

Finansieringar

Version 2.2, 100903

-intäkter (medlemsavgifter, biljettintäkter, försäljning, servering, verksamhetsbidrag, projektbidrag, sponsring, övriga intäkter)

-sponsring

-ansökningar

Intäkter

En musikförening drivs inte i vinstsyfte, utan har som ändamål att göra av med de pengar som kommer in till föreningen, och stadgarna ger föreningsstyrelsen ett uppdrag att driva verksamheten i en viss riktning. I det fallet finns många likheter mellan att arrangera konserter på institution och att arrangera i en förening. Men trots små resurser jämfört med institutionen har föreningen ett övertag - man kan i större utsträckning påverka föreningens ekonomi genom att öka intäkterna och bara en liten ökning av intäkterna kan ge utrymme att expandera verksamheten.

Låt oss se på vilka intäkter en förening kan ha, och hur man möjligen kan öka dem:

MEDLEMSAVGIFTER. Medlemsvärkning ger både ökad publik och ökade intäkter. Ofta är medlemskapet kopplat till någon form av förmån (fritt inträde, tidning eller liknande), vilket gör att man ganska snart når en gräns där medlemsavgiften upplevs vara för hög i förhållande till vad man får tillbaka. Att utverka någon form av medlemsförmåner utanför föreningen kan öka motivationen att bli medlem. Ett samtal med den lokala skivbutik eller musikaffären kan ge rabatt åt medlemmar i musikföreningen. Man kan också tänka sig att det finns medlemmar som är beredda att betala en högre medlemsavgift än den av årsmötet fastställda. Man bör därför inte missa att erbjuda ett "medlemskap Gold", stödjande medlemskap, eller liknande. En del föreningar erbjuder livslångt medlemskap för någon tusenlapp eller två. Det kan förstås förbättra ekonomin på kort sikt. Något som man sällan provar är att göra en extra utdebitering, eller tillfälligt höjd årsavgift till medlemmarna på grund av dålig ekonomi eller inför något särskilt

angeläget projekt. Glöm bara inte att förankra ett sådant beslut väl före årsmötet.

Att ur medlemsregistret ta bort medlemmar som inte betalat årsavgiften på länge ökar naturligtvis inte intäkterna, men minskar arbetsinsatsen i samband med utskick. Att ha ett sista betalningsdatum för årsavgiften, och att skicka påminnelser ganska omgående då det passerat är ett enkelt sätt att förbättra föreningens ekonomi.

BILJETTINTÄKTER. Stor publik ökar naturligtvis biljettintäkterna, liksom ett höjt biljettpris. En känd artist är ofta dyrare än en okänd, men kan vara lönsam för föreningen om han genererar fler betalande. Föreningens biljettpris behöver heller inte vara det samma för alla konserter. Det kan ligga både pedagogik och marknadsföring i att höja biljettpriset till vissa konserter. Att erbjuda närstående föreningars medlemmar rabatt till vissa konserter är ofta ett effektivt sätt att locka ny publik. Det behöver inte nödvändigtvis handla om musikföreningar - varför inte erbjuda den lokala filmklubbens eller hembygdsföreningens medlemmar medlemspriset till vissa konserter? I utbyte får din förening marknadsföring genom den andra föreningens kontaktnät.

Ett enkelt, men oerhört effektivt, sätt att öka biljettintäkterna är att vara sparsam med fribiljetter och hård och noggrann vid insläpp (en biljettförsäljare och en biljettrivare ökar helt klart intäkterna, samtidigt som föreningen syns mer vid konserterna - två "välkommen" är dubbelt så trevligt som ett).

FÖRSÄLJNING. Det är fritt fram för en allmännyttig, ideellt arbetande förening att ägna sig åt försäljning, så länge försäljningen har anknytning till verksamheten och vinsten går till föreningens ordinarie verksamhet. Även arbetsinsatser som föreningens medlemmar gör åt någon annan och som faktureras från föreningen är ett effektivt och godkänt sätt att öka intäkterna. Det är viktigt att de intäkterna sedan inte går vidare till de aktiva inom föreningen som lön eller förmåner, utan går in i verksamheten.

Artister har ofta med sig cd-skivor till försäljning. Varför inte helt fräckt fråga om det är ok att lägga på några tior på det pris artisten tänkt sig, mot att någon eller några ur föreningen verkligen aktivt säljer skivorna (och inte bara låter dem ligga på något bord). Basarer och lotterier är vanliga finansieringskällor för de flesta föreningar - utom kanske musikföreningarna. Snart nog varje konstförening har konstlotteri, varför skulle inte en musikförening kunna lotta ut skivor (särskilt om de är signerade av artisten!), eller varför inte tio års programblad samlade i pärm med samtliga medverkandes autografer?

SERVERING. Kaffeservering hör till de flesta evenemang och ger en bra intäkt. Om man däremot vill utöka sortimentet till pajer och enklare rätter bör man ta en kontakt med kommunens miljö- och hälsovårdsenhet för att höra vad som gäller (ofta finns det restriktioner).

VERKSAMHETS BIDRAG från kommun, landsting och stat är svåra att påverka annat än på sikt. Det är naturligtvis en kombination av lobbyverksamhet och en bra verksamhet (innehåll-omfattning-publikstorlek) som kan öka anslagen. Det är också viktigt att arbeta långsiktigt med problematiken statliga bidrag-regionala bidrag (se avsnittet om ansökningar).

Vissa kommuner har utöver sina verksamhetsbidrag medel avsatta för **FÖRLUST BIDRAG**. Förlustbidrag söks i förväg, och gäller då bara den aktuella konserten eller festivalen.

Bidrag för enstaka evenemang eller projekt kan ibland sökas hos **LÄNSMUSIKEN**. Länsmusikens verksamhet och policy varierar mycket i olika län, men ta en kontakt och hör om möjligheterna att få stöd. Länsmusiken kan i vissa fall också lämna stöd till arrangörer i form av produktionshjälp, tryck av affischer, framställning av informationsmaterial m m. Man har också ett utbud av subventionerade konserter. Adresser till länsmusikorganisationerna finns på www.arrangorshandboken.se.

STUDIEFÖRBUNDEN kan stötta verksamheten på olika sätt, både genom direkta bidrag (mindre belopp) och hjälp med marknadsföring och lokaler. Förutsättningarna varierar hos olika studieförbund

och i olika regioner. Det nybildade Kulturens Bildningsverksamhet (www.kulturens.se) har en särskild inriktning på musik.

KULTURRÅDET fördelar bidrag till arrangerande musikföreningar med regelbunden verksamhet. För närvarande ger man inte bidrag till festivaler, men för internationellt utbyte kan man få stöd även när det gäller festivaler.

Vissa av **MAIS RIKSORGANISATIONER** har i uppdrag av Kulturrådet att fördela arrangörsstödet till sina medlemsföreningar. Det gäller Kammarmusikförbundet RSK, Kontaktnätet (har ett subventionerat turnéutbud), Riksförbundet för Folkmusik och Dans, Svenska Jazzriksförbundet och Sveriges Orkesterförbund.

SPONSRING. Sponsring kan i vissa fall vara en inkomställa, både för stora institutioner och små arrangörer. Sponsring till arrangerande musikföreningar betalas sällan i form av direkta bidrag, utan kan se helt annorlunda ut.

ÖVRIGA INTÄKTER. Skattereglerna för ideella, allmännyttiga föreningar är generösa. Exempelvis kan ersättning för frivilliga arbetsinsatser av föreningens medlemmar och anhöriga generera intäkter till föreningen. En idrottsförening samarbetade med ett produktionsbolag kring en rockkonsert på så sätt att idrottsföreningens medlemmar utförde ej avlönat arbete i samband med konserten och produktionsbolaget betalade ut en del av överskottet direkt till föreningen. Riksskatteverket sade nej till skattefrihet men Regeringsrätten godkände (sept -99) konstruktionen. En musikförenings medlemmar skulle kunna utföra en arbetsinsats för något företag som sedan ger föreningen ett bidrag. Det viktiga är att intäkterna verkligen går till föreningens ordinarie verksamhet, och inte blir till förmåner för medlemmarna eller liknande. En kontakt med Skatteverket är att rekommendera om omfattningen blir stor.

Sponsring

En procent

Kultursponsringen tycks ha en egen konjunkturcykel som inte alltid följer den samhällsekonomiska, men periodvis kan stora mängder sponsormedel komma

kulturlivet tillgodo. Också skattelagstiftningen, eller rättare sagt tolkningen av den, påverkar hur många extra miljoner som kommer musiklivet tillgodo i form av sponsring.

Under 2007 tillfördes det svenska kulturlivet ca 90 miljoner kronor i sponsring, och ytterligare 21 mkr i donationer. Sammanlagt utgör det 0.17% av den totala kulturkonsumtionen i landet, eller ca 0.5% av samhällets (stat, landsting, kommuner) utgifter för kultur. Kulturrådet uppskattar i en rapport (april 2010) sponsringen till ca en procent av den totala finansieringen.

Vad säger Skatteverket?

Regeringsrätten slog år 2000 fast att en sponsor måste få en direkt motprestation för sin sponsring för att utgiften skall kunna vara avdragsgill. Den här motprestationen måste också ha en omfattning som motsvarar nivån på sponsringen. Den här domen har gjort att viss sponsringsverksamhet har stannat av, eller söker sig nya vägar. På Skatteverkets hemsida kan man läsa mer om kultursponsring.

Sponsorn måste få något tillbaka

Grundläggande för avdragsgill sponsring är alltså att sponsorn alltid måste få något i utbyte, helst något "mätbart". Att bara nämnas i programbladet (och ofta tillsammans med andra sponsorer) som någon som stöttar konserter i allmänhet, räcker ofta inte. Försök att komma på något som föreningen kan ge i utbyte utanför själva konsertarrangerandet.

Själva föreningen och medlemmarnas nätverk kan också vara en attraktiv målgrupp för sponsorn. Ett reklamblad kan distribueras till medlemmarna tillsammans med ett utskick, föreningens medlemmar kan erbjudas rabatt i sponsorns verksamhet, eller föreningens medlemmar kan göra en arbetsinsats åt sponsorn (övriga intäkter).

Former av sponsring

Låt oss se på några av de sponsringsformer som kan vara aktuella för en arrangerande musikförening:

Ekonomiskt bidrag. Sponsorn ger ett kontant bidrag till föreningens verksamhet, eller till en viss konsert. I utbyte nämns sponsorn som just - sponsor. Den här formen av sponsring har i och med Regeringsrättens

dom så gott som helt upphört.

Köp av annonsplats. Sponsorn betalar marknadspris, men inte mer, för annonsplats i programblad, på reklamblad och/eller affisch eller för att få ställa/hänga upp informationsmaterial i samband med konserten.

Stödköp av biljetter. Sponsorn köper ett stort antal biljetter som han delar ut till anställda, kunder eller samarbetspartners.

Köp av konsert. Sponsorn kanske köper en extra-konsert med en artist som musikföreningen har engagerat. Föreningen ersätts med ett konsertpris som överstiger föreningens kostnad för extrakonserten, som ersättning för det ideella produktionsarbete som äger rum inom föreningen. Glöm bara inte att förankra en sådan lösning hos artisten, så att han/hon inte upplever det som att föreningen konfiskerat en del av gaget.

Marknadsföring utan kostnad för föreningen.

Föreningen får lägga ned reklamblad om sitt evenemang i sponsorns utskick. Stora företag distribuerar exempelvis många fakturor, också till privatpersoner, där föreningen kan få lägga ned reklamblad med ett erbjudande kopplat till sponsorn. Ett företag eller en kommun, kan också ha fria affischtavlor och fri distribution av affischer. Sponsorn nämns som sponsor, får en annons i programblad, eller någon prestation från föreningens medlemmar i utbyte. Just rabatterbjudanden distribuerade genom ett företag eller kommun ger extra reklam åt sponsorn ("Uppge att du är kund hos Eltjänst i Saltövik, så får du köpa biljett till rabatterat pris", eller liknande).

Gratis eller rabatterade resor. Ett reseföretag (buss, flyg, resebyrå) kan stödja föreningen med fria eller rabatterade biljetter för tillresande artister. Det kan också handla om att ett bussbolag ställer en buss till förfogande gratis, eller till rabatterat pris, för en konsertresa för vilken deltagarna betalar marknadspris, men överskottet då tillfaller föreningen. Det är i det här fallet viktigt att föreningens motprestation har ett värde: annons i programblad, eller någon prestation från föreningens medlemmar i utbyte.

Gratis eller rabatterade hotellrum åt artister. Gratis eller rabatterad lokal. Gratis eller rabatterad annons.

Gratis eller rabatterade blommor. Sponsorn nämns som sponsor, får en annons i programblad, eller någon prestation från föreningens medlemmar i utbyte.

Hur bokförs sponringen?

Som synes är inte alla sponsorintäkter bokföringsbara. Hur skall man till exempel bokföra ett sponsorbidrag i form av gratis hotellrum? Bidragsgivare vill ju se att föreningen har intäkter från olika håll, och dessutom måste ju föreningen visa att man har kostnader för sin verksamhet. Läs mer om den problematiken i avsnittet om ekonomi, och på sidan om redovisning.

Bry er om sponsorerna

En nära kontakt med en sponsor gör det också lättare att bry sig om och underhålla relationen. Man kan ringa upp sponsorn efter ett evenemang och be att komma förbi med en liten redovisning av på vilket sätt sponsorn syns och hur evenemanget utfallit. Man kan diskutera framtida samarbete, och hur samarbetet skall utvecklas.

Bry er alltid om sponsorerna. Det ni kan ge dem är just den personliga kontakten och upplevelsen av att sponsringen också har ett socialt värde.

Ansökningar

I avsnittet om finansieringar gav vi exempel på olika sätt att finansiera föreningens verksamhet. När det gäller verksamhets- och projektbidrag måste man alltid göra en skriftlig ansökan, och göra den så bra som möjligt. I de flesta fall vill också den tilltänkte sponsorn ha material i form av en ansökan.

Den som behandlar en ansökan har sällan tid och möjlighet att själv ta fram de uppgifter som eventuellt saknas. Det är inte ens säkert att han/hon bryr sig om att ringa upp en namngiven kontaktperson för att fråga något. En ansökan måste därför vara så fullständig och så pedagogiskt skriven som det någonsin är möjligt.

Till många ansökningar skall man använda en särskild blankett (ex ansökan om bidrag från Kulturrådet, Framtidens kultur), men när så inte är fallet, rekommenderar vi följande disposition:

Rubrik

Innehållsförteckning, om ansökan omfattar mer än 2-3 sidor

Adress till föreningen och telefonnummer till någon som är insatt i ansökan och som kan nås på dagtid, samt **postgiro- eller bankkonto-nummer** dit bidraget kan betalas.

Kort presentation av arrangören och tidigare verksamhet (gärna bilagor). I många fall vill bidragsgivaren också ha stadgar, justerat protokoll från föreningens senaste årsmöte inklusive senaste bokslut och verksamhetsberättelse).

Beskrivning av den planerade verksamheten (om det är ett verksamhetsbidrag), eller en projektbeskrivning (om ansökan avser ett projekt eller ett enstaka evenemang).

Ev tidsplan

Budget

Ansökan skall helst **undertecknas av föreningens ordförande**, åtminstone någon som är firmatecknare

Ev bilagor

Och några tips:

Tydlig layout. Sätt rubriker, gärna i vänstermarginalen. Det måste vara lätt att hitta i ansökan. En ansökan presenteras ofta för fler än handläggaren, och alla hinner inte läsa hela ansökan i detalj.

Lagom omfattning. Ansökan får inte bli för omfattande, men alla uppgifter måste vara med. Lagom är här bäst.

Bakgrund. Om det handlar om en projektbeskrivning kan man kort redogöra för bakgrunden till att projektet kommit till.

Mål. Man bör också redogöra för vad man vill uppnå med projektet. Det kan handla om att gynna en viss genre, ny konsertform, nya lokaler eller nya målgrupper.

Tidsplan. Handlar det om ett verksamhetsbidrag är ju själva spelårsplaneringen en tidsplan i sig. Men en ansökan om projektbidrag, eller sponsring, bör innehålla en enklare tidsplan för att göra produktionsarbetet trovärdigt (läs i avsnittet om tidsplaner!).

Budget. Lämna inte en för detaljerad budget. Och lämna inte siffror om en enskild artists gagenivå. Kom ihåg att bidragsgivare alltid vill se intäkter från andra bidragsgivare. Och statliga pengar vill alltid möta regionala. Ett verksamhetsbidrag från Kulturrådet förutsätter ett regionalt bidrag (från kommun eller landsting). En kammarmusikförening som får sitt kommunala bidrag indraget, mister också det statliga.

Man bör också söka aningen mer pengar än man tror att man kan få. Det är bättre att ha marginal uppåt på kostnadssidan och nedåt på intäktssidan, än tvärtom.

När det gäller verksamhetsbidrag är det viktigt att följa upp ansökan och rapportera om man inte kommer att kunna genomföra det som utlovats i ansökan (om man söker verksamhetsbidrag för en serie om tio konserter, och bara genomför åtta på grund av att man inte fått de pengar som sökts, gäller det att förklara anledningen för bidragsgivarna, annars riskerar man att bidraget minskas påföljande år eftersom man inte genomfört det som man sökt och beviljats bidrag för...). Tänk också på att redovisa vissa sponsorintäkter som inte är kontanter i budget (läs mer i avsnittet om ekonomi, och på sidan om redovisning).