



**Synlighet.**

X

**Fundraising Skillshare 2026**



# Hei!

## Øystein Opprud

*Markedsfører & Byråleder*

Synlighet Kristiansand & Oslo

- Bachelor i Internasjonal markedsføring
- 13 års erfaring med faget
- Strategi, rådgivning & forretningsutvikling
- Foredragsholder

# En kur for Linjær Kannibalisme





# Linjær Kannibalisme



# Fundraising lider av linjær kannibalisme

Rede Kors website featuring a video player with a man speaking. A red overlay contains the text: "Det er ikke alle symptomer som er lett å se. Hold deg på jakt for å oppdage hva som er galt." Below the video are two smaller video thumbnails with captions: "Bekket muren med hjertelans i valkanten" and "Kjenner du til symptomene for hjertefarkt?". A sidebar on the left shows social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and YouTube. At the bottom, it says "Aktuelle saker" and "08.05.2023 Rede Kors advokat - Eldre kan for lite om ferdselsplikt".

Rede Kors website featuring a photo of a man in a hospital bed. A red overlay contains the text: "Slår alarm om underernæring i Nigeria: - Vi har ikke sett noe lignende". Below the photo, it says "Vi hadde aldri sett flere underernærte barn på klinikken vår i Maiduguri enn i fjor. I år er tallet enda høyere. Hvert sekund teller for å hindre en katastrofe." At the bottom, it says "Interessert i jobbe i 1607? Vi rekrutterer fortløpende. Les om stillingen".

Redd Barna website featuring a photo of a woman and child. A white overlay contains the text: "Gi barn i nød hjelpen de trenger. Mange barn i verden lider for å holde seg i live hver eneste dag. Sammen kan vi gjøre en forskjell ved å bidra med livsviktig hjelp. Bli med og redd barns liv!". Below the text is a donation form with a slider set to 275 kr and a "Gi med en gang" button. A secondary section says "Ingen barn skal dø på skolen! Gi barn i Ukraina trygge bosteder".

Redd Barna website featuring a photo of hands holding a small object. A white overlay contains the text: "Hvis hender kunne snakke". Below the photo, it says "Hvis 'Dorrey' (73) kunne tale, ville henderne og eller sagt konseptet med gløstatter som skal bli gløstatter. Hvis henderne var mye å forstå." Below this is a "Les mer" button. A secondary section says "Hva gjør vi?" and "Hvorfor oss?".

PLAN website featuring a photo of a young girl. A white overlay contains the text: "BIDRA TIL Å GI ALLE BARN LIKE MULIGHETER". Below the text is a "Jeg vil bli Planfadder" section with a "Jeg vil bli planfadder" button. Below this is a "Hvorfor bli Planfadder?" section with three sub-sections: "Du gjør en forskjell", "Du lærer om andre", and "Du kan ha kontakt".

Kirkens Middelev website featuring a photo of a young girl eating a carrot. A white overlay contains the text: "DET ER HÅP I EN DRÅPE VANN". Below the text is a "STØTT VÅRT ARBEID" section with a "250 NOK" button and a "GÅ VIDERE" button. Below this is a "NETTUTVIK" section and a "FAST OVER" section.

KREFTFORENINGEN website featuring a photo of a person sitting in a chair. A white overlay contains the text: "Støtt kreftaksjonen". Below the text is a "Støtt kreftaksjonen" section with a "Støtt som bedrift" button and a "Gi valgt pengegave" button. Below this is a "Om kreft" section and a "Forskning på kreft" section.

Redd Barna website featuring a photo of a woman hugging a child. A white overlay contains the text: "Om oss". Below the text, it says "Frelsesarmeen gir styrke for dagen – og håp for imorgen." Below this is a "Vår historie" section and a "Om oss" section.

AMNESTY website featuring a photo of a person covering their face. A white overlay contains the text: "STOPP VOLDEN I IRAN". Below the text, it says "Barn stoffes for tortur i iranske fengsler. Nå trenger vi din støtte for å trappe opp arbeidet i Iran!". Below this is a "DE TRENGER DIN SIGNATUR I DAG:" section with three sub-sections: "Tallian nekter kvinner å forlate hjemmet", "De begynte å vokse meg", and "Hjelpearbeider dømt til 40 års fengsel og 74 påkledning".

nrc website featuring a photo of a woman. A white overlay contains the text: "Support people forced to flee". Below the text, it says "Never before have more people been forced to leave their homes and everything they own behind. Support our work to make sure they get the help they need." Below this is a "LATEST NEWS" section and a "Joint INGO Statement" section.

CARE website featuring a photo of a woman in a red headscarf. A white overlay contains the text: "When one half of the population is restrained from taking part in society, we lose half the possibilities for solutions. CARE places special focus on empowering women and girls because, equipped with the proper resources, women have the power to lift whole families and communities out of poverty. CARE Norway works in 13 countries, promoting gender equality and women's rights." Below this is a "This is how CARE Norway works:" section.

unicef website featuring a photo of a young girl in a pink sweater. A white overlay contains the text: "HJELP BARNNA ETTER JORDSKJELVET". Below the text, it says "Hjelp barna etter jordskjelvet". Below this is a "Hjelp barna etter jordskjelvet" section.



The image features a central purple rectangle with the text "HJELP OSS!" in large, white, bold, sans-serif font. This rectangle is overlaid on a collage of several Norwegian nonprofit websites. The visible website snippets include:

- Rede Kors:** A snippet with a man's face and the text "Det er ikke alle symptomer som er lett å se. Hold deg på godt fortløpelse med helsehjelp".
- PLAN:** A snippet titled "BIDRA TIL Å GI ALLE BARN LIKE MULIGHETER" with a sub-header "Jeg vil bli Planfadder" and a form to "Bl Planfadder".
- AMNESTY:** A snippet titled "STOPP VOLDEN I IRAN" with a photo of a person covering their face.
- Other snippets:** "Hvis hender kunne snakke", "m oss", "Hjelp barna etter", "Sudan: Chillene savnet i", and "Joint INGO Statement".

**Et eksempel:  
Kan du gjette hvem  
avsenderen er?**



# Det kan være en rekke avsendere



**Du må skille deg ut**

---



**“Du jobber jo i byrå, klart du vil selge dyr reklame”**

*- antakelig noen i salen*

# Joda, men



**Det er billigere å lage**  
**“dyr” reklame**

**Kjedelig reklame er dyrt**

# Hva er kjedelig?



# Kjedelig i denne konteksten



- Nøytralt budskap
  - Prøver å nå “alle”, og ikke ekskludere noen
  - Laget for å tilfredsstille internt, fremfor å vekke følelser eksternt
- Laget for å publisere ofte, først og fremst
  - For å fylle feeden
- Manglende tydelige merkemarkører
  - Ingenting gjenkjennelig over tid
- Ikke konsistent
  - Endrer seg ofte, og holder ikke en klar rød tråd over tid
- Ikke tilpasset moduset i formatet
  - Et uttak til alle format, ikke hensyntatt moduset målgruppen er i, når de blir eksponert

**= vekker ingen følelser**



**THE**  
***CURE***  
**FOR DULL**



**THE**  
**PRACTICAL**  
**PRESCRIPTION**  
**FOR**  
**DULL**  
**ADVERTISING**

**System1**  
Create with Confidence<sup>®</sup>



**Les den selv, her:**

<https://system1group.com/the-cure-for-dull>

# Effekten, sammenlignet med normal?



-43% reklameerindring

-43% merkevurdering

-48% kundepenetrasjon

# Hva betyr det?



**Reklamen blir  
ikke husket**

-43% reklameerinding

**Dumt med reklame som  
ikke blir husket**

***selv om det er ufarlig  
å ikke bli husket***

**Avsender blir  
ikke vurdert**

-43 % merkevurdering

**Og det gir ikke  
butikk**

-48% kundepenetrasjon

**Det resulterer i at**

**du må bruke nesten dobbelt  
så mye i annonsekroner**

**for å oppnå samme  
forretningsmessige effekt**



# Kjedelig reklame

Analysen viser at du kaster 43% av pengene rett ut av vinduet med en gang du plasserer nøytral reklame i kjedelige mediemiljøer.

Du må med andre ord betale 75% mer for at en kjedelig reklame skal gi samme effekt.



@marketoonist.com

TOM  
FISH  
BURNE

# Alt dette vet Sarah







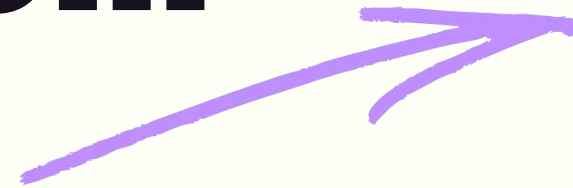




# Hva skjer?



# Fenomener som kan slå inn



- Konformitetsangst
- Fear of Negative Evaluation (FNE)
- Status quo-skjevhet (Status Quo Bias)
- Abilene-paradokset





Totalt innsamlet i 2026

**kr. 34 440 626,-**

kr. 6,16 per innbygger i landet

# Hva er kreativitet?



- Noe nytt
- Noe som overrasker
- Relevant
- Gjenkjenbart

- Oppsummert av Camilla Kim Kielland, Morgenstern.



**Må ikke være stort,  
for å være kreativt**



Vi mister ca

153000

blodgivere i året

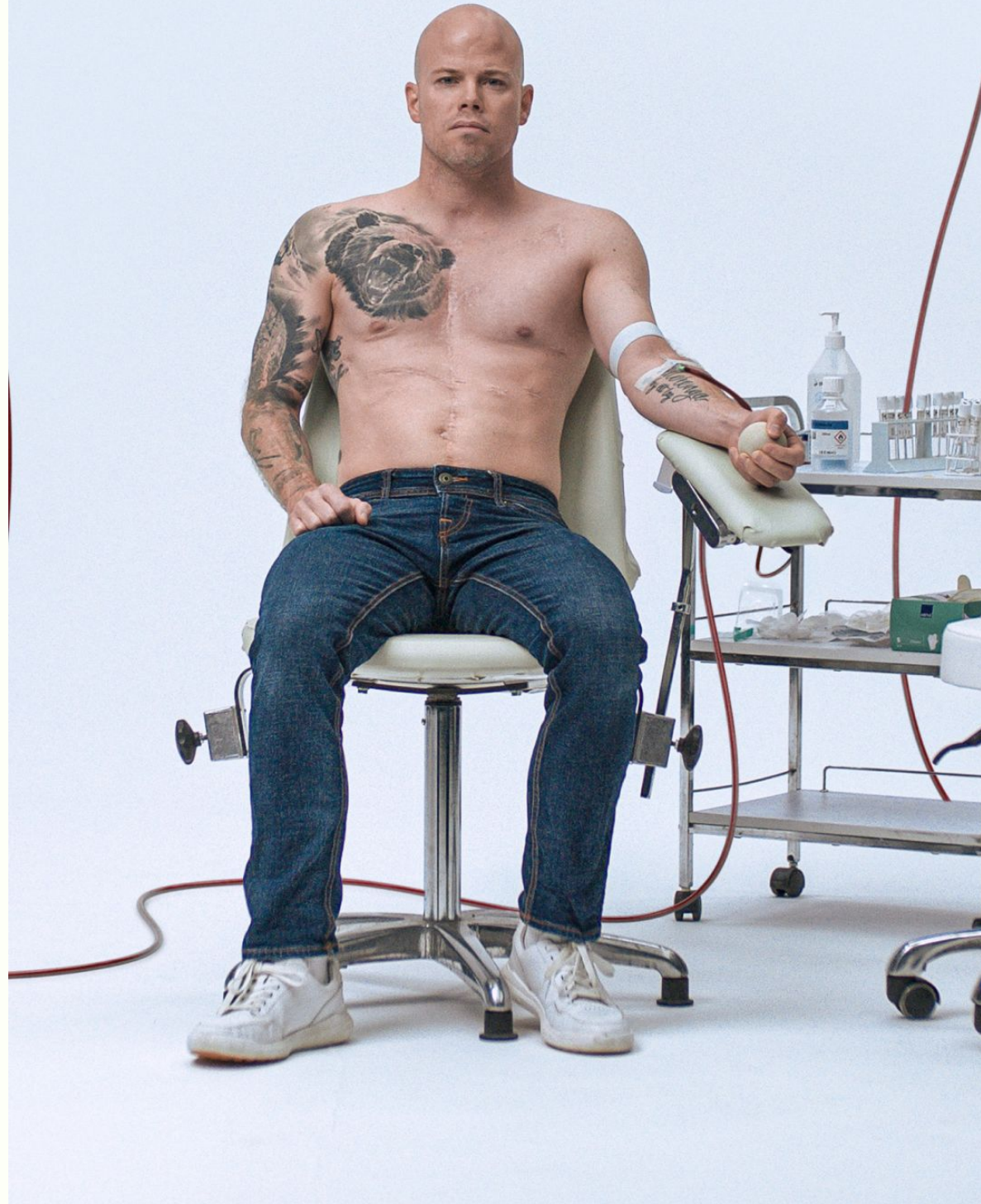
# BLI MED Å SNU DE RØDE TALLENE

GiBlod.no

Vi har mistet

1964

blodgivere på Sørlandet



Vi har mistet ca.

4000

blodgivere i Bodø



**Synlight.**

>10.000 nye  
givere på 3 mnd



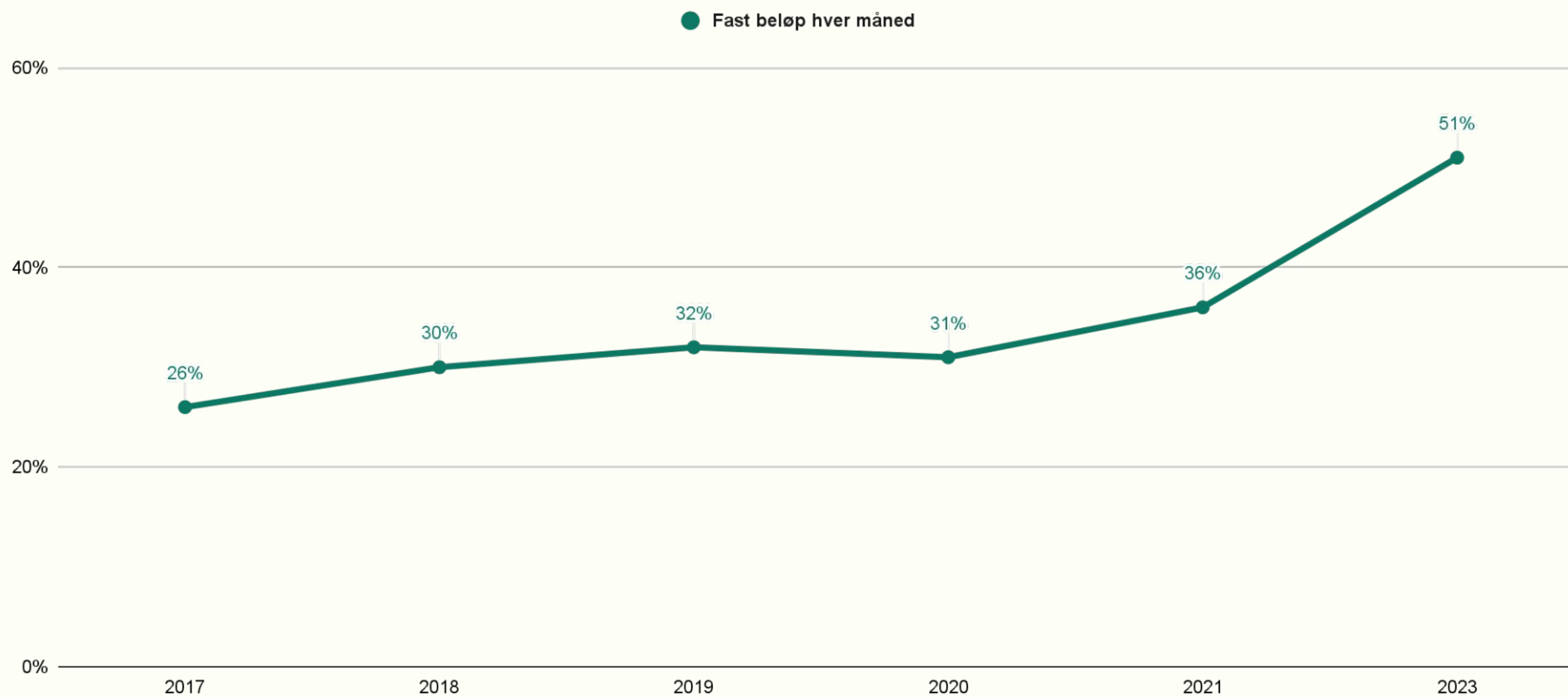
**Det er så viktig å bli  
sett og husket**

**Du må vekke følelser**

# Giverglededen er i vekst



# Sterk vekst i faste donasjoner



8 %

Økning i faste givere siste året

- Annual Nordic Donor Survey 2025

# Men konkurransen er knallhard

10:28 10:29 10:30 10:31 10:32 10:33 10:34

UNICEF Norge, Redd Barna, SOS-barnebyer, Flyktninghjelpen, Kirkens Nødhjelp, Plan International Norge, Røde Kors, Amnesty International, Leger Uten Grenser, Blå Kors, Krefteforeningen

Hva ønsker du deg? Redd barna før kulda setter i seg. SOS-barnebyer: Helt alene med en barndom i ruin. Flyktninghjelpen: I fjor ble Louis og Mounira og farn drevet på flukt, da Israel trappet o...

Den raskeste veien fra nød til glede er en julegave fra Kjøp gladespakke til barn på fl...

Hva ønsker du deg? Redd barna før kulda setter i seg. Redd Barna. Facebook. SOS-barnebyer: Helt alene med en barndom i ruin. Flyktninghjelpen: I fjor ble Louis og Mounira og farn drevet på flukt, da Israel trappet o...

10:28 10:29 10:30 10:31 10:32 10:33 10:34

10:34 10:35 10:36 10:37 10:38 10:39

Norsk Folkehjelp, Barnekreftforeningen, WWF Verdens naturfond, UNHCR, the UN Refugee Agency, Regnskogfondet - Rainforest Foundation Norway, CARE, If Skadeforsikring, Utviklingsfondet, Naturvernforbundet, Kirkens SOS, Bipolarforeningen Norge

Invester i en bedre fremtid. Kjøp Folkehjelp-aksjen. Gi en livsbedriftsgave. WWF Verdens naturfond: Bli WWF-fadder, få kalenderen «Naturfantastiske mangfold». UNHCR, the UN Refugee Agency: This week, people all over the world kind donations to causes they care about. Regnskogfondet - Rainforest Foundation Norway: Alle dyreungene i regnskogen er umis Med 200 kr bidrar du til å stanse avsk...

10:34 10:35 10:36 10:37 10:38 10:39

10:39 14:14 14:15 14:16 14:17 14:18 14:19 14:21

Stiftelsen Organdor, Kirkens Nødhjelp, Flyktninghjelpen, Plan International Norge, Amnesty International, Stiftelsen Norsk Luftamb, Norsk Folkehjelp, SOS-barnebyer, Kirkens Bymisjon, Redd Barna, Maritastiftelsen

Støtt arbeidet for de som et livreddende organ med og få en unik julekule! Kirkens Nødhjelp: Gi året viktigste julegave. Flyktninghjelpen: Kjøp Flyktninghjelpens pe og gi familier på flukt. Plan International Norge: Designet av Thea Elise Klingvall knyte i håret, henge det på veskinn. Motivert hyller female power inntektsen støtter Plans arbeid rettigheter. SOS-barnebyer: Bli SOS-fadder nå. Kirkens Bymisjon: Gjengen på Tomsbakken starter latter, prat og en god frokost. Redd Barna: Men ikke alle kan hjem til jul. Maritastiftelsen: GI ET FELLESSKAP TIL ARNFENN MARITA.NO

10:39 14:14 14:15 14:16 14:17 14:18 14:19 14:21

**Å skille seg ut er krevende**

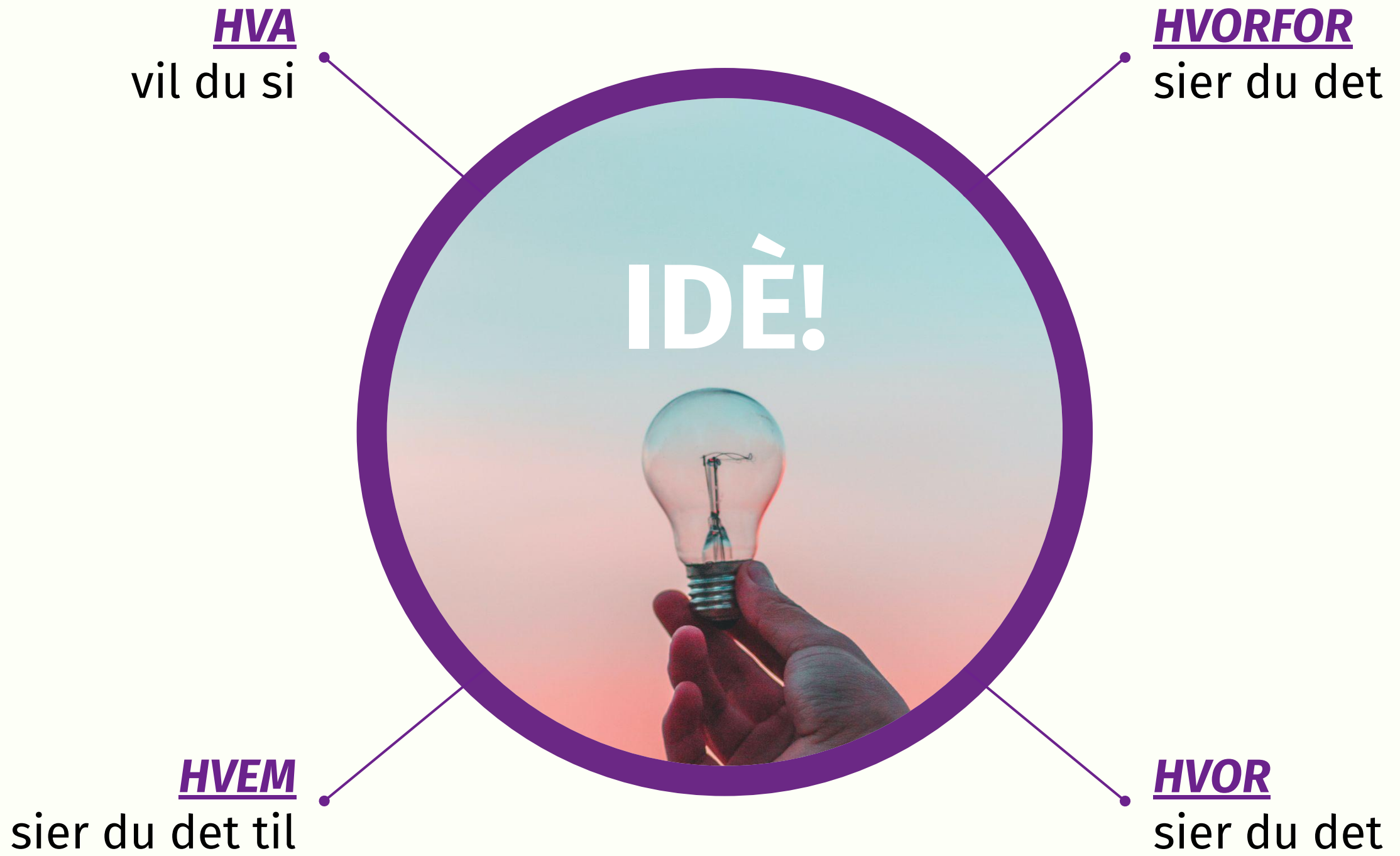


# Både vanskelig og skummelt



# Finn en partner som kan trygge deg

# Bruk innsikt til å lage budskap



# Test justeringer av budskap, men

**stå i det over tid - vær**

**konsistent**

# **Slik styrer du unna Linjær Kannibalisme**

We need to do something bold and unprecedented,  
just as long as we can find examples from lots  
of other brands that have already done the  
exact same thing.





**Est. i 2003**

**65 ansatte**

**Oslo | Bergen | Trondheim | Kristiansand | Malmö**

**Årets Content & Performancebyrå i 2024 og 2025**

## Fundraising er et utrolig krevende fagområde

AMNESTY  
INTERNATIONAL



Stiftelsen SOR



KIRKENS NØDHJELP  
actalliance

NOAH | for dyrs  
rettsvern



nei  
TIL ATOMVÅPEN

 Misjonsalliansen

NRC

FLYKTNINGHJELPEN  
NORWEGIAN REFUGEE COUNCIL

## STRATEGY + EXECUTION

Markedsstrategi  
Markedsplan  
Posisjonering  
Innsikt  
Analyse og måling  
Prosjektledelse

## CREATIVE + CONTENT

Merkevarestrategi  
Konsept og idé  
Kommunikasjon  
Innholdsproduksjon  
(tekst, video, foto, grafikk)  
Kampanjemateriell  
Sosiale medier  
Nettsidedesign

## PAID MEDIA

Kampanjeplanlegging  
Mediekjøp  
Betalt søk  
Sosiale medier betalt  
Display & Programmatisk  
Influensere og partnerskap  
Utendørs, direktekjøp, Affiliate

## CUSTOMER EXPERIENCE

Kundereiser  
SEO og organisk synlighet  
CRM & epostmarkedsføring  
Lojalitet og nettverksbygging  
CX/UX design  
Konverteringsoptimalisering  
Marketing Automation

**Synlighet er**  
**en vekstpartner**

Legg meg gjerne til på LinkedIn



Eller send meg en epost på [oso@synlighet.no](mailto:oso@synlighet.no)  
for å fortsette praten

