessentanalyse	17
Finansieringsstrategi	18
Driftsmodellen	23
Ansvarsmatrise	25
Dilemmaer og utfordringer	26
Tiltakspakker	28
Handlingsplan	33
Avsluttende ord	34

Sammendrag

Prosjektet har på bestilling fra NNDS gjennomført en innholdsanalyse og interessentanalyse for nettsiden Oppsiden.no. I tillegg har prosjektet laget en finansieringsstrategi og en handlingsplan. Alt dette har ledet til en driftsmodell.

I korte trekk viser analysene at NNDS må fokusere mer på innhold. For å understøtte de nødvendige prosessene for å skape godt innhold foreslår prosjektgruppen at organisasjonen gjør noen endringer. Vi vil trekke frem tre endringer av betydning:

- Etablering av rollen Content Manager,
- En publiseringsveileder (erstatte behovet for Redaktør)
- Arbeidet med finansieringsstrategien har sett på flere tiltak for å samle flere poeng til Bufdir-støtte, og således øke inntektene.

Ytterligere endringer er summert i tiltakspakkene; organisasjon, avtaler og roller, innhold og til slutt årshjul. Tiltakspakkene er fordelt i handlingsplanen for 2019 - 2022 for å muliggjøre en gjennomføring med de begrensede ressursene som man ofte har i frivilligheten.

Tiltakene som er foreslått er ambisiøse og krevende, men det er helt nødvendig med et betydelig fokus for å løfte Oppsiden.no til å oppfylle den drømmen som ligger til grunn.

Forord

I september 2019 møttes seks mennesker i Prosperas lokaler i Oslo. Ingen av disse kjente hverandre fra tidligere, og noen av de hadde heller ikke vært med på oppdrag for Prospera tidligere. Oppdragsgiveren var Norsk Nettverk for Down Syndrom (NNDS).

Down Syndrom er ikke ukjent i Norge ettersom man ikke har en aktiv sorteringspolitikk slik som enkelte andre land. Det viste seg raskt at alle konsulentene hadde kjennskap, og til og med erfaring med Down Syndrom.

Oppdraget var enkelt og kjent, NNDS hadde bestilt en driftsmodell for sin nettside Oppsiden.no. Men hva er egentlig en driftsmodell? Og hvordan lager man en slik? Det ble tydelig for gruppen at denne elefanten måtte brytes ned i mindre og mer håndterlige deler.

Da vi satte ut på denne reisen var vi fremmede. Vi hadde den samlede kunnskapen for å løse oppgaven, selv om mange enkeltelementer også var fremmede i september 2019. Når vi ser tilbake på reisen kan vi se tydelige spor av noen som gikk fulle av hensikt mot et relativt tydelig mål, selv om noen spor av og til har en litt annen retning.

Nå er vi ikke lenger fremmede. Down Syndrom var aldri noe fremmed, men nå har det fått en ny plass i våre liv. Vi tar del i den verdenen som omhandler de tusenvis av vidt forskjellige problemstillinger man møter, fordi man har høyt fungerende eller betydelig

handicappede mennesker med Down Syndrom. Eller fordi det finnes barn, og ungdom og voksne. Noen lyser av livsglede, mens andre trenger et lys fra andre.

Down Syndrom er ikke en gruppe, samtidig som at det er det. Mangfoldet i gruppen utfordrer grupperingen, samtidig som at det er hensiktsmessig å samle for å oppnå større gjennomslagskraft. I dette vanskelige landskapet ligger også et betydelig potensial for NNDS. Men det er også her prosjektgruppen må ydmykt erkjenne at vi har snublet i terminologi og forståelse, og vi har lært fantastisk mye. Vår reise og våre observasjoner skaper også et rom for nye betraktninger innenfra. Vi håper at vi bidrar til å se med nye øyne på gamle tanker. Kanskje kan nye idéer bidra til ny vind i seilene?

Vi har lagt ned et betydelig antall timer i denne reisen. Derfor vil NNDS alltid ha en plass i våre hjerter.

Om Prospera

Prospera er et nettverk som består av pro bono-konsulenter med høyere utdanning og arbeidserfaring fra ledende bedrifter, organisasjoner og offentlig sektor.

Pro bono-konsulentene stiller på fritiden sin kompetanse til rådighet for sosiale entreprenører og veldedige organisasjoner gjennom gratis konsulenttjenester. Prospera kaller det "kompetansebasert frivillighet".

På denne måten får hjelpeorganisasjonene gratis hjelp til høyt prisede tjenester, som for eksempel strategisk rådgiving, markedsføring, fundraising, regnskap, forretningsplaner, nettside utvikling og andre områder som er kritiske for at de skal få ideene sine satt ut i livet og hjulpet flere mennesker.

Om NNDS

Norsk Nettverk for Down Syndrom et frittstående nettverk for alle med Down Syndrom, eller med interesse for Down Syndrom. Formålet er å samle og spre informasjon om Down Syndrom og medvirke til at mennesker med Down Syndrom får et best mulig liv.

Selv om rammevilkårene for mennesker med Down Syndrom er blitt stadig forbedret er det fortsatt mange muligheter for ytterligere forbedringer. Hvordan mennesker med Down Syndrom blir mottatt i vårt samfunn er i stor grad avhengig av holdningene i samfunnet. NNDS deltar aktivt i holdningsskapende arbeid gjennom påvirkning og argumentasjon overfor våre politiske myndigheter.

En viktig del av det holdningsskapende arbeidet er å spre faktainformasjon. Mange land er kommet mye lenger enn Norge, både når det gjelder forskning og utvikling innen Down

[Stiftelsen Prospera, Karl Johans gate 8, 0154 Oslo. Org nr.: 997 297 881](#)

Syndrom, og også når det gjelder å legge forholdene til rette for at mennesker med Down Syndrom skal få et godt og meningsfylt liv, både i arbeid og sosialt.

Det er en hovedoppgave for NNDS å medvirke til å spre informasjon om den internasjonale utvikling til alle berørte parter i Norge.

Hva er en driftsmodell?

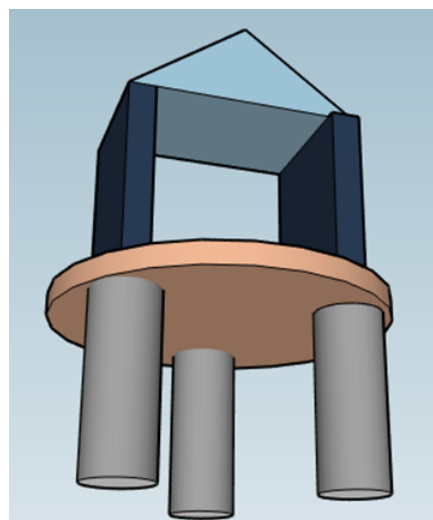
En driftsmodell på sitt mest grunnleggende besvarer spørsmålene om hvem som gjør hva. I dette tilfellet (Oppsiden.no) er det interessant å se på hvordan NNDS skal oppnå en nettside som fyller brukernes behov, samtidig som at den understøttes av organisasjonselementer og organisasjonens retning.

Organisasjonens retning avgjøres gjennom tre grunnleggende spørsmål:

1. **Formål** - Hvorfor finnes organisasjonen (eller også nettsiden)? Vi må ha helt konkrete mål med nettsiden slik at vi vet om den fyller sin funksjon.
[se også [Simon Sinek, Start With Why](#)]
2. **Visjon** - Hvor vil organisasjonen? Hvilke drømmer sikter vi oss inn mot og hva drømmer vi om å oppnå?
3. **Strategi** - Hvordan vil vi tilnærme oss visjonen? En drøm er et uoppnåelig mål, men vi må ha en idé om hvordan vi kommer så nær som mulig drømmen. Strategien legger vanligvis opp en overordnet plan for å tilnærme oss drømmen.

Disse tre spørsmålene leder oss til plattformen for organisasjonen. Det er på denne vi kan bygge noe fantastisk. I første omgang skal vi bygge en organisasjon. I tillegg skal vi bygge en nettside som skal ha en helt spesiell funksjon, og oppfylle en helt spesiell drøm.

I vår visualisering har vi plassert driftsmodellen på toppen av dette byggverket. Hensikten er å illustrere at alt dette henger sammen, og at hele byggverket kan falle sammen dersom noe mangler. I tillegg illustrerer vi at driftsmodellen avhenger av organisasjonen (hvilke roller og funksjoner vi har) og nettsiden (hvilken struktur, og hvordan man møter brukerne).



I oppdraget var det allerede sagt at vi skulle benytte innholdsanalyse, interessentanalyse og finansieringsstrategi for å lage en driftsmodell. Hensikten var å avdekke hvem som har [Stiftelsen Prospera, Karl Johans gate 8, 0154 Oslo. Org nr.: 997 297 881](#)

interesse av nettsiden, og hvordan man kan bruke ulike finansielle grep for å skape mer inntekt som i sin tur kan bidra til bedre tjenester og bedre løsninger for NNDS og dets medlemmer.

Prosjektet ble derfor raskt delt i to for å gjennomføre en innholdsanalyse og for å lage en finansieringsstrategi. Interessentanalysen var en elementær bestanddel av innholdsanalysen og det var derfor ikke nødvendig med tre deler.

Ved å stille spørsmål til både brukere, styremedlemmer, ledere i Ups & Downs organisasjoner og Julia som i dag fungerer som en slags redaktør, kunne vi danne oss et bilde av NNDS både i nåtid, fortid og fremtid. Videre kunne vi danne oss et bilde av nettsiden Oppsiden.no og dens funksjon.

Vi gransket så mange sider av utfordringen som mulig, og med på kjøpet fikk vi også avdekket noen tilleggsutfordringer. Disse har vi også forsøkt å gi råd for i den grad det har vært hensiktsmessig og mulig.

I arbeidet med å lage en driftsmodell er det lett å få tunnelsyn. Det er lett å glemme hvorfor vi gjør dette og hvem vi gjør det for. Derfor har det vært viktig for prosjektgruppen å hele tiden stille spørsmålet: Er dette valget til nytte for mennesker med Down Syndrom? Det er først når vi kan svare et ærlig "ja" på dette at vi vet at vi er på rett spor.

Alternativanalyse

Oppgaven var å levere en driftsmodell for Oppsiden.no, men det ble raskt klart at det fantes konkurrerende løsninger på oppgaven.

Drømmen om Oppsiden.no tar utgangspunkt i en helt konkret utfordring som styremedlem Magne Ilsaas selv har erfart; det er vanskelig å finne saklige og faglige råd om hvordan man løser enkelte av hverdagsutfordringene når man nettopp har fått et barn med Down Syndrom.

Google-søk leder ofte til utdatert eller upålitelig informasjon. Det finnes en aktiv Facebook-gruppe der mange av disse spørsmålene stilles og besvares, men søkefunksjonen på Facebook er ikke optimal, og det er heller ikke mulig å søke fra f.eks. Google. I tillegg benyttes av og til lukkede forum som Messenger-grupper, og da blir innholdet utilgjengelig for utenforstående.

Det er videre et ønske om at både brukere, fagpersonell og kommersielle aktører skal bidra med innhold som i sin tur skal bidra til å gjøre hverdagen enklere for brukerne.

En av utfordringene vi raskt oppdaget var at Oppsiden.no ikke var søkbar fra Google. Vi fikk ingen relevante treff uansett søkeformulering, men ofte fikk vi treff på konkurrerende organisasjoner og unntaksvis på NNDS.

[Stiftelsen Prospera, Karl Johans gate 8, 0154 Oslo. Org nr.: 997 297 881](#)

I tillegg ble det etterhvert klart at Oppsiden.no benytter seg av en plattform som er skreddersydd for Nasjonalbiblioteket. Selv om Nasjonalbiblioteket og NNDS har sammenfallende interesser og behov, så er drømmen om Oppsiden.no så spesifikk for NNDS at prosjektet mener at plattformen også må skreddersys.

Da vi hentet ut bruks- og besøksstatistikk for Oppsiden.no og NNDS.no ble det dessverre klart at det er for få brukere, for få unike brukere, og brukere på siden tilbringer for kort tid [Vedlegg 1 - Innholdsanalyse av Oppsiden.no].

Basert på disse initielle utfordringene ble det formulert tanker om andre løsninger på oppgaven.

Alternativ 0 - Oppsiden.no eksisterer som et supplement til NNDS.no

Det alternativet er i tråd med oppdraget og er også det alternativet som er besvart i prosjektet. Det innebærer at Oppsiden.no får bestå, og fortsette å oppfylle drømmen.

Selv om det ikke her er foreslått inngripende endringer i nettsidene, så er det helt essensielt å harmonisere design for de to, samt å integrere de slik at skillet ikke blir så markant.

Alternativet krever særskilt fokus på brukernes behov, ellers vil ikke drømmen la seg oppfylle.

Alternativ 1 - Oppsiden.no flytter inn i NNDS.no

Dette alternativet handler om å flytte innholdet fra Oppsiden.no til NNDS.no. Bakgrunnen er søkbarhet på NNDS.no. I tillegg tilsier statistikken at brukerne tilbringer for kort tid på sidene til å forsvare en helt egen plattform for deler av innholdet.

Alternativ 2 - Oppsiden.no opphører og man benytter Facebook som nettsamfunn, i tillegg til NNDS.no

Dette alternativet er basert på et enkelt faktum; brukerne foretrekker Facebook som sitt nettsamfunn. Facebook er lett tilgjengelig og brukerne er der allerede. Det krever ikke ytterligere innlogging og det er enkelt å finne frem. Det tilbys varsler for nye innlegg og svar på innlegg.

Facebook har helt klart mange svakheter og er langt ifra noen optimal plattform, men brukerne er tilsynelatende villige til å overse disse manglene.

De tre alternativene har vært diskutert i prosjektet. Oppdraget er å levere en driftsmodell for Oppsiden.no, og da forutsettes et alternativ som inkluderer denne nettsiden. I tråd med oppdraget har vi derfor levert dette, men mener at det er riktig å kommentere alternativene ettersom de har vært på bordet.

Organisasjonsstruktur

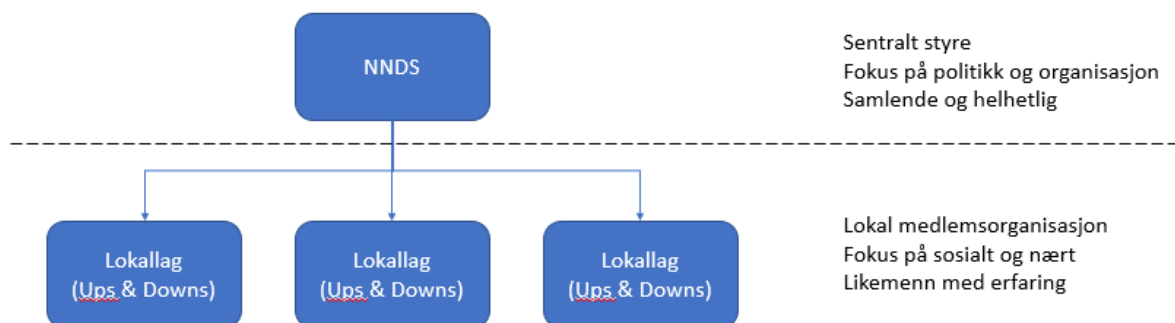
Prosjektet ser det som helt nødvendig å kommentere på strukturen og funksjonsområdet til de ulike organisasjonselementene samt nettplattformene.

I dag finnes NNDS, en interesseorganisasjon for folk med Down Syndrom eller menneskene rundt de. I tillegg finnes det mindre og løst definerte organisasjoner under paraplynavnet Ups & Downs. Disse har i stor grad et lokalt preg, og kunne minne om lokallag.

På plattformsiden finner vi ulike hjemmesider for de forskjellige Ups & Downs. NNDS har også en hjemmeside, i tillegg til community-siden Oppsiden.no. Facebook er nok et element i denne skogen av ressurser.

Prosjektgruppen mener at det er helt nødvendig å rendyrke både formål og funksjon for de ulike plattformene. Dette forutsetter også at prosessen med fusjon av NNDS og Ups & Downs fremskyndes og gjennomføres. Prosjektgruppens forslag til formål og funksjonsområder er illustrert i figur 2 under.

Gjennom å rydde funksjoner og hensikt vil man også bidra til å skape riktige forventninger når interessentene møter organisasjonen. Forventningsstyring er et godt verktøy som kan hindre misforståelser og uenigheter.



Figur 2 - Organisasjonsstruktur

Innholdsanalyse

For å lykkes med en nettside uavhengig om den er knyttet til ideelle organisasjoner, sosiale entreprenører eller kommersielle bedrifter er det viktig at det er definert tydelige og målbare mål for nettstedet. For en ideell organisasjon som NNDS vil dette typisk være å øke oppmerksomheten rundt et tema eller sørge for at viktig og riktig informasjon er tilgjengelig for målgruppen. Disse målene er essensielle i forhold til hvilket innhold man skal ha på nettsiden, og hvordan innhold skal prioriteres.

Nettsiden og målene man setter for denne blir ofte et av flere virkemidler en organisasjon benytter for å nå sin overordnede visjon og målsetninger. Det er derfor viktig at de målene man har satt seg for nettsiden har en tydelig forankring opp mot disse.

For innholdsanalyse av Oppsiden.no har vi derfor benyttet modellen vist i figur 3, hvor vi har sett på hvordan NNDS sin visjon og målsetninger brytes ned til mål og målgrupper for Oppsiden. Vi har gjennom kvalitativ (intervjuer med representanter fra målgruppen og representanter fra NNDS) og kvantitativ analyse (analytics rapporter for NNDS.no og Oppsiden.no) gjort en vurdering av primærmålgruppens behov og hvordan dette behovet møtes i dag samt kommet med anbefalinger til veien videre. Innholdsanalysen kan leses i sin helhet i vedlegg 1.



Figur 3 - Modell benyttet for innholdsanalysen

Oppsiden.no et nettsted/nettsamfunn med stort potensiale som i stor grad kan bidra med å øke livskvaliteten til mennesker med Down Syndrom gjennom tilgjengeliggjøring av kvalitetsinformasjon samt være en møteplass hvor erfaringer kan utveksles og hvor man enkelt kan søke opp relevante tema.

Innholdsanalysen viser at det eksisterer noen utfordringer i dag som kan stå i veien for å lykkes fullt ut med dette. Dette bunner i hovedsak ut i følgende faktorer:

- Manglende målsetninger og prioriteter for Oppsiden.no som er i samsvar med de økonomiske rammene og den frivillige innsatsen som til enhver tid er tilgjengelig for NNDS.

- Manglende definisjon av målgruppene og deres behov.
- For lite trafikk og engasjement på Oppsiden.no per i dag.
- Lav publiseringsfrekvens på innhold.
- Liten synlighet i søkemotorer.
- Liten utvikling av funksjonalitet og «look & feel» på Oppsiden.

Basert på disse utfordringene har vi følgende anbefalinger:

1) Sett SMARTe mål for Oppsiden.

Per i dag finnes det ikke tydelige og målbare mål for Oppsiden.no som er forankret med NNDS sin overordnede visjon og målsetninger. Det blir derfor utfordrende å til enhver tid gjøre de rette valgene og prioritetene for Oppsiden.no i samsvar med NNDS sine målsetninger og prioriteter. Tydelige mål og prioriteringer blir ekstra viktig for en organisasjon som NNDS som har begrensede midler i forhold til ressurser og kapital.

Vi anbefaler derfor at NNDS definerer SMARTe mål for Oppsiden. SMARTe mål er spesifikke, målbare, oppnåelige, relevante og tidsbaserte mål.



Figur 4 - SMARTe mål

Et eksempel på et SMART mål for Oppsiden.no kan være:

I slutten av Q1 vil Oppsiden.no se en økning på X % i trafikken ved å øke vår publiseringsfrekvens med X innlegg per uke.

Ved å sette SMARTe mål må NNDS til enhver tid vurdere hvordan målet skal måles (analytics rapporter etc.), hvordan målet skal oppnås (ressurser, kapital, annet), hvor relevant målet er i forhold til overordnede prioriteter hos NNDS samt innen hvilket

tidspunkt man skal ha oppnådd målet.

Ved å jevnlig måle hvordan man ligger an i forhold til målene vil NNDS kunne ta nødvendige grep underveis for å sørge for at målene oppnås.

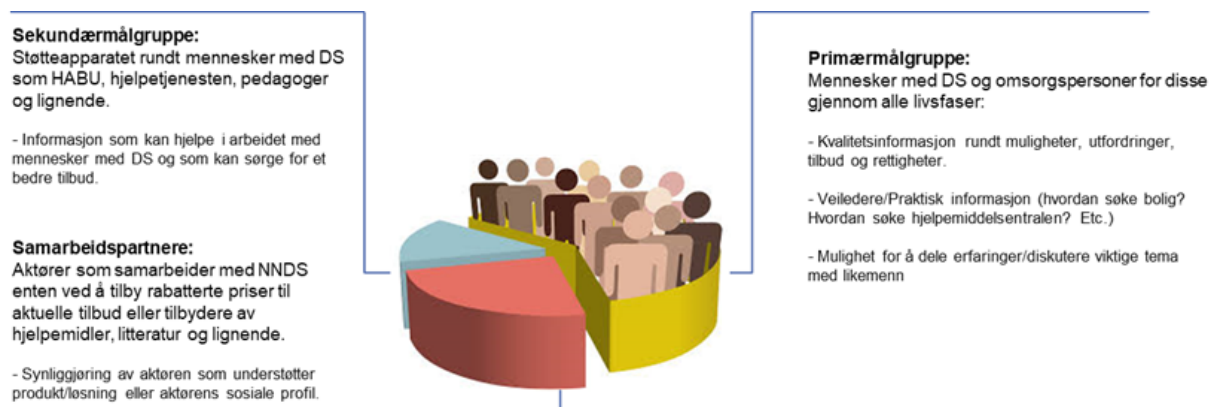
2) Tydeliggjør målgruppene, målgruppenes behov og innholdsstrategi samlet i en publiseringsveileder.

NNDS har per i dag ikke tydelig definerte målgrupper, verdiforslag og prioriteringer opp mot disse for Oppsiden. Dette gjør det utfordrende å prioritere og utvikle rett innhold, funksjonalitet og design som passer primærmålgruppens behov og som sørger for jevnlig bruk og engasjement på Oppsiden. Vi har inntrykk av at innhold på Oppsiden.no i stor grad utvikles ut fra enkeltpersoner i NNDS samt fagrådet sine ønsker og at dette til tider skaper diskusjoner i NNDS og i fagrådet i forhold til publisering av innhold. Samtidig brukes det for lite tid til å verifisere at innholdet treffer målgruppen samt hvilket innhold som skaper mest engasjement.

Vi anbefaler derfor at NNDS tydelig beskriver målgruppene for Oppsiden.no og definerer den målgruppen som er viktigst (primærmålgruppen) samt tydeliggjør verdibudskapet opp mot disse målgruppene. Dette verdibudskapet og rammer rundt dette burde beskrives som en del av publiseringsveilederen vi anbefaler i 'Tiltakspakke for innhold'.

Vi anbefaler videre at NNDS jevnlig holder kontakt med målgruppene gjennom intervjuer og spørreundersøkelser for å få oversikt over områder de er spesielt interessert i og som skal prioriteres forhold til utvikling av innhold. Analytics rapporter fra nnbs.no og Oppsiden.no vil være en sterk indikasjon på hvor godt NNDS treffer med innholdet som produseres og burde måles jevnlig.

Gjennom samtaler med NNDS i prosjektperioden har vi fått en forståelse av følgende målgruppeinndeling som NNDS kan benytte i videre arbeide med målgrupper, verdiforslag og publiseringsveileder:



Figur 5 - Målgruppeinndeling

Det ligger eksempler på innhold de interessentene vi har vært i kontakt med ønsker mer av på Oppsiden.no samt eksempler på innhold som har generert mest trafikk i vedlegg 1 - Innholdsanalyse av Oppsiden.no. På generell basis kan vi oppsummere disse tilbakemeldingene med at det er behov for et variert innhold på Oppsiden.no på tvers av muligheter, utfordringer, rettigheter, forskning samt alder og livssituasjon/livsfase.

3) Sørg for mer trafikk, interesse og engasjement på Oppsiden.no gjennom hyppigere publisering av innhold og introduksjon av audiovisuelt innhold.

I tillegg til å produsere relevant innhold for prioriterte målgrupper er det viktig at det produseres nok innhold på nettstedet til å holde det levende samt holde engasjementet hos leserne oppe. Innhold burde publiseres såpass ofte at brukerne ønsker å gå inn på siden ofte og gjentagende fordi de forventer at det er noe nytt som skjer der samt at de bruker tid når de er der.

Innholdsanalysen viser oss at Oppsiden.no per i dag ikke skaper det nødvendige engasjementet. Dette kan vi se både gjennom analytics rapportene fra nnds.no /oppsiden.no og gjennom tilbakemeldingene vi har fått når vi har intervjuet brukere av Oppsiden.no og interessenter hos lokalforeningene Ups & Downs.

Noen eksempler på dette er:

- Gjennomsnittlig tid per side i måleperioden er 28 sekunder. Det kan indikere at innholdet på siden ikke var relevant eller at det ikke var noe nytt på siden slik at brukeren gikk ut. Digital opptur (digitalopptur.no) mener at man kan forvente en lesetid på mer enn 40 sekunder og ofte 1 minutt eller lenger om innholdet er bra og relevant på en innholdsside.

- Det er en tydelig tilbakemelding fra brukerne vi har vært i kontakt med om at det

skjer for lite på Oppsiden.no og at det publiseres innhold for sjeldent. En av brukerne sjekker f.eks. Oppsiden.no hver 14. dag for å sjekke om det er noe nytt.

- En representant fra lokallagene Ups & Downs sier at dersom Oppsiden.no skal fungere må flere legge ut artikler.

Flere brukere ønsker tilgang på mer audiovisuelt innhold som livestream og opptak av konferanser og kurs samt et videobibliotek. Vi tror at dette kan øke brukertid på siden og sørge for mer engasjement.

Vi har gjennom samtaler med NNDS forstått at det publiseres innhold sjeldent grunnet:

- Lav stillingsbrøk hos redaktør (20 %).
- Lav produksjon av innhold fra fagrådet (muligens grunnet at disse ikke mottar honorar).
- Tidkrevende godkjenning av innhold/artikler til Oppsiden.no innad i NNDS.

Vi anbefaler at tiltakene beskrevet under ansvarsmatrise og tiltakspakker i denne rapporten implementeres for å sørge for at disse utfordringene løses på en god måte. Eksempler er innføring av Content Manager rollen, HUKI ansvarsmatrisen, publiseringsveilederen og andre tiltak beskrevet under 'Tiltakspakke innhold'.

I tillegg anbefaler vi NNDS å vurdere om andre ressurser kan utvikle og publisere innhold uten å måtte fire for mye på ønsket kvalitet. Publiseringsveilederen kan gjøre at dette blir enklere å få til.

4) **Sørg for at Oppsiden.no blir synlig i Google søk.**

Det hjelper lite om innholdet på et nettsted er bra om potensielle brukere ikke vet at nettsiden eksisterer eller ikke finner frem til den. En utfordring for Oppsiden.no i dag er at nettstedet ikke er søkbart fra Google og at man får treff på andre «konkurrerende» organisasjoner i stedet for Oppsiden.no ved søk.

Dette er en utfordring da 50-70 % av all trafikk til et nettsted kommer fra Google.

For å lykkes med Oppsiden.no er det derfor viktig at nettstedet fungerer opp mot Google søk samt at NNDS jobber aktivt med søkemotoroptimalisering:

- Hvilke søkeord bruker Oppsidens målgruppe(r)?

- Hvordan oppleves Oppsiden.no av Google sin robot?
- Er strukturen på Oppsiden.no optimal og er innholdet på viktige landingssider optimalisert?

Vi anbefaler også NNDS om å sjekke om Oppsiden.no kvalifiserer til å søke om Google Ad Grants: https://www.google.com/intl/no_no/grants/

Google Ad Grants er et program fra Google som gir ideelle organisasjoner opptil 10.000 USD i måneden for å annonsere gjennom Google Ads. Dette for å øke synligheten for Oppsiden. Med disse annonsene ville Oppsiden.no havnet lenger opp i søkeresultatet enn det organiske resultatet og vil ha større mulighet for å bli lagt merke til.

5) Sørg for at utvikling av nødvendig funksjonalitet og forbedringer i layout prioriteres.

I tillegg til relevant innhold er det viktig at Oppsiden.no er brukervennlig, at den inneholder nødvendig funksjonalitet og har riktig "look and feel".

Plattformen nettstedet kjører på leveres uten vederlag og uten avtale fra Dekode hvor NNDS styremedlem Magne Ilsaas er daglig leder og partner. Økonomisk sett er denne løsningen selvfølgelig attraktiv for NNDS som frivillig organisasjon med begrensede ressurser. Utfordringen blir at NNDS naturlig nok ikke prioriteres på lik linje med betalende kunder hos Dekode og at nødvendig funksjonalitet og forbedringer dermed ikke skjer.

Gjennom innholdsanalyse har vi oppsummert følgende tabell over ønskede forbedringer og funksjonalitet basert på samtaler med NNDS, brukerne av Oppsiden.no og forslag fra Prospera prosjektteamet:

Funksjon:	Beskrivelse:	Prioritet	Kost/Tid overslag fra Dekode	Anmoder:
Svar sortert på relevans	Det mest relevante svaret på et spørsmål i Community hukes av og kommer øverst.			Magne Ilsaas
Samarbeidsgruppe for barn med Down Syndrom	Foresatte kan opprette en gruppe på Oppsiden.no for sitt barn og invitere inn medlemmer fra ansvarsgruppen (PPT, pedagog etc.) for å diskutere muligheter og			Magne Ilsaas

Prospera

	utfordringer.			
Funksjon for å kategorisere premium innhold	Kategorisering av premium innhold/betalbart innhold på Oppsiden. Premium Innhold kan være medlemsfordeler, videokurs etc.			Magne Ilsaas
Funksjon for å støtte annonsering på Oppsiden	Funksjonalitet som gjør det mulig for eventuelle annonsører å annonsere på Oppsiden.			Magne Ilsaas
Varsel når det skjer noe nytt på Oppsiden	Ping/notifikasjon når det skjer noe nytt ift. innhold eller nytt innlegg i en gruppe etc. for å øke interessen og trafikken på Oppsiden. Må være tilgjengelig på webside og mobil app.			Julia Edin
Enklere innlogging	Brukernavn/passord som varer ut året (slik at man slipper å logge inn på nytt hver gang og slipper å huske brukernavn/passord.			Julia Edin
Funksjonalitet for å legge ut filmer	Funksjonalitet for å legge ut filmer (events/kurs etc) på Oppsiden.no med speiling mot YouTube for å øke interesse og engasjement blant brukerne.			Julia Edin
Kalender funksjon	Få på plass en kalenderfunksjon på Oppsiden.no hvor lokalforeninger og andre kan informere om events etc.			Julia Edin
Funksjonalitet for videobibliotek	Funksjonalitet for et bibliotek med relevante videoer (kurs/intervjuer/foredrag etc.) da brukere synes det er vanskelig å finne relevante filmer på YouTube.			Prospera
Funksjonalitet for kommentarer/debatt under artikler	Funksjonalitet for kommentarer/debatt under artikler som publiseres (slik som man ser på vg.no og andre nettaviser) for å skape engasjement og gjøre Oppsiden.no mer levende.			Prospera
Søkemotor-optimalisering	Sørge for at søkeord, struktur på Oppsiden.no etc. er optimal i forhold til Google søk.			Prospera

Generell forbedring av layout	Brukere synes at nettsidens design er litt kjedelig samt at man må foreta mye scrolling. Mer engasjerende bilder kan benyttes for wiki artikler etc. som default. Her burde NNDS gjøre en vurdering og sette opp en egen liste over layout relaterte forbedringer som kan øke trafikk, bruk og engasjement på Oppsiden.			Prospera
-------------------------------	---	--	--	----------

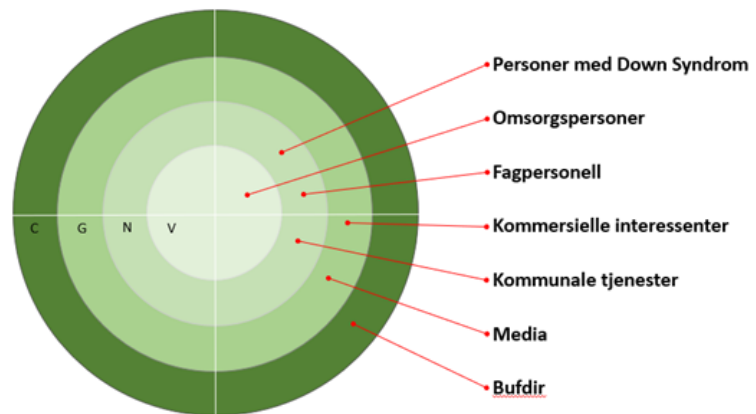
Vi anbefaler at NNDS inngår en formell avtale med Dekode for tjenestene de leverer og at det utarbeides en roadmap over forbedringer og funksjonalitet som skal implementeres over tid og når NNDS har økonomi til å gjennomføre disse endringene. Tabellen over kan benyttes som et utgangspunkt for prioritering basert på viktighet, tid og kostnader.

Interessentanalyse

Interessenter kan deles og kategoriseres på flere måter. Prosjektgruppen har valgt et målskive-diagram der man plasserer interessentene fra innerst til ytterst.

Diagrammet har fire sirkler (V, N, G, C) som representerer hvor nært man ønsker å holde interessenten, eller hvor viktig den er.

Vital to engage - Her har prosjektgruppen plassert "Omsorgspersoner". Vi anser at dette er den brukergruppen som har størst interesse av innholdet på Oppsiden.no, og derfor er det disse vi skal ha mest fokus på.



Vital to engage, Necessary to engage, Good to have on board, Courtesy to inform

Necessary to engage - Her finner vi "Personer med Down Syndrom", "Fagpersonell", og "Kommunale tjenester". Disse er sekundære interessenter. De har stor interesse av innholdet på siden, men likevel ikke prioriterte. Besøksfrekvensen antas å være litt lavere enn for den primære brukergruppen.

Good to have on board - I denne gruppen finner vi brukergruppene "Kommersielle interessenter" og "Media". Siden er ikke laget for disse, men man vil fra tid til annen finne disse brukerne på siden.

Courtesy to inform - Den siste og lavest prioriterte brukergruppen er "Bufdir". Det antas at disse besøker siden med en veldig lav frekvens og hovedsakelig for å kontrollere opplysninger.

I tillegg vil vi trekke frem noen organisasjoner som fremstår som konkurrenter fordi de opptar plass på Internett der NNDS burde hatt en sentral rolle. Disse spiller ut NNDS på en måte som ikke er gunstig for NNDS.

Prosjektgruppen mener at det bør etableres samarbeidsavtaler med disse med hensikt å strukturere informasjonsflyten bedre. Det vil også være mye å vinne på å ikke sende brukerne til for mange ulike steder på nettet.

De ulike organisasjonene har ulikt fokus og spesialisering. Dette bør utnyttes til alles fordel fremfor å brukes som et konkurranseelement. NNDS må påregne å "gi fra seg" noen informasjonselementer til fordel for disse avtalene, men det antas at NNDS vil rangeres høyere i Googlesøk som er relevante for organisasjonens formål og virke.

Finansieringsstrategi

For å imøtekomme medlemmenes preferanser samt tiltrekke seg nye medlemmer, hadde det vært ønskelig med en større produksjon av oppdateringer etc, som publiseres på NNDS sine digitale flater. Bedret økonomi for organisasjonen kunne langt på vei bidratt til utbedring av denne situasjonen.

Medlemsrekruttering er en nærliggende og tradisjonell måte for å øke organisasjoners inntekter. Basert på fordelingen av medlemstyper innad i NNDS fremkommer det at nedslagsfeltet for støtte-/gavemedlemskap utenfor familien er lite utprøvet. Kun 47 av 1.364 medlemmer eller 3,5% av medlemmene er støttemedlemmer. Vi mener dette kunne og burde være større. Videre er det en veldig effektiv måte for å utløse midler til NNDS. For 75 kr i kontingent mottar NNDS ytterligere 299 kr i Bufdir-støtte. Myndighetene firedobler altså pengene av et slikt medlemskap. Videre anbefaler vi NNDS å være forsiktige med å slå sammen, eller ikke skille mellom familie og støtte-/gavemedlemskap. Nettopp av hensyn til denne type analyse og segmentering. Utelukkende fordi vi nå har vært i stand til å se og skjelne mellom familiemedlemskap og støttemedlemskap, har vi kunnet komme frem til og identifisere segmentet vi mener er et satsingsområde som innehar et uutnyttet potensiale. Vi vil generelt anbefale NNDS å bevisst legge til rette for å kunne dra mest mulig lærdom ut av eget datamateriale, i form av data governance og datakvalitet. For slik å kunne finne frem til hva man tror kan være satsingsområder.

Økt kontingent er også et lettvinnt eller nærliggende alternativ med tanke på å øke organisasjoners inntekter. Økte kontingentinntekter gir økte kontingentinntekter og kun det. Rekruttering av nye medlemmer gir økte kontingentinntekter foruten flerdoblingen av kontingentprovenyet gjennom støtten Bufdir yter per medlem. En eksempelvis dobling av kontingentene, for disse 1 364 medlemmer, ville gitt ytterligere 156.975 kr i økte inntekter, hvilket er kjærkomment. For å innhente samme inntektsøkning fra nye medlemmer ville man trengt 350 nye hovedmedlemmer alternativt 420 halvprismedlemmer. Hva NNDS anser som mest farbare vei her, er opp til NNDS selv å vurdere.

Interessentgruppen til NNDS fremstår i dag som svært splittet. Det er ingen enkeltgruppe som samler alle medlemmene, og i dette ligger det et potensiale for NNDS å ta en betydelig posisjon. Dersom NNDS på sikt ønsker å bli en mer økonomisk stabil og solid organisasjon innebærer det i første omgang en reell satsning på å øke antall medlemskap. Dette innebærer at NNDS i en periode fremover bør være tilbakeholdne og konservative i pengebruken, for å ha en økende lønnsomhet. Kostnadene bør derfor holdes nede, samtidig som økt medlemsmasse vil føre til økte inntekter. Dette vil på sikt generere et større mulighetsrom for NNDS til å jobbe med saker som står organisasjonen nært.

For å øke medlemsmassen må NNDS ha et bevisst og aktivt forhold til organisasjonens reise for å konvertere og beholde medlemmer. "Konverteringsreisen" innebærer handlingene

som må foretas fra personen fatter interesse for NNDS frem til han/hun blir medlem. Kritiske funksjoner som må på plass for å sikre høyest mulig konvertering er blant annet tilgjengelighet på nettet, forenkling av innmeldingsprosessen og løpende fornyelse av medlemskap. “Kundereisen” begynner i det brukeren har blitt konvertert til et medlem. Da handler det om å beholde medlemmet, og sørge for at fakturaen blir betalt år etter år. Det viktigste grepet for å få til dette er at medlemmet har en opplevd verdi av det å være medlem i NNDS, som overstiger summen av det monetære beløpet (medlemsavgiften) og den mentale “anstrengelsen” å betale fakturaen.

Videre mener vi det er et uutnyttet økonomisk potensiale knyttet til en forsterket kommersialisering. Spesifikt gjelder dette med hensyn til å betrakte og oppsøke bedriftssegmentet som målgruppe. Fortrinnsvis, i form av bedriftsmedlemskap, annonsering etc. NNDS har angivelig mye å gå på før kommersialiseringsgraden truer eller kannibalerer støtten og mulighetene NNDS mottar i kraft av å være en idealistisk organisasjon. Dette i henhold til samtale med Inge Carlén i Bufdir. Villighet til å prøve ut kommersielle grep fremstår, etter vårt inntrykk, som en mind-set utfordring for NNDS per i dag.

Ved konkrete prosjekter kan det opprettes digitale innsamlingsaksjoner for å samle inn penger. Dette er et verktøy som ikke bør brukes for hyppig, men som kan vise seg å være veldig effektivt dersom man oppnår god distribusjon. En annen mulighet som bør utforskes er å opprette et eget fond. Formålet til fondet kan for eksempel være å utbetale støtte til særskilte prosjekter som skal gagne mennesker med Down Syndrom.

Ved å sikre gode medlemsfordeler kan NNDS tiltrekke seg flere medlemmer. Fordelene, som gjerne er rabattavtaler hos relevante aktører, treffer best dersom de er hos aktører som brukes gjentakende ganger. Dersom NNDS ønsker å bruke medlemsfordeler som et “trekkplaster” for å tiltrekke medlemmer er det kritisk at fordelene er treffende på medlemmenes behov.

En mulighet for å bidra til økt medlemskonvertering er å innhente e-postadresser fra brukere som er inne og ser på spesifikt innhold. For eksempel faginnhold. Dersom NNDS gjennom dette får inn e-postadresser kan man senere sende ut en epost med informasjon om medlemskap i NNDS, og gi mottakere en enkel mulighet for å bli medlem.

Innretningen i hvordan Bufdir yter støtte til organisasjoner som NNDS, bør ikke være noe NNDS kun anvender som et passivt empirisk grunnlag i sine søknader år for år, om driftstilskudd fra Bufdir. Snarere anbefaler vi NNDS å bevisstgjøre seg og ta en proaktiv holdning til ulike satsingsområder. Særlig da ut fra det innbyrdes økonomiske styrkeforholdet mellom de ulike typer aktiviteter som Bufdir-regelverket baserer sin støtte på. Hvilke typer aktiviteter som gir god økonomisk uttelling må selvfølgelig avveies mot hva som for NNDS er enklest å operasjonalisere innad i egen organisasjon eventuelt i samarbeid med eller sammenslått med eksempelvis Ups & Downs sine ulike frittstående foreninger rundt om i Norge.

Sammenslåing med frittstående lag av Ups & Downs har vært vurdert og invitert til. En slik sammenslåing vil generere flere medlemmer til NNDS. Omfanget av økt medlemstilstrømning til NNDS ved sammenslåing med Ups & Downs er usikkert. Dels grunnet estimering omkring Ups & Downs og dels usikkerhet knyttet til hvor mange Ups & Downs foreninger som vil la seg innlemme i NNDS som lokallag. Økt medlemstilstrømning medfører høyere direkte medlemskontingentinntekter og indirekte inntekter i form av offentlig støtte fra Bufdir. Medlemseffekten (direkte + indirekte) anslås å bli største økonomiske effekt av en sammenslåing, da et lokallag er verdt det samme som 12,5 medlemmer, målt i støtte fra Bufdir. Begge organisasjons-sfærer vil kunne videreføre sin økonomi per i dag, samt dele en økonomisk gevinst frembragt av sammenslåingen. Denne gevinsten er knyttet til krav / teknikaliteter i forskriften om tilskudd fra Bufdir. Hovedsakelig basert på at Ups & Downs sin medlemsmasse og aktiviteter per i dag ikke kvalifiserer til støtte fra Bufdir, men vil gjøre det om de slår seg sammen med NNDS.

En sammenslåing av NNDS og flere frittstående Ups & Downs foreninger vil videre kunne gi økt grobunn for likepersonsarbeidet omkring Down Syndrom i Norge. Likepersonsarbeide gjennom Ups & Downs foreninger (integrert som NNDS-lokallag), representerer potensiale for inntektsvekst. Denne veksten er betinget av evnen til å skalere opp likepersonsrekrutteringen og likepersonsaktivitetene. På noe sikt bør dette kunne realiseres. Da bør tilskuddet fra dette likepersonsarbeidet kunne overstige tilskuddet som skyldes tilveksten av antall lokallag, initiert av sammenslåingen.

Merinntektene som følge av en sammenslåing er det høy usikkerhet rundt, men følgende oppsett av midlene Ups & Downs kunne hentet inn såfremt de fikk på plass en overbygning/paraplyorganisasjon, avtegner et visst bilde:

- Basistilskudd per år i støtte fra Bufdir på NOK 200.000
- Medlemstilskudd (786 familier á 3 medlemmer i hver familie) 2.358 medlemmer á 299 kr per medlem, tilsvarer 705.000 kr i årlig støtte.
- 16 lokallag á 3.739 kr i støtte tilsvarer snaut 60.000 kr.
- Anslagsvis 4 likepersoner per lokallag blir 64 likepersoner hver á 3.365 kr, som utløser total årlig støtte på kr 215.000.
- Dersom hver likeperson utfører 3 likepersonsaktivitets-jobber pr år, tilsammen 192 likeperson-aktivitetsdager, á kr 1.196 for de første 49 jobbene og dernest kr 598 for de neste 100 jobbene og 299 kr for de resterende jobbene blir det (58.604 + 59.800 + 12.857) drøyt 130.000 kr.
- Likepersontelefon utløser i overkant av 26.000 kr i årlig støtte.
- Chat/forum utløser også vel 26.000 kr i årlig støtte fra Bufdir.

Alle disse bidragene nevnt ovenfor utløser tilsammen en samlet støtte på 1.362.000 kr. Dette tilsvarer nesten det dobbelte av hva NNDS har mottatt i årlig støtte fra Bufdir de siste årene. Direkte kontingentinntekter betalt fra medlemmene til Ups & Downs, samt gaver og støttemidler fra legater etc kommer i tillegg, men holdes utenom. Av disse ovennevnte midlene, ref. kulepunktene - er det aktivitetene/gevinstene som overgår der NNDS allerede er i dag som kunne blitt hentet ut i form av merverdier gjennom en sammenslåing med Ups & Downs. Det vil altså si;

- medlemstilskuddet på 705.000 kr
(ikke hensyntatt inntektsbortfallet av doble / parallelle medlemskap),
- lokallagseffekten på 60.000 kr
- likepersoner på 215.000 kr
- likepersonsaktivitetsdager på 130.000 kr.

Til sammen 1.110.000 årlige støttekroner fra Bufdir. Dette anslaget hviler på vårt nasjonale medlemsestimat som omfatter de 16 Ups & Downs foreninger. Dersom kun fjerdeparten av foreningene bifaller en foreslått sammenslåing reduseres merinntektene tilsvarende.

Beste økonomiske løsning ville på kort sikt vært to organisasjonssfærer som eksisterte parallelt. Med en fusjonsløsning er det noe økonomi som glipper. Nemlig 200.000 kr i basistilskudd til én av organisasjonssfærene, i og med at begge organisasjoner separat ville mottatt basistilskudd på tilsammen 2 x 200.000 kr. Det samme gjelder 26.000 kr ganger 4 tilsvarende 104.000 kr, om begge organisasjoner hver seg hadde både chat og telefon i sitt likemannsarbeide. Med sammenslåing blir det chat og telefon i kun én organisasjon utgjørende til sammen 52.000 kr. Den økonomiske glippen som følge av sammenslåing utgjør altså omlag 250.000 kr i årlig Bufdir-støtte knyttet til basistilskudd og elektronisk likepersonsarbeid. I tillegg kommer bortfall av dobbel medlemskontingent og støtte basert på personer som per i dag er medlem i både NNDS og Ups & Downs. De som i dag er doble medlemmer vil ikke i en sammenslått fremtid generere medlemskontingent x 2 slik de gjør i dag. De utløser i dag Bufdir medlemsstøtte kun hos NNDS. Når deres Ups & Downs medlemskap hentes til NNDS vil det til forskjell fra ferskt tilkomne NNDS medlemmer heller ikke utløse Bufdir medlemsstøtte én gang til.

[Se tabell 5 i appendiks for Finansieringsstrategi (vedlegg 2)]

I en type forhandlingsmøte med Ups & Downs sine ulike foreninger om en eventuell kommende sammenslåing, vil det være hensiktsmessig å være kjent med ulike utfall av ulike scenarioer. Ups & Downs forenet over det ganske land på egne ben, der NNDS om mulig hjelper til med en slik Ups & Downs-samling vil kunne vise god og felles vilje og entreprenørskap i første del av en totrinnsrakett der det endelige målet er å samle både Ups & Downs og NNDS. Første del av totrinnsraketten, med ambassadørforeninger fra Ups &

Downs som slår seg sammen innbyrdes vil kunne få god økonomi. Slik vil de kunne motivere andre foreninger til å bli med i folden som da fremstår som landsforeningen Ups & Downs. Når Ups & Downs folden er blitt stor, konsolidert, moden og integrert nok, kan det søkes Bufdir om sammenslåingstilskudd for å kunne videreføre dobbel støtte lengre enn det som ellers ville vært naturlig, og da på det tidspunktet iverksette andre og siste del av tottrinnsraketten, nemlig en opprinnelig intendert sammenslåing med NNDS. En tilnærming som denne tottrinnsraketten, betinger en betydelig del tillit mellom aktørene. Hvis noe mindre grad av tillit, er en umiddelbar sammenslåing av NNDS og villige Ups & Downs-foreninger mer nærliggende. Den økonomiske oppsiden er også her god, men ikke like god som tottrinnsraketten. Økonomien i en sammenslått organisasjon utgjør 72% av økonomien i en løsning der begge organisasjonssfærer utløser støtte fra Bufdir. Én betingelse er da stor omforeningsvilje på tvers av Ups & Downs foreningene. Lav omforeningsvilje innad i Ups & Downs foreningene, svekker businesscasen for både en nasjonal Ups & Downs organisasjon på egne ben samt sammenslåingsalternativet med NNDS.

Anbefalinger til NNDS

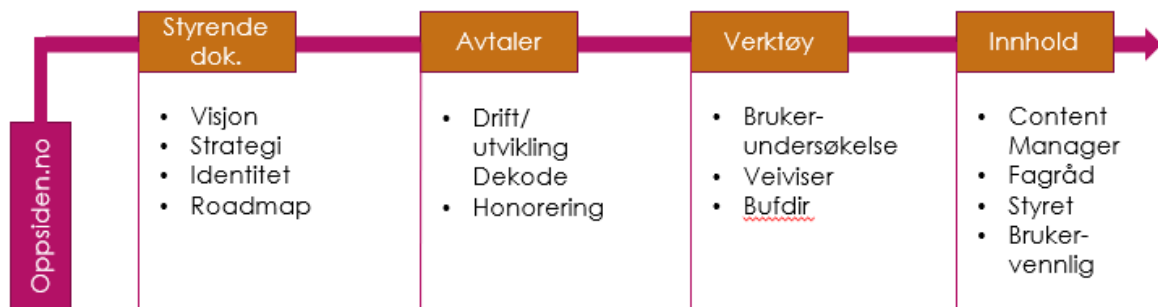
1. NNDS bør sette seg godt inn i reglene for Bufdir støtte, og hvilke aktiviteter som utløser størst beløpsmessig støtte.
2. NNDS bør gjennom samtlende tiltak fokusere på å samle interessentgruppen til personer med Down Syndrom, for å muliggjøre en større medlemsmasse.
3. NNDS må spisse virkemidlene som tas i bruk for å både konvertere medlemmer, samt å beholde eksisterende medlemmer. Dette gjøres gjennom konkrete tiltak i “konverteringsreisen” og “kundereisen”.
4. NNDS bør betrakte og oppsøke bedriftssegmentet som målgruppe. Fortrinnsvis, i form av bedriftsmedlemskap, annonsering etc. Da vi mener det er et ubenyttet økonomisk potensiale knyttet til en forsterket kommersialisering i denne retning.
5. NNDS bør benytte alternative innsamlingsmuligheter, som Crowdfunding, når det er spesifikke prosjekter som behøves gjennomført på kort sikt.
6. NNDS bør utforske muligheten til å opprette et fond i NNDS sitt navn som kan benyttes til å utbetale støtte til særskilte, viktige, prosjekter på lengre sikt.
7. NNDS bør utforske mulighetene til å opprette gode medlemsfordelsavtaler med relevante aktører, da dette kan føre til økt medlemsmasse.
8. NNDS bør som et “straks-tiltak” legge inn en funksjon på nettsiden at man må registrere e-postadressen sin når man går inn på spesifikke artikler.
9. NNDS bør opprette en formell utviklings- og driftsavtale for Oppsiden.no og nnds.no med Dekode.

10. NNDS bør arbeide for en ryddig og fordelaktig sammenslåing av NNDS og flere/alle av Ups & Downs sine lokallag.

Driftsmodellen

Innholdsanalysen og interessentanalysen viste helt tydelig at de viktigste brukerne var mest opptatt av mer innhold. Særlig rikere innhold (lyd og video) blir trukket frem, men også oppdateringsfrekvens og relevans i innholdet er viktig for brukerne. Innledningsvis har prosjektgruppen sett på ulike måter å tilby premiuminnhold, men dette later ikke til å være like viktig for brukerne.

Prosjektgruppen foreslår derfor en driftsmodell som er innholdssentrert [se figur 7]. Innholdsproduksjon er nøkkelen til flere brukere og flere medlemmer, og medlemmene utgjør en av de finansielle grunnsteinene via lokallagene. For å oppnå bedre innholdsproduksjon foreslår gruppen at man etablerer rollen Content Manager [se tiltakspakke avtaler og roller]. Fagrådet må også ha en sentral rolle i produksjon av faglig innhold, mens styret får en nedskalert rolle. Styrets bidrag til innholdsproduksjon ligger i å tilrettelegge for viktige muliggjørende elementer (Avtaler, styrende dokumenter og verktøy).



Figur 7 - Driftsmodell for Oppsiden.no

Materialiseringen av styringsrett og påvirkningsmulighet finner vi i et roadmap, som i sin enkleste form definerer milepæler i utviklingen av plattformen mot et konkretisert mål. Roadmap'et bygger på organisasjonens visjon, og her må NNDS spørre seg selv hva de drømmer om. Det er når man skisserer luftslottet og beskriver drømmen, at det kan bli mulig å tilnærme seg den. En drøm skal være akkurat så sprø at man nesten ikke kan oppnå den - noe å virkelig strekke seg etter.

Veien dit er en helt annen historie - det er strategien. Spørsmålet om hvordan vi kan tilnærme oss drømmen. Strategien definerer noen delmål eller milepæler som hjelper oss å holde fokus på drømmen. Det er ikke uvanlig å bomme på drømmen, men det er viktig å forsøke å nå den.

Prosjektgruppen mener også at NNDS må stille seg et grunnleggende spørsmål - hvem er vi? Etablering av identitet handler om å se seg selv i et større perspektiv. Hvem er vi for? Hvem skal søke seg til oss for svar? Det er først når man besvarer disse spørsmålene at det er mulig å beskrive en drøm, og basert på alt dette kan man konstruere et roadmap.

Sentrale avtaler i driftsmodellen er driftsavtale med Dekode og honoreringsavtaler. Dekode har levert dagens løsning til en eksepsjonelt lav kostnad. Hovedsakelig er dette mulig fordi plattformen er utviklet for en annen kunde, med den konsekvens at den heller ikke er tilpasset behovene til NNDS og brukerne av Oppsiden.no.

Driftsavtalen må utformes slik at NNDS får styringsrett og påvirkningsmuligheter for plattformen som Oppsiden.no bygger på. Videre må driftsavtalen ivareta ansvaret for de praktiske forholdene rundt hosting og tilgjengelighet for plattform og nettside.

Det er ingenting i dagens konstellasjon som utgjør en fare for verken Dekode eller NNDS, men avtalen handler også om å sikre seg i fremtiden. Prosjektgruppen har lagt til grunn at NNDS og Oppsiden.no skal eksistere i uoverskuelig fremtid inntil noen tar et annet valg.

Prosjektgruppen mener at NNDS bør vurdere andre avtaler som sikrer god innholdsproduksjon, herunder honoreringsavtaler med f.eks. fagrådet. En slik avtale vil gi et betydelig incentiv til å produsere innhold etter måleparametere. Prosjektgruppen har foreslått 1 fagartikkel pr uke som mål.

Hvilke verktøy har vi behov for på veien til innhold? Prosjektgruppen peker på brukerundersøkelser som et viktig verktøy. Undersøkelsene må gjennomføres jevnlig for å alltid vite hva brukerne trenger eller lengter etter. Brukerundersøkelser kan suppleres med dybdeintervjuer for å skape dypere innsikt i hva primærinteressentene tenker på. I tillegg tror vi på publiseringsveiviseren som et sentralt verktøy som muliggjør mer effektive og autonome publiseringsprosesser. Dette vil sikre et høyere og mer givende tempo i innholdsproduksjonen. I møte med tunge prosesser vil motivasjonen svinne, og dette forsøker vi å finne en medisin mot.

Det siste verktøyet vi peker på er Bufdir. Ved første øyekast er dette kanskje underlig, men Bufdir vil på mange måter bidra til å diktere deler av NNDS' eksistens. Gjennom et intrikat poengsystem [se vedlegg 2 - Finansieringsstrategi] tilbyr Bufdir statsstøtte, og denne statsstøtten vil ha en direkte innvirkning på mulighetsrommet i NNDS. Et høyt ambisjonsnivå og store drømmer gjør det nødvendig å implementere tiltak som maksimerer støtten.

Gjennom denne modellen, fra styrende dokumenter til avtaler og til verktøy mener vi at NNDS vil bli i stand til å produsere riktig innhold til sine brukere.

Ansvarsmatrise

Innholdsanalysen peker på ti innholdsstrømmer, eller ulike typer innhold som kan være ment for litt ulike målgrupper. Men kanskje viktigst av alt, det er ulike ansvarshavende for innholdsstrømmene.

For å beskrive ansvar for ulike temaer er det hensiktsmessig å benytte en ansvarsmatrise [se figur 8], også kalt HUKI matrise. HUKI-modellen benyttes for å beskrive hvem som har hovedansvaret for aktiviteten (H), hvem som er utførende (U), hvem som skal konsulteres dersom det oppstår spørsmål (K) og hvem som skal være informert om aktivitet (I).

Temaene i denne konteksten er de innholdsstrømmene som er definert i innholdsanalysen.

Prosjektgruppen har forsøkt å effektivisere innholdsproduksjonen ved å legge hoveddelen av ansvaret for publisering på rollen Content Manager. Videre har vi plassert styret i hovedsak på "Informert". Dette betyr at styret ikke skal godkjenne innhold før det publiseres. For å ivareta sentrale hensyn og vekting av verdier foreslår prosjektgruppen at det utarbeides en publiseringsveileder. Publiseringsveilederen vil tegne opp grensene for akseptabelt innhold slik at innholdet ikke trenger å etterprøves i forsinkende prosesser.

Ansvarsmatrisen tar også med noen nye innholdsstrømmer der brukerne i større grad bringes på banen. Et eksempel er AV-innhold (lyd og video) der det antas at mange lokallag vil ha kreative ildsjeler som innehar kompetanse eller erfaring med videoopptak og redigering. Ved å nyttiggjøre disse vil også verdien av å være medlem øke når medlemmene får bidra til organisasjonens suksess.

	Hovedansvarlig (har ansvar for innholdet)	Utførende (har ansvar for publisering)	Konsulterende (kan brukes for spørsmål)	Informert (skal ha sammendrag av det som er publisert)
Bruker generert innhold	-	Bruker	Content manager	Fagrådet
Sosialt innhold	Lokallag	Lokallag	Content manager	Styret
Faglig innhold	Fagråd	Content manager	-	Styret
Kommersielt innhold	Kommersiell aktør	Content manager	Fagråd	Styret
Partnerinnhold	Partner	Content manager	Fagråd	Styret
Politisk innhold	Styret	Content manager	Fagråd	Media
Organisasjonsinnhold	Styret	Content manager	-	Bruker
AV innhold	Lokale ildsjeler	Content manager	-	Styret

Figur 8 - Ansvarsmatrise

Dilemmaer og utfordringer

Prosjektarbeidet har avdekket noen dilemmaer og risikoelementer som vi ønsker å belyse her. NNDS er en frivillig organisasjon som i stor grad er basert på dugnadsarbeid og velvillighet. Dette er vanlig for denne typen interesseorganisasjoner, og prosjektgruppen har sett likheter fra erfaring med andre organisasjoner (Forbundet for Transpersoner i Norge, TMD-foreningen). Elementene som vi peker på her, er neppe unike for NNDS.

Uformelle knytninger mellom NNDS og Dekode anses av prosjektgruppen å være en sårbarhet. Dersom det skulle oppstå ubalanse i forholdet mellom disse organisasjonene har det potensial til å påvirke Oppsiden.no negativt. Prosjektgruppen er innforstått med at samarbeidet i dag er sunt og med gode intensjoner, men gruppen er også opptatt av å sikre gode betingelser for begge parter også i fremtiden.

Prosjektgruppen har lagt merke til at det er flere organisasjoner som forsøker å fylle noen av de samme hullene. Vi mener at dette kan forstyrre arbeidet til NNDS og har derfor sett på hvordan dette kan bedres i fremtiden.

Videre kan det utenfra se ut som om rollene er uklare. Når rollene er uklare kan det også oppstå misforståelser om hvem som innehar hvilke myndigheter.

Dette har gitt seg til uttrykk i blant annet publiseringsprosessen som i dag kan beskrives som ineffektiv. Dette er også noe av det som prosjektgruppen har brukt en del energi på å lage bedre løsninger til.

Konvertering fra Facebook til Oppsiden.no anses som en meget krevende og vanskelig operasjon, og NNDS har tilsynelatende forsøkt dette i noen grad tidligere. Prosjektgruppen anser at dette må gjøres mer strukturert og målrettet for å øke kvalitet og antall konverteringer.

Prosjektgruppen har også avdekket manglende treff ved googlesøk. Flere tilfeldige googlesøk på ord eller fraser som kan relateres til Down Syndrom resulterte i flere treff fra andre organisasjoner enn NNDS, ofte rangert høyere enn eventuelle NNDS-treff. I tillegg inneholder ikke treff på Oppsiden.no metainformasjon slik at en forhåndsvisning ikke er mulig.

[se også Innholdsanalyse]

Brukere og Ups & Downs opplever at det er et gap i forventningene mellom NNDS og de selv. NNDS må se nærmere på dette gapet og hvordan det kan benyttes til å ikke bare imøtekomme udekkede behov, men også hvilket potensial som ligger i det. Intervjuene med både brukere og Ups & Downs peker på helt konkrete og realiserbare tiltak som ikke krever spesielt mye ressurser.

Herunder ser vi også forventninger om politisk aktivitet, noe vi ikke har sett til nå. NNDS har riktignok gått gjennom en krevende ryddeprosess, men politisk aktivitet er noe som forventes av medlemmene og som er viktig for å vise medlemmene at de blir tatt vare på.

Til slutt peker vi på Ups & Downs. Disse organisasjonene er i dag helt autonome. Det kan selvsagt være en betydelig utfordring å skulle bli en del av en større organisasjon og helt eller delvis miste sin autonomi. Prosjektgruppen har derfor både sett på incentiver for å stimulere til sammenslåing og måter å trygge Ups & Downs-organisasjonene i sin nye rolle som lokallag.

Tiltakspakker

Prosjektgruppen har gjennom prosjektperioden sett på veldig mange små tiltak som sammen bidrar til å løfte Oppsiden.no mot drømmen. Vi har samlet tiltakene i tiltakspakker med ulike tema, og ved å implementere disse vil NNDS sakte men sikkert nærme seg drømmen om en Oppsiden.no som fyller sin funksjon.

Ettersom organisasjon og driftsmodell henger tett sammen vil også tiltakene i stor grad flette disse sammen.

Tiltakspakke organisasjon

Pakken inneholder tiltak som tar sikte på å forberede organisasjonen på en fremtid med vekst og mer effektive prosesser.

En tilbakevendende og svært vanlig problemstilling i frivillige organisasjoner med et vilkårlig sammensatt styre er at styremedlemmene har ulik oppfatning av hvordan styret skal operere og hvilke verdier som skal veie tyngst i veivalg.

Prosjektgruppen foreslår derfor å balansere styret med et uavhengig medlem. Medlemmet må plukkes ut basert på et nøytralt men passende verdisyn, inneha organisasjons- og styreerfaring, samt være villig til å inneha en slik posisjon. Det uavhengige medlemmet skal ikke lede styret, men skal bidra til å balansere diskusjoner, særlig når det angår veivalg eller tolkninger.

Prosjektgruppen legger opp til omfattende dreining av aktivitet mot innholdsproduksjon. Mangelen på nytt innhold er en av de viktigste grunnene til de lave besøkstallene. Derfor foreslår vi at man etablerer rollen Content Manager.

Hensikten er å skape mer innhold i tråd med NNDS innholdsstrategier og publiseringsveilederen. Brukerne forventer aktivitet på ukentlig basis, og i mange tilfeller kan det være nødvendig med flere oppdateringer per uke.

Men det skal ikke bare skapes nytt innhold. Eksisterende innhold må oppdateres for å fortsette å være relevant, eller i ytterste konsekvens slettes. Content Manager skal bidra til å holde siden levende.

I en frivillig organisasjon kan det være utfordrende å finne tilstrekkelig med ressurser til å

En Content Manager er noen som fører tilsyn med innholdet som presenteres på nettsteder og blogger, og kan også være ansvarlig for å lage, redigere, legge ut, oppdatere og tidvis rydde opp utdatert innhold.

Content Managers hovedansvar er å holde informasjonen som vises på nettstedet frisk, informativ og tiltalende. Deres 'innholdsstrategi' er å lage, skrive og administrere innhold for å oppnå forretningsmessige mål og være en stemme for selskapet. Det krever kreativitet, lederegenskaper og selvfølgelig skriveevne, for å produsere og publisere godt innhold.

gjennomføre dette. Det er viktig at NNDS er ærlige på behov og omfang, og at rollen tilpasses dette. Det er god grunn til å anta at omfanget er større enn 20% stilling.

De siste punktene i tiltakspakken handler om bruken av lokallag og funksjonsfordelingen mellom disse.

NNDS er en nasjonal organisasjon. Erfaring viser at brukerne ofte ikke er så opptatt av det nasjonale unntatt når det gjelder politikk. Dette gjenspeiles også i intervjuene vi har gjennomført.

Prosjektgruppen foreslår derfor at NNDS forsøker å slå seg sammen med Ups & Downs. Ups & Downs er et paraplynavn som benyttes på flere små organisasjoner som samler personer med Down Syndrom og de rundt de, med hensikt å skape sosiale treffpunkt og muligheter til å treffe andre i sammenlignbar situasjon.

Ups & Downs er meget godt egnet for å innta rollen som lokallag i NNDS. Arbeidet med sammenslåing er allerede i gang, noe prosjektgruppen er fornøyd med.

Dessverre er det ikke alle Ups & Downs som er positive til sammenslåing. Vi håper at denne rapporten kan peke på det positive med sammenslåing, og gevinstene ved sammenslåing. [se finansieringsstrategi]

Ved sammenslåing er det viktig at det trekkes opp grenser mellom organisasjonene og at roller og funksjoner fordeles. Det er også viktig å tenke på at Ups & Downs i dag er autonome organisasjoner uten opplevd behov for sentral styring.

Prosjektgruppen mener at NNDS skal ha fokus på organisasjonsdrift og politikk, mens lokallagene skal ha fokus på medlemmer og sosiale sammenkomster. Likepersonsarbeid plasseres også her.

Tiltakspakke lokallag

Hensikten med NNDS må være å utføre organisasjonsarbeid og politisk arbeid.

Prosjektgruppen har inntrykk av at politisk arbeid er nedprioritert i organisasjonen. Dette kan vise seg uheldig for brukerne og har blitt eksemplifisert gjennom regjeringens budsjett for 2020 der støtte til briller ble redusert, noe som rammet flere personer med Down Syndrom. Hensikten med Ups & Downs må være lokal tilstedeværelse og sosialt fokus. I praksis vil Ups & Downs fungere som lokallag for NNDS og ivareta medlemmene på et lokalt nivå.

For å sikre riktig bruk av ressurser foreslår prosjektgruppen at medlemmer i NNDS alltid knyttes til et lokallag og omvendt. Medlemsavgiften må deles mellom NNDS og lokallaget med en fordelingsnøkkel basert på antallet medlemmer i lokallaget. Dette vil sikre lokallagenes handlekraft, i tillegg til at de bidrar til moderorganisasjonen som mottar økonomisk støtte pr medlem.

Intervjuene med ledere i Ups & Downs har avdekket noen negative holdninger som kan være til hinder for sammenslåing. Prosjektgruppen har derfor sett på hvilke mekanismer som kan bidra til å “smøre” denne prosessen.

Sentralt i lokallagsmodellen står medlemmet. Medlemmet betaler kontingent og genererer statsstøtte. I tillegg har medlemmet ofte behov for informasjon og treffpunkter.

Ups & Downs har egen medlemskontingent i dag, og står fritt til å disponere disse midlene som de selv ser hensiktsmessig.

Ved en sammenslåing vil det være usikkert hvor mye midler det enkelte lokallag har tilgjengelig. NNDS har også behov for midler. Kapitlet om finansieringsstrategi tar for seg dette mer inngående.

Prosjektgruppen har diskutert en modell der felles medlemskontingent tilfaller lokallaget. I tillegg kan 100 kroner av statsstøtten tilfalle lokallaget som et stimuli for å gjøre det mer attraktivt å slå sammen NNDS og Ups & Downs (sett fra Ups & Downs).

Dette vil i noen tilfeller medføre et inntektstap for NNDS, og dette kompenseres i noen grad ved lokallagstilskudd og likepersonsarbeid. Se ellers kapitlet om finansieringsstrategi og vedlegg 2 - Finansieringsstrategi.

Tiltakspakke avtaler og roller

Prosjektgruppen har identifisert en sårbarhet i det ubalanserte forholdet mellom NNDS og Dekode. Dekode har besørget det totale forholdet med nettsiden (hosting, plattform, utvikling, tilrettelegging). Til tross for en god og stabil relasjon for øyeblikket, så mener vi at relasjonen med fordel kan styrkes gjennom en avtale. En avtale vil ivareta Dekodes forpliktelser i avtaleperioden, samtidig som at den gjør det mulig for NNDS å styre utviklingen av plattformen til egen fordel.

Tiltakspakken fremhever også forventede roller i ethvert styre. Det er grunn til å anta at alle disse rollene er ivaretatt i dagens styre, men prosjektgruppen mener det er hensiktsmessig å påpeke dette også i forhold til fremtidige styre. NNDS bør finne en måte å sikre stabil styresammensetning gjennom f.eks. vedtekter.

Rollene som forventes er

- leder (leder møter og er organisasjonens ansikt utad),
- nestleder (assisterer leder på praktiske oppgaver og er i stand til å overta ved sykdom og fravær),

Det er relativt vanlig at leder og nestleder deler på oppgaver slik at man får en aktiv nestleder. En med internt fokus og en med eksternt fokus er en måte å gjøre dette på.

- sekretær (sørger for referater fra møter og andre praktiske oppgaver som er naturlig av vedkommende utfører),
- kasserer/økonomiansvarlig (overseende med organisasjonens økonomi, sørger for bokføring av utgifter og oppsett av budsjett),
- medlemsansvarlig (sørger for medlemsregister og støtte rundt spørsmål om medlemskap),
- lokallagsansvarlig (sørger for kommunikasjon med lokallag og registreringer ved behov),
- kommunikasjonsansvarlig (tilrettelegger kontakt med media og har overseende med organisasjonens medieprofil),
- ansvarlig for nettside/epost etc (avtaleansvarlig og webmaster).

Tiltakspakke innhold

En betydelig utfordring er å produsere tilstrekkelig med innhold, og prosjektgruppen har identifisert innhold som nøkkelen til suksess. Følgelig er det nødvendig med tiltak for å sikre god fremdrift.

Først og fremst foreslår prosjektgruppen å effektivisere publiseringsprosessen. Det gjøres gjennom å legge til rette for autonom publisering og redusert innblanding fra styret. Hvordan kan man gjøre det i praksis?

VI foreslår at NNDS utvikler en publiseringsveileder. Hensikten med dette dokumentet er å tegne opp retningslinjene for publisering av innhold slik at den som produserer innhold enkelt kan se om det faller innenfor rammene for akseptabelt innhold. Med akseptabelt innhold menes innhold som er i tråd med organisasjonens verdisyn og som understøtter målene for innhold. I tillegg må det tas hensyn brukernes behov og organisasjonens medieprofil. Publiseringsveilederen regnes som en av de viktigste verktøyene på veien til suksess.

Videre anbefaler vi at NNDS utvikler målsetninger for innholdsproduksjon. Brukerne peker på lav frekvens av nytt innhold. Vi tror at fagrådet bør være i stand til å produsere minst en faglig artikkel hver uke. NNDS bør vurdere om fagrådet skal honoreres for innholdsproduksjonen.

I tillegg mener vi at styret bør være i stand til å produsere 4 artikler med politisk innhold pr år. Hensikten er å bidra til god politikk som ivaretar mennesker med Down Syndrom og deres behov. Et mer politisk aktivt styre vil plassere NNDS i debatten og fylle et

[Stiftelsen Prospera, Karl Johans gate 8, 0154 Oslo. Org nr.: 997 297 881](#)

forventningsgap (brukerne vil at NNDS skal være synlige i politikken).

Vi mener at bidragene må tilgjengeliggjøres for media i form av kronikker eller debattinnlegg.

Når man innfører publiseringsveileder kan mer av innholdsansvaret tillegges Content Manager [se rollebeskrivelse under tiltakspakke organisasjon].

I de initielle diskusjoner ble temaet premium innhold tatt frem. Premium innhold er innhold som anses å være verdifullt slik at brukerne antas å være villige til å betale for tilgang. Prosjektet har sett på ulike måter å implementere dette, men har ikke funnet en tilfredsstillende modell som er i tråd med premium-konseptet. Vi vil likevel anbefale en tilnærming til premium innhold. Nøkkelen ligger i forståelsen av innholdets verdi, og følgelig finne en annen verdifull byttegjenstand. I stedet for penger foreslår prosjektgruppen at NNDS innhenter e-postadresser i bytte mot tilgang til verdifullt innhold.

I de fleste modeller for premium innhold vil medlemskap kvalifisere som gyldig tilgang til innholdet. Brukere som er medlem i NNDS vil ha e-postadresse registrert i medlemsregisteret, mens de øvrige ikke har det. Når brukerne oppgir e-postadresse som betalingsmiddel kan NNDS i etterkant foreslå medlemskap. Prosjektgruppen kjenner til organisasjoner som benytter denne modellen vellykket.

Tiltakspakke årshjul

Årshjul er et meget velegnet verktøy for å sikre gjennomføring av periodiske aktiviteter. Prosjektgruppen legger til grunn at NNDS allerede har et årshjul, og anbefaler aktiviteter i to kategorier; kommunikasjon og medlemsforståelse.

I kategorien "kommunikasjon" finner vi aktiviteter for å skape god kontakt mellom organisasjonens ulike nivåer, inklusive medlemmer. Medlemmene har selv påpekt at de vet for lite om hva NNDS gjør og står for. Derfor foreslår vi helt enkelt å sende regelmessige nyhetsbrev til medlemmene. Nyhetsbrevene bør inneholde informasjon om hva som er nytt i organisasjonen, fremhevede artikler, utdrag av aktivitet på Oppsiden.no, medlemsfordeler og annet som antas være av interesse for medlemmene. Hensikten er å skape dialog og interesse, samt å holde kontakten med medlemmene. Det er viktig å oppfordre til dialog, og tilbakemeldinger slik at man vedlikeholder en toveis kommunikasjon.

Prosjektgruppen har også snakket med Ups & Downs, gruppene som forhåpentligvis vil innta en rolle som lokallag. Noen av tilbakemeldingene går ut på at disse ikke vet nok om hva som foregår i NNDS. Vårt forslag er at det jevnlig sendes ut et kommunike eller liknende. Kommunikéet bør inneholde informasjon om hva som skjer i NNDS. Det kan inneholde informasjon om hva som rører seg, og stimulere til sosial aktivitet i lokallagene (oppfordring til juletreff, sommerfest eller annet sosialt).

Kommunikasjon handler om å snakke sammen, dele og utveksle. Vi tror at NNDS vil bli en mer levende organisasjon om man satser mer på kommunikasjon.

Videre har prosjektgruppen foreslått kategorien medlemsforståelse i årshjulet. Når man skal satse på innhold for å skape aktivitet på nettsiden, så må man også ha en forståelse av hva brukerne er interessert i.

Men hvordan lærer vi mer om det? Prosjektgruppen har i løpet av prosjektets gang hentet ut besøksstatistikk for nettsiden og analysert for å bedre forstå hva brukerne gjør på siden. Vi anbefaler at dette gjøres minst en gang i året. Det er viktig at nøkkelparametere samles og sammenliknes for å se hvordan dette utvikler seg over tid. Nøkkelparameterne er antall brukere, antall unike brukere, gjennomsnitts besøkstid og hvilken side de startet på (kvalitet på søketreff).

I tillegg bør det årlig gjennomføres en undersøkelse for å avdekke hvilke tema brukerne er mest opptatt av. Dette er informasjon som er å betrakte som virksomhetskritisk. Årsaken er at NNDS skal bruke denne informasjonen til å skreddersy opplevelsen til brukerne.

Prosjektgruppen foreslår å kombinere besøksstatistikk og resultatene fra brukerundersøkelsen til å sette sammen top 5 artikler. Disse kan fremmes med bruk av metainformasjon og SEO-teknologi. På den måten holder man søkeresultater og nettsiden relevant, og bidrar til å holde oppe interessen.

Handlingsplan

Handlingsplanen [figur 9] har til hensikt å beskrive hvordan NNDS kan implementere disse tiltakene og aktivitetene i en takt som tar hensyn til den begrensede gjennomføringsevnen og handlingsrommet i en frivillig organisasjon. Det finnes et betydelig potensiale i organisasjonen, og prosjektet foreslår mange tiltak.

Noen av medlemmene i prosjektgruppen har selv erfaring med organisasjons- og styrearbeid og vet godt hvor utfordrende det kan være å gjennomføre tiltak. Disse erfaringene har vært til stor hjelp i utformingen av handlingsplanen. Handlingsplanen er også utformet i tråd med The Lean Startup (Eric Ries, 2011).

Prosjektgruppen legger opp til et "rolig" år i 2020. Året skal benyttes til å gjøre klar for 2021, og fokusere på langsiktige tiltak. I hovedsak handler det om å gjøre grep på organisasjonen, skrive avtaler og fokusere på innhold.

I 2021 er nøkkelordet "vekst", og det innebærer å realisere forberedelsene fra 2020. Her kommer endringene og nyhetene.

Til slutt (i handlingsplanen) gjennomfører vi en evaluering og revisjon av arbeidet som er gjort slik at man kan gjøre ytterligere forbedringer.

År	ToDo	Tiltakspakker
2019	Google søk, lokallag. Nøkkelord: <u>Lavthengende</u> frukt	
2020	Medlemsvekst og innhold. Styrende dokumenter. <u>Onboarding</u> lokallag. Likepersonsarbeid. Nøkkelord: Sitte i ro	Organisasjon Lokallag Avtaler og roller Innhold Årshjul
2021	Avtaler (drift, honorering). Nye roller. Ny versjon av <u>communityplattform</u> . Nøkkelord: Bygge for vekst	
2022	Revisjon av styrende dokumenter. Revisjon av tiltak. Nøkkelord: Høste frukter	Avtaler og roller

Figur 9 - Handlingsplan

Avsluttende ord

Rapporten er utarbeidet på bakgrunn av intervjuer og samtaler. Prosjektgruppen har gravd så dypt det lot seg gjøre i den begrensede tiden som var tilgjengelig for prosjektet. Likevel mener vi at rapporten er grundig og omfattende, kanskje til og med i det øvre sjiktet.

Gitt mer tid og ressurser kunne prosjektgruppen trolig avdekket flere forhold og gitt flere anbefalinger, uten at det er gitt at dette er hensiktsmessig for en frivillig organisasjon.

Samarbeidet har vært meget godt og NNDS har hele tiden spilt med åpne kort og vært på tilbudssiden. Det har gitt prosjektgruppen et takknemlig utgangspunkt for et omfattende arbeid.

Prosjektgruppen har fremlagt flere forslag til videre aktivitet som både kan gjennomføres selvstendig, men også i samarbeid med Prospera og samarbeidende organisasjoner. Enkelte av tiltakene kan ha en tilsynelatende høy kostnad, men da er det verdt å merke seg potensialet for gevinster. Oppsiden.no er et ambisiøst prosjekt og når det lykkes vil det ikke være tvil om hvilken organisasjon som besitter førstehåndskunnskap om det å leve med eller sammen med Down Syndrom.

Selv om Prospera har funnet frem et solid team med riktig kompetanse for oppgaven har oppdraget bydd på utfordringer, læringsmuligheter og utviklingsmuligheter. Prosjektgruppen har fått erfare nye metoder og veier til mål, i tillegg til de iboende utfordringene med

datahøstingen (intervjuer og samtaler). Vi er alle svært takknemlig for denne muligheten, og håper på et fortsatt godt samarbeid mellom NNDS og Prospera.

Prospera

Vedlegg 1, Innholdsanalyse av
Oppsiden.no

for Norsk Nettverk for Down Syndrom
(NNDS)

16.01.2020

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	2
Bakgrunn	3
Om Oppsiden.no	3
Oppsiden.no:	3
“Konkurrerende” nettsider og nettsamfunn til oppsiden.no	3
Dekode Interaktiv og Nisje plattformen:	4
Redaksjonen:	4
NNDS Styret og Daglig leder	5
Fagrådet	5
Metode benyttet for innholdsanalysen	5
Kartlegging opp mot innholdsanalyse	6
A: NNDS visjon /målsetning:	7
B: NNDS sin målsetning med Oppsiden.no:	8
C: Målgruppeinndeling for Oppsiden:	9
D: Målgruppens behov og innholdsanalyse:	11
E: Hvordan målgruppens behov skal møtes gjennom innhold, design og funksjon:	20

Bakgrunn

Prosjektgruppen fra Prospera har i dette dokumentet dokumentert Innholdsanalysen som har blitt gjennomført som en del av Prospera sin leveranse til NNDS. Innholdsanalysen er med på å danne grunnlaget for Sluttrapporten for NNDS hvor innholdsanalysen, interessentanalysen for Oppsiden.no oppsummeres i tillegg til finansieringsstrategi, handlingsplan og driftsmodell.

Om Oppsiden.no

Oppsiden.no:

Oppsiden.no ble lansert i oktober 2018 og er en kunnskapsportal for kunnskapsforvaltning og formidling av informasjon relatert til Downs Syndrom. Oppsiden eies og drives av NNDS og er delt inn i to hovedområder:

- Kunnskapsdatabase
- Brukergrupper/Community.

Oppsiden.no skal fungere som et sosialt nettsamfunn for kunnskapsdeling for alle som har interesse og nytte av kunnskap om Downs Syndrom. Oppsiden.no skal være like enkel å bruke som Facebook, men skal til forskjell fra Facebook ha som hovedmålsetning å strukturere og forvalte erfaringer og kunnskap.

Oppsiden.no hadde per september 2019 1136 registrerte brukere.

“Konkurrerende” nettsider og nettsamfunn til oppsiden.no

- Facebook-gruppen ‘Norsk Nettverk for Downs Syndrom – NNDS’ En lukket gruppe som har ca. 4000 medlemmer. Brukere opplever at det er tryggere å dele informasjon i Facebook gruppen enn på Oppsiden.no. Lavere terskel. Link: <https://www.facebook.com/groups/186423594724195/>
- Facebook-gruppen ‘Norsk Nettverk for Downs Syndrom – NNDS’ En åpen gruppe med ca. 2000 følgere. <https://www.facebook.com/nndsno/>
- Facebookgruppene til lokallag Ups & Downs. Flere lokallag har egne grupper hvor de fleste er lukket.

- Diverse facebookgrupper rundt forskjellige DS tematikk som på en måte fungerer slik community-delen er tenkt på Oppsiden.
- NNDS sin nettside: <https://nnds.no/> Det er et uklart skille når det gjelder brukergruppe/verdibudskap/ mellom nnds.no og oppsiden.no.

Innhold fra oppsiden.no publiseres også på nnds.no og det er link til oppsiden.no derfra.

Det er uklart hva du får som fordel ved å bli medlem/støttemedlem. Det er ingen synlige medlemsfordeler utover at man støtter NNDS økonomisk. Man får i dag tilgang til den samme informasjonen/kunnskapen på Oppsiden.no uavhengig om man er medlem i NNDS eller ikke.

- Ups & Downs sine lokale nettsider. De fleste lokallag Ups & Downs har egen nettside.
- Norsk Forbund for Utviklingshemmede (NFU). Disse er også engasjert i Downs Syndrom. Ifølge Oppdragsgiver samarbeider NNDS med NFU. NFU deltok på lanseringen av Oppsiden.no. Link: <http://www.nfunorge.org/>

Dekode Interaktiv og Nisje plattformen:

Plattformen 'Nisje' som Oppsiden.no kjører på leveres, driftes og vedlikeholdes av Dekode Interaktiv hvor styremedlem i NNDS, Magne Ilsaas er daglig leder og partner.

Oppdateringer som rulles ut på plattformen for andre kunder av Dekode Interaktiv kommer også Oppsiden.no til gode når det er relevant og disse beslutningene tas av Magne Ilsaas fortløpende.

Per i dag finnes det ingen avtale på plass mellom NNDS og Dekode Interaktiv for bruk av Nisje/Oppsiden.no. NNDS betaler heller ikke vederlag for denne tjenesten hverken når det gjelder forbruk, oppgraderinger, oppdateringer av funksjonalitet, support og kundeoppfølging.

Redaksjonen:

Per i dag består redaksjonen for nnds.no og oppsiden.no av:

- En innleid ressurs i Redaktørrollen, Julia Edin (20 % stilling) med ansvar for blant annet produksjon av innhold, analyse, forbedringer og synlighet for nnds.no og Oppsiden.no. Dette er en betalt stilling som dekkes økonomisk av NNDS.
- Julia Edin jobber også deltid som Marketing Manager i Dekode Interaktiv.

NNDS Styret og Daglig leder

NNDS styremedlemmer er involvert i Oppsiden.no når det kommer til målsetninger for nettstedet samt godkjenning av innhold som skal publiseres på Oppsiden.no.

NNDS har i en periode manglet Daglig leder og er i en søke/rekrutteringsprosess for øyeblikket. Vi går ut fra at Daglig leder også skal involveres i Oppsiden.no fremover.

Fagrådet

Fagrådet skal bistå foreldre og fagfolk med informasjon om Downs Syndrom og har i tillegg til andre oppgaver ansvaret for å bidra med artikler innenfor sitt fagområde til oppsiden.no.

Sammensetningen av fagrådet varierer, men består i dag av 10 faste medlemmer som har en samling i året.

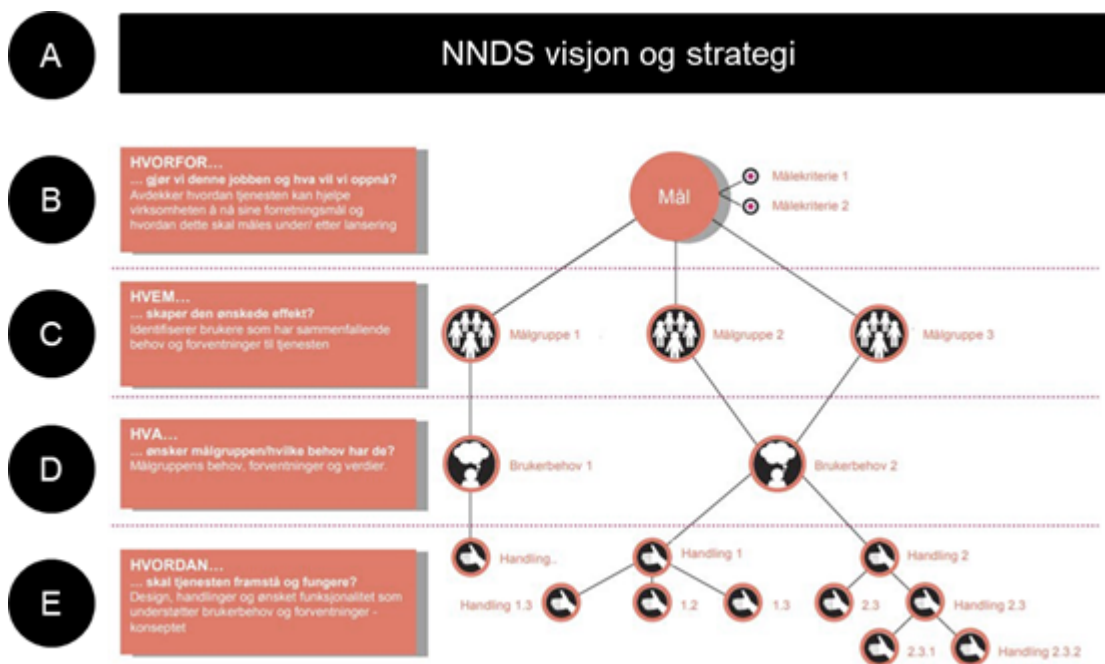
Medlemmene av fagrådet deltar på frivillig basis og mottar ikke honorar per i dag.

Metode benyttet for innholdsanalysen

Det er viktig at NNDS har en tydelig målsetning med oppsiden.no som er forankret i NNDS sin visjon og tilhørende mål.

For å lykkes med oppsiden.no mener vi at oppsiden.no sine målgrupper defineres tydelig og at NNDS må ha en klar formening om prioriterte målgruppers behov, både i forhold til innhold og funksjon.

Vi har tatt utgangspunkt i følgende modell for Innholdsanalyse med målgruppeanalyse/interessentanalyse:



Figur 1 - Metode for innholdsanalysen

I seksjonene under har vi sett på følgende områder i tråd med modellen vi har benyttet som utgangspunkt for innholdsanalysen:

A: NNDS sin visjon og mål

B: NNDS sin målsetning med oppsiden.no

C: Målgruppeinndeling for Oppsiden.no

D: Målgruppens behov og innholdsanalyse

E: Hvordan målgruppens behov skal møtes gjennom innhold, design og funksjon.

Kartlegging opp mot innholdsanalyse

Kartleggingen i dette kapittelet er basert på:

- Dokumentasjon mottatt fra NNDS i prosjektperioden:
 - o Mail fra Oppdragsgiver 26.09.2019
 - o NNDS Strategiplan 2019-2021
 - o Oppsiden.no: Søknad til Extrastiftelsen

- Oppsiden.no: Presentasjon for Fagrådet 25.09.2019
- Møter mellom Prospera teamet og Oppdragsgiver i prosjektperioden.
- Intervjuer med representanter fra målgruppen og interessentgruppen:
 - 2 aktive brukere av oppsiden.no
 - 3 styrerepresentanter fra Ups & Downs lokallag med en medlemsmasse fra 50-300 medlemmer. Disse svarte så godt de kunne på vegne av sine medlemmer.
 - Redaktør for oppsiden.no
 - Intervjuene er anonymisert etter avtale med intervjuobjektene.
- Analytics-tall fra NNDS.no og Oppsiden.no mottatt fra Oppdragsgiver:
 - NNDS analytics, Audience overview, Oct 1, 2018-Nov 7, 2019
 - NNDS analytics, Oversikt over mest besøkte innlegg Oct 1, 2018 - Nov 7, 2019
 - Oppsiden.no - Analytics, Oversikt over mest besøkte sider Oct 15, 2019 - Nov 7, 2019.
- Resultatet av brukerundersøkelsen som ble postet av NNDS i NNDS Facebook-gruppen medio oktober 2019 med målsetning om å identifisere temaer målgruppen ønsker å lese mer om på nnds.no og Oppsiden.no.

A: NNDS visjon /målsetning:

NNDS sitt uttalte formål er: «NNDS formål er å samle og spre informasjon om Downs Syndrom».

Følgende styringsprinsipper er gjeldende ifølge NNDS Strategiplan 2019-2021:

- Vi skal skape verdi for medlemmene våre.
- En til mange.
- Samarbeid og relasjonsbygging.

Videre er følgende strategimål beskrevet:

- 1) Bygge en bærekraftig organisasjon hvor vi oppfatter følgende delmål fra Strategiplanen som direkte relatert til Oppsiden.no:
 - a. Drifte og videreutvikle kunnskapsportal, hvor det skal jobbes med kunnskapsforvaltning og formidling.
 - b. Jobbe strategisk med medlemskommunikasjon
 - c. Videreutvikle nettsider som i større grad legger til rette for å konvertere medlemmer, samt jobbe konsekvent med å posisjonere innhold mot søkemotorer.
- 2) Kontinuerlig kunnskapsformidling og holdningsarbeid hvor vi oppfatter følgende delmål fra Strategiplanen som direkte relatert til Oppsiden.no:
 - a. Drifte og videreutvikle kunnskapsportal, hvor det skal jobbes med kunnskapsforvaltning og formidling.
 - b. Vi skal aktivt jobbe med å rangere høyt på nøkkeltema i søkemotorer.
 - c. Styrke fagrådet, slik at fagrådet både bidrar til å dokumentere og formidle kunnskap.
 - d. Løfte stemmer og historier fra mennesker med Down Syndrom.

B: NNDS sin målsetning med Oppsiden.no:

Vi har ikke funnet skriftlige målsetninger for Oppsiden.no i dokumentasjonen vi har mottatt fra NNDS. I tillegg er det ikke tydelig hvilke mål man har med nnds.no kontra oppsiden.no, samt hvordan disse nettstedene skal samspille.

Etter samtaler med Oppdragsgiver i prosjektperioden er vår forståelse at følgende målsetninger er gjeldende for oppsiden.no:

- 1) Oppsiden skal være en kanal som bidrar til NNDS sitt mål om kontinuerlig kunnskapsformidling og holdningsarbeid. Dette gjennom å være en kunnskapsplattform og en kommunikasjonskanal som fremmer kunnskap rundt Downs Syndrom og sikrer at mennesker med Downs Syndrom får et så godt liv som mulig og at deres rettigheter ivaretas.
- 2) Oppsiden skal være åpen og tilgjengelig for alle (også de som ikke er medlem av NNDS).

- 3) Oppsiden skal bidra til nettverksbygging og samarbeid på tvers av NNDS målgruppen(e) og interessenter.
- 4) Oppsiden skal bidra til å oppnå NNDS sitt mål om en bærekraftig organisasjon gjennom å bidra til flere NNDS medlemmer.

Det mangler målbare kvantitative mål for oppsiden.no:

Det er mangel av kvantitative mål som støtter opp under NNDS sine målsetninger med Oppsiden.no og vi er usikre på hvordan NNDS følger opp sine målsetninger samt sørger for at nødvendige tiltak implementeres for å oppnå disse underveis.

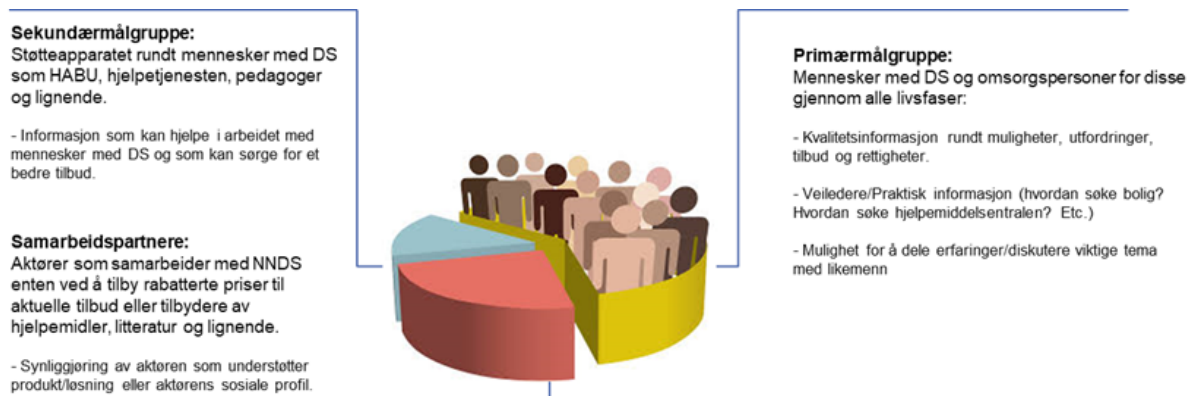
C: Målgruppeinndeling for Oppsiden:

Vi har ikke funnet uttalte eller skriftlige målgruppe(r) for Oppsiden.no i dokumentasjonen vi har mottatt fra NNDS utover å sørge for at kvalitetsinformasjon relatert til Down Syndrom er tilgjengelig for alle interessenter.

Mangel av definerte målgrupper og verdibudskap opp mot disse vil gjøre det utfordrende å utvikle rett innhold til prioriterte målgrupper. Dette vil igjen påvirke muligheten til å nå de målene man har satt for oppsiden.no.

Per i dag er det utfordrende å finne ut av hvor stor del av brukere og lesere som er en del av en spesifikk målgruppe på oppsiden.no.

Vi har etter samtaler med Oppdragsgiver i prosjektperioden forstått det slik at følgende målgruppe inndeling kan benyttes:



Figur 2 - Målgruppeinndeling

- **Primærmålgruppe:** Personer med Downs Syndrom samt foresatte/omsorgspersoner til personer med Downs Syndrom.

I følge oppsiden.no sin redaktør er det kun et fåtall brukere av oppsiden.no som er personer med Down Syndrom (3-5 brukere). Brorparten av brukerne er omsorgspersoner til personer med Down Syndrom.

- **Sekundærmålgruppe:** Støtteapparatet rundt personer med Down Syndrom som habiliteringstjenesten for barn og unge (HABU), hjelpetjenesten, pedagoger i barnehage/skole og liknende.

Vi har ingen oversikt over hvor mange aktive brukere som er i denne målgruppen per i dag.

- **Samarbeidspartnere, annonsører og sponsorer:** Vi har i intervjuet med redaktøren for oppsiden.no fått vite at NNDS har følgende samarbeidspartnere i dag:
 - Tangen Dyrepark (rabattert inngangspris)
 - Tusenfryd (rabattert inngangspris)
 - Kongeparken (rabattert inngangspris)
 - Gulldia (rabattert pris på alle varer - gullsmed)

Disse samarbeidspartnerne er ikke nevnt på nnnds.no eller oppsiden.no per i dag og informasjon om disse samt rabattkoder er sendt til NNDS medlemmer i nyhetsbrev per mail. Dette også fordi at det ikke finnes "lukkede" områder for medlemmer på Oppsiden.no.

NNDS oppfordret flere relevante aktører som forfattere og utviklere av tjenester relatert til Down Syndrom til å opprette grupper på oppsiden.no i forbindelse med lanseringen av nettstedet. Eksempler er forfatter Nina Skauge og tjenesten Milla Says. Disse kan benytte gruppene til å promotere sine produkter uten at de er nevnt som samarbeidspartnere. Disse tilbyr heller ingen fordeler til medlemmer av oppsiden.no eller NNDS så vidt vi vet.

Det mangler per i dag funksjonalitet på oppsiden.no for å poste medlemsfordeler samt synliggjøre samarbeidspartnere.

D: Målgruppens behov og innholdsanalyse:

Det finnes per i dag ingen beskrevet oversikt over målgruppens behov samt verdiforslag opp mot disse. Dette er viktig for å sørge for at oppsiden.no relevant og interessant for primærmålgruppen både når det gjelder innhold og funksjonalitet.

For å kartlegge målgruppens behov og deretter vurdere om oppsiden.no sitt innhold og funksjon dekker behovet har vi sett på følgende:

- *Kvantitativ analyse:* Analytics fra nnds.no og oppsiden.no
- *Kvantitativ analyse:* Resultatet av spørreundersøkelse med mål om å identifisere temaer målgruppen er interessert i.
- *Kvalitativ analyse:* Intervjuene og samtaler vi har hatt med interessenter. Det vil si representanter fra brukere av oppsiden.no, representanter fra Oppdragsgiver og representanter fra lokallag Ups & Downs.

Hovedfunn fra analytics rapporter fra nnds.no og oppsiden.no:

Vi har tatt med analytics tall fra nnds.no da vi har forstått det slik at samme innhold i stor grad publiseres begge steder samt at nnds.no linker inn til innhold på oppsiden.no.

I tillegg har vi forstått det slik at oppsiden.no ikke har vanlige url-er som kan deles utenfor oppsiden.no og at dette gjør det mer utfordrende å få ut analyse tall derfra.

1. Analytics tall fra nnds.no i perioden oktober 2018 - november 2019

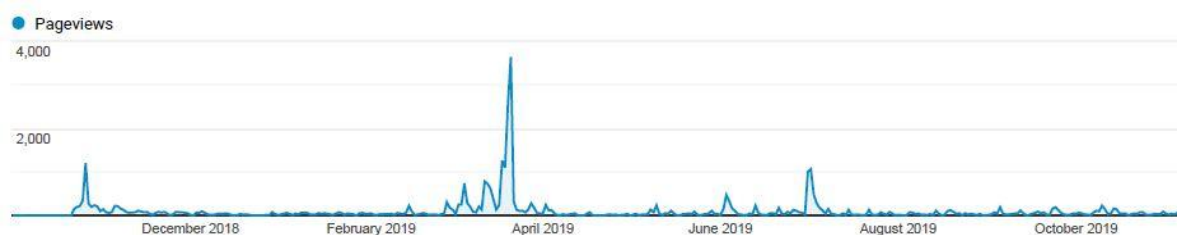
Analyseområde:	Forklaring:	Resultat:
Users	Brukere som har gjennomført minst én økt innenfor den valgte dataperioden.	19 241
Returning visitors	Returnerende brukere innenfor den valgte dataperioden.	12.4 %
Sessions	Antall økter innenfor den valgte dataperioden.	25 340
No of sessions per user	Antall økter per bruker i den valgte dataperioden	1.32

Pages per session	Antall sidevisninger per økt i den valgte dataperioden.	1.65
Avg. session duration	Gjennomsnittlig tid per økt i den valgte dataperioden.	1,15 min
Pageviews	Det totale antallet sider som har blitt vist i den valgte dataperioden. Gjentatte visninger av én enkelt side telles med.	41 753
Unique Pageviews	Antallet økter der den aktuelle siden ble åpnet minst én gang. En unik sidevisning telles for hver kombinasjon av sidens nettsadresse + sidens tittel.	33 083
Avg. time on page	Gjennomsnittlig tid per side i den valgte dataperioden.	1, 55 min
Bounce rate /Fluktfrekvens	Prosentandelen enkeltbesøk (det vil si besøk der vedkommende forlot nettstedet fra inngangssiden uten å foreta noen handlinger der).	75.95 %
Exit	Prosentandelen nettstedsutganger som skjedde fra en bestemt side eller et bestemt sett med sider.	60.69 %

Når det gjelder aktivitet på nnds.no er det helt klare topper når det gjelder sidevisninger i enkelte perioder under måleperioden.

Ifølge nnds.no sin redaktør har dette med følgende hendelser å gjøre:

- Lanseringen av oppsiden.no i oktober/november 2018 hvor nnds.no og oppsiden.no fikk oppmerksomhet i media og lignende.
- Desidert mest besøk var det i mars 2019 i forbindelse med Rockesokk-kampanjen.
- I juni og juli er det også noe mer besøk muligens grunnet ferietid samt at det ble lagt ut en artikkelserie om tilgjengelighet og medlemsfordeler ved fornøylesparker i Norge, Sverige og Danmark.



Figur 3 - pageviews for nnds.no i måleperioden fra analytics rapport.

De mest leste artiklene på nnds.no i måleperioden er:

- Forsiden
- Rockesokk
- Bli med på forberedelser til 21. mars
- Lurer du på hva det innebærer å ha et barn med Down Syndrom
- Egen bolig

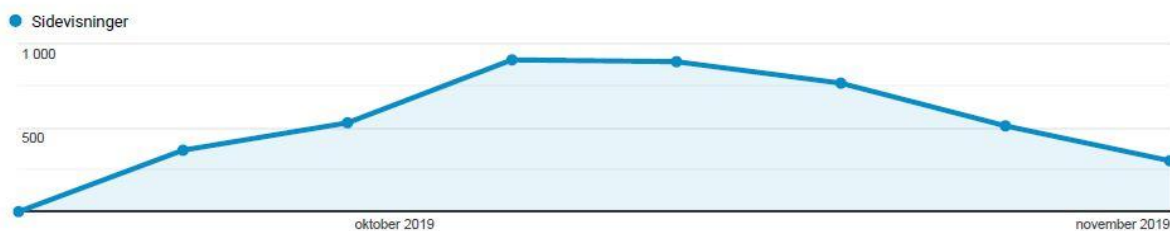
2. Analytics tall fra oppsiden.no i perioden 15.september 2019 - 8. november 2019

For oppsiden.no har vi kun tilgjengelig analytics for i underkant av 2 måneder da analytics ikke har blitt satt opp for oppsiden.no før 15.september. 2019. Vi har heller ikke like omfattende analysetall for oppsiden.no som for nnds.no.

Analyseområde:	Forklaring:	Resultat:
Pageviews	Det totale antallet sider som har blitt vist i den valgte dataperioden. Gjentatte visninger av én enkelt side telles med.	4 271
Unique Pageviews	Antallet økter der den aktuelle siden ble åpnet minst én gang. En unik sidevisning telles for hver kombinasjon av sidens nettsadresse + sidens tittel.	2 142
Avg. time on page	Gjennomsnittlig tid per side i den valgte dataperioden.	28 sek
Bounce rate /Fluktfrekvens	Prosentandelen enkeltbesøk (det vil si besøk der vedkommende forlot nettstedet fra inngangssiden uten å foreta noen handlinger der).	25,56 %

Exit	Prosentandelen nettstedsganger som skjedde fra en bestemt side eller et bestemt sett med sider.	11, 44 %
------	---	----------

Vi kan se en positiv utvikling av sidevisninger i starten av oktober som avtar igjen mot november, men har ikke mottatt noe informasjon fra Oppdragsgiver på hva som kan være årsaken til dette:



Figur 4 - pageviews for oppsiden.no i måleperioden fra analytics rapport.

De mest leste artiklene på oppsiden.no i måleperioden er:

- Wiki: forsiden til kunnskapsbasen
- Gruppe for Tegn til tale.
- Artikkelen: "Hva innebærer det? En mors opplevelse av å få et barn med Downs" som ligger i gruppen Foreldreerfaringer.
- Lokallag: oversikt over alle Ups & Downs foreningene selv om få av disse gruppene har særlig aktivitet.
- Tegn Kalenderen.

3. Oppsummering og analyse av analytics tall for nnds.no og oppsiden.no

Vi kan ikke direkte sammenligne tallene fra nnds.no og oppsiden.no da vi har målinger fra nnds.no for over et år og kun for 2 måneder for oppsiden.no. Vi kan videre se fra nnds.no analytics at det var få pageviews på nnds.no i perioden hvor vi har målinger fra oppsiden.no noe som også kan ha påvirket tallene for oppsiden.no.

Ved å analysere tallene fra begge nettstedene ser vi følgende trender:

- Det blir produsert for lite innhold samt at det publiseres for få artikler og for sjeldent. Følgende faktorer indikerer dette:

- Lav grad av returnerende brukere på nnds.no (12,4 %). Vi har ikke sammenlignbart tall for oppsiden.no.
- Gjennomsnittlig tidsbruk per side er kun 28 sekunder på oppsiden.no noe vi mener er for lavt. Digital opptur (digitalopptur.no) mener at man kan forvente en lesetid på mer enn 40 sekunder og ofte 1 minutt eller lenger om innholdet er bra og relevant på en innholdsside.
- Det kan se ut til at det er en større interesse for å bli på nettsiden, lese artiklene og også lese annet innhold på nnds.no enn på oppsiden.no. Følgende faktorer indikerer dette:
- På nnds.no er gjennomsnittlig tidsbruk per side 1,55 minutter og på oppsiden.no er det 28 sekunder.
- På nnds.no er det 1.32 økter per bruker og 1.65 sidevisninger per økt noe som indikerer at de som er inne fatter interesse for å se på annet innhold.
- For nnds.no er det en høy fluktfrekvens noe som indikerer at brukeren fant det ønskede innholdet på den gjeldende siden og ikke måtte navigere seg videre. På oppsiden.no er fluktfrekvensen lav noe som indikerer at brukeren ikke fant ønsket innhold og måtte lete/navigere seg videre.

Resultat av spørreundersøkelsen om ønsket innhold på oppsiden.no:

- Spørreundersøkelsen ble lagt ut i NNDS sin Facebook gruppe medio oktober 2019 med målsetning om å identifisere temaer målgruppen ønsker å lese mer om på nnds.no og Oppsiden.no. Dette som innspill til møte i Fagrådet rundt planlegging av innhold og artikler fremover.
- 39 personer svarte på undersøkelsen med 228 avgitte stemmer på ulike temaer som var listet opp i undersøkelsen. Stemmene var jevnt fordelt over de fleste av temaene som ble listet opp. Det er ca. 4000 registrerte medlemmer i Facebook gruppen og vi kan dermed ikke konkludere med at resultatet av denne undersøkelsen er representativt for flertallet i målgruppen.
- Flest stemmer gikk til følgende temaer:
 - Forskning (10 stemmer)
 - Skole (9 stemmer)
 - Hjelpemidler (7 stemmer)
 - BPA (7 stemmer)

- Munnmotorikk (7 stemmer)
- Pedagogikk (7 stemmer)
- Temaer som varige tilrettelagte arbeidsplasser, tegn til tale, rettigheter, søsken, avlastning, spesialundervisning, litteratur, glad-saker og tegn-til-tale sanger/eventyr/dikt kom også høyt opp på listen.

Vår analyse av resultatet er at det peker på et behov for variert innhold på oppsiden.no på tvers av muligheter, utfordringer, rettigheter, forskning samt alder og livssituasjon/livsfasen.

Hovedfunn fra intervjuene/samtalene vi har utført med interessenter:

1. Hovedfunn fra intervjuer med brukere av Oppsiden.no

- **Tilgjengelighet:** Brukerne bruker primært PC som plattform for å aksessere Oppsiden.no da denne fungerer best i forhold til å publisere innlegg. Mobil benyttes noe.
- **Innhold:** Det er en tydelig tilbakemelding om at det skjer for lite på Oppsiden.no og at det publiseres innhold for sjeldent. En bruker sjekker oppsiden.no hver 14. dag for å sjekke om det er noe nytt.

Det er også ønskelig at man tar høyde for flere aldersgrupper i forhold til innholdspubliserings: alt fra utfordringer i barnehage til først jobb.

Det er et tydelig ønske om mer audiovisuelt innhold som livestreaming av konferanser og kurs i videoformat da dette kan øke brukertid på siden og sørge for mer engasjement.. Det ytres også ønske om et videobibliotek på oppsiden.no da YouTube kan virke uoversiktlig og tidkrevende når det gjelder søk.

Synlighet av medlemstilbud er også ønskelig. Dette kan også ligge på nnds.no da det er her medlemskap knyttes. Det ble ytret ønske om at NNDS inngår samarbeidsavtale med treningskjeder, Den Norske Turistforening og lignende da fysisk aktivitet også er viktig for mennesker med DS.

- **Funksjon og "Look and Feel":** Brukerne synes det er enkelt å logge seg inn på oppsiden.no. Nettstedet er greit i forhold til bruk og funksjon, men noe kjedelig brukergrensesnitt- "look and feel" samt at man må foreta mye scrolling.

Gruppene oppleves som enkle å bruke samt at søk fungerer bra, men det savnes engasjement også i gruppene.

2. **Hovedfunn fra intervjuer med styrerepresentanter fra lokalforeningene Ups & Downs:**

- **Hvilket forhold/samarbeid har dere med NNDS i dag?** Tilbakemeldingen er at det er lite eller ingen samarbeid med NNDS i dag. En sier at samarbeid foregår på personnivå og mellom enkeltpersoner som kjenner hverandre fra før. I noen tilfeller er det samarbeid på prosjektbasis f.eks. rundt et arrangement.
- **Hvorfor er det slik?** Her har vi mottatt ulike tilbakemeldinger. En sier at de føler de står sterkere alene, at de er redde for å miste oversikten og for at NNDS ikke tar hensyn til deres behov ved f.eks. en sammenslåing.

En annen sier at de har stått på egne ben i alle år og at de i hovedsak bryr seg om medlemmenes behov lokalt.

Samtlige gir tilbakemelding på at flere medlemmer også er medlemmer av NNDS av ulike årsaker blant annet ønske om juridisk bistand samt et ønske om at NNDS skal jobbe politisk og skape mer kraft bak viktige saker.

Flere sier at det er lite initiativ og kommunikasjon fra NNDS sin side noe som også påvirker samarbeidet. En sier: "Jeg glemmer nesten at de er der".

En nevner at DS bevegelsen består av mange ildsjeler som jobber frivillig i de ulike foreningene. Mangel på tid og kraft blir hovedårsaken til at det blir lite samarbeid.

Flere er positive til tettere samarbeid mellom lokalforeningene og NNDS, men ønsker at NNDS drar dette i gang.

En sier at det på landsbasis er forskjellige meninger rundt samarbeid, hvor noen lokalforeninger ønsker å være lokale og operere på egenhånd, mens andre ser fordeler med et samarbeid.

- **Hva er en naturlig rollefordeling mellom NNDS og lokalforeningene?** Her er tilbakemeldingen at lokalforeningene burde fortsette likemannsarbeidet. Det å støtte hverandre i hverdagen må ligge lokalt.

På nasjonalt nivå burde man jobbe administrativt samt gjøre mye mer politisk arbeide. Dette ligger naturlig i et sentralt ledd. Samtidig trengs det fleksible modeller utover landet, da det er store forskjeller i forhold til antall innbyggere med DS, tilbud til disse, medlemmer i lokalforeningene og lignende ut fra hvor i landet man bor.

Det er også et ønske om at NNDS finner relevante samarbeidspartnere i DS miljøet og andre tilknyttede miljøer som SAFO og FFO da DS miljøet er for lite i seg selv til å skape nødvendig kraft bak viktige saker.

- **Hvilket forhold har dere til oppsiden.no?** Flere svarer at de kjenner til oppsiden.no, men at de ikke har brukt nettstedet i noen stor grad. Her nevnes mangel på tid til å sette seg inn i alt som skjer som en årsak.

En sier at de er positive til oppsiden.no, men at de er avventende da de mener at oppsiden.no er krevende å holde liv i. Tanken er god, men det kreves mye administrasjon/ressurser for å oppnå det man har tenkt. NNDS burde ifølge en se på hva som kreves som minimum for å holde i gang oppsiden.no samt bestemme seg for hvilket innhold som skal ligge i hvilken kanal.

Det nevnes også at oppsiden.no må være uavhengig av enkeltpersoner. Hvem eier plattformen?

En nevner at NNDS publiserer innhold om lokalforeningen på oppsiden.no uten deres samtykke. De er veldig overrasket over dette og liker det ikke. De synes at NNDS burde ha kontaktet dem før de publiserte informasjon på deres vegne.

Alle er positive til å linke til hverandres nettsteder (NNDS og lokalforeningene) så lenge NNDS spør først.

-Tenker du at innholdet på oppsiden.no er relevant for deres medlemmer? Noen mener at medlemmene får den stort sett bruker foreningenes egne facebook grupper og at de i liten grad forholder seg til oppsiden.no.

En mener at oppsiden.no blir for omfattende og sier videre at det er godt tenkt, men at kompleksiteten blir for stor. Dette har de gitt NNDS tilbakemelding om tidligere. Dersom oppsiden.no skal fungere må flere legge ut artikler (også lokalforeningene).

En ønsker seg at oppsiden.no skal inneholde mer praktisk informasjon om DS rettigheter samt hvordan man f.eks. søker bolig.

Alle vi har snakket med mener at medlemmene deres først og fremst benytter FB gruppene (NNDS og lokalforeningene). På lokalforeningene sine sider legges det ut relevant informasjon om events og lignende samt at medlemmene deler stort og smått med hverandre og stiller spørsmål/deler erfaringer med hverandre.

-Arbeider dere selv med fagartikler/kvalitetsinformasjon rundt viktige DS temaer? Her svarte samtlige at de ikke selv skriver og publiserer fagartikler. De arrangerer derimot seminarer og lignende rundt viktige tema. Fokus er på samhold, sosial møteplass og utveksling av erfaringer. Det arrangeres grupper for ulike alderstrinn med egne behov.

-Ser dere noen synergier/samarbeidsområder mellom lokalforeningene og NNDS fremover? Flere ser mulige synergier, men mener at NNDS må dra i gang samarbeidet og man må komme til enighet om roller og ansvar mellom lokalforeningene og NNDS.

En sier at det er lurt å samarbeide rundt temaer som jobb, bolig og lignende. Her vil det være fordeler av å være del av den større organisasjon hvor NNDS kan jobbe mer politisk.

En sier at dersom de skal vurdere en sammenslåing må de ha klarhet i forhold til medlemskap og økonomi. De har i dag full råderett over egen økonomi og er bekymret for hvordan dette vil bli ved en eventuell sammenslåing.

En sier at de ikke ønsker et tettere samarbeid med NNDS og at de ønsker å jobbe for egne medlemmer "alle kronene vi får inn gjennom medlemsavgift skal gå til foreningens medlemmer". Dersom de slår seg sammen med NNDS er de redd for at dette vil gå utover egne medlemmer.

3. **Hovedfunn fra intervjuer/samtaler med representanter fra Oppdragsgiver:**

- **Manglende målsetning for Oppsiden:** Per i dag finnes det ikke tydelige og målbare mål for Oppsiden som er forankret med NNDS sin overordnede visjon og målsetninger. Det blir derfor utfordrende å til enhver tid gjøre de rette valgene og prioritetene for Oppsiden i samsvar med NNDS sine målsetninger og prioriteter. Tydelige mål og prioriteringer blir ekstra viktig for en organisasjon som NNDS som har begrensede midler i forhold til ressurser og kapital.
- **Manglende definisjon av målgrupper og verdiforslag:** NNDS har per i dag ikke tydelig definerte målgrupper, verdiforslag og prioriteringer opp mot disse for Oppsiden. Dette gjør det utfordrende å prioritere og utvikle rett innhold, funksjonalitet og design som passer primærmålgruppens behov og som sørger for jevnlig bruk og engasjement på Oppsiden.
- **Det produseres ikke nok innhold på oppsiden.no til å skape nødvendig trafikk og engasjement:** Det publiseres for lite innhold til å skape det

nødvendige engasjementet på Oppsiden. Lav stillingsbrøk hos redaktør (20 % stilling) pekes på som en av årsakene til dette. Med 20 % stillingsbrøk blir det umulig å sørge for de nødvendige oppgavene rundt innhold som: produksjon av innhold, analyse av innhold som skaper trafikk, oppfølging av fagrådet med mer. I tillegg produseres det lite fra fagrådet. Mangel på honorar pekes på som en mulig årsak til dette.

- **Det tar for lang tid å publisere ferdige artikler til oppsiden.no:** Det pekes på en tidkrevende godkjenningsprosess innad i NNDS for å få publisert artikler på Oppsiden. Vi har inntrykk av at innhold på Oppsiden i stor grad utvikles og godkjennes ut fra enkeltpersoner i NNDS sitt styret samt fagrådet sine ønsker og at dette til tider skaper interne konflikter i NNDS og i fagrådet i forhold til publisering av innhold. Samtidig brukes det for lite tid til å verifisere at innholdet treffer målgruppen samt hvilket innhold som skaper mest engasjement.
- **Oppsiden.no er ikke synlig i Google søk:** Resultatet av dette er at potensielle brukere av Oppsiden.no må kjenne til nettstedet og ha tilgang på URL for å gå inn på nettstedet. Dersom man søker på DS relaterte tema får man opp forslag om "konkurrerende" nettsteder. Oppsiden er ikke synlig.
- **Ny funksjonalitet og andre forbedringer på Oppsiden.no blir ikke prioritert:** Slik vi har forstått det blir ikke videreutvikling av Oppsiden prioritert da plattformen nettstedet kjører på leveres uten vederlag og uten avtale fra Dekode hvor NNDS styremedlem Magne Ilsaas er Daglig leder og partner. Økonomisk sett er denne løsningen selvfølgelig attraktiv for NNDS som frivillig organisasjon med begrensede ressurser. utfordringen blir at NNDS naturlig nok ikke prioriteres på lik linje med betalende kunder hos Dekode og at nødvendig funksjonalitet og forbedringer dermed ikke skjer.

E: Hvordan målgruppens behov skal møtes gjennom innhold, design og funksjon:

Oppsiden.no et nettsted/nettsamfunn med stort potensiale som i stor grad kan bidra med å øke livskvaliteten til mennesker med DS gjennom tilgjengeliggjøring av kvalitetsinformasjon samt være en møteplass hvor erfaringer kan utveksles og hvor man enkelt kan søke opp relevante tema.

Innholdsanalysen viser at det eksisterer noen utfordringer i dag som kan stå i veien for å lykkes fullt ut med dette. Dette bunner i hovedsak ut i følgende faktorer:

- Manglende målsetninger og prioriteter for Oppsiden.no som er i samsvar med de økonomiske rammene og den frivillige innsatsen som til enhver tid er tilgjengelig for NNDS.
- Manglende definisjon av målgruppene og deres behov.
- For lite trafikk og engasjement på Oppsiden.no per i dag.
- Lav publiseringsfrekvens på innhold.
- Liten synlighet i søkemotorer.
- Liten utvikling av funksjonalitet og «look & feel» på Oppsiden.

Basert på disse utfordringene har vi følgende anbefalinger:

- 1) **Vi anbefaler at NNDS definerer SMARTe mål for Oppsiden. SMARTe mål er spesifikke, målbare, oppnåelige, relevante og tidsbaserte mål.**



Et eksempel på et SMART mål for Oppsiden kan være:

I slutten av Q1 vil Oppsiden se en økning på X % i trafikken ved å øke vår publiseringsfrekvens med X innlegg per uke.

Ved å sette SMARTe mål må NNDS til enhver tid vurdere hvordan målet skal måles (analytics rapporter etc.), hvordan målet skal oppnås (ressurser, kapital, annet), hvor relevant målet er i forhold til overordnede prioriteter hos NNDS samt innen hvilket tidspunkt man skal ha oppnådd målet.

Ved å jevnlig måle hvordan man ligger an i forhold til målene vil NNDS kunne ta nødvendige grep underveis for å sørge for at målene oppnås.

- 2) **Tydeliggjør målgruppene, målgruppenes behov og innholdsstrategi samlet i en publiseringsveileder.**

Vi anbefaler at NNDS tydelig beskriver målgruppene for Oppsiden og definerer den målgruppen som er viktigst (primærmålgruppen) samt tydeliggjør verdibudskap opp mot disse målgruppene. Dette verdibudskapet og rammer rundt dette burde beskrives som en del av publiseringsveilederen vi anbefaler i 'Tiltakspakke for innhold'. Ta gjerne utgangspunkt i forslaget beskrevet under kapittel C: Målgruppeinndeling for Oppsiden.

Vi anbefaler videre at NNDS jevnlig holder kontakt med målgruppene gjennom intervjuer og spørreundersøkelser for å få oversikt over områder de er spesielt interessert i og som skal prioriteres forhold til utvikling av innhold. Analytics rapporter fra nnds.no og Oppsiden.no vil være en sterk indikasjon på hvor godt NNDS treffer med innholdet som produseres og burde måles jevnlig.

3) Sørg for mer trafikk, interesse og engasjement på Oppsiden.no gjennom hyppigere publisering av innhold og introduksjon av audiovisuelt innhold.

I tillegg til å produsere relevant innhold for prioriterte målgrupper er det viktig at det produseres nok innhold på nettstedet til å holde det levende samt holde engasjementet hos leserne oppe. Innhold burde publiseres såpass ofte at brukerne ønsker å gå inn på siden ofte og gjentagende fordi de forventer at det er noe nytt som skjer der samt at de bruker tid når de er der.

Vi anbefaler at tiltakene beskrevet under ansvarsmatrise og tiltakspakker i denne rapporten implementeres for å sørge for at disse utfordringene løses på en god måte. Eksempler er innføring av Content Manager rollen, HUKI ansvarsmatrisen, publiseringsveilederen og andre tiltak beskrevet under 'Tiltakspakke innhold'.

I tillegg anbefaler vi NNDS å vurdere om andre ressurser kan utvikle og publisere innhold uten å måtte fire for mye på ønsket kvalitet. Publiseringsveilederen kan gjøre at dette blir enklere å få til.

4) Sørg for at Oppsiden.no blir synlig i Google søk.

Det hjelper lite om innholdet på et nettsted er bra om potensielle brukere ikke vet at nettsiden eksisterer eller ikke finner frem til den. En utfordring for Oppsiden i dag er at nettstedet ikke er søkbart fra Google og at man får treff på andre «konkurrerende» organisasjoner i stedet for Oppsiden ved søk.

Dette er en utfordring da 50-70 % av all trafikk til et nettsted kommer fra Google.

For å lykkes med Oppsiden.no er det derfor viktig at nettstedet fungerer opp mot Google søk samt at NNDS jobber aktivt med søkemotoroptimalisering:

- Hvilke søkeord bruker Oppsiden.no sin målgruppe(r)?
- Hvordan oppleves Oppsiden.no av Google sin robot?
- Er strukturen på Oppsiden.no optimal og er innholdet på viktige landingssider optimalisert?

Vi anbefaler også NNDS om å sjekke om Oppsiden.no kvalifiserer til å søke om Google Ad Grants: https://www.google.com/intl/no_no/grants/

Google Ad Grants er et program fra Google som gir ideelle organisasjoner opptil 10.000 USD i måneden for å annonsere gjennom Google Ads. Dette for å øke synligheten for Oppsiden.no. Med disse annonsene ville Oppsiden.no havnet lenger opp i søkeresultatet enn det organiske resultatet og vil ha større mulighet for å bli lagt merke til.

5) Sørg for at utvikling av nødvendig funksjonalitet og forbedringer i layout prioriteres.

I tillegg til relevant innhold er det viktig at Oppsiden.no er brukervennlig, at den inneholder nødvendig funksjonalitet og har riktig "look and feel".

Vi anbefaler at NNDS inngår en formell avtale med Dekode for tjenestene de leverer og at det utarbeides en roadmap over forbedringer og funksjonalitet som skal implementeres over tid og når NNDS har økonomi til å gjennomføre disse endringene.

Gjennom innholdsanalyse har vi oppsummert følgende tabell over ønskede forbedringer og funksjonalitet basert på samtaler med NNDS, brukerne av Oppsiden.no og forslag fra Prospera prosjektteamet. Denne kan eventuelt benyttes som et utgangspunkt for prioritering basert på viktighet, tid og kostnader:

Prospera

Funksjon:	Beskrivelse:	Prioritet	Kost/Tid overslag fra Dekode	Anmoder:
Svar sortert på relevans	Det mest relevante svaret på et spørsmål i Community hukes av og kommer øverst.			Magne Ilsaas
Samarbeidsgruppe for barn med DS	Foresatte kan opprette en gruppe på Oppsiden for sitt barn og invitere inn medlemmer fra ansvarsgruppen (PPT, pedagog etc.) for å diskutere muligheter og utfordringer.			Magne Ilsaas
Funksjon for å kategorisere premium innhold	Kategorisering av premium innhold/betalbart innhold på Oppsiden. Premium Innhold kan være medlemsfordeler, videokurs etc.			Magne Ilsaas
Funksjon for å støtte annonsering på Oppsiden	Funksjonalitet som gjør det mulig for eventuelle annonsører å annonsere på Oppsiden.			Magne Ilsaas
Varsel når det skjer noe nytt på Oppsiden	Ping/notifikasjon når det skjer noe nytt ift. innhold eller nytt innlegg i en gruppe etc. for å øke interessen og trafikken på Oppsiden. Må være tilgjengelig på webside og mobil app.			Julia Edin
Enklere innlogging	Brukernavn/passord som varer ut året (slik at man slipper å logge inn på nytt hver gang og slipper å huske brukernavn/passord.			Julia Edin
Funksjonalitet for å legge ut filmer	Funksjonalitet for å legge ut filmer (events/kurs etc) på Oppsiden med speiling mot YouTube for å øke interesse og engasjement blant brukerne.			Julia Edin
Kalender funksjon	Få på plass en kalenderfunksjon på Oppsiden hvor lokalforeninger og andre kan informere om events etc.			Julia Edin
Funksjonalitet for videobibliotek	Funksjonalitet for et bibliotek med relevante videoer (kurs/intervjuer/foredrag etc.) da brukere synes det er vanskelig å finne relevante filmer på YouTube.			Prospera
Funksjonalitet for kommentarer/	Funksjonalitet for kommentarer/debatt under artikler som publiseres (slik som man ser på			Prospera

debatt under artikler	vg.no og andre nettaviser) for å skape engasjement og gjøre Oppsiden mer levende.			
Søkemotor-optimalisering	Sørge for at søkeord, struktur på Oppsiden etc. er optimal i forhold til Google søk.			Prospera
Generell forbedring av layout	Brukere synes at nettsidens design er litt kjedelig samt at man må foreta mye scrolling. Mer engasjerende bilder kan benyttes for wiki artikler etc. som default. Her burde NNDS gjøre en vurdering og sette opp en egen liste over layout relaterte forbedringer som kan øke trafikk, bruk og engasjement på Oppsiden.			Prospera

6) Lag en tydelig strategi for samarbeidspartnere

Samarbeidspartnere kan være en kilde til å skape fordeler for NNDS medlemmer, annonseinntekter samt at de kan være med på å skape innhold på Oppsiden.no i form av konkurranser og lignende. Vi anbefaler at NNDS lager en strategi for hva slags type samarbeidspartnere de ønsker å samarbeide med, hva som skal være retningslinjene for å velge samarbeidspartnere som er i tråd med det NNDS står for samt hvordan ulike samarbeidspartnere skal håndteres på Oppsiden.no.

Prospera

Prospera

Vedlegg 2, Finansieringsstrategi

for Norsk Nettverk for Down Syndrom (NNDS)

16.01.2020

INNHOLDSFORTEGNELSE

INNHOLDSFORTEGNELSE	2
1 Organisasjonens økonomi	4
1.1 Medlemskap	4
1.2 Inntektsmiks	5
1.3 Beskrivelser og utvikling i inntektene	5
1.4 Offentlig støtte	5
1.5 Inndrivelse av medlemsavgift	8
1.6 Hvilken organisasjonskapasitet har inntektene generert	8
1.7 Kostnader tilknyttet drift av Oppsiden.no	9
1.8 Prosjekter finansiert av eksplisitte prosjektmidler	9
1.9 Frivillig innsats i NNDS-organisasjonen	10
1.10 Anbefaling	10
2 Medlemskap i NNDS	10
2.1 Interessentgruppen til NNDS	10
2.2 Prioritering av medlemskap	11
2.3 Fastsettelse av medlemsavgift og medlemstype	11
2.4 Nye muligheter innenfor medlemskap	12
2.4.1 Gavemedlemskap	12
2.4.2 Bedriftsmedlemskap	12
2.5 Konvertering av medlemmer	12
2.6 Anbefaling	13
3 Andre inntektsmuligheter	14
3.1 Ordinære donasjoner	14
3.2 Alternative innsamlingsmuligheter	14
3.2.1 Grasrotmottaker	14
3.2.2 Digitale innsamlingsaksjoner	14
3.3 Artist-/kunstdonasjoner	15
3.4 Fond	15
3.5 Anbefaling	16
4 Kommersielle muligheter	16

Prospera

4.1 Annonsering	16
4.2 Arrangementer	17
4.3 Medlemsfordeler	17
4.4 Betalt innhold på Oppsiden.no	17
4.5 Anbefaling	18
5 Risiko	18
5.1 Støtte fra myndighetene	18
5.2 Manglende avtale med Dekode	18
5.3 Anbefaling	19
6 Organisering av "Down Syndrom-sfæren"	19
6.1 Samarbeid for å oppnå flere NNDS-medlemmer	19
6.2 Ups & Downs	19
6.3 Kriterier som kvalifiserer til Bufdir-støtte	20
6.4 Veien videre med NNDS og Ups & Downs	20
6.5 Anbefaling	22
7 Sammendrag	22
7.1 Anbefalinger til NNDS	26
Appendiks	28
Tabell 2 - NNDS sine Inntekter og inntektenes utvikling	28
Tabell 5 - NNDS og Ups and Downs sammenslåingsøkonomi vs scenario som separate organisasjonssfærer	29

1 Organisasjonens økonomi

1.1 Medlemskap

NNDS har pr medio desember 2019, en medlemsmasse på 1.364 medlemmer.

Medlemskategoriene er per i dag som vist i venstre side i tabell nr. 1, under:

Type medlemskap	Respektive medlemskontingent pr år	Antall slike medlemmer	Sum i kr	Støtte fra Bufdir: fra 1 - 499 medlemmer: 374 kr pr medl fra 500 - 2999 medlemmer: 299 kr pr medl fra 3000 - 9999 medlemmer 224 kr pr medl	Sum fra Bufdir	Total sum
Hovedmedlem	150 kr	729	109 350	(499x374 kr = 186 626 kr) + (230x299 kr = 68 770 kr)	255 396	364 746
Familiemedlem	75 kr	588	44 100	588 x 299 kr = 175 812	175 812	219 912
Støttemedlem	75 kr	47	3 525	47 x 299 kr = 14 053	14 053	17 578
Sum		1 364	156 975		445 261	602 236

Hovedmedlemmet er den som betaler fakturaen, og som betaler full kontingent på 150 kr. Familiemedlem (betaler 50%) av hovedmedlem, dette gjelder fra person 2, 3, 4, osv. i samme familie på samme adresse. Støttemedlem er medlemmer utover disse (altså hverken foreldre, kjernefamilie eller pårørende), også disse betaler 50% av hovedmedlem. Kategorien «Støttemedlem» henger igjen fra tidligere tider da organisasjonen måtte differensiere mellom hvilke medlemmer enn kunne rapportere til Bufdir i søknad, og hvilke som medlemmer som ikke kvalifiserte til støtte. Tidligere var det kun eksempelvis personer selv med DS, foreldre, søsken, besteforeldre, tante og onkler som var tellende. Alle andre kunne være støttemedlemmer, men skulle ikke være med i rapporteringsgrunnlaget. Denne ordningen ble endret for noen år siden, så nå teller egentlig ethvert medlem som kan dokumenteres har betalt min. kr. 50. Siden det ikke lenger er behov for 3 kategorier medlemskap, men kun to, vurderer NNDS i fremtiden å kun bruke to kategorier. Hovedmedlem og "ikke hovedmedlem".

Disse 1.364 NNDS-medlemmene, som da enten betaler full eller halv pris, betaler totalt inn i underkant av 160.000 kr i årlig kontingent. Heldigvis støtter også myndighetene veldedige organisasjoner som NNDS, basert på ulike organisasjons-karakteristika og aktiviteter som foreningene kan utføre. Som det fremkommer av ovenstående tabell 1 yter Bufdir med grunnlag i [Forskrift om tilskudd til funksjonshemmedes organisasjoner](#), et beregnet årlig driftstilskudd basert på medlemsantallet, på nesten 450.000 kr. Altså om lag 3 ganger så mye i støtte som det NNDS selv får inn fra samlet medlemskontingent. Dette forholdstallet er ikke konstant, men fallende med medlemsvolumet da Bufdir-støtten er fallende med antall medlemmer organisasjonen oppnår. For de første 499 medlemmene gir Bufdir 499 kr i støtte pr medlem. Fra 500 - 2.999 medlemmer er satsen 299 kr. Fra 3.000 - 9.999 medlemmer er støtten 224 kr. Fra 10.000 - 19.999 er støtten på 150. Utover 20.000 medlemmer, blir støtten på 75 kr pr medlem. Disse satsene er ikke sjablongmessige satser, men summer basert på et poengsystem som er betinget av den angivelige funksjonsnedsettelses-graden med tilhørende ekstrakostnad, for respektive forening. For NNDS sin del: brutto-poeng *1,3 (som er NNDS sin GruppeFaktor) = netto-poeng. Ytterligere, er det en kroner pr poeng konvertering som kan variere år for år, basert på den samlede innbyrdes fordelingen av den

totale potten hos Bufdir. For sist innvilgede støtteperiode ble det om lag 57,5 kr pr (netto-) poeng.

1.2 Inntektsmiks

Inntektene i NNDS sitt resultatregnskap utgjøres av følgende komponenter:

Medlemskontingenter, Tilskudd fra Bufdir som utgjøres av et fast basistilskudd samt et variabelt driftstilskudd basert på antall medlemmer og ulike aktiviteter, eller fasiliteter organisasjonen har implementert, Gaver og bidrag, Offentlige tilskudd (herunder MVA-refusjon) og prosjektmidler, Salgsinntekter (ubetydelige), Inntektsført adm. bidrag prosjekter.

1.3 Beskrivelser og utvikling i inntektene

Av totale inntekter fra ca. 1,1 mill. i 2015 og 2016, og 1,2 mill. i 2017 og 2018, så utgjør de direkte inntektene fra innbetalte medlemskontingenter 10-12 %. Støtten som utløses via Bufdir utgjør fra 50 til 60 %. Til sammen nesten 70 % av inntektsgrunnlaget pr 2018, har altså opphav i medlemskontingenter og Bufdir-støtte. Den andre store inntektskomponenten er Gaver og bidrag. Ila denne perioden har Gaver og bidrag variert fra 14 til 32 % av inntektene. Dagsverk for Down utgjør tilnærmet hele dette gavebeløpet. NNDS har rigget seg godt til med hensyn til gaver og donasjoner, ved å være registrert som gavemottaker med rett til skattemessig fradrag for giver. Fond kan være en videreutvikling.

Det har vært en brukbar årlig stigning i medlemsinntektene over perioden på mellom 5 og 10 %, med unntak av 2018 da kontingentinntektene falt, men bidrag fra Bufdir økte.

Innretningen som ligger til grunn for støtte fra Bufdir har nemlig ikke vært konstant, men endret seg litt over tid.

For årlige tall, se tabell 2 NNDS sine Inntekter og inntektenes utvikling, i appendiks.

1.4 Offentlig støtte

Foruten innbetalingene som kommer fra medlemmenes kontingent mottar NNDS altså betydelig støtte fra det offentlige, fra Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet (Bufdir).

Begrunnelsen og beregningsgrunnlaget for Bufdir sin støtte til NNDS, fremkommer i [Forskrift om tilskudd til funksjonshemmedes organisasjoner](#).

Kriteriene for støtte er omhandlet i forskriftens kap. 3 §14. NNDS mottar, og kvalifiserer følgelig til slik støtte. Forskriftens kap. 4 §§ 17 – 20 omhandler beregningsgrunnlaget og utmåling for støtten. Dette er relevant og interessant da det avdekker hvordan NNDS kan agere for å optimalisere, satse eller prioritere i sin manøvrering i det tilskuddsøkonomiske landskapet.

Tilskuddet fra Bufdir (Driftstilskuddet) består av en fast og en variabel del. Bufdir yter altså et fast årlig basistilskudd til hver kvalifisert organisasjon. Basistilskuddet er satt til 2 x

grunnbeløpet i Folketrygden (G), ref. forskriftens § 18. Pr 2019 utgjør basistilskuddet ca. kr 200.000 pr år, pr organisasjon.

Foruten disse faste 200.000 årlige kronene, er det det kanskje vel så interessant å se hvilke organisasjonskarakteristika eller aktiviteter som utløser støtte fra Bufdir. Hvilke aktiviteter eller satsinger som utløser mye støtte og hva som utløser mindre støtte. Til grunn for utmålingen av det variable tilskuddet, opererer Bufdir med poeng-score pr. aktivitet. Poengene summeres akkumulert over alle aktivitetene, og regnes dernest om til kroner.

Aktivitetene som utløser støtte, sagt annerledes de aktivitetene som utgjør komponentene i den variable delen i driftstilskuddet fra Bufdir, er: antall tellende medlemmer, antall tellende lokallag, antall aktivitetsdager med tellende likepersonsaktiviteter, antall tellende likepersoner, andre former for erfaringsutveksling - herunder likepersonstelefon og/eller chatte-tjeneste / digitalt forum.

Det er, med hensyn til offentlig tilskudd, rimeligvis økonomisk gunstig å ha mange medlemmer, men hvordan man ellers rigger eller utruker organisasjonen basert på medlemmer eller tillitsvalgte er også av stor betydning.

De fleste aktivitetene er dog som tidligere beskrevet ikke lineære i sin poenguttelling, men er avtakende når mengde / volum er kommet opp på et høyt nivå. Sagt annerledes, NNDS oppnår mer poeng per aktivitet når de har lite av den aktiviteten enn når NNDS har opparbeidet seg store volumer. Aktivitetene kaster altså mer av seg per enkeltaktivitet målt i poeng, i de små volumene enn når volumene har blitt store. Dette operasjonaliseres i forskriften, med intervaller for poengscore for hver aktivitet, ref § 19. Denne avtakende effekten vil være av betydning for modelleringen av antall tilskuddskroner ved ulike nivåer av respektive aktivitet.

Tabell 3: Poengsumintervaller for en aktivitet, kan illustreres ved medlemskap:

intervall, for antall medlemmer	antall medlemmer i intervallet	brutto poeng per medlem	sum brutto-poeng i intervallet
1 - 499	499	5	2 495
500 - 2 999	2500	4	10 000
3 000 - 9 999	7000	3	21 000
10 000 - 19 999	10000	2	20 000
20 000 +	xxx	1	xxx

Ser vi på hvor hen NNDS ligger i intervallene på de ulike aktivitetene, ser det ut som følger:

Tabell 4:

aktivitet	NNDS tilstand (antall)	intervall	brutto poeng for økning på "én til" i denne aktiviteten, (innenfor respektive intervall / neste intervall)	netto poeng (innenfor respektive intervall / neste intervall) Netto-poeng =brutto-poeng x 1,3 (NNDS sin GruppeFaktor som avhenger av antatte ekstrakostnader)	tilskudd i kr for økning på "én til" i denne aktiviteten, (innenfor respektive intervall / neste intervall) Fremkommet ved netto-poeng x 57,5 (kr pr netto-poeng)
antall medlemmer	1 350	500 - 2 999	4 / 3	5,2 / 3,9	299 / 224
antall lokallag	0	1 - 49	50 / 30	65 / 39	3 739 / 2 243
antall like-personer	16	1 - 24	60 / 45	78 / 58,5	4 486 / 3 365
antall likepersons-aktivitets-dager	3	1 - 49	16 / 8	20,8 / 10,4	1 196 / 598
Likepersons-telefon	0	1	350	455	26 171
digitale kommunikasjonsløsninger som chat eller forum.	1	1	350	455	26 171

Her i ovenstående tabell fremkommer styrkeforholdet mellom de ulike aktivitetene hva gjelder økonomisk uttelling, gitt der NNDS står i dag. For hvert medlem NNDS rekrutterer oppnår organisasjonen en score på 4 poeng. For hver likeperson oppnår NNDS 60 poeng, som er mer enn det man oppnår for opprettelse av et helt lokallag, som er 50 poeng. Hver aktivitets-«dag» som en likeperson utfører, genererer støtte tilsvarende 4 nye medlemmer. Tilskuddsbeløpet som følger av poengene vises i kolonnen ytterst til høyre. Et medlem gir snaut 300 kr i tilskudd, hvis færre enn 3.000 medlemmer.

Overskrider NNDS intervallet de er i nå og går inn i neste intervall, blir det litt mindre poengsum og ditto pengesum per marginal økning i aktiviteten. Hvor mye en marginal økning i aktivitet er verdt målt i kroneverdi, i ulike intervaller, er forsøkt fremstilt vha. skrålinjen mellom tallene.

Hvis NNDS skal satse mot de mest effektive eller tilskudds-genererende aktivitetene vil det være å rekruttere likepersoner innad i NNDS, som gir nesten 4.500 kr per likeperson. Overskrides det første intervallet som strekker seg til 24 likepersoner, faller støtten til 3.365 kr. Da er det etablering av lokallag som vil gi størst økonomisk uttelling, med kr 3.739 per lokallag.

Sagt annerledes for å oppnå kr 100.000 mer i støtte kan man oppnå det ved å rekruttere 333 nye medlemmer. Alternativt 27 lokallag, eller om lag det samme antall likepersoner siden det første og beste intervallet ikke mangler så mange likepersoner før det er fylt opp. Satser

man ensidig på likepersonaktivetsdager får man for de første 49 aktivitets-dagene nesten 60.000 kr. For å komme til kr 100.000 vil man trenge ytterligere om lag 90 aktivitetsdager.

Tabellen sier altså noe om hvilke aktiviteter som er tilskuddseffektive. Hva som for NNDS vil være de enkleste aktivitetene å implementere må NNDS selv avveie opp mot den økonomiske uttellingen.

Likepersonsarbeid / likepersonsaktiviteter fremstår som en relevant og kurant måte å oppnå poeng på. Dog krever det noe dokumentasjon, ref. § 13. Familiefadder-ordning som har vært diskutert i NNDS kan óg muligens favnes innenfor likemannsarbeid hvis det designes riktig. Opplæring av likeperson er dessuten én av flere ulike aktiviteter som kvalifiserer som tellende likeperson aktivitet, ref. § 11.

Både Oppsiden.no og Facebook-gruppen Norsk Nettverk For Down Syndrom NNDS, kvalifiserer begge angivelig til å utløse støtten som gis til digitale kommunikasjonsløsninger. Kravet er at chat skal kunne finne sted. Dog, støtte utbetales kun for å ha etablert én løsning. Flere slike fasiliteter gir ingen ytterligere uttelling.

Får NNDS dessuten etablert en telefontjeneste (og gjerne en kalender slik at de som ønsker å ringe kan avtale tid for å snakke med egnede og kvalifiserte personer, eller at svartid er oppgitt på et nettsted) vil det også generere drøyt 26.000 kr. I dagens mangslungne digitale landskap skulle det være mulig å opprette en telefontjeneste, som kan deles mellom forskjellige ambulerende verter, på mange vis eller kanaler, men lavterskel er nok å tilstrebe.

Likemannsarbeid/-aktivitet/-tid utført på chat eller telefon, kvalifiserer ikke til tellende likepersonsarbeid. Dog chat/forum + telefon kvalifiserer i seg selv, til drøyt 50.000 kr i årlig støtte.

Ser vi hen til det faste basis-tilskuddet fra Bufdir på 200.000 kr er det relativt høyt. Sagt annerledes, i det intervallet NNDS befinner seg med hensyn til medlemmer er basistilskuddet verdt det samme som om lag 670 medlemmer. Basis-tilskuddet er også drøyt 40.000 kr mer enn medlemskontingentene fra rekordhøye 1.364 medlemmer i 2019.

1.5 Inndrivelse av medlemsavgift

Medlemskontingentene inndrives vanligvis i mars/april for respektive år. NNDS har forut for innbetalingene av medlemskontingentene i 2019 konvertert til et nytt medlemsregister, Styreweb. Dette for å senke terskelen for å bli medlem. Grep for å gjøre det ytterligere lett vint for medlemmer og potensielle medlemmer å betale sin kontingent, som det å informere om aktivering & betalingsmulighet av eFaktura i Vipps, har bidratt til flere medlemmer ila 2019. Vipps nr. til NNDS er også på plass for å forenkle donasjoner.

1.6 Hvilken organisasjonskapasitet har inntektene generert

NNDS har historisk vært drevet med basis i medlemskapsfinansiering. Med dette utgangspunktet har NNDS maktet å finansiere en ressurs som har vært ansatt i en først 50%

stilling som prosjektmedarbeider (fra ca. mars 2017), og siste året 70% som daglig leder (fra 1.03.2018 til 30.04.2019). I tillegg til dette har Lars Erik Brustad (tidligere daglig leder) jobbet som konsulent i en 30-50% stilling. Dette har ikke vært ansettelse, men han har fakturert tiden han har brukt. Det jobbes per ultimo 2019 med å ansette en ny ressurs. Utover dette er Julia Døhlen Edin engasjert, i 20 % stilling, for å drive informasjonsarbeid og produsere artikler til nettstedet Oppsiden.no. Hun er titulert nettrektør NNDS og Oppsiden.no. Julia jobber foruten for NNDS, også i Dekode.¹

1.7 Kostnader tilknyttet drift av Oppsiden.no

Det må antas at for å drifte Oppsiden.no kreves det en vesentlig mengde arbeid. Relevante oppgaver er; vedlikehold av nettside, oppdatering av strukturell informasjon, redaktør av faglig innhold. Totalt er det sannsynlig at slikt arbeid vil kreve en 80-100 % stilling, fra en person med relevant kompetanse. En sannsynlig årslønn på mellom NOK 400 000 og NOK 500 000. Per i dag har NNDS ikke midler til å dekke en slik stilling. Dette fører dermed til mindre innholdsproduksjon på, og vedlikehold av, Oppsiden.no.

Dersom det opprettes et reelt kundeforhold mellom Dekode og Oppsiden.no vil dette også generere kostnader knyttet til utvikling.

1.8 Prosjekter finansiert av eksplisitte prosjektmidler

Dog har NNDS tidvis søkt og mottatt midler fra ExtraStiftelsen, til eksplisitte prosjekter. ExtraStiftelsen byttet på årsmøtet i mai 2019, navn til Stiftelsen Dam <https://www.dam.no>. En inntuning og bedre finsikting av hvilke typer prosjekter og respektive målsettinger som NNDS velger å kanalisere inn mot denne og ev andre veldedige stiftelser, vil formodentlig kunne bidra til ytterligere finansiering av NNDS. Nærliggende tematikker i fht Dam, er Helse: Formålet med Helse er å støtte tidsavgrensede helseprosjekter og -tiltak rettet mot målgrupper i Norge og som fremmer levkår, fysisk og psykisk helse, mestring, livskvalitet eller sosial deltakelse. Helseprosjekter omfatter blant annet arbeid for økt deltakelse og likestilling for funksjonshemmede, forebyggende helsearbeid, rehabilitering, habilitering, omsorgsarbeid og folkehelsearbeid.

Utvikling: Formålet med Utvikling er å støtte tidsavgrensede forsknings- og utviklingsprosjekter (FoU-prosjekter) rettet mot målgrupper i Norge, og som bidrar til å fremme levkår, fysisk og psykisk helse, mestring, livskvalitet eller sosial deltakelse.

¹ Dekode er et Oslo-basert firma som utvikler nettløsninger basert på WordPress. Dekode er én av 11 WordPress.com VIP Servicepartnere globalt, og den eneste i Skandinavia. Oppsiden.no har krevd om lag 2000 utviklingstimer fra Dekode sin side. Bindeledd mellom Dekode og NNDS og ressurs i denne forbindelse er Magne Ilsaas, leder i Dekode samt styremedlem i NNDS. Pt uavklart hvorvidt Dekode nå kan tenkes å knipe inn på velvilligheten (mindre gratis utvikling) eller om det er andre grunner til forespørselen overfor Prospera, om inntektsmuligheter i NNDS.

1.9 Frivillig innsats i NNDS-organisasjonen

NNDS er avhengig av frivillig arbeid. NNDS er i hovedsak drevet av styret, bestående av ni personer, fagrådet og andre frivillige ressurser. Innsatsen de legger ned blir ikke betalt for via lønn, men effekten for NNDS er stor. Dette innebærer blant annet produksjon av fagartikler, arrangementer, politisk arbeid og generelt styrearbeid. NNDS er per dags dato (2019) fullstendig avhengig av frivillig innsats for å kunne opprettholde sin rolle som landsdekkende organisasjon for personer med Down Syndrom.

1.10 Anbefaling

Basert på informasjonen i kapittelet over foreslår vi følgende anbefalinger til NNDS:

1. NNDS bør sette seg godt inn i reglene for Bufdir støtte, og hvilke aktiviteter som utløser størst beløpsmessig støtte.

2 Medlemskap i NNDS

2.1 Interessentgruppen til NNDS

NNDS har i dag (2019) 1364 medlemmer, og har hatt en god prosentvis økning fra 2018 (fra 1088 medlemmer, 25%). I Norge finnes det anslagsvis 5 000 individer med Down Syndrom. Dersom vi antar at hver av disse har fire støttepersoner hver som kunne være medlem i NNDS, er antallet potensielle medlemmer for NNDS 25 000 (5000 individer med DS pluss 20 000 støtteindivider). Med dette som grunntall ser vi at NNDS kun har konvertert 5,4% av den potensielle medlemsmassen til å bli medlemmer. Det er naturlig nok usikkerhet i tallet basert på usikre anslag av antallet personer med Down Syndrom i Norge og deres støtteapparat.

Gjennom arbeidet med denne rapporten har vi forstått at NNDS sin relevante interessentgruppe i svært liten grad står samlet. Dette fremkommer blant annet ved å lete frem mange forskjellige grupper og sider på Facebook som forsøker å samle personer med interesse for Down Syndrom. Det er svært mange grupper, og de fleste av disse gruppene har forholdsvis få medlemmer. Det finnes ingen felles gruppe/side som omfatter brorparten av interessentene. Dette er også synlig i NNDS sine egne formidlingskanaler.

Gruppen som tilsynelatende har samlet flest personer med interesse i informasjon og nettverk rundt Down Syndrom er en Facebookgruppe med 4 100 medlemmer. Denne er driftet av NNDS, men NNDS har ingen redaksjonell mulighet i denne gruppen. Gruppen benyttes til erfaringsutveksling i hovedsak mellom foreldre til barn med Down Syndrom. Det finnes også en Facebookside (page) som er drevet av NNDS. Denne er likt av 1 900 personer. Her har NNDS i større grad redaksjonell kontroll, men er fortsatt underlagt Facebooks måte å styre og sortere innhold på. NNDS lanserte Oppsiden.no i oktober 2018. Denne siden sikter mot å være et brukerstyrt forum med et sterkt innslag av "community". Målet med Oppsiden.no er å samle relevant informasjon på ett sted som er enkelt å finne

frem til, samt å legge til rette for erfaringsutveksling mellom brukerne. I 2019 er det 1 100 registrerte brukere på Oppsiden.no. Til slutt har NNDS også en egen nettside, som fremstår med noe overlappende innhold med Oppsiden.no.

Det at interessentgruppen i utgangspunktet er såpass splittet er interessant i et medlemskonverteringsperspektiv. Dette indikerer at det er vanskeligere å samle medlemmer rundt et felles budskap og arbeid, og dermed vanskeligere å få nye medlemmer. Det medfører at det er naturlig at NNDS per dags dato har kun en liten andel av interessentgruppen som medlemmer i dag. Det er likevel bra å være bevisst på at interessentgruppen fremstår som forholdsvis spredt, fordi NNDS da i enda større grad må sikre et tydelig og klart budskap til sine medlemmer.

2.2 Prioritering av medlemskap

Som beskrevet i kapittel 1.4 mottar NNDS årlig Bufdir støtte. Beløpet på denne støtten er blant annet styrt av antall medlemmer NNDS har. Det er derfor viktig for NNDS å jobbe for et stadig økende antall medlemmer. Bufdir-støtten utgjør en betydelig økning av NNDS sine inntekter per medlem (forholdstall ca. 3:1). Mht inntektsgenerering bør derfor økt medlemstall være blant NNDS sine høyeste prioriteringer.

Et tiltak som potensielt kan være veldig positivt for NNDS er en sammenslåing med Ups & Downs (enten alle eller noen lokallag), da dette trolig vil føre til flere medlemmer på en organisk måte. En slik sammenslåing vil også være med å samle interessentgruppen i større grad, slik som tidligere påpekt at er mangelfullt gjort i dag. Dersom NNDS (/Ups & Down) blir fasilitator for den største samlingen av interessenter vil dette kunne føre til større interesse rundt NNDS sitt arbeid, og dermed ytterligere flere medlemmer.

Videre kan NNDS oppleve økning i medlemsmassen ved å være til stede der potensielle medlemmer er. Dette kan blant annet gjøres enten ved å selv arrangere møteplasser mellom NNDS og potensielle medlemmer, eller ved å være til stede på arenaer der potensielle medlemmer befinner seg. Herunder, delta i debatter og politisk arbeid som fronter rettigheter til personer med Down Syndrom. En slik synlighet vil kunne føre til flere medlemmer.

Dersom NNDS på sikt ønsker å bli en mer økonomisk stabil og solid organisasjon innebærer det i første omgang en reell satsning på å øke antall medlemskap. Dette innebærer at NNDS i en periode fremover bør være tilbakeholdne og konservative i pengebruken, for å ha en økende lønnsomhet. Kostnadene bør derfor holdes nede, samtidig som økt medlemsmasse vil føre til økte inntekter. Dette vil på sikt generere et større mulighetsrom for NNDS til å jobbe med saker som står organisasjonen nært.

2.3 Fastsettelse av medlemsavgift og medlemstype

Fastsetting av medlemsavgift og tilhørende modell avhenger av en strategisk beslutning mellom fokus på inntjening og fokus på økt medlemsmasse. Flere typer medlemskap (familiemedlemskap, støttemedlemskap etc.) kan potensielt føre til at flere føler tilhørighet,

men det kan også kannibalisere inntjeningsmuligheter ved at det settes for lav pris for enkelte typer medlemskap som kunne vært konvertert til ordinære medlemmer. Likevel vil det kunne være hensiktsmessig å ha fokus på å øke medlemstallet for å øke Bufdir støtten.

2.4 Nye muligheter innenfor medlemskap

2.4.1 Gavemedlemskap

En mulighet for å øke rekruttering er å innføre "Gavemedlemskap". Et gavemedlemskap er et medlemskap som gis i gave og betales av giveren. Kontingenten betales med andre ord av en annen enn den medlemskapet gjelder. Et gavemedlemskap vil oftest dreie seg om et støtte-medlemskap.

Dersom NNDS ønsker å benytte gavemedlemskap som ledd i rekrutterings- og pengeinnsamlingsarbeidet, må de innhente bekreftelse fra gavemottakeren som får medlemskapet i presang. Bekreftelsen må være på at gavemottakeren er innforstått med hva medlemskapet innebærer og at han faktisk vil være medlem.

2.4.2 Bedriftsmedlemskap

Bedriftsmedlemskap innebærer at en bedrift blir medlem i organisasjonen, og støtter med en årlig kontingent. NNDS kan med et bedriftsmedlemskap appellere til aktører med fokus på samfunnsansvar. NNDS kan tilby et samarbeid som for bedrifter muliggjør å vise at de tar en bevisst stilling til samfunnet de opererer innenfor. Kan være aktuelt for relevante bedrifter, som for eksempel bedrifter som fremmer sosial arbeidstilpasning (Eksempel: Balder Tekstil), for bedrifter som ønsker å bidra til en god sak eller bedrifter hvor sentrale personer har en særskilt interesse i saken. Bedriften vil trolig ikke være knyttet opp mot et enkelt individ, og dermed heller ikke være stemmeberettiget i organisasjonen. Som motytelse kan NNDS invitere ansatte på arrangementer, sende nyhetsbrev/annen relevant informasjon og liknende.

I forbindelse med bedriftsmedlemskap er det sentralt at bedriftene som inngår medlemskap har et verdisett som ikke strider imot NNDS sitt verdisett.

I den grad et bedriftsmedlemskap ev ikke utløser støtte hos Bufdir, kan det kan være et godt utgangspunkt å sette kontingenten til en sum som tilsvarer summen av privatmedlemskap pluss støtten fra Bufdir.

2.5 Konvertering av medlemmer

NNDS har hatt en jevn og god vekst i antall medlemmer, men nivået er fortsatt forholdsvis lavt. Grovt beregnet kan vi si at potensialet i antall medlemmer er 25 000 (fire personer per én person med DS).

NNDS er avhengig av å konvertere interessenter til å bli medlemmer, for å kunne sikre en god utvikling for organisasjonen fremover. Konvertering av medlemmer krever konkrete tiltak som forenkler både “konverteringsreisen” og “kundereisen” til medlemmene.

“Konverteringsreisen” innebærer handlingene som må foretas fra personen fatter interesse for NNDS frem til han/hun blir medlem. Kritiske funksjoner som må på plass for å sikre høyest mulig konvertering er blant annet tilgjengelighet på nettet, forenkling av innmeldingsprosessen og løpende fornyelse av medlemskap. Tilgjengelighet på nettet dreier seg i første omgang om synlighet ved Google-søk. NNDS kommer langt bak ved søk om ulike temaer relevant for Down Syndrom per i dag. Det bør derfor gjøres en SEO-jobb (Search Engine Optimisation), for å øke antall treff på nettsiden. Videre bør det være mulig å melde seg inn via Vipps/andre mobile betalingsmetoder. For eksempel kan nytt medlem Vippse et beløp, og ved registrert innbetaling sendes det ut et skjema som brukeren må fylle ut med relevant informasjon. Løpende fornyelse av medlemskapet vil bidra til å redusere “churn”, altså antallet medlemmer som forsvinner per år. Dersom AvtaleGiro og e-faktura kan benyttes må NNDS oppfordre sine medlemmer til å benytte det, for på denne måten vil de beholde flere av medlemmene som av ulike årsaker glemmer å betale neste års faktura. Avslutningsvis i “konverteringsreisen” må både NNDS sin nettside og Oppsiden.no ha inngang til medlemsregistrering fra alle sider. Det må oppleves som veldig enkelt, og lett tilgjengelig, å bli medlem i NNDS. Et potensielt medlem skal dermed ikke måtte bruke tid på å lete seg frem til hvor man kan bli medlem, det skal være synlig hele tiden uavhengig av hvilke site på tjenesten brukeren er på.

“Kundereisen” begynner i det brukeren har blitt konvertert til et medlem. Da handler det om å beholde medlemmet, og sørge for at fakturaen blir betalt år etter år. Det viktigste grepet for å få til dette er at medlemmet har en opplevd verdi av det å være medlem i NNDS, som overstiger summen av det monetære beløpet (medlemsavgiften) og den mentale “anstrengelsen” å betale fakturaen. Ettersom NNDS er en interesseorganisasjon forventer ikke medlemmene en monetær verdi i form av inntjening eller liknende, men de forventer å identifisere seg med et tydelig budskap og å være en del av et “samfunn” som jobber for saker som opptar dem. Det er derfor viktig at NNDS tydelig synliggjør sitt budskap, og gjennom dette viser hvorfor det er verdifullt å være medlem. Budskapet må fremstå tydelig og enkelt, og ikke minst må NNDS reflektere budskapet sitt i alle handlinger som utføres. Når medlemmer da føler seg truffet og engasjert av et budskap vil fellesskapsfølelsen også øke. Ved å skape en slik tilhørighet og et fellesskap øker betalingsviljen, og den opplevde viktigheten av betalingen, til medlemmene. Dette vil dermed bidra til å redusere sjansene for at de medlemmene forsvinner.

2.6 Anbefaling

Basert på kapittelet over foreslår vi to anbefalinger til NNDS:

1. NNDS bør gjennom samtlende tiltak fokusere på å samle interessentgruppen til personer med Down Syndrom, for å muliggjøre en større medlemsmasse.

2. NNDS må spisse virkemidlene som tas i bruk for å både konvertere medlemmer, samt å beholde eksisterende medlemmer. Dette gjøres gjennom konkrete tiltak i “konverteringsreisen” og “kundereisen”.

3 Andre inntektsmuligheter

3.1 Ordinære donasjoner

NNDS er registrert som gavemottaker med rett til skattemessig fradrag for giver. Dermed kan NNDS motta større beløp som kan gå direkte til drift av organisasjonen. Dersom organisasjonen på et tidspunkt blir mer økonomisk bærekraftig, vil det være relevant å vurdere og øremerke gaver og donasjoner til spesifikke formål/mål. Dette kan også være med på å øke antall gaver/donasjoner.

3.2 Alternative innsamlingsmuligheter

3.2.1 Grasrotmottaker

Grasrotandelen er en ordning som gjør det mulig for spillere hos Norsk Tipping å gi 7 prosent av spillinnsatsen direkte til et lag eller en forening. Ved spill på Multix, Instaspill og Oddsen er Grasrotandelen 14 prosent av spillinnsatsen etter fratrukk for gevinster. Grasrotandelen gjelder for alle spillene til Norsk Tipping, bortsett fra fysiske Flax-lodd og Belago.

For å kunne motta midler fra Grasrotandelen, må laget/foreningen være registrert i Frivillighetsregisteret i Brønnøysundregisteret. Under registreringen i Frivillighetsregisteret (Samordnet registermelding) må det hakes av for «Skal enheten delta i Grasrotandelen»? og velge “Ja”. Grasrotmottakeren må drive regional eller lokal virksomhet. Det er Frivillighetsregisteret som sjekker om enheten oppfyller de vilkår og krav som er satt for å være en del av ordningen. Hvis enheten blir godkjent som grasrotmottaker av Frivillighetsregisteret, vil det bli gjort tilgjengelig i Norsk Tipping sine systemer, og spillerne kan da velge foreningen som grasrotmottaker.

Regelverket for Grasrotandelen fastsettes av [Kulturdepartementet](#).

3.2.2 Digitale innsamlingsaksjoner

Det kan ved konkrete prosjekter opprettes digitale innsamlingsaksjoner ved bruk av for eksempel Sparebank 1 sin SPLEIS eller andre crowdfundingstiltak for å samle inn penger. Dette er et verktøy som ikke bør brukes for hyppig, men som kan vise seg å være veldig effektivt dersom man oppnår god distribusjon. Distribusjonen kan skje gjennom mail, Facebook, SMS og Word-of-Mouth.

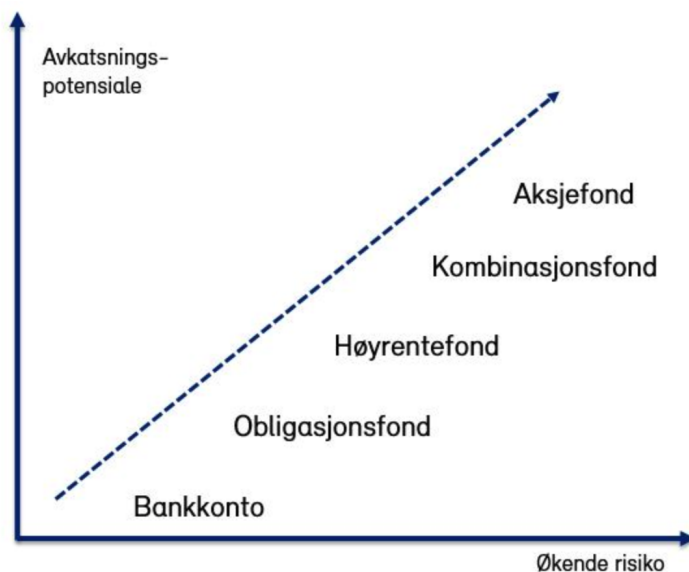
3.3 Artist-/kunstdonasjoner

Gaver og bidrag har variert fra 14 prosent til 32 prosent av NNDS sine årlige inntekter. Dagsverk for Down utgjør tilnærmet hele dette gavebeløpet. Om man fikk til flere liknende tiltak ville det vært av betydning for NNDS sin økonomi.

3.4 Fond

En mulighet som kan utforskes er å opprette et eget fond, enten drevet av NNDS eller av et eget utnevnt styre. Formålet til fondet kan for eksempel være å utbetale støtte til særskilte prosjekter som skal gagne mennesker med Down Syndrom.

Styret som er satt til å overse forvaltningen av fondet bør i første omgang ta kontakt med en større aktør, som for eksempel DNB, KLP, Nordnet eller liknende for å innlede en samtale om fondsopprettelsen. I denne samtalen er det viktig å fokusere på forventet kapitalavkastning, ønsket risikoprofil, etisk investering og forvaltningshonorar. Nedenfor følger en oversikt over egnede finansielle instrumenter basert på ønsket avkastning- og risikoprofil.



Det er viktig at styret for fondet vurderer forvaltningshonoraret i tilbud fra en potensiell profesjonell forvalter. Det bør stå i stil med forventet avkastning, og dermed ikke utgjøre mer enn ca. 1 % av avkastningen (dersom man har et konservativt avkastningskrav med tilhørende lav risiko). Merk at forvaltningshonoraret trekkes uavhengig av oppnådd gevinst eller ikke. Dette betyr at dersom fondet ikke oppnår gevinst et år (0% avkastning) vil forvaltningshonoraret trekkes direkte av fondskapitalen.

Et godt alternativ kan være å forvalte fondet i et indeksfond forvaltet av en av de større aktørene i Norge. Dette innebærer lavt forvaltningshonorar, moderat risiko og har historisk gitt god avkastning. Indeksfond innebærer en speiling av for eksempel miksen av selskaper på Oslo Børs eller tilsvarende, og innebærer således at forvalter forsøker å gjenspeile det

reelle markedet i fondet. Indeksfond er tradisjonelt sett på som betydelig mindre risikofyllt enn et aktivt forvaltet fond.

3.5 Anbefaling

Basert på kapittelet over foreslår vi to anbefalinger til NNDS:

1. NNDS bør benytte alternative innsamlingsmuligheter, som Crowdfunding, når det er spesifikke prosjekter som behøves gjennomført på kort sikt.
2. NNDS bør utforske muligheten til å opprette et fond i NNDS sitt navn som kan benyttes til å utbetale støtte til særskilte, viktige, prosjekter på lengre sikt.

4 Kommersielle muligheter

4.1 Annonsering

For å bli mer handlekraftig har NNDS behov for å bygge en sterkere og mer robust økonomi. Dette kan blant annet gjøres ved å vurdere ulike kommersielle muligheter for å, ihvertfall for en periode, styrke inntektene. Kommersielle muligheter kan for eksempel være: standard annonsering på digitale flater, "infomercials", sponsede innlegg fra relevante aktører og et "pay-per-click" annonseringssystem som generer inntekter til NNDS hver gang en bruker klikker på en gitt annonse/link. Standard annonser innebærer at aktører (fortrinnsvis relevante for brukerne) får speile en annonse på NNDS sine nettsider og/eller Oppsiden.no. Det vil da genereres en månedlig inntekt for NNDS for denne annonseringen. "Infomercials" vil kunne være både mer relevant for brukeren, samt være av større verdi for annonsøren. Det kan for eksempel være en film som viser hvordan man tar i bruk et spesifikt og relevant hjelpemiddel. Et sponset innlegg kan være et innlegg med faglig preg, skrevet av en relevant aktør, som i tillegg til å spre informasjon også informerer om et spesifikt produkt/tjeneste. Et "pay-per-click" (affiliates program) vil innebærer at det ligger standardannonser på NNDS sine nettsider og/eller Oppsiden.no, og at NNDS får et fast beløp hver gang en bruker klikker på annonsen. Pris per klikk avgjøres av hvor sannsynlig det er at annonsøren får konvertert brukeren som klikker til å faktisk kjøpe produktet/tjenesten.

For å få kommersielle aktører som bedrifter eller andre til å anse Oppsiden.no som et relevant nettsted å annonsere er det noen kritiske suksessfaktorer. Blant annet må Oppsiden.no (og NNDS) ha tilstrekkelig med brukere. Dette kan enten måles i antallet treff på siden i løpet av en dag eller i hvor lang tid hver unik bruker tilbringer på siden. Et annet og betydningsfullt poeng er at potensielle annonsører bør ha et verdisett som stemmer overens med NNDS. En slik avklaring må gjøres grundig på forhånd, for å unngå at en uoverensstemmelse i verdisett blir påpekt av en eller flere brukere. Det kan potensielt være svært skadelig for NNDS dersom aktører med motstridende verdisett tillates å annonsere på NNDS sine nettsider.

4.2 Arrangementer

Andre kommersielle muligheter er for eksempel å ha betalte arrangementer. I så tilfelle kan betalingen medføre at personen som deltar blir medlem. Dette vil være svært positivt da det vil utløse Bufdir-støtte. Det må i så fall komme tydelig frem at man inngår et medlemskap. Det kan også være mulig å få arrangere større arrangementer i samarbeid med relevante aktører, som også kan generere inntekter.

4.3 Medlemsfordeler

Ved å sikre gode medlemsfordeler kan NNDS tiltrekke seg flere medlemmer. Fordelene, som gjerne er rabattavtaler hos relevante aktører, treffer best dersom de er hos aktører som brukes gjentakende ganger. For eksempel vil en rabattavtale med en aktør som SATS, Den Norske Turistforening eller andre aktører innenfor fysisk aktivitet være et godt alternativ. Dersom NNDS ønsker å bruke medlemsfordeler som et “trekkplaster” for å tiltrekke medlemmer er det kritisk at fordelene er treffende på medlemmenes behov.

Det er viktig å være oppmerksom på muligheten for at medlemmene til NNDS ikke verdsetter medlemsfordeler i tilstrekkelig grad, og dermed ikke kommer til å benytte seg av dem. Det er derfor viktig å gjøre et grundig forarbeid i forkant av et eventuelt arbeid med å skaffe gode rabattavtaler. Et grundig forarbeid kan både kartlegge interessen for medlemsfordeler, og eventuelt hvilken type medlemsfordeler, men også klargjøre brukerne for lansering av medlemsfordeler. En slik klargjøring og bevisstgjøring på forhånd kan øke bruken, og dermed effekten av medlemsfordelene. Dersom forarbeidet viser at det er lav interesse for medlemsfordeler bør NNDS deretter revurdere om man skal igangsette et slikt prosjekt. NNDS har per 2019 rabatter hos 3 fornøylesparker og en gullsmed. Dette er kommunisert via nyhetsbrev, men er ikke beskrevet på noe nettsted. Årsakene til dette er opplyst å være at det ikke finnes noe lukket sted for medlemmer. Dette er uheldig dersom en del av målet ved å få nye medlemmer skal være gode medlemsfordeler.

4.4 Betalt innhold på Oppsiden.no

En mulighet for bedret finansiering av NNDS og Oppsiden.no er å ta betalt for deler av innholdet på nettsiden. Dette innebærer å legge til rette for en deling av faginnholdet på Oppsiden.no, hvor mye informasjon er tilgjengelig for alle, mens noe legges bak en betalingsmur. En mulig variant av betalt premiuminnhold er å dele opp faginformatjon i en kronologisk livsfasereise, der de første årene inklusive graviditet er fritt tilgjengelig, mens betalingsmuren inntreffer på informasjon fra rundt barnehageårene. For å optimalisere løsningen bør betalingsmuren være styrt av om man er medlem i NNDS eller ikke. Dette er for å sikre at man også utløser Bufdir støtte gjennom premiuminnhold på Oppsiden.no. Kontaktinformasjon på den som søker innmelding bør da kunne registreres og automatisk samles inn knyttet til møtet med denne betalingsmuren.

En slik betalingsmur-ordning vil kunne generere noen inntekter. Det er per oktober 2019 omtrent 1.100 brukere av Oppsiden.no. Dersom 30 prosent av disse ikke er medlem fra før

og ønsker tilgang til betalt innhold vil det kunne utløse merinntekter NOK 49 500 i økt medlemsavgift for hovedmedlem, alternativt halvparten hvis familiemedlem. Uavhengig av medlemstype utløses også uansett betydelig støtte fra Bufdir.

Dersom man ønsker å holde faginformatjonen som deles på Oppsiden.no og NNDS.no åpent for alle vil et fint alternativt være å kreve at brukeren legger igjen sin e-postadresse når han/hun går inn på siden. Dette kan for eksempel gjøres på alle sider hvor brukeren finner faginformatjon. Dersom NNDS gjennom dette hadde fått inn e-postadresser kan man senere sende ut en epost med informasjon om medlemskap i NNDS, og enkel mulighet for å bli medlem.

4.5 Anbefaling

Basert på kapittelet over foreslår vi to anbefalinger til NNDS:

1. NNDS bør utforske mulighetene til å opprette gode medlemsfordelsavtaler med relevante aktører, da dette kan føre til økt medlemsmasse.
2. NNDS bør som et "straks-tiltak" legge inn en funksjon på nettsiden at man må registrere e-postadressen sin når man går inn på spesifikke artikler.

5 Risiko

5.1 Støtte fra myndighetene

Støtten fra Bufdir, som er et offentlig tilskudd som følger av innbetalt medlemskontingent og øvrige aktiviteter i NNDS, er NNDS sin suverent største inntektskilde. Støtten fra Bufdir utgjør 50 – 60 % av NNDS sine inntekter. Dette er fem ganger så mye som de direkte kontingentinnbetalingene.

Bevilgningene avsatt til denne type driftstilskudd blir vedtatt av Stortinget år for år. Følgelig er det ikke sikkert at beløpene som blir stilt til rådighet for organisasjoner via Bufdir blir like store i fremtiden. For 2019 var potten i Bufdir på snaut 200 mill. NOK, hvor NNDS i 2018 fikk i overkant av 700.000 NOK. Tilskuddet til NNDS utgjør altså om lag 0,35 % av den totale Bufdir-potten. Verdidebatt, politiske strømninger samt NNDS grad av vellykket påvirkningsarbeid opp mot politiske beslutningstakere, vil også over tid kunne påvirke mulighetsrommet for å oppnå offentlig støtte.

5.2 Manglende avtale med Dekode

Det er risiko knyttet til manglende avtale mellom NNDS og Dekode, om drift av Oppsiden.no og nnds.no. Videre, er avklaringer rundt fremtidig utviklingskostnader og prioriteringer av Oppsiden.no er heller ikke tilstrekkelig tydelig. Mangel på særskilt avtale medfører også en større personavhengighet enn det NNDS er tjent med. Det er atskillige tanker om utvidet funksjonalitet som kunne vært til hjelp for NNDS sine medlemmer og andre med tilknytning eller interesse for DS.

5.3 Anbefaling

Basert på kapittelet over foreslår vi en anbefaling til NNDS:

1. NNDS bør opprette en formell utviklings- og driftsavtale for Oppsiden.no og nnds.no med Dekode.

6 Organisering av “Down Syndrom-sfæren”

6.1 Samarbeid for å oppnå flere NNDS-medlemmer

For NNDS å lykkes med å tiltrekke seg flere medlemmer og også på annet vis hente ut et ytterligere økonomisk potensial, kan det se ut som en del organisatoriske vurderinger, grep, grenseoppdragninger og prioriteringer kan være på sin plass. Dette, de ulike organisasjoner i Down Syndrom-sfæren og avklaringer rundt det, er for øvrig også gjenspeilet i NNDS-styrets strategimål for perioden 2019-2021, i form av:

1. Fra prioriteringer, med hensyn til å skalere medlemsmassen:
 - a. Lande organisasjonsform og samarbeid med Ups & Down lokallag.
2. Fra Arbeidsgrupper:
 - a. Organisasjon og infrastruktur
 - b. Samarbeid med Ups & Downs
 - c. Kommunikasjon
 - d. Organisasjon og infrastruktur
 - e. Digitale kanaler

Avsnitt 2.1 belyser og problematiserer at NNDS sin relevante interessentgruppe i svært liten grad står samlet. Gitt ovenstående vedståelser fra NNDS er det noe organisasjonen selv er opptatt av og bestreber seg på å hente ut synergier i forhold til. Hvilke utfordringer, muligheter og synergier er så de mest nærliggende?

6.2 Ups & Downs

Ups & Downs sine ulike frittstående regionale avdelinger later til å ha en nokså lokal tilknytning, og fremstår kanskje som et sosialt lim mellom familiene i området.

Eksempler er Ups & Downs Romerike, Hordaland, Oslo, Bærum, Vestfold, Hedmark, Nordland, Østfold. Lokallagene virker familieorientert, familiedrevet, og opererer med «medlemsfamilier». De sikter mot å fremme sosial kontakt og være et nettverk gjennom faglige og sosiale aktiviteter, som turer, juletreff, foreldretreff med mer. Portal for Ups & Downs-foreninger i Norge, <http://www.upsandDown.info> er utarbeidet av Ups & Downs i

Telemark. På denne portalen står det at «Ups & Down foreningene i Norge foreløpig ikke har noen nasjonal paraply». Det ligger også en link til <https://nnds.no>.

Komparativt til Ups & Downs later det etterlatte inntrykket av NNDS, fra et Ups & Downs ståsted å være et sentralt miljø, som skal bedrive faglig jobbing, profilering, påvirkningsarbeid overfor myndighetene samt arrangere landskonferanse. Organisasjonene later sånn sett til å utfylle hverandre godt.

Samarbeid og tettere integrering, avklaringer om mål og forskjeller mellom NNDS og Ups & Downs, burde kunne frembringe rasjonaliseringsgevinster og synergier, blant annet flere medlemskap i begge leirer. Alternativt ett samlet medlemskap og organisasjonsapparat som jobber for alle, koordinert og mest mulig effektivt.

6.3 Kriterier som kvalifiserer til Bufdir-støtte

De ulike Ups & Downs organisasjonene kvalifiserer ikke til å motta støtte fra Bufdir. Dette fordi Ups & Downs mangler en overbygning som kunne favnet flere lokallag til en akkumulert størrelse på minimum 250 medlemmer, hvorav organisert medlemstilbud og medlemmers adresse må kunne knyttes til minimum fire fylker. Oppfyllelse av dette minimumskravet for Ups & Downs sin del, ville utløst driftstilskudd fra Bufdir, bestående av det faste basistilskuddet på i underkant av NOK 200.000. I den variable delen av driftstilskuddet ville 250 medlemmer generert om lag NOK 75.000. Med en Ups & Downs chat-tjeneste/forum ville det generert ytterligere NOK 26.000. For også telefontjeneste ytterligere NOK 26.000. Med 50 likepersonaktivitetsdager kan Ups & Downs hente ut ytterligere støtte på om lag NOK 60.000. Med 25 likepersoner ville Ups & Downs kunne hentet ut støtte på NOK 110.000. Summert opp beløper dette seg til snaut 500.000 i støttepotensial, om Ups & Downs hadde kvalifisert seg og stått på egne ben. Erstatte vi minimumslaget for medlemmer, med vårt medlemsestimat nasjonalt for Ups & Downs på 786 medlemsfamilier ville samlet driftstilskudd fra Bufdir til Ups & Downs beløpet seg til NOK 660.000, hvis kun ett medlem per familie. 740.000 kr hvis to medlemmer per familie. Dette i tillegg til medlemskontingent fra egne medlemmer, viser at Ups & Downs på egne ben, hvis hensiktsmessig organisert, besitter et stort inntekstpotensial.

6.4 Veien videre med NNDS og Ups & Downs

I 2016 inngikk NNDS en delvis avtale, med Ups & Downs Telemark, Nordland og Sør-Trøndelag. Det ble egentlig gitt tilbud/forespørsel til alle Ups & Downs lokallag om sammenslåing av foreningsmiljøene. De tre ovennevnte foreningene endret medlemskontingenten til samme som NNDS, og har sagt de ønsket å bli en lokalforening av NNDS. Dog gjenstår det noe arbeid som forhåpentligvis startes på nyåret 2020. Herunder blant annet vedtekter.

De tre foreningene benytter nå NNDS sitt medlemssystem og henter inn kontingenten sin der, som NNDS så refunderer.

Prospera

Dette er det som så langt foreligger av samarbeidsformer mellom NNDS-sfæren og Ups & Downs sfæren. Det er her lett å legge merke til at med ytterligere ett deltakende lokallag / fylke ville Bufdir-kravet til 4 fylker vært oppfylt. Kravet til minimum 250 enkeltmedlemmer ville nok også være tilfredsstilt. Det som da mangler for å utløse støtte fra Bufdir ville vært et overbyggende sentralt ledd som ivaretar krav til organisering og tilhørende vedtekter.

I en slik ideell setting ville man altså kunne videreført to organisasjonsmiljøer som hver seg kunne utløst mye støtte fra Bufdir, og den ene foreningssfæren kjøper / benytter tjenester fra den andre, for å utnytte opparbeidede systemer og stordriftsfordeler i NNDS. Dog er det muligens i overkant å forvente at Ups & Downs skal kunne opprette en velfungerende sentral overbygning som ivaretar organisatoriske vedtekter og tilhørende organer. Skjønt hadde det vært mulig kunne man nå initiert to organisasjoner som sikret en solid totaløkonomi, for etter hvert å kunne søkt om sammenslåingstilskudd. For i [Forskrift om tilskudd til funksjonshemmedes organisasjoner](#) er det nemlig også beskrevet muligheter for å søke om sammenslåingstilskudd § 26. Sammenslåingstilskudd. Dette for i en viss overgangsperiode å opprettholde støtte til begge miljøer.

Dog, den mest nærliggende veien videre er angivelig fra NNDS sin side å søke samarbeid (eller mer presist: sammenslåing) med så mange av Ups & Downs frittstående foreninger som mulig. Gjennom å hente inn til NNDS, medlemmer fra Ups & Downs, vil NNDS få flere medlemmer / medlemskontingenter. Dette fordi, en god del av Ups & Downs sine medlemmer er per i dag ikke medlem i NNDS. Medlemskap i Ups & Downs genererer ikke (medlems)tilskudd fra Bufdir. Knyttes derimot medlemskapet til NNDS, vil hvert av medlemmene opprinnelig fra Ups & Downs utløse støtte fra Bufdir, på mer enn kontingentprovenyet ². For opptil 3.000 medlemmer er støtten fra Bufdir det dobbelte av kontingent for hovedmedlem, firedobbelt av familie-/støttemedlem. Basert på medlemsleddet utløser en sammenslåing altså en betydelig inntektsøkning.

Videre er det slik at hvis man gitt en sammenslåing, tilstreber å organisere Ups & Downs sine frittstående foreninger som egne lokallag under NNDS, vil NNDS til forskjell fra nå, også oppnå lokallagstilskudd fra Bufdir. Bufdir-tilskuddet per lokallag utgjør kun i underkant av 4.000 kr, tilsvarende 12,5 medlemmer. 8 lokallag er altså like mye verdt i støtte som 100 medlemmer. Dog, forankring i stedlige lokallag vil dessuten kunne gi et løft til likepersonsrekruttering og -arbeidet som utløser minst like høye tilskuddsbeløp som lokallagseffekten.

Totale inntekter vil gitt en sammenslåing, altså øke. Lokallaget kan da få refundert sin kontingent, og ha økonomi som før. NNDS sier med en slik ordning i og for seg da fra seg

² ved en medlemsmasse på mer enn 10.000 medlemmer faller tilskuddet fra Bufdir per medlem ned på nivået med kontingenten for hovedmedlem, altså 150 kr. Dog med medlemsmasse på 10.000 medlemmer vil den akkumulerte støtten fra Bufdir, basert på medlemskontingenten være 2.500.000 kr. Hvilket ville sikre en angivelig god og slagkraftig drift av NNDS.

den direkte kontingenten fra medlemmer som før sammenslåingen har medlemskap i begge organisasjoner. Isolert sett trekker dette ned visse deler av inntektsbildet for NNDS, men de positive ovennevnte inntektseffektene overstiger i stor grad denne isolerte negative virkningen. De postulerte merinntektene av en sammenslåing legger altså til rette for status quo-tilstand for alle involverte foreninger. De kan drive videre økonomisk videre som før, uten å tape noe. Oppå dette status quo-gulvet har det dessuten kommet en økonomisk merinntektsgevinst. Hvordan den gevinsten hentes ut og fordeles bør bli regulert i en overenskomst mellom aktørene

6.5 Anbefaling

Basert på kapittelet over foreslår vi en anbefaling for NNDS:

1. NNDS bør arbeide for en ryddig og fordelaktig sammenslåing av NNDS og flere/alle av Ups & Downs sine lokallag.

7 Sammendrag

For å imøtekomme medlemmenes preferanser samt tiltrekke seg nye medlemmer, hadde det vært ønskelig med en større produksjon av oppdateringer etc, som publiseres på NNDS sine digitale flater. Bedret økonomi for organisasjonen kunne langt på vei bidratt til utbedring av denne situasjonen.

Medlemsrekruttering er en nærliggende og tradisjonell måte for å øke organisasjoners inntekter. Basert på fordelingen av medlemstyper innad i NNDS fremkommer det at nedslagsfeltet for støtte-/gavemedlemskap utenfor familien er lite utprøvet. Kun 47 av 1.364 medlemmer eller 3,5% av medlemmene er støttemedlemmer. Vi mener dette kunne og burde være større. Videre er det en veldig effektiv måte for å utløse midler til NNDS. For 75 kr i kontingent mottar NNDS ytterligere 299 kr i Bufdir-støtte. Myndighetene firedobler altså pengene av et slikt medlemskap. Videre anbefaler vi NNDS å være forsiktige med å slå sammen, eller ikke skille mellom familie og støtte-/gavemedlemskap. Nettopp av hensyn til denne type analyse og segmentering. Utelukkende fordi vi nå har vært i stand til å se og skjelne mellom familiemedlemskap og støttemedlemskap, har vi kunnet komme frem til og identifisere segmentet vi mener er et satsingsområde som innehar et uutnyttet potensial. Vi vil generelt anbefale NNDS å bevisst legge til rette for å kunne dra mest mulig lærdom ut av eget datamateriale, i form av data governance og datakvalitet. For slik å kunne finne frem til hva man tror kan være satsingsområder.

Økt kontingent er også et lettvinnt eller nærliggende alternativ mtp å øke organisasjoners inntekter. Økte kontingentinntekter gir økte kontingentinntekter og kun det. Rekruttering av nye medlemmer gir økte kontingentinntekter foruten flerdoblingen av kontingentprovenyet gjennom støtten Bufdir yter per medlem. En eksempelvis dobling av kontingentene for disse 1 364 medlemmer, ville gitt ytterligere 156.975 kr i økte inntekter. Hvilket er kjærkomment. For å innhente samme inntektsøkning fra nye medlemmer ville man trengt 350 nye

hovedmedlemmer alternativt 420 halvprismedlemmer. Hva NNDS anser som mest farbare vei her, er opp til NNDS selv å vurdere.

Interessentgruppen til NNDS fremstår i dag som svært splittet. Det er ingen enkeltgruppe som samler alle medlemmene, og i dette ligger det et potensiale for NNDS å ta en betydelig posisjon. Dersom NNDS på sikt ønsker å bli en mer økonomisk stabil og solid organisasjon innebærer det i første omgang en reell satsning på å øke antall medlemskap. Dette innebærer at NNDS i en periode fremover bør være tilbakeholdne og konservative i pengebruken, for å ha en økende lønnsomhet. Kostnadene bør derfor holdes nede, samtidig som økt medlemsmasse vil føre til økte inntekter. Dette vil på sikt generere et større mulighetsrom for NNDS til å jobbe med saker som står organisasjonen nært.

For å øke medlemsmassen må NNDS ha et bevisst og aktivt forhold til organisasjonens reise for å konvertere og beholde medlemmer. "Konverteringsreisen" innebærer handlingene som må foretas fra personen fatter interesse for NNDS frem til han/hun blir medlem. Kritiske funksjoner som må på plass for å sikre høyest mulig konvertering er blant annet tilgjengelighet på nettet, forenkling av innmeldingsprosessen og løpende fornyelse av medlemskap. "Kundereisen" begynner i det brukeren har blitt konvertert til et medlem. Da handler det om å beholde medlemmet, og sørge for at fakturaen blir betalt år etter år. Det viktigste grepet for å få til dette er at medlemmet har en opplevd verdi av det å være medlem i NNDS, som overstiger summen av det monetære beløpet (medlemsavgiften) og den mentale "anstrengelsen" å betale fakturaen.

Videre mener vi det er et ubenyttet økonomisk potensial knyttet til en forsterket kommersialisering. Spesifikt gjelder dette med hensyn til å betrakte og oppsøke bedriftssegmentet som målgruppe. Fortrinnsvis, i form av bedriftsmedlemskap, annonsering etc. NNDS har angivelig mye å gå på før kommersialiseringsgraden truer eller kannibalerer støtten og mulighetene NNDS mottar i kraft av å være en idealistisk organisasjon. Dette i henhold til samtale med Inge Carlén i Bufdir. Villighet til å prøve ut kommersielle grep fremstår, etter vårt inntrykk, som en mind-set utfordring for NNDS, per i dag.

Ved konkrete prosjekter kan det opprettes digitale innsamlingsaksjoner for å samle inn penger. Dette er et verktøy som ikke bør brukes for hyppig, men som kan vise seg å være veldig effektivt dersom man oppnår god distribusjon. En annen mulighet som bør utforskes er å opprette et eget fond. Formålet til fondet kan for eksempel være å utbetale støtte til særskilte prosjekter som skal gagne mennesker med Down Syndrom.

Ved å sikre gode medlemsfordeler kan NNDS tiltrekke seg flere medlemmer. Fordelene, som gjerne er rabattavtaler hos relevante aktører, treffer best dersom de er hos aktører som brukes gjentakende ganger. Dersom NNDS ønsker å bruke medlemsfordeler som et "trekkplaster" for å tiltrekke medlemmer er det kritisk at fordelene er treffende på medlemmenes behov.

En mulighet for å bidra til økt medlemskonvertering er å innhente e-postadresser fra brukere som er inne og ser på spesifikt innhold på nettet. For eksempel faginnhold. Dersom NNDS

gjennom dette får inn e-postadresser kan man senere sende ut en epost med informasjon om medlemskap i NNDS, og gi mottakere en enkel mulighet for å bli medlem.

Innretningen i hvordan Bufdir yter støtte til organisasjoner som NNDS, bør ikke være noe NNDS kun anvender som et passivt empirisk grunnlag i sine søknader år for år, om driftstilskudd fra Bufdir. Snarere anbefaler vi NNDS å bevisstgjøre seg og ta en proaktiv holdning til ulike satsingsområder. Særlig da ut fra det innbyrdes økonomiske styrkeforholdet mellom de ulike typer aktiviteter som Bufdir-regelverket baserer sin støtte på. Hvilke typer aktiviteter som gir god økonomisk uttelling må selvfølgelig avveies mot hva som for NNDS er enklest å operasjonalisere innad i egen organisasjon ev i samarbeid med eller sammenslått med eksempelvis Ups & Downs ulike frittstående foreninger rundt om i Norge.

Sammenslåing med frittstående lag av Ups & Downs har vært vurdert og invitert til. En slik sammenslåing vil generere flere medlemmer til NNDS. Omfanget av økt medlemstilstrømning til NNDS ved sammenslåing med Ups & Downs er usikkert. Dels grunnet estimering omkring Ups & Downs og dels usikkerhet knyttet til hvor mange Ups and Down foreninger som vil la seg innlemme i NNDS som lokallag. Økt medlemstilstrømning medfører høyere direkte medlemskontingentinntekter og indirekte inntekter i form av offentlig støtte fra Bufdir. Medlemseffekten (direkte + indirekte) anslås å bli største økonomiske effekt av en sammenslåing, da ett lokallag er verdt det samme som 12,5 medlemmer, målt i støtte fra Bufdir. Begge organisasjons-sfærer vil kunne videreføre sin økonomi per i dag, samt dele en økonomisk gevinst frembragt av sammenslåingen. Denne gevinsten er knyttet til krav / teknikaliteter i forskriften om tilskudd fra Bufdir. Hovedsakelig basert på at Ups and Down sin medlemsmasse og aktiviteter per i dag ikke kvalifiserer til støtte fra Bufdir, men vil gjøre det om de slår seg sammen med NNDS.

En sammenslåing av NNDS og flere frittstående Ups & Downs foreninger vil videre kunne gi økt grobunn for likepersonsarbeidet omkring DS i Norge. Likepersonssarbeide gjennom Ups & Downs foreninger (integret som NNDS-lokallag), representerer potensiale for inntektsvekst. Denne veksten er betinget av evnen til å skalere opp likepersonsrekrutteringen og likepersonsaktivitetene. På noe sikt bør dette kunne realiseres. Da bør tilskuddet fra dette likepersonsarbeidet kunne overstige tilskuddet som skyldes tilveksten av antall lokallag, initiert av sammenslåingen.

Merinntektene som følge av en sammenslåing er det høy usikkerhet rundt, men følgende oppsett av midlene Ups and Down kunne hentet inn såfremt de fikk på plass en overbygning/paraplyorganisasjon, avtegner et visst bilde:

- Basistilskudd per år i støtte fra Bufdir på NOK 200.000
- Medlemstilskudd (786 familier á 3 medlemmer i hver familie) 2.358 medlemmer á 299 kr per medlem, tilsvarer 705.000 kr i årlig støtte.
- 16 lokallag á 3.739 kr i støtte tilsvarer snaut 60.000 kr.
- Anslagsvis 4 likepersoner per lokallag blir 64 likepersoner hver á 3.365 kr, som utløser total årlig støtte på kr 215.000.

Prospera

- Dersom hver likeperson utfører 3 likepersonsaktivitets-jobber pr år, til sammen 192 likeperson-aktivitetsdager, á kr 1.196 for de første 49 jobbene og dernest kr 598 for de neste 100 jobbene og 299 kr for de resterende jobbene blir det (58.604 + 59.800 + 12.857) drøyt 130.000 kr.
- Likepersontelefon utløser i overkant av 26.000 kr i årlig støtte.
- Chat/forum utløser også vel 26.000 kr i årlig støtte fra Bufdir.

Alle disse bidragene til sammen utløser en samlet støtte på (200 + 705 + 60 + 215 + 130 + 26 + 26) 1.362.000 kr. Dette tilsvarer nesten det dobbelte av hva NNDS har årlig mottatt i støtte fra Bufdir de siste årene. Direkte kontingentinntekter betalt fra medlemmene til Ups & Downs, samt gaver og støttemidler fra legater etc kommer i tillegg, men holdes utenom. Av disse ovennevnte midlene, ref kulepunktene - er det de aktivitetene/gevinstene som overgår der NNDS allerede er i dag som kunne blitt hentet ut i form av merverdier gjennom en sammenslåing med Ups & Downs. Det vil altså si:

- medlemstilskuddet på 705.000 kr
(ikke hensyntatt inntektsbortfallet av doble / parallelle medlemskap)
- lokallags-effekten på 60.000 kr
- likepersoner på 215.000 kr
- likepersonsaktivitetsdager på 130.000 kr.

Til sammen 1.110.000 årlige støttekroner fra Bufdir. Dette anslaget hviler på vårt nasjonale medlemsestimat for Ups & Down som omfatter samtlige Ups & Downs 16 foreninger. Dersom kun fjerdeparten av foreningene bifaller en foreslått sammenslåing reduseres merinntektene tilsvarende.

Beste økonomiske løsning ville på kort sikt vært to organisasjonssfærer som eksisterte parallelt. Med en fusjonsløsning er det noe økonomi som glipper. Nemlig 200.000 i basis tilskudd til én av organisasjonssfærene, i og med at begge organisasjoner separat ville mottatt basistilskudd på til sammen 2 x 200.000 kr. Det samme gjelder 26.000 kr ganger 4 tilsvarende 104.000 kr, om begge organisasjoner hver seg hadde både chat og telefon i sitt likemannsarbeide. Med sammenslåing blir det chat og tlf i kun én organisasjon utgjørende til sammen 52.000 kr. Den økonomiske glippen som følge av sammenslåing utgjør altså om lag 250.000 kr i årlig Bufdir-støtte knyttet til basistilskudd og elektronisk likepersonsarbeid. I tillegg kommer bortfall av dobbel medlemskontingent og støtte basert på personer som per i dag er medlem i både NNDS og Ups & Downs. De som i dag er doble medlemmer vil ikke i en sammenslått fremtid generere medlemskontingent x 2 slik de gjør i dag. De utløser i dag Bufdir medlemsstøtte kun hos NNDS. Når deres Ups & Downs medlemskap hentes til NNDS vil det til forskjell fra ferskt tilkomne NNDS medlemmer heller ikke utløse Bufdir medlemsstøtte én gang til.

For tabellarisk fremstilling av ovennevnte tall, se tabell 5.

NNDS og Ups & Downs sammenslåingsøkonomi vs scenario som separate organisasjonssfærer, hvor begge kvalifiserer til Bufdir-støtte, i appendiks.

I en type forhandlingsmøte med Ups & Downs sine ulike foreninger om en ev kommende sammenslåing, vil det være hensiktsmessig å kjenne til ulike utfall av ulike scenarier. Ups & Downs forenet over det ganske land på egne ben, der NNDS om mulig hjelper til med en slik Ups & Downs-samling vil kunne vise god og felles vilje og entreprenørskap i første del av en tottrinnsrakett der det endelige målet er å samle både Ups & Downs og NNDS. Første del av tottrinnsraketten, med ambassadørforeninger fra Ups & Downs som slår seg sammen innbyrdes vil kunne få god økonomi. Slik vil de kunne motivere andre foreninger til å bli med i folden som da fremstår som landsforeningen Ups & Downs. Når Ups & Downs folden er blitt stor, konsolidert, moden og integrert nok, kan det søkes Bufdir om sammenslåingstilskudd for å kunne videreføre dobbel støtte lengre enn det som ellers ville vært naturlig, og da på det tidspunktet iverksette andre og siste del av tottrinnsraketten, nemlig en opprinnelig intendert sammenslåing med NNDS. En tilnærming som denne tottrinnsraketten, betinger en betydelig del tillit mellom aktørene. Hvis noe mindre grad av tillit, er en umiddelbar sammenslåing av NNDS og villige Ups & Downs-foreninger mer nærliggende. Den økonomiske oppsiden er også her god, men ikke like god som tottrinnsraketten. Økonomien i en sammenslått organisasjon utgjør 72% av økonomien i en løsning der begge organisasjonsfærer utløser støtte fra Bufdir. (En betingelse er da stor omforeningsvilje på tvers av Ups & Downs foreningene. Lav omforeningsvilje innad i Ups & Downs foreningene, svekker businesscasen for både en nasjonal Ups & Downs organisasjon på egne ben samt sammenslåingsalternativet med NNDS).

7.1 Anbefalinger til NNDS

1. NNDS bør sette seg godt inn i reglene for Bufdir støtte, og hvilke aktiviteter som utløser størst beløpsmessig støtte.
2. NNDS bør gjennom samtlende tiltak fokusere på å samle interessentgruppen til personer med Down Syndrom, for å muliggjøre en større medlemsmasse.
3. NNDS må spisse virkemidlene som tas i bruk for å både konvertere medlemmer, samt å beholde eksisterende medlemmer. Dette gjøres gjennom konkrete tiltak i "konverteringsreisen" og "kundereisen".
4. NNDS bør betrakte og oppsøke bedriftssegmentet som målgruppe. Fortrinnsvis, i form av bedriftsmedlemskap, annonsering etc. Da vi mener det er et ubenyttet økonomisk potensiale knyttet til en forsterket kommersialisering i denne retning.
5. NNDS bør benytte alternative innsamlingsmuligheter, som Crowdfunding, når det er spesifikke prosjekter som behøves gjennomført på kort sikt.
6. NNDS bør utforske muligheten til å opprette et fond i NNDS sitt navn som kan benyttes til å utbetale støtte til særskilte, viktige, prosjekter på lengre sikt.
7. NNDS bør utforske mulighetene til å opprette gode medlemsfordelsavtaler med relevante aktører, da dette kan føre til økt medlemsmasse.

Prospera

8. NNDS bør som et “straks-tiltak” legge inn en funksjon på nettsiden at man må registrere e-postadressen sin når man går inn på spesifikke artikler.
9. NNDS bør opprette en formell utviklings- og driftsavtale for Oppsiden.no og nnds.no med Dekode.
10. NNDS bør arbeide for en ryddig og fordelaktig sammenslåing av NNDS og flere/alle av Ups & Downs sine lokallag.

Appendiks

Tabell 2 - NNDS sine Inntekter og inntektenes utvikling

	2015	inntekts- andel	2016	økning i inntekt	inntekts- andel	2017	økning i inntekt	inntekts- andel	2018	økning i inntekt	inntekts- andel
1 Medlemskontingenter	116 257	11 %	127 900	1,10	12 %	137 956	1,08	11 %	125 627	0,91	10 %
2 Tilskudd fra BufDir, avledet av ulike aktiviteter	544 106	49 %	571 312	1,05	52 %	628 443	1,10	52 %	713 815	1,14	59 %
3 Gaver og bidrag	154 984	14 %	245 226	1,58	22 %	387 302	1,58	32 %	216 941	0,56	18 %
4 Offentlige tilskudd (moms refusjon) og prosjektmidler	84 798	8 %	154 798	1,83	14 %	39 430	0,25	3 %	158 680	4,02	13 %
5 Inntektsført adm bidrag prosjekter	206 090	19 %	-3 846	0,02	0 %	22 114	-5,75	2 %	0	0,00	0 %
6 Salgsinntekter	750	0 %	950	1,27	0 %	0	0,00	0 %	0	0,00	0 %
	1 106 985	100 %	1 096 340	0,99	100 %	1 215 245	1,11	100 %	1 215 063	1,00	100 %

Prospera

Tabell 5 - NNDS og Ups and Downs sammenslåingsøkonomi vs scenario som separate organisasjonssfærer

Der begge kvalifiserer til Bufdir-støtte

(og ved full omforening / oppslutning innad i Ups & Downs sine ulike foreninger). Ref. også PowerPoint.

	NNDS	Ups and down, anslag / potensiale		NNDS, gitt at de får på plass likepersonstelefon	Ups and Downs, gitt at de fikk på plass et sentral-ledd / paraplyorganisasjon, som ville sikret Bufdir-støtte	totalt	fusjonert
medlemmer	1350	2000	Direkte medlemskontingent, fra medlemmene				
			Basistilskudd	200 000	200 000	400 000	200 000
medlemmer	1350	2000	Bufdir driftstilskudd á kr 374 pr medlem, i intervallet 1 - 499	186 626	186 626		186 626
			Bufdir driftstilskudd á kr 299 pr medlem, i intervallet 500 - 2999	254 449	448 799		553 449 *
			sum	441 075	635 425	1 076 500	740 075 **
lokallag	0	16	Bufdir driftstilskudd á kr 3739 pr lokallag, i intervallet 1 - 49	0	59 824	59 824	59 824
likepersoner	16	64	Bufdir driftstilskudd á kr 4486 pr likeperson, i intervallet 1 - 24	71 776	89 736		
			Bufdir driftstilskudd á kr 3365 pr likeperson, i intervallet 25 - 49		134 600		
			sum	71 776	224 336	296 112	296 112
likepersoner-aktivitetsdager	3	192	Bufdir driftstilskudd á kr 1196 pr likepersonaktivitetsdager, i intervallet 1 - 49	3 588	58 604		
			Bufdir driftstilskudd á kr 598 pr likepersonaktivitetsdager, i intervallet 5 - 149		59 800		
			Bufdir driftstilskudd á kr 299 pr likepersonaktivitetsdager, i intervallet 150 - 299		12 857		
			sum	3 588	131 261	134 849	134 849
Likepersonstelefon			Bufdir driftstilskudd á kr 26171 for opprettelse av 1 stk Likepersonstelefon	26 171	26 171	52 342	26 171
Likepersoner-chat/forum	1	1	Bufdir driftstilskudd á kr 26171 for opprettelse av 1 stk Likepersoner-chat / forum	26 171	26 171	52 342	26 171
				768 781	1 303 188	2 071 969	1 483 202

* gitt at 1.000 av NNDS sine medlemmerogså er medlem i Ups and Downs

** (499 medl x 374 kr = 186.626) + (1.851 medl x 299 kr = 553.449) = 740.075 kr

Vedlegg 3 - Evalueringer fra de frivillige konsulentene

<i>Teamet har vært sammensatt med nødvendig erfaring og kompetanse for å løse oppgaven</i>	4
<i>Roller og ansvar har blitt fordelt på en hensiktsmessig måte</i>	4
<i>Det har vært et godt samarbeid internt i teamet</i>	4
<i>Intern kommunikasjon har vært effektiv</i>	3.75
<i>Styring av prosjektet har vært utført på en effektiv og god måte</i>	4
<i>Prosjektet har vært avgrenset på en hensiktsmessig måte</i>	4
<i>Kvaliteten på interne prosjektmøter har vært god</i>	4
<i>Forventningene knyttet til deg og dine leveranser har vært tydelig kommunisert</i>	3.75
<i>Tilbakemeldinger på arbeidsoppgaver og rolle har vært gjennomført på en god måte</i>	4
<i>Arbeidsmengden i prosjektet har vært passe stor</i>	3.5
<i>Du har fått bidratt i prosjektet i henhold til din kompetanse og erfaring</i>	4
<i>Det har vært gøy og givende å jobbe med prosjektet</i>	4

Basert på skala 1-4 (uenig, litt uenig, litt enig, enig)

Evaluering, prosjektmottaker

Med bakgrunn i gjennomført oppdrag for din organisasjon ønsker vi å få deres tilbakemelding på nøkkelmomenter rundt gjennomføringen av oppdraget og prosessen. Formålet med dette er å:

- Vurdere måten prosjektet har blitt gjennomført på
- Samle erfaring som danner grunnlag for eventuell videreutvikling av fremtidige prosjekt
- Om vår bistand oppleves som så god at den kan anbefales andre

Bare Prosperas administrasjon har tilgang til svarene i denne evalueringen.

Email address *

magne.ilsaas@nnds.no

ORGANISASJON *

NNDS

Tidspunkt for prosjektet

HØST 2019

FORNAVN + ETTERNAVN *

Magne Ilsaas

Prosjektet/leveransen

Prosjektet gav merverdi for din/deres organisasjon

- ☒ Helt enig
- ☐ Litt enig
- ☐ Litt uenig
- ☐ Uenig

Kommentar

.....

Leveransen vil la seg implementere i organisasjonen på en god måte *

- ☐ Helt enig
- ☒ Litt enig
- ☐ Litt uenig
- ☐ Uenig
- ☐ Other:

Kommentar

mange av rådene er langsiktige råd, som vil ta tid å implementere, og så avhenger av f.eks sammenslåing mellom hovedorganisasjon og lokallag. dette er en prosess vi jobber med, men som vi ikke kan styre utfallet av.

.....

Samarbeidet med Prospera har vært etter forventning og avtale *

☒ Helt enig

☐ Litt enig

☐ Litt uenig

☐ Uenig

☐ Other:

Kommentar

Vi synes det er et imponerende stykke arbeid som har blitt gjort. Liker spesielt godt at konsulentene brukte godt med tid på å bli kjent med organisasjonen og problemstillingene, som er komplekse. Det hadde vært lett å gi råd som ikke var treffsikre, grunnet mangel på innsikt, men det gjorde de altså ikke.

Prosessen

Noe du vil gjøre oss oppmerksom på vedrørende prosessen?

Kommentar

god prosess

Kommunikasjonen mellom deg/dere og Prosperakonsulentene har vært tilfredsstillende *

☒ Helt enig

☐ Litt enig

☐ Litt uenig

☐ uenig

☐ Other:

Kommentar

.....

Det er avholdt tilfredsstillende møtevirksomhet med Prosperakonsulentene *

☒ Helt enig

☐ Litt enig

☐ Litt uenig

☐ Uenig

☐ Other:

Kommentar

.....

Prospera har stilt med ressurser som har tilfredsstillende og relevant kompetanse *

☒ Helt enig

☐ Litt enig

☐ Litt uenig

☐ Uenig

☐ Other:

Kommentar

veldig fin bredde på konsulent teamet

Det har vært meningsfullt og interessant å samarbeide med Prosperakonsulentene *

☒ Helt enig

☐ Litt enig

☐ Litt uenig

☐ Uenig

☐ Other:

Kommentar

.....

Del gjerne egne observasjoner, som ikke er adressert over *

Et flott prosjekt, og vi er svært takknemlige for tiden og engasjementet som er brukt på dette prosjektet.

Totalvurdering

Jeg ville anbefalt andre organisasjoner å benytte bistand fra Prospera (Jo nærmere 10, jo større sannsynlighet) *

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒

Det er til stor hjelp om du vil bidra til å synliggjøre for andre hva vår hjelp har betydd for organisasjonen. Dette utsagnet vil vi bruke i Prosperas kommunikasjonsarbeid.

*

Hjelpetekst: Hvordan hjalp Prosperas leveranse din organisasjon?

Som en liten frivillig organisasjon, var det svært spennende å få et eksternt, profesjonelt blick på organisasjonen. Arbeidet som er gjort er svært strukturert, og vil fungere som en handlingsplan i mange år fremover.

Tusen takk!

Daglig leder
Anne Aaby



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms