

# NGO donationer i Danmark

Analyse af danskernes  
adfærd, kendskab og  
holdninger til NGO'er

2024





Kære læser

Ipsos er verdens tredjestørste udbyder af markedsanalyser og -indsigter, og vi har en eksplicit målsætning om at tilvejebringe *total understanding* om forbrugere, borgere, markeder og samfund.

Vi tager CSR ansvaret meget alvorligt, blandt andet ved at være det første firma i verden i vores branche, der tilsluttede sig FNs "Global Compact"-principper. Med adgangen til viden og indsigter om stort set alt, mener vi også, at vi har en forpligtelse til at stille denne viden og erfaring til rådighed for andre.

En af vores CSR-aktiviteter sætter fokus på danskernes adfærd, holdninger og barrierer i forhold at støtte (de danske) NGO'er.

Vi ønsker at tilvejebringe ny viden om, hvordan vi kan få flere danskere til at støtte endnu mere op om de danske hjælpeorganisationer, så de opnår en endnu større grobund for det værdifulde arbejde, de hver især bidrager med.

Vi ønsker god læselyst og imødeser altid forslag til forbedringer og øvrige input til, hvordan Ipsos' ekspertise kan understøtte samfundsnyttige formål.

Mvh  
Ipsos

## METODE

- 500 online interviews
- Repræsentativ dataindsamling blandt mænd og kvinder, 18-65 år
- Indsamling af data udført 30/05 – 02/06 2023 via Ipsos.Digital FastFacts

Blandt de 500 danskere har 334 aktivt støttet en NGO indenfor det sidste år, mens 121 ikke har. 45 kunne ikke huske, hvorvidt de havde støttet en NGO.

Derudover er der benyttet AI tools til desk research og opsamlinger på tværs af eksterne kilder.

## INDHOLDSFORTEGNELSE

1. Opsummering
2. Baggrund
3. Donorlandskab
4. Holdninger og motivation
5. Kendskab
6. Appendix
  1. NGO engagement
  2. Demografisk profil



## OPSUMMERING

Det kom bag på os, hvor fremmed NGO-begrebet er for danskerne samt hvor relativt få danskere, der kender til de enkelte NGO'ers specifikke indsatser.

Vi blev til gengæld stolte og positivt overraskede over traditionen for og omfanget af danskernes velvillighed til at støtte op om NGO'erne og de store (TV-)indsamlinger. Det synes dog også klart, at danskerne hellere hjælper med penge end med tid...

2/3 af danskerne støttede en NGO sidste år, og samme omfang forventer at gøre det igen

- Stor historisk villighed blandt danskerne til at støtte indsamlinger og engagere sig

NGO'er anses for at spille en vigtig rolle i samfundet, men transparens og tillid er afgørende

- Stod det til danskerne gik max 20% af de indsamlede midler til drift
- 4 ud af 10 har svært ved at forholde sig til begrebet "NGO"
- Forældres historiske engagement spiller en afgørende rolle for ens eget engagement

Danskerne hjælper hellere med penge end med tid

- 35% donerer penge, og 32% donerer fysiske genstande (tøj, møbler mv.)
- MobilePay benyttes af flest (35%) efterfulgt af NGO'ernes hjemmeside (28%) ved kontant donation
- Ældre donerer i højere grad penge og deltager i lotterier, mens unge i højere grad aktivt engagerer sig i møder og indsamlinger, herunder initierer egne indsamlinger

"NGO" bør ikke benyttes i kommunikative sammenhænge

- 4 ud af 10 har svært ved at forholde sig til begrebet "NGO" og har svært at sætte ord på begrebet
- Fremadrettet bør begreber som støtte-, hjælpe-, humanitær- eller velgørenhedsorganisation benyttes i kommunikative sammenhænge frem for "NGO"-begrebet



## STÆRK DANSK TRADITION FOR AT "STØTTE OP"

Mange danskere har en stærk følelse af socialt ansvar og ønsker at bidrage til at gøre en forskel, både lokalt og globalt.

Den danske kultur værdsætter principper som lighed, retfærdighed og solidaritet højt, hvilket også er en væsentlig motivation bag danskernes støtte af velgørende formål, der arbejder for at fremme disse værdier.

Danskernes engagement i foreningslivet og frivilligt arbejde er generelt højt og en væsentlig del af den danske kultur og samfundsliv. Dette engagement tager udspring fra Danmarks lange tradition for demokrati og foreningsfrihed, som går tilbage til det 19. århundrede, hvor de første foreninger og kooperative bevægelser opstod.

Det særlige ved Danmark i forhold til mange andre lande, inklusiv vores nabolande, er "Foreningsdanmark". Dette begreb refererer til den omfattende deltagelse af borgere i en lang række foreninger – fra sportsklubber og hobbyforeninger til kulturelle sammenslutninger og frivillige sociale organisationer. Der er en stærk tradition for, at borgerne selv organiserer sig og tager aktiv del i fællesskaber, som de er passionerede omkring.

## LANG TRADITION FOR STORE NATIONALE TV-INDSAMLINGER

Danmarks Radio (DR) afholdt sit første TV-indsamlingsshow i 1971, hvilket markerede starten på en tradition for nationale indsamlingsshows på dansk TV. Disse shows har været centrale i at samle nationen omkring vigtige humanitære og sundhedsrelaterede sager.



"Knæk Cancer" er TV 2s eget indsamlingsshow. Indsamlingen har været afholdt årligt siden 2012 som et samarbejde mellem TV 2 og Kræftens Bekæmpelse. Hvert år har de tilknyttede initiativer og live TV-eventet indsamlet mere 110 mio. DKK.



Danmarks Indsamling startede i 2007 som et samarbejde mellem DR og TV 2 for at samle penge ind til skiftende humanitære formål.

Danmarks Indsamlingen, der hvert år støttes af omkring 1 mio. danskere, skønnes i alt at have samlet over 1,5 mia. DKK ind.



## 2 UD AF 3 STØTTER NGO'ER

Adspurgt angiver 2 ud af 3 at have støttet en NGO indenfor det seneste år. Andelen, der også forventer at støtte fremadrettet er den samme. Pengedonationer og donation af fysiske genstande er de mest benyttede former for donationer.

1 ud af 4 har deltaget i et lotteri, mens 15% har arbejdet frivilligt.



# 67%

af danskerne har støttet en NGO indenfor det seneste år



# 70%

af danskerne forventer at donere de næste 12 måneder



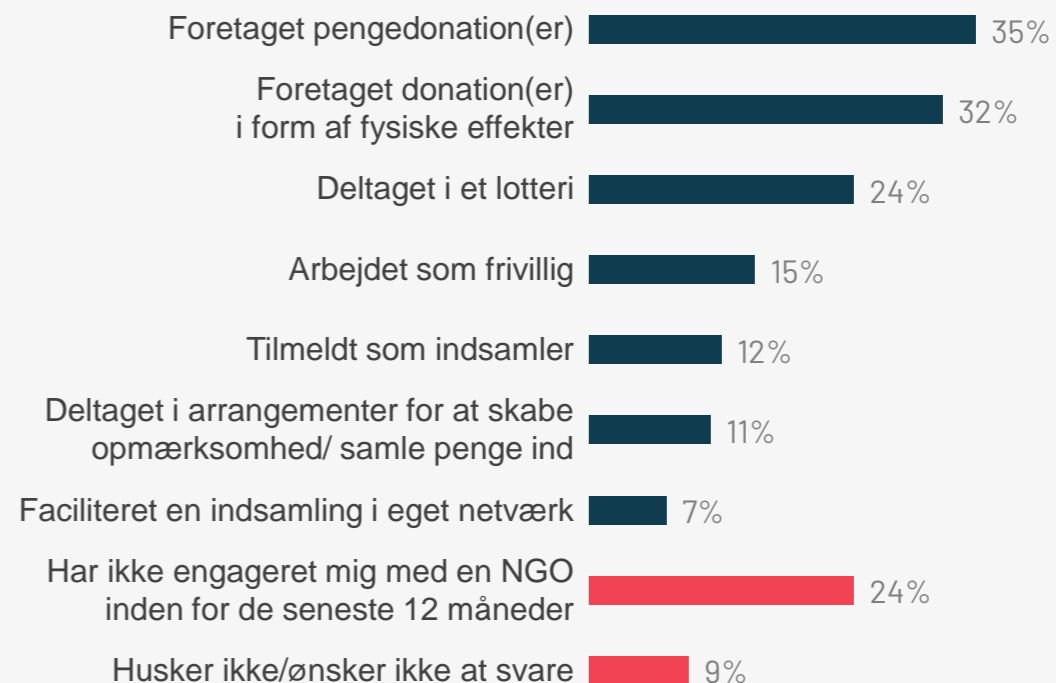
# 70%

af danskerne regner med at støtte med samme eller større beløb end de seneste 12 måneder

Kilde: Online undersøgelse 2H 2023, blandt danskere 18-65 år  
Målgruppe: Respondenter, der har angivet at have støttet + ikke støtte NGO. n=455

## PENGEDONATIONER ER DEN MEST BENYTTET DE FORM FOR STØTTE AF EN NGO

### NGO STØTTE INDENFOR DE SENESTE 12 MÅNEDER



Kilde: Online undersøgelse 2H 2023, blandt danskere 18-65 år  
Målgruppe: Alle respondenter, n = 500

# DANSKERNES SENESTE 12 MÅNEDERS NGO-ADFÆRD

Her er samlet et overblik over, hvad vores undersøgelser viser i forhold til danskernes adfærd, når det gælder deres NGO-engagement de seneste 12 måneder.

## Hvilken NGO?

- 1 Kræftens Bekæmpelse (13%)
- 2 Dansk Røde Kors (12%)
- 3 Red Barnet (6%)

Målgruppe: Danskerne, n=500

## Type af engagement

- 1 Pengedonation (35%)
- 2 Donations af fysisk genstande (32%)
- 3 Deltagelse i lotteri (24%)

Målgruppe: Danskerne, n=500

## Hvad støtter danskerne?

- 1 Børn (17%)
- 2 En bestemt sygdom (9%)
- 3 En bestemt gruppe mennesker (9%)

Målgruppe: Danskerne, n=500

## Størrelse på pengedonation

Pengedonerne (35%) gav i gns.  
**492 DKK** v. den seneste donation  
**1.981 DKK** om året (i alt)

Målgruppe: Pengedonere, n=177

## Inspiration for at donere

- 1 Indsamling v. bolig (10%)
- 2 Via medlemskab (9%)
- 3 Tv-nyheder (9%)

Målgruppe: Donerne, n=334

## Foretrukne overførselsmetoder

- 1 MobilePay (35%)
- 2 Online via NGO hjemmesider (28%)
- 3 Face-to-face kontant (16%)

Målgruppe: Pengedonere, n=177

## Donation af fysisk genstande

Baseret på donere af fysiske genstandes (32%) egen estimering er den samlede værdi af disse donationer i gennemsnit **1.758 DKK**

Målgruppe: Donere af fysiske genstande, n=127

## Ændring i donationsbeløb?

**51%** af donerne donerede *omtrent det samme som forrige år*.

18% donerede mere og 21% donerede mindre.





## TRADITIONEN GÅR I ARV

Når vi kigger helt overordnet på mænd og kvinders støtte til NGO'ernes arbejde, viser vores undersøgelse ingen forskel. Uddannelsesniveau og husstandsindkomst og det selv at have børn ser derimod ud til at gøre en forskel i ens engagement. Jo højere uddannelse og jo højere husstandsindtægt jo større sandsynlighed er der for, at man har støttet en NGO.

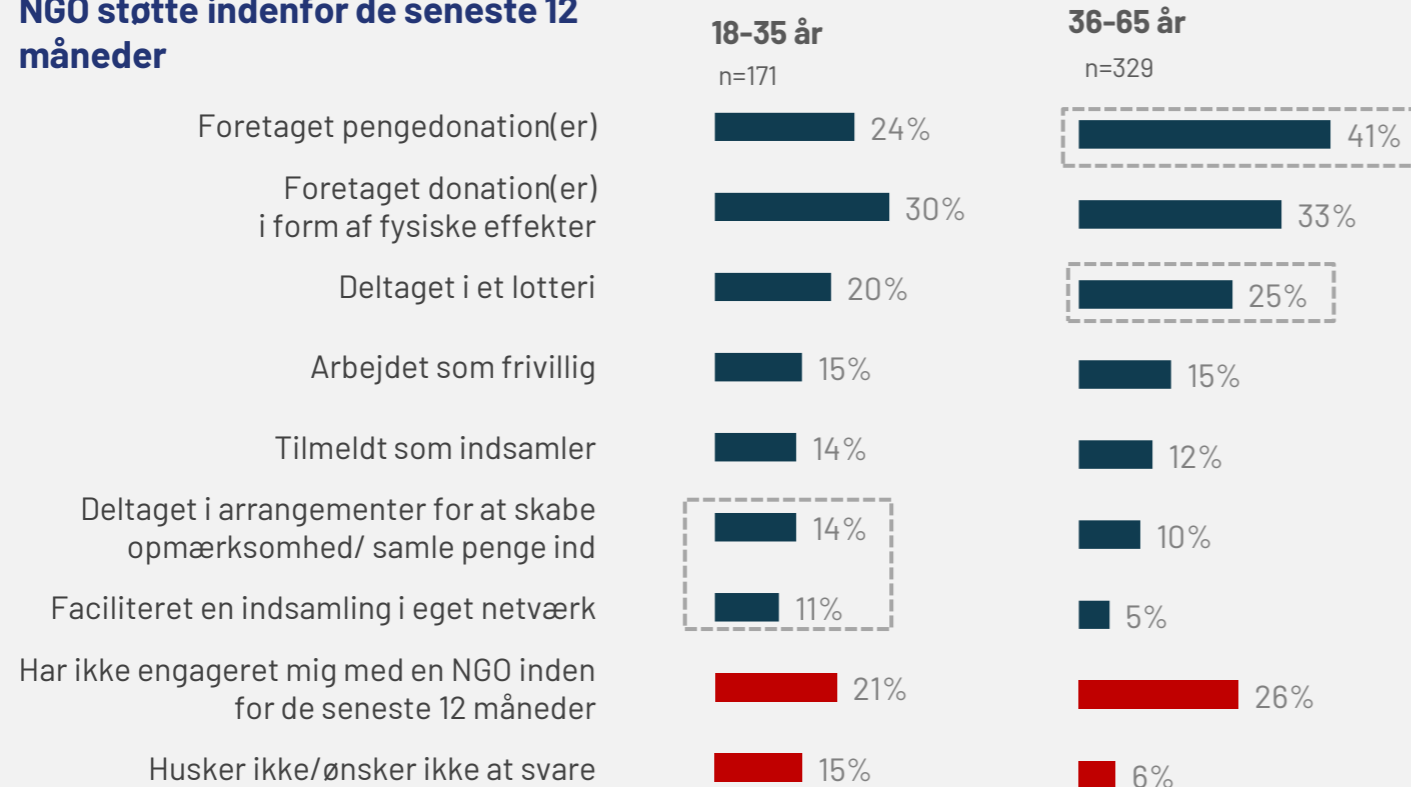
Det samme gør ens forældres historiske engagement. 83% af dem, der har støttet en NGO indenfor det sidste år, angiver at deres forældre også aktivt har støttet en NGO. Heraf 34% i høj grad. Mens det i mindre grad er gældende for dem, der ikke har støttet. For deres vedkommende angiver 50%, at deres forældre har støttet en NGO. Heraf kun 10% i høj grad.

Mens de 18-35 årige i højere grad deltager i arrangementer for at samle penge ind og selv har faciliteret en indsamling i eget netværk, så har de 36-65 årige i højere grad foretaget pengedonationer og deltaget i lotterier.



## DE ÆLDRE DRIVER LOTTERIER OG PENGEDONATIONER, DE YNGRE FACILITERER I HØJERE GRAD INDSAMLINGER

### NGO støtte indenfor de seneste 12 måneder



■ Støttet NGO seneste 12 mdr.  
■ Ej-Støttet NGO seneste 12 mdr.

Kilde: Online undersøgelse 2H 2023, blandt danskere 18-65 år  
Målgruppe: Alle respondenter, n = 500,  
Aktivt støttet = 334, Ej støttet = 121



## VIGTIG ROLLE I VORES SAMFUND, MEN BEGREBET "NGO" OG HVAD DER LIGGER BAG UDFORDRER

- NGO'er har en vigtig rolle i samfundet, men bliver ofte kædet sammen med miljø- og klimaindsatser. Overordnet anses det dog som regeringens ansvar at forbedre sociale forhold samt beskytte miljøet.
- NGO'ers succes afhænger af befolkningen samt private virksomheders støtte og engagement.
- 1 ud af 3 danskerne knytter typisk ord som 'frivillighed', 'positivitet' og 'support' til NGO'er og deres arbejde. Kun 1 ud af 10 danskere nævner decideret negative associationer.
- 4 ud af 10 har svært ved at forholde sig til begrebet "NGO". Mange finder det svært at sætte ord på begrebet, ligesom kun få føler, at de har et kvalificeret kendskab til de enkelte NGO'ers virke.

Det anbefales derfor fremadrettet i alle former for kommunikation (og undersøgelser), at benytte begreber som støtte-, hjælpe-, humanitær- eller velgørenhedsorganisation" frem for "NGO"-begrebet.

Kilde: Online undersøgelse 2H 2023, blandt danskere 18-65 år

" *Jeg tænker positivt, når jeg hører ordet NGO. Jeg forbinder det med velgørenhed, fællesskab*  
Kvinde, 23 år, har ikke støttet en NGO det seneste år

" *Afgjort positivt, selvom jeg kun husker Greenpeace*  
Kvinde, 54 år, har ikke støttet en NGO det seneste år

" *NGO'er arbejder dedikeret for en udvalgt almennyttig sag - det er positivt og er værdsat*  
Mand 56 år, har aktivt støttet en NGO det seneste år

" *Jeg er ikke klar over hvad NGO'er er for noget*  
Kvinde, 52 år, har (faktisk) støttet en NGO det seneste år

" *Jeg har ikke de store tanker om NGO'er*  
Kvinde, 44 år, ej støttet en NGO det seneste år



## VÆSENTLIG FORSKEL I HOLDNINGEN TIL NGO'ERS ROLLE, BETYDNING OG TROVÆRDIGHED

**Det er skønt at der findes personer, der arbejder for at forbedre verden uden at få løn for det.**  
Kvinde, 56 år, Har støttet

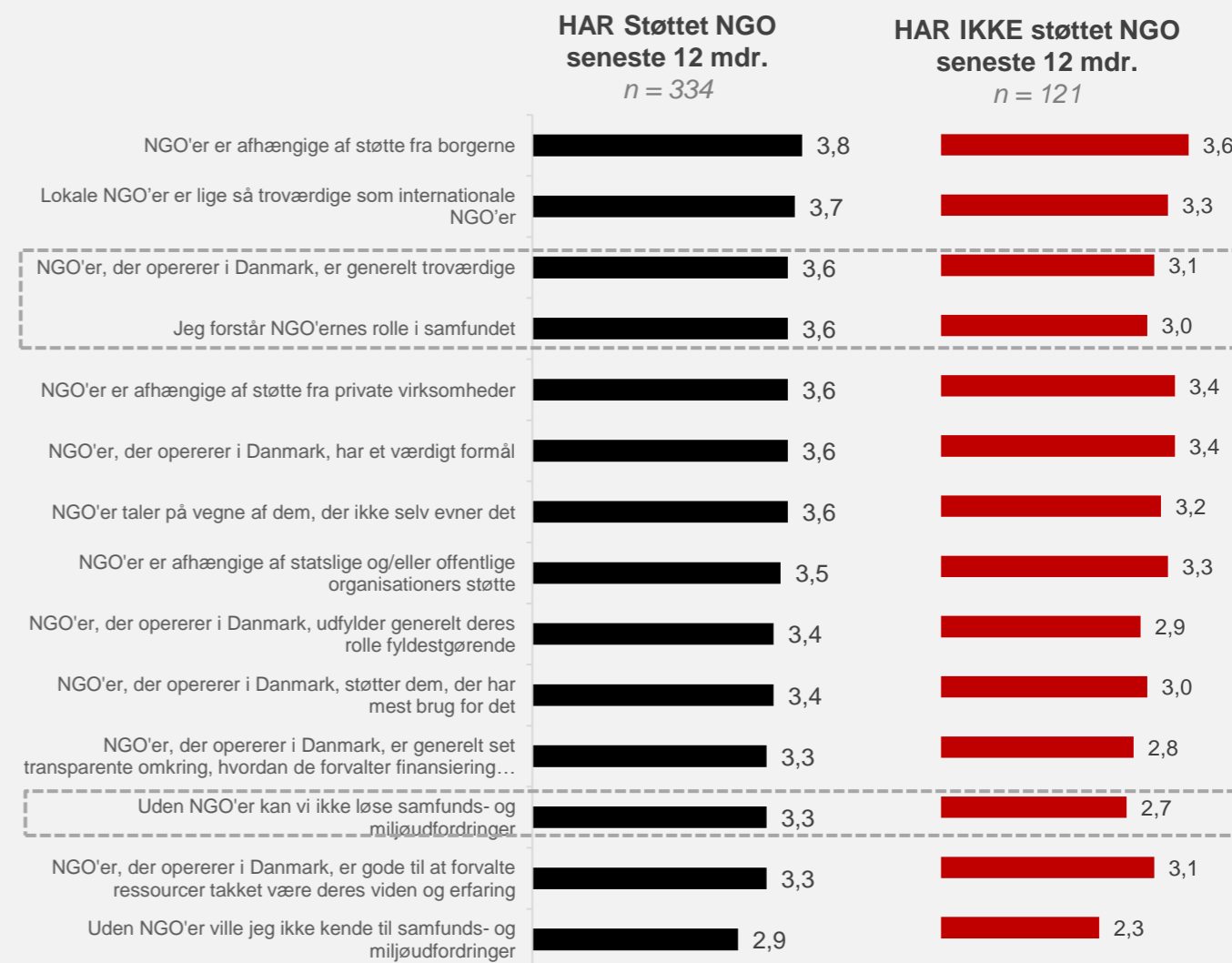
**NGO'er som Røde Kors, Læger uden grænser og lign. udfylder en god og vigtig funktion. Et vigtigt supplement til statslige og regionale instanser.**  
Mand, 50 år, Har støttet

**Jeg er uenig med mange af dem og deres indblanding irriterer mig**  
Mand, 49 år, Har ikke støttet

**Korruption, tidligere ansættelse, humanitært, global interesseorganisation, uklare rammer og regler, nepotisme, vigtige formål, pladderhumanisme, dårligt arbejdsmiljø, uklar økonomi, indsamlinger**  
Kvinde 34 år, Har ikke støttet

## HOLDNINGER TIL NGO'ER

Nedenfor er nogle udsagn, som andre har fortalt os om NGO'er, der opererer i Danmark. Bedøm venligst, i hvilket omfang du personligt er enig med hver enkelt udsagn på en skala fra 1, der betyder "helt uenig", til 5, hvilket betyder "helt enig".



Kilde: Ipsos NGO Online undersøgelse 2H 2023, blandt danskere 18-65 år

Flere svar mulige



# 31%

af danskerne er mest bekymret for klimaforandringer.

9% nævnte fattigdom og social ulighed, da vi senest spurgte danskerne om deres største bekymringer.

Kilde: Ipsos, What Worries Denmark, Maj 2024

# 25%

af danskerne nævner miljø, klima og natur(katastrofer) først, når de bliver spurgt om hvilke sager/udfordringer, der skal prioriteres af NGO'er.

I alt nævner **38%** af danskerne, at miljø, klima og natur(katastrofer) bør prioriteres.

Kilde: Ipsos, NGO tracker 2023

## MILJØ, KLIMA OG NATUR(KATASTROFER), MEN BØRN HAR DOG ALTID VÆRET EN HJERTESAG

Miljø, klima og natur(katastrofer) topper listen af mærkesager, NGO'erne bør prioriterer. Indsatsernes "ansigt" er ofte afbildninger af børn og kan kategoriseres i nedenstående 4 typer af fokusområder:

### Humanitær nødhjælp og udviklingsprojekter

*Danmarks Indsamlingen:* Hvert år samler danskerne betydelige beløb ind til projekter i udviklingslande. For eksempel blev der i 2024 indsamlet over 102 millioner kroner til at bekæmpe sult og fejlernæring blandt børn i nogle af verdens fattigste lande (Denoffentlige.dk).

*Folkekirkens Nødhjælp:* I 2023 donerede danskerne rekordhøje 207 millioner kroner til organisationen, som fokuserer på nødhjælp i konfliktområder som Gaza, Ukraine, Syrien og Afrikas Horn (356Nyt).

### Sundhed og sygdomsbekæmpelse

*Knæk Cancer:* Dette årlige indsamlingsshow på TV 2 har siden 2012 samlet mere end 870 millioner kroner ind til kræftforskning og -behandling. Danskerne støtter massivt op om dette initiativ, og i 2023 blev der indsamlet 167 millioner kroner (Science Report).

### Børns vilkår og uddannelse

Mange danske donationer går til organisationer, der arbejder for at forbedre børns vilkår og uddannelse, både i Danmark og internationalt. For eksempel går midler fra Danmarks Indsamlingen ofte til projekter, der støtter børns sundhed og uddannelse i udviklingslande (Denoffentlige.dk).

### Miljø og bæredygtighed:

Miljøorganisationer som WWF og Greenpeace modtager også betydelige donationer fra danskerne, der er bekymrede over klimaændringer og miljøbeskyttelse.



## SOLIDARITET, TILLID, TRANSPARENS OG PERSONLIGE FORHOLD ER AFGØRENDE FOR STØTTEVILJEN

Danskerne føler en stærk solidaritet med mennesker i nød og er som statistikkerne også viser, i høj grad villige til at hjælpe.

Personlige forhold spiller også ind på ens engagement. At for eksempel hver 3. dansker får kræft, inden de fylder 75 år, betyder også, at vi alle kender en, der har eller har haft kræft. Ipsos' undersøgelse understreger dog, at tillid samt NGO'ernes transparens og dokumentation er afgørende for motivationen til at støtte NGO'erne:

- Max. 20% af de donerede midler bør gå til drift.
- Manglende kvalificeret kendskab, tvivl om legitimitet og forvaltning af indsamlede midler er afgørende barrierer for ikke at støtte (yderligere).
- Ord som korrupsion og politik nævnes dog også, hvorfor den enkelte NGO's troværdighed er afgørende for evnen til at tiltrække frivillige og donationer.

### VIGTIGSTE FAKTORER FOR STØTTE :

1. Solidaritet og medfølelse
2. Tillid til NGO
3. Samfundsansvar og fællesskab
4. Personlig forbindelse til sagerne
5. Transparens, feedback og dokumentation

### STØRSTE BARRIERER FOR STØTTE:

1. Tvivl om, hvordan NGO'er forvalter donationer
2. Det er ikke klart, hvilke NGO'er der er legitime
3. Det er forvirrende med så mange NGO'er
4. NGO'ers irriterende insisterende opsøgen
5. Mangel på tid til at få indblik i NGO'ers formål



## “KENDSKAB TIL NGO’ER” UNDERSTREGER NGO-BEGREBETS MANGLENDE GENKLANG I BEFOLKNINGEN

Røde Kors topper listen af “Uhjulpet kendskab til NGO’er”. 29% nævnte Røde Kors, da de blot blev adspurgt “hvilke NGO’er kender du”. Red Barnet ligger på andenpladsen med blot 15%. Det lave uhjulpne kendskab understreger udfordringen i at benytte “NGO-begrebet”, da det ikke i særlig høj grad linkes til de store hjælpeorganisationer i Danmark, der ellers er så stor tradition for at støtte.






Adspurgt til navngivne NGO’er angav 80% at kende til Røde Kors, der topper listen, tæt efterfulgt af Red Barnet og Kræftens Bekæmpelse. 1 ud af 4 danskere angiver at kende til Røde Kors’ arbejde og de sager, de støtter, mens 1 ud af 5 angiver at have kvalificeret kendskab til Red Barnets indsats.

På tværs af alle NGO’er er andelen af dem, der angiver, at de er *ganske bekendt med NGO’ens arbejde og den eller de sager de støtter*, tankevækkende lav i betragtning af, hvor vigtigt kendskab, tillid og gennemsigtighed er for danskernes motivation til at støtte NGO’en.

Det er Læger uden grænser og Kræftens Bekæmpelse, der topper listen for kvalificeret kendskab med tæt på 40%. En del af forklaringen hertil skal findes i deres “entydige” indsats med henholdsvis læge- og sygeplejehjælp i udsatte områder samt bekæmpelse af kræft.

Tydelig kommunikation om forvaltning af indsamlede støttemidler, indsatsområder og effekten af indsats bør derfor fortsat være et vigtigt fokusområde for samtlige NGO’er.

## KENDSKAB TIL NGO’ER I DANMARK

	UHJULPET KENDSKAB	HJULPET KENDSKAB	KENDSKAB TIL SAG(ER)
 <b>Røde Kors</b>	29%	80%	24%
 <b>Red Barnet</b>	15%	78%	19%
 <b>Kræftens Bekæmpelse</b>	4%	77%	37%
 <b>unicef</b>	11%	73%	18%
 <b>MEDECINS SANS FRONTIERES LÆGER UDEN GRÆNSER</b>	15%	73%	38%

**HJULPET KENDSKAB:** For hver af nedenstående NGO'er bedes du vælge den sætning, der bedst beskriver, hvor godt du kender til hver af dem: Jeg.. kender af navn + ved nogle ting + er ganske bekendt med deres arbejder

**UHJULPET KENDSKAB:** Hvilke NGO'er kender du? Skriv venligst alle de NGO'er, du kender til, selv kun ved navn

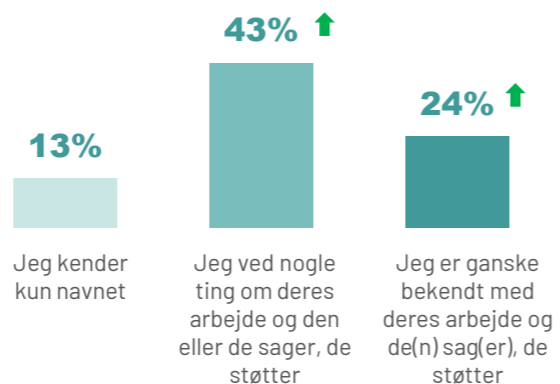
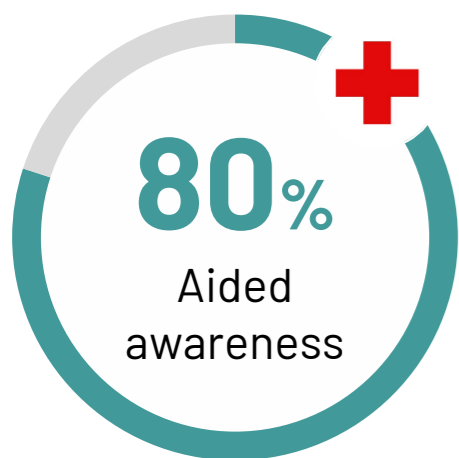
**KENDSKAB TIL FOKUSOMRÅDER:** Jeg er ganske bekendt med deres arbejde og de(n) sag(er), de støtter

# APPENDIX

## NGO KENDSKAB OG ENGAGEMENT

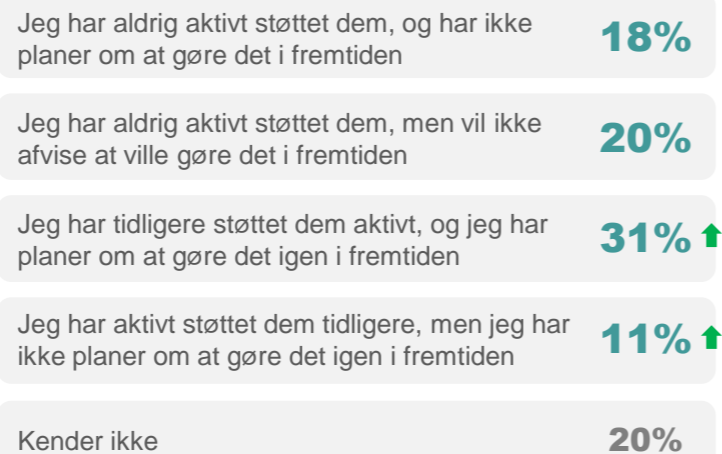


## Dansk Røde Kors

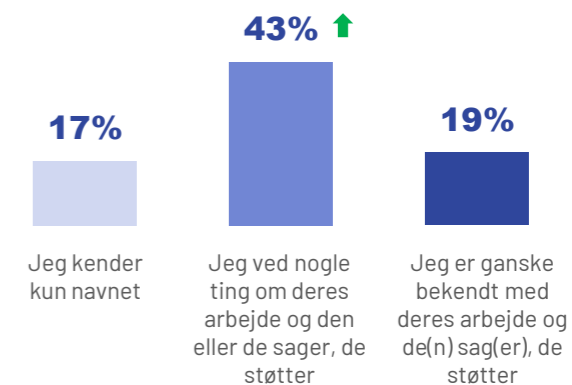
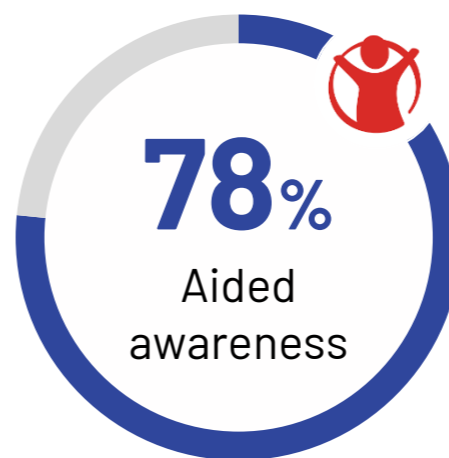


### In a nutshell...

Dansk Røde Kors har højt kendskab blandt den danske befolkning; Signifikant flere har kendskab til deres sager samt planer om at støtte dem i fremtiden.

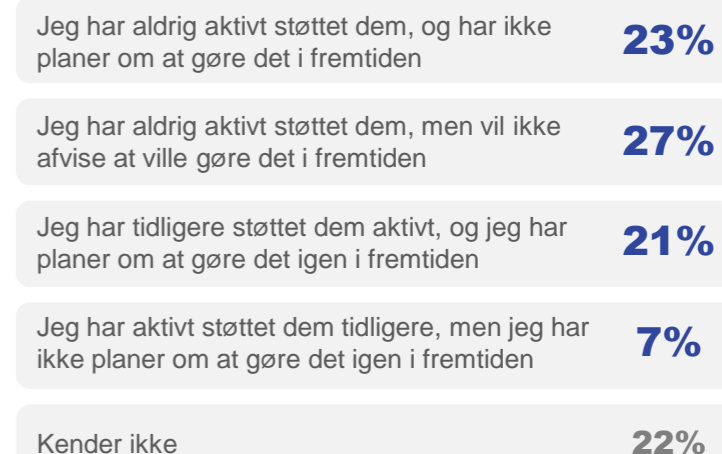


## Red Barnet



### In a nutshell...

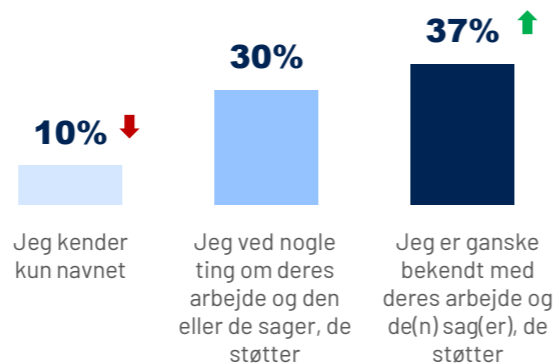
Red Barnet har højt kendskab blandt den danske befolkning; Signifikant flere har kendskab til deres sager og selvom en del ikke tidligere har støttet Red Barnet, afviser de ikke at ville gøre det i fremtiden.



↑ ↓ Over-/underindekserer ift. gennemsnit på tværs af organisationer

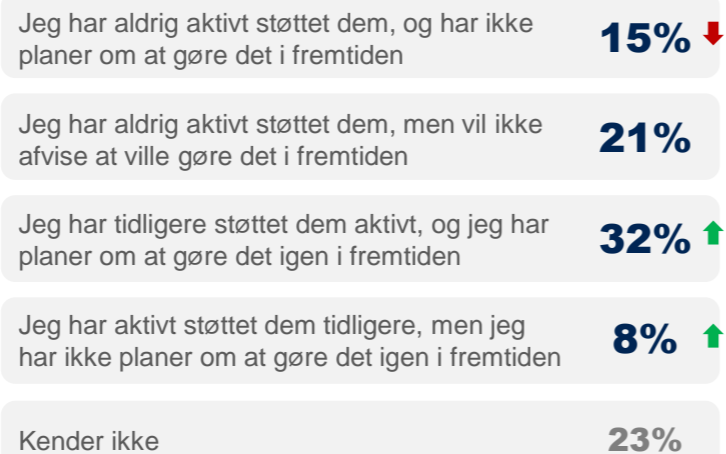


## Kræftens Bekæmpelse

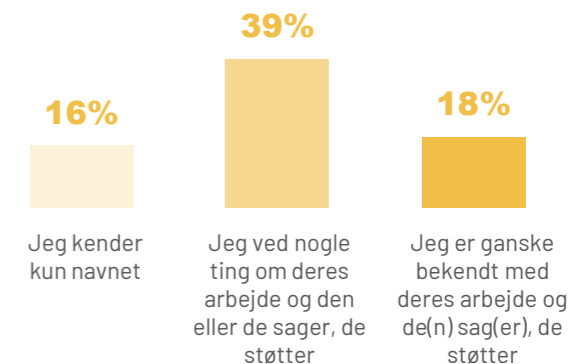
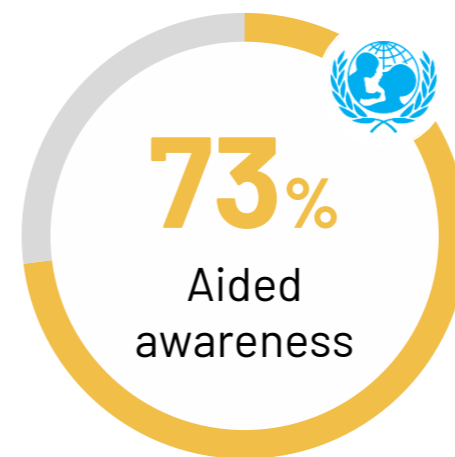


### In a nutshell...

Kræftens Bekæmpelse har højt kendskab blandt den danske befolkning; Signifikant flere har et indgående kendskab til deres sager og de har planer om at støtte dem i fremtiden.

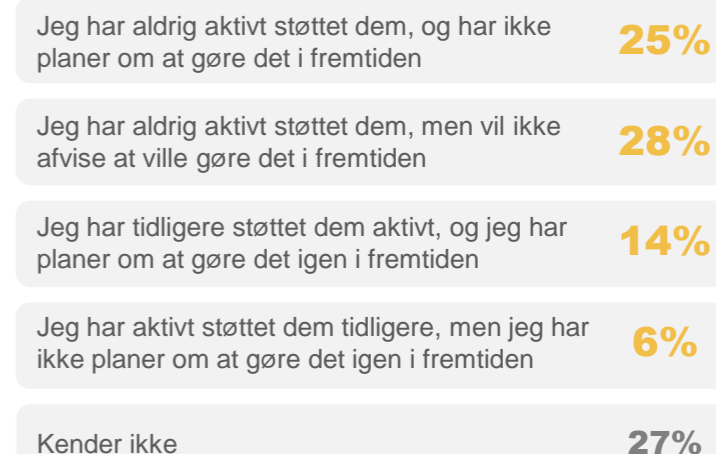


## Unicef



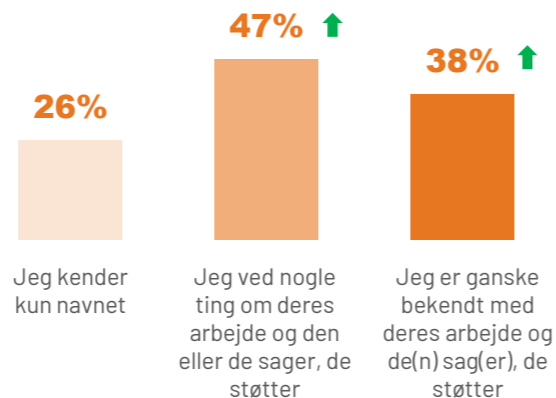
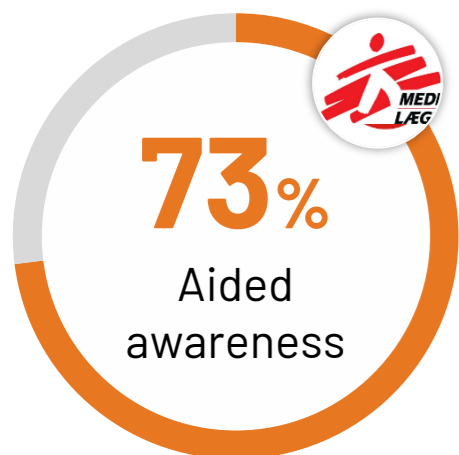
### In a nutshell...

Unicef har højt kendskab blandt den danske befolkning. Danskerne er i nogen eller høj grad bekendt med Unicefs mærkesager og selvom man ikke tidligere har støttet dem overvejer næsten en tredjedel at gøre dette i fremtiden.



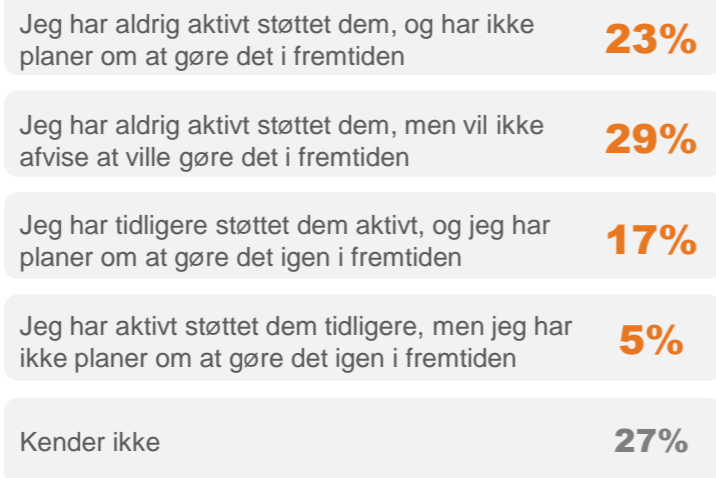
↑ ↓ Over-/underindekserer ift. gennemsnit på tværs af organisationer

## Læger uden Grænser

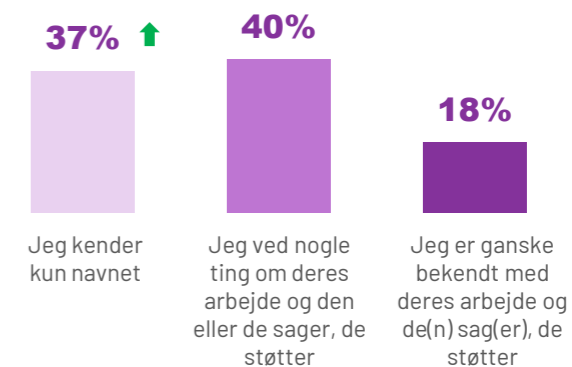
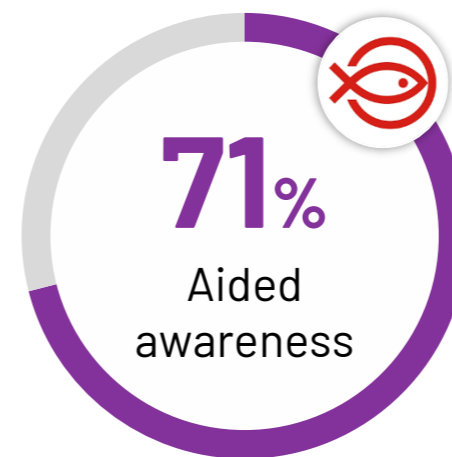


### In a nutshell...

Læger uden Grænser har højt kendskab blandt den danske befolkning; Deres performance på kendskab er gennemsnitlig. Knap 1/3 af danskerne vil ikke afvise at donere til Læger uden Grænser i fremtiden.

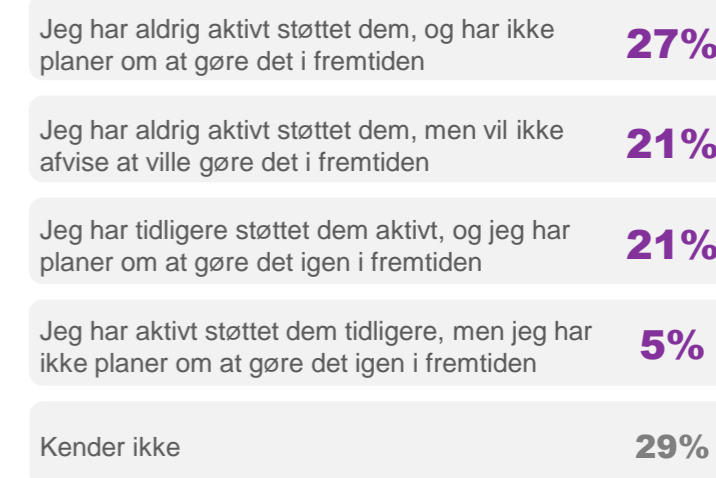


## Folkekirkens Nødhjælp



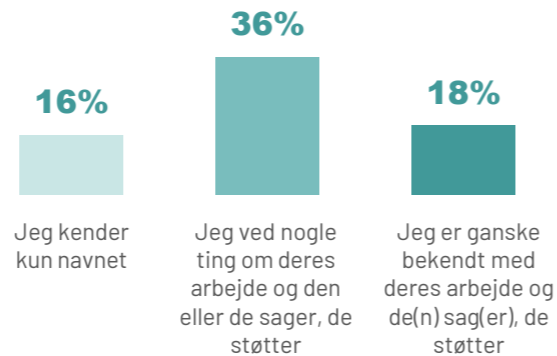
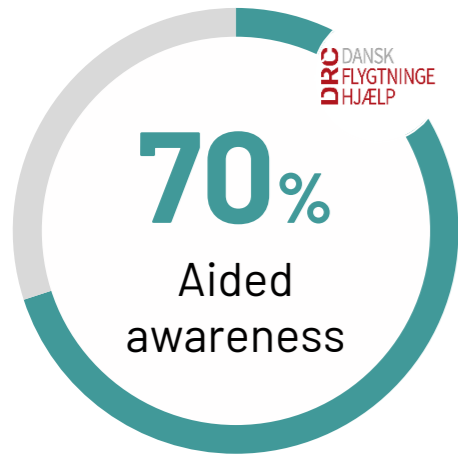
### In a nutshell...

Folkekirkens Nødhjælp har højt kendskab blandt den danske befolkning. En signifikant større andel af danskerne kender kun Folkekirkens Nødhjælp ved navn sammenlignet med de andre medtaget organisationer.



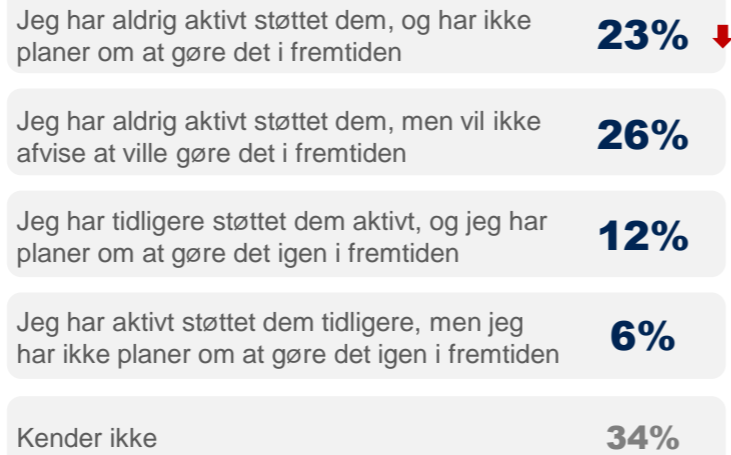
↑ ↓ Over-/underindekserer ift. gennemsnit på tværs af organisationer

## Dansk Flygtningehjælp

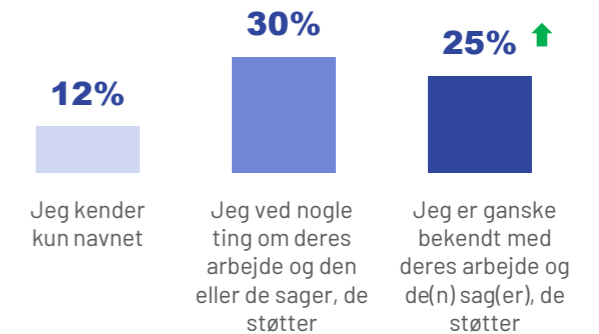
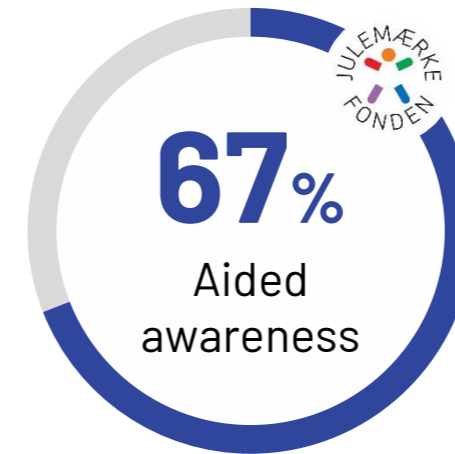


### In a nutshell...

Dansk Flygtningehjælp har højt kendskab blandt den danske befolkning. Over halvdelen kender til deres mærkesager og mere end en tredjedel overvejer at støtte Dansk Flygtningehjælp i fremtiden.

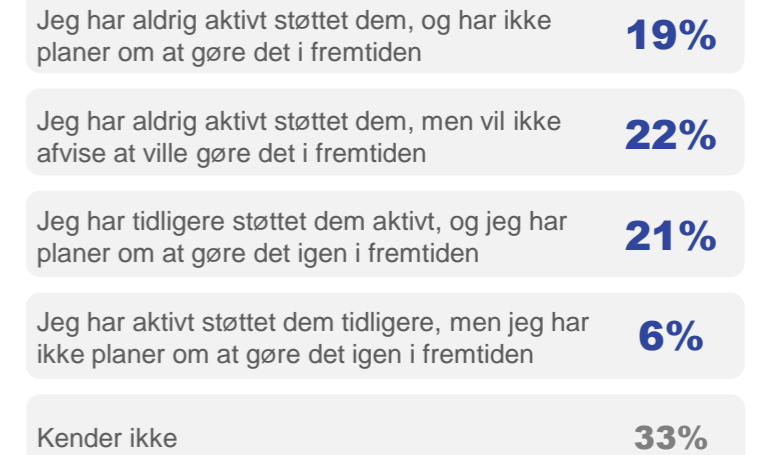


## Julemærkefonden



### In a nutshell...

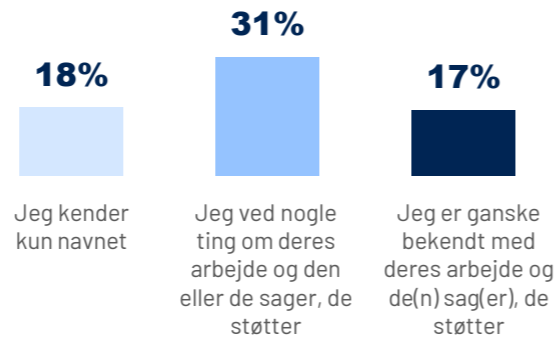
Den danske befolkning er bekendt med Julemærkefonden og fondens sager. Selvom man ikke tidligere har støttet, overvejer næsten en fjerdedel at gøre dette i fremtiden.



↑ ↓ Over-/underindekserer ift. gennemsnit på tværs af organisationer

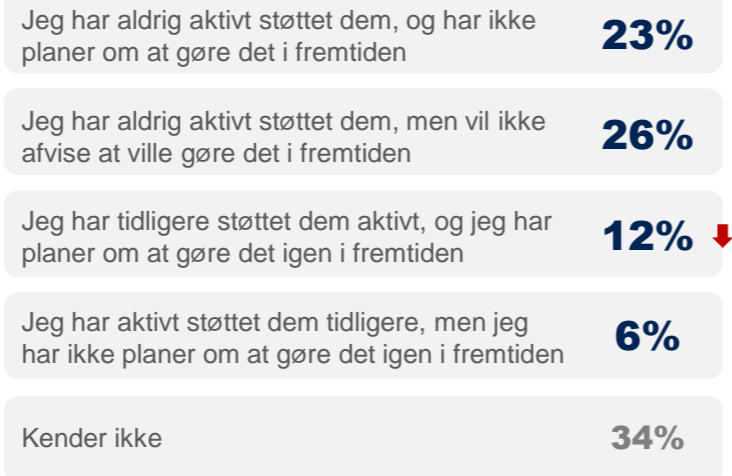


## SOS Børnebyerne

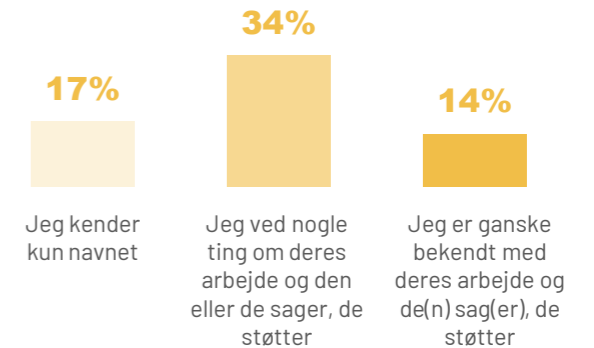


### In a nutshell...

Den danske befolkning er bekendt med SOS Børnebyerne og fondens sager. Selvom man ikke tidligere har støttet, overvejer en fjerdedel at gøre dette i fremtiden.

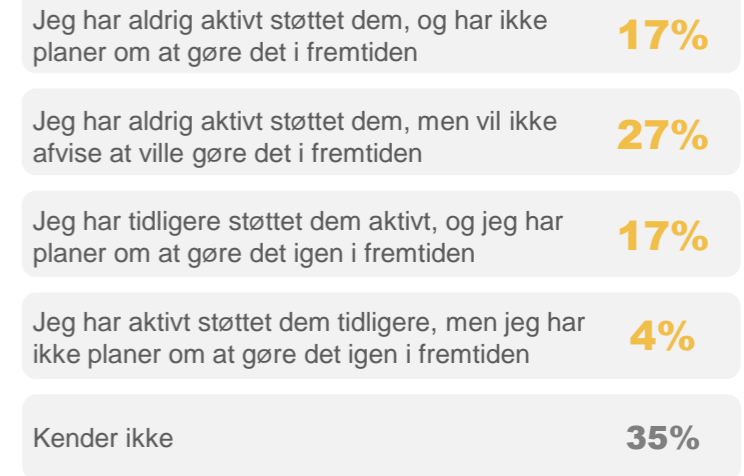


## Børns Vilkår



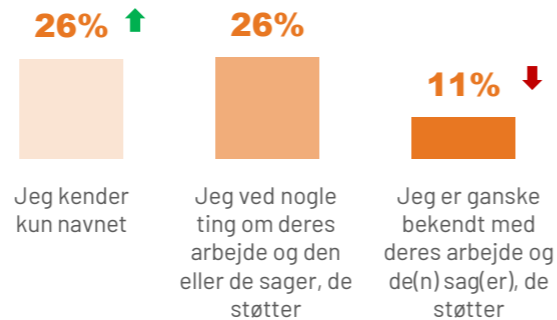
### In a nutshell...

Den danske befolkning er bekendt med Børns Vilkår og fondens sager. Selvom man ikke tidligere har støttet, overvejer mere end en fjerdedel at gøre dette i fremtiden.



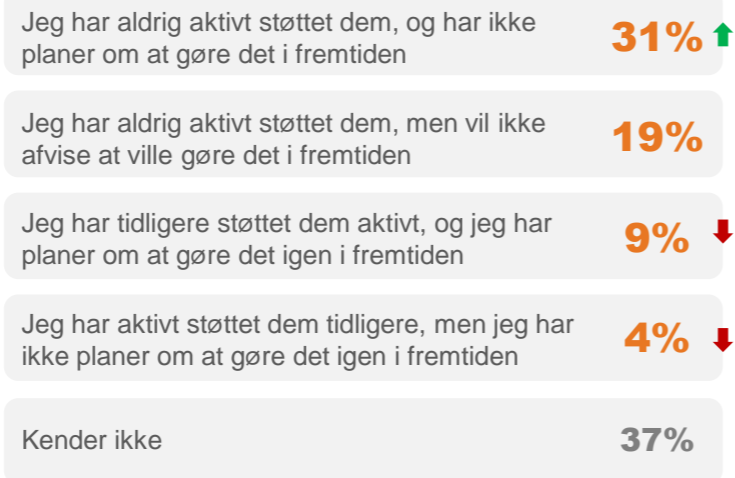
↑ ↓ Over-/underindekserer ift. gennemsnit på tværs af organisationer

## Frelsens Hær

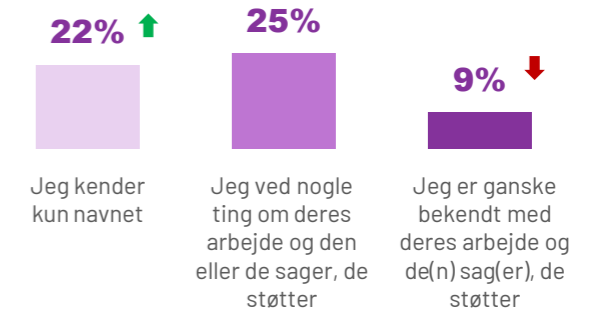


### In a nutshell...

Den danske befolkning er bekendt med Frelsens Hær og i nogen grad også med fondens sager. Over en fjerdedel overvejer at støtte fonden i fremtiden.

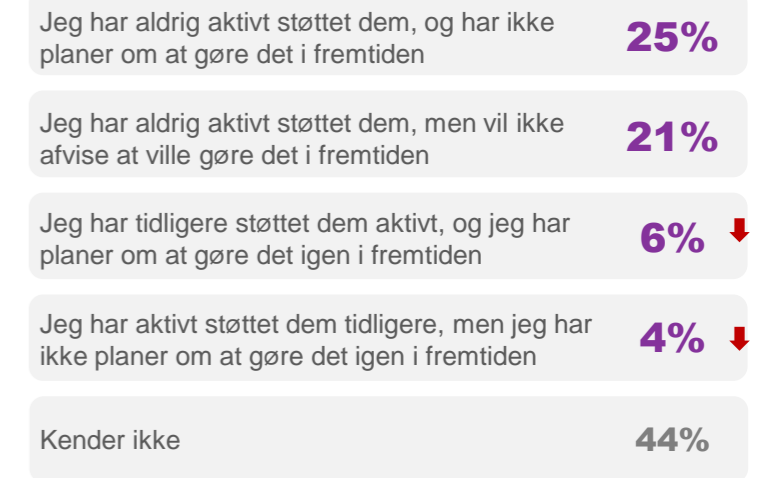


## PlanBørnefonden



### In a nutshell...

Lige over halvdelen af den danske befolkning er bekendt med PlanBørnefonden og i nogen grad også med fondens sager. En fjerdedel overvejer at støtte fonden i fremtiden.



↑ ↓ Over-/underindekserer ift. gennemsnit på tværs af organisationer

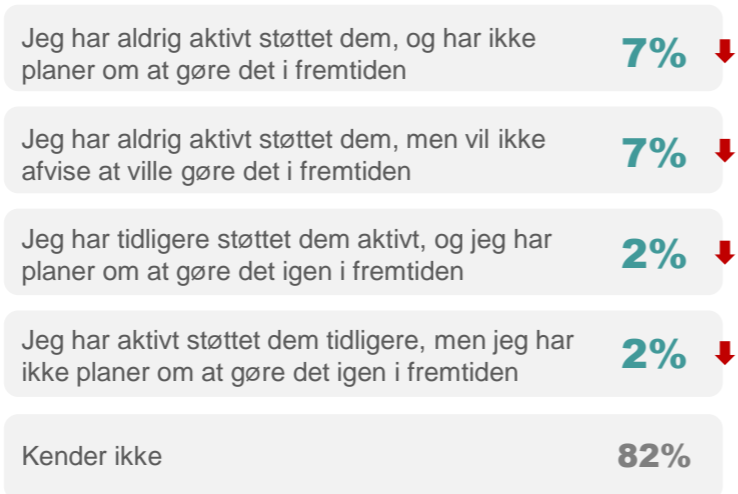
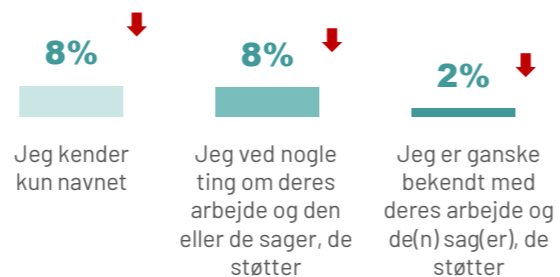


# Care



## In a nutshell...

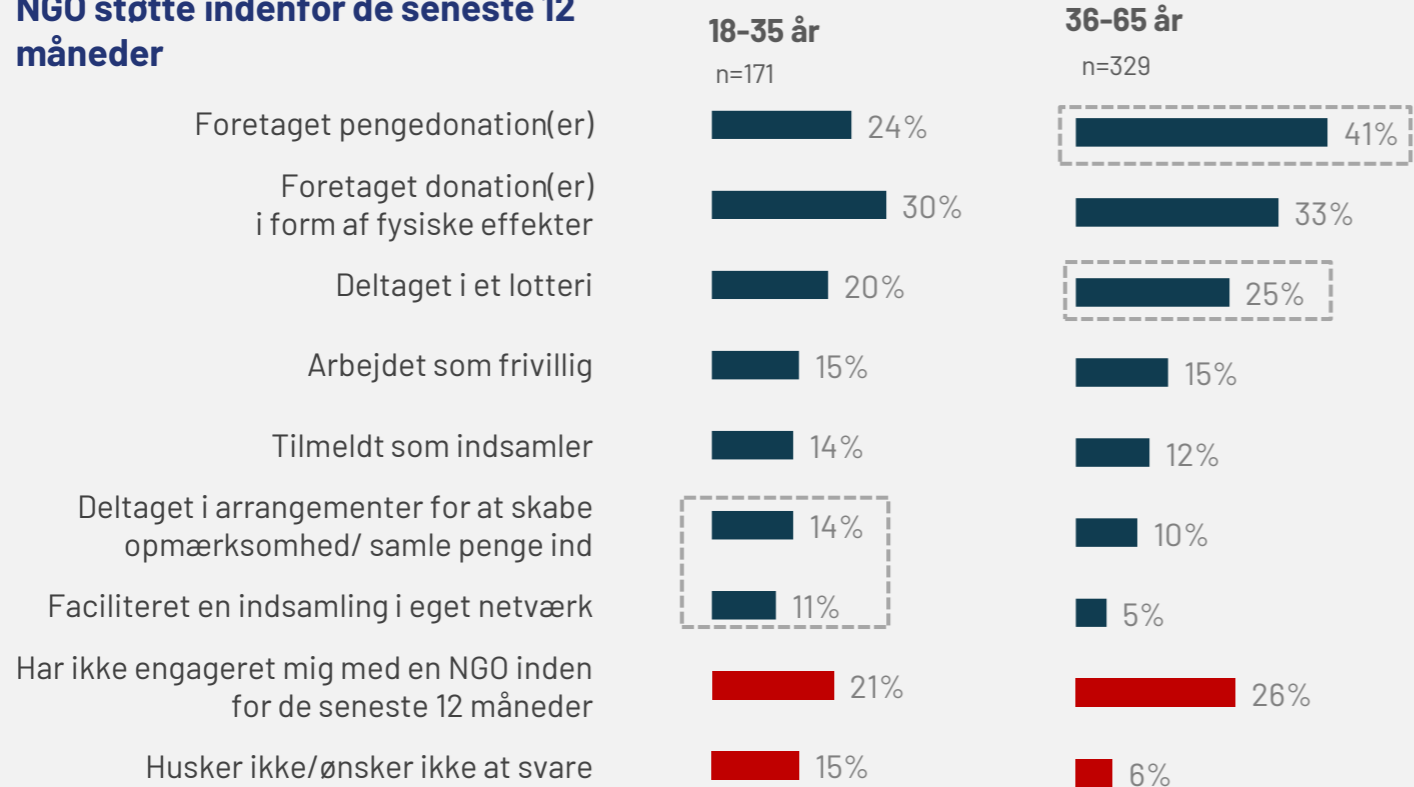
Care er ikke en velkendt NGO i den danske befolkning. Der er heller ikke en føling med deres sager og måske derfor er det også et fåtal, som overvejer at støtte organisationen i fremtiden.



↑ ↓ Overindekserer (130)/underindekserer (70) ift. gennemsnit på tværs af organisationer.

# DE ÆLDRE DRIVER LOTTERIER OG PENGEDONATIONER, DE YNGRE FACILITERER I HØJERE GRAD INDSAMLINGER

## NGO støtte indenfor de seneste 12 måneder



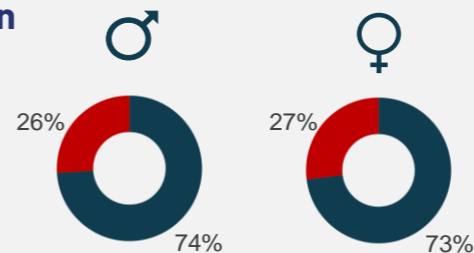
■ Støttet NGO seneste 12 mdr.  
■ Ej-Støttet NGO seneste 12 mdr.

Kilde: Online undersøgelse 2H 2023, blandt danskere 18-65 år  
Målgruppe: Alle respondenter, n = 500,  
Aktivt støttet = 334, Ej støttet = 121

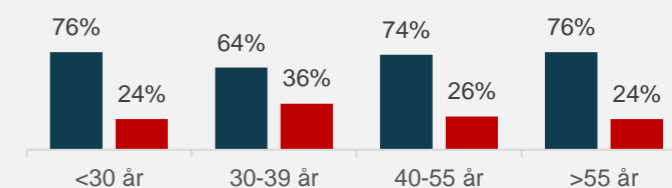
© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

# BØRN & HØJERE UDDANNELSESLEVELAU KENDETEGNER DEM, DER HAR STØTTET EN NGO

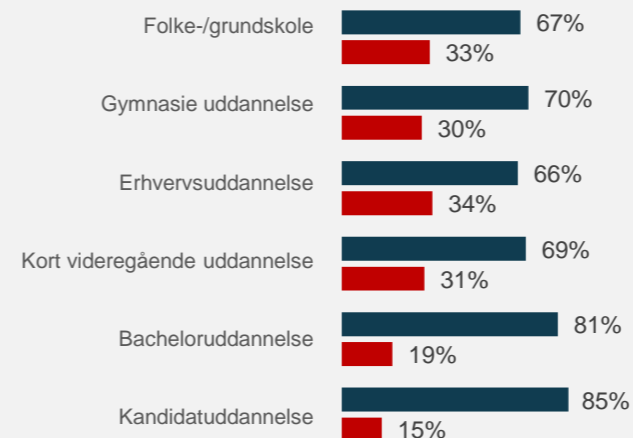
## Køn



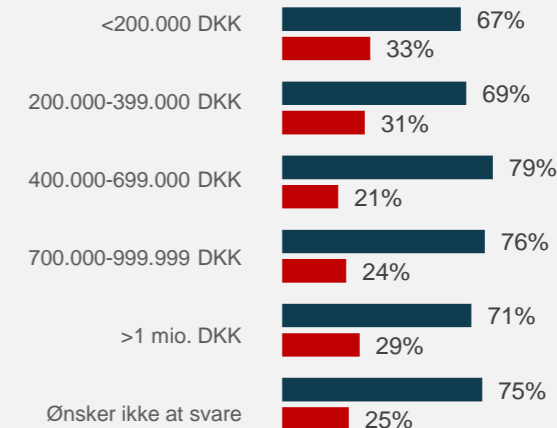
## Alder



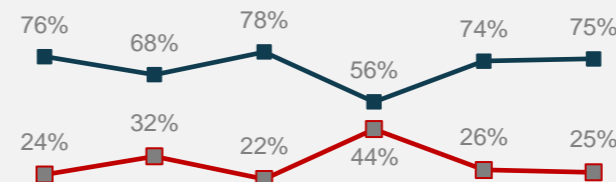
## Uddannelse



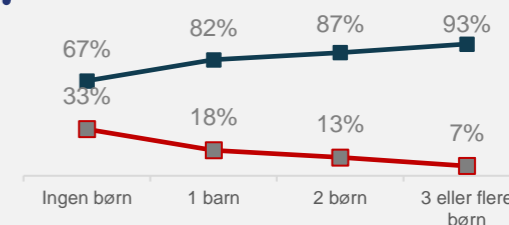
## Indkomst



## Beskæftigelse

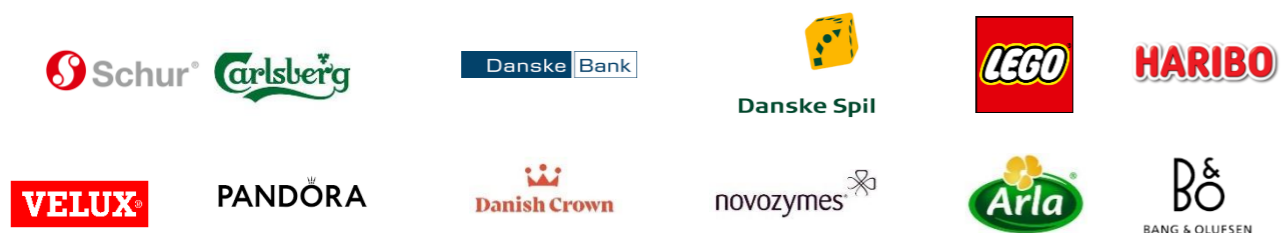


## Børn i familien



# IPSOS ER ET AF VERDENS FØRENDE GLOBALE ANALYSE- OG KONSULENTVIRKSOMHEDER

Vi samarbejder med de største danske og globale brands på tværs af sektorer, og hjælper dem med at indfri deres vækstpotentiale.

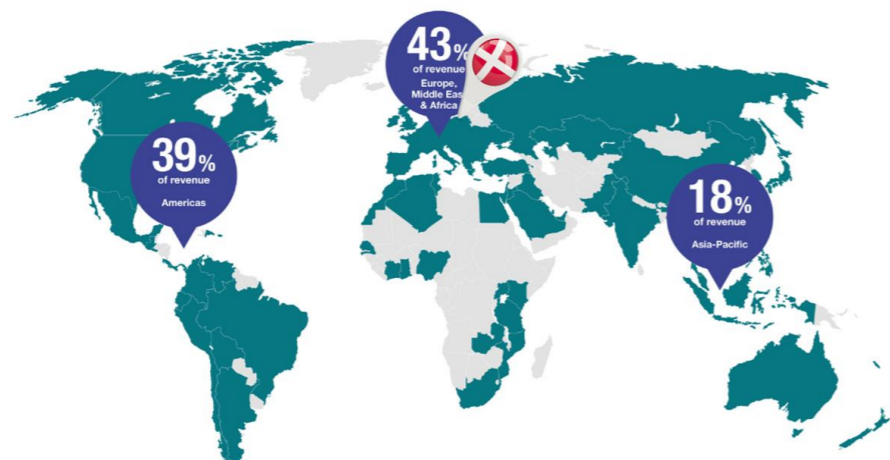


## 20,000+

MEDARBEJDERE I

90 LANDE

... og med adgang til 140 lande



Albania	Bolivia	Colombia	Ecuador	Guatemala	Israel	Kosovo	Morocco	Panama	Romania	Slovenia	Tanzania	Ukraine
Algeria	Bosnia Herzegov.	Costa Rica	Egypt	Hong Kong	Italy	Kuwait	Mozambique	Peru	Russia	South Africa	Thailand	USA
Argentina	Brazil	Croatia	El Salvador	Hungary	Ivory Coast	Lebanon	Netherlands	Philippines	Saudi Arabia	South Korea	Tunisia	Venezuela
Australia	Bulgaria	Cyprus	France	India	Japan	Macedonia	New Zealand	Poland	Senegal	Spain	Turkey	Vietnam
Austria	Canada	Czech Republic	Germany	Indonesia	Jordan	Malaysia	Nigeria	Portugal	Serbia	Sweden	UAE	Zambia
Bahrain	Chile	Denmark	Ghana	Iraq	Kazakhstan	Mexico	Norway	Puerto Rico	Singapore	Switzerland	Uganda	
Belgium	China	Dom. Republic	Greece	Ireland	Kenya	Montenegro	Pakistan	Qatar	Slovakia	Taiwan	UK	

## EKSEMPLER PÅ IPSOS' EKSPERTISE

