

Mange har fått hjelp, pandemi til tross

Til tross for krevende tider, med en koronapandemi som har lagt sterkt press på det norske helsevesenet, har 2020 vært et relativt normalt år for organdonasjon- og transplantasjonsvirksomheten.



Hege Lundin Kuhle
daglig leder

Totalt har det vært en nedgang i antall transplantasjoner i forhold til 2019, men den har vist seg å være mindre enn fryktet.

Flere venter på nyre

Noe av nedgangen skyldes at programmet for nyredonasjon fra levende giver ble satt midlertidig på vent grunnet kapasitetsutfordringer.

Behovet for nyretransplantasjon øker sterkt. Ved utgangen av 2020 stod 414 personer på venteliste for en ny nyre, mot 364 året før. Dialyse er en behandling som er svært kostnadskrevende for samfunnet og ofte belastende for den enkelte pasient.

Det har også vært en nedgang når det gjelder antall transplantasjoner med de andre livreddende organene. Mest markant er nedgangen for bukspyttkjertel, der det ble transplantert 60% færre fra 2019 til 2020.

Avslagsprosent opp igjen

Etter en rekordlav avslagsprosent i 2019, gikk den noe opp igjen i 2020. Det ble i fjor avslag ved 22 prosent av forespørslene på sykehuset, mot 16 prosent året før. Kun ett av avslagene i fjor skyldtes at den avdøde selv var uttalt negativ til organdonasjon.

Alt i alt fortsetter denne viktige virksomheten å redde liv. I 2020 ga 101 donorer livreddende hjelp til 384 pasienter. I tillegg fikk 59 pasienter en nyre av et familiemedlem eller venn. Til sammen har organtransplantasjon nå gitt over 13 000 nordmenn livet tilbake.

Til tross for pandemi har året vært aktivt

I Stiftelsen Organdonasjon var vi tidlig ute med å si «hold avstand – hold sammen». Året 2020 skulle være året da vi kom ut og møtte folk, gjennom spennende samarbeid og mange frivillige som ville fremme vår viktige sak. Imidlertid satte korona en rask stopp for disse aktivitetene og flere planlagte aktiviteter måtte endres eller utsettes. Likevel har vi hatt et usedvanlig aktivt år. Frivilligheten har aldri vært så stor, med hele 400 materiellpakker sendt ut i Donasjonsuka mot 60 i fjor. Vi har fått mye tid i media, både på TV og radio i landets største kanaler. Aviser har støttet oss med annonser, og nettstedet har delt innhold om organdonasjon. Mange har også gitt oss kjærkomne gaver som gjør det mulig for oss å realisere enda flere prosjekter. I tillegg har vi produsert mye bra materiell.

Donasjonsvirksomheten har holdt seg stabil

Det er flott å se at donasjonsvirksomheten har holdt seg på et stabilt nivå, til tross for de store utfordringene helsevesenet har stått overfor dette året. Flott innsats fra helsepersonellet der ute som nok har hatt et tøffere år enn noen gang. Likevel klarer ikke tilgangen på organer å holde tritt med den stadig økende ventelisten, og våre tanker går til alle de som venter.

Samtalen som redder liv

De aller fleste er positive til organdonasjon, men kun halvparten av de positive har tatt den livreddende samtalen med sine kjære. Det å fortelle sine nærmeste om sitt standpunkt, betyr at det er din vilje som blir hørt. Når dine nærmeste ikke kjenner din vilje, må de ta valget for deg, noe som kan bli for mye i en ellers usedvanlig vanskelig situasjon. Vi vet at mange er usikre på hva som skal til for å bli donor. Derfor sier vi «Si det for å bli det», og samtalen bekreftes i vårt Donorkort™. Vårt viktige budskap er håpet for de som venter på et nytt livreddende organ.

Stiftelsens formål og organisasjon

Vi jobber for å informere befolkningen om organdonasjon. Vårt formål er å få befolkningen til å si ja til organdonasjon, og dele dette standpunktet med sine nærmeste. Vi er også pådrivere overfor helsevesen og myndigheter for å sikre at nødvendige ressurser stilles til disposisjon for å redde liv.

Vår visjon er at «Alle som trenger det skal få et organ».

Stiftelsen Organdonasjon ble opprettet 6. mars 1997. Bak stiftelsen står følgende pasientorganisasjoner:

- Landsforeningen for hjerte- og lungesyke transplantert (LHL-transplantert)
- Landsforeningen for Nyrepasienter og Transplanterte (LNT)
- Foreningen for hjertesyke barn (FFHB)
- Norsk forening for cystisk fibrose (NFCF)
- Voksne med medfødt hjertefeil (VMH)

Vårt oppdrag

Vårt oppdrag er å bidra til å øke tilgangen på organer for transplantasjon. Vårt hovedområde er informasjonstiltak rettet mot allmenheten. Dette gjør vi gjennom:

- Opinionsarbeid
- Undervisning og frivillighet
- Samarbeid

Opinionsarbeid: Informasjonskampanjer, pressearbeid, og informasjonskontorets daglige virksomhet.

Undervisning og frivillighet: Frivillige undervisningskonsulenter, frivillige som bidrar til kampanjer og på arrangementer.

Samarbeid: Prosjekter som gir temaet synlighet i andre kanaler via samarbeid, f.eks. bedriftssamarbeid, idrettsarrangementer, helsesamarbeid, andre aktiviteter.

I all aktivitet står «samtalet» sentralt, det å få befolkningen til å dele sitt standpunkt.

Styret

Stiftelsen ledes av et styre på åtte medlemmer. Ved utgangen av 2020 besto styret av Nina Roland (styreleder), Bente Ridder-Nielsen, Marte Jystad, Kari Anne Pedersen, Ingvar Frøyland, Lise Toubro Bratberg, Astrid Giskegjerde og Nikolai Raabye Haugen. Styret har hatt fire styremøter i 2020. Pga. pandemien har alle møtene i 2020 vært avholdt på Teams.

Representantskap

Representantskapet velger styre, styreleder og revisor og diskuterer satsningsområder og strategier. Representantskapet utgjør et viktig ledd mellom pasientorganisasjonene og Stiftelsen Organdonasjon. I representantskapet sitter Eva Beate Galgum (LHL-transplantert), Marit Gonsholt (LNT), Helene Thon (FFHB), Øyvind Tandberg (NFCF) og Anne Giertsen (VMH). Det har vært avholdt et møte i representantskapet i 2020, vårmøte i juni. Høstmøte ble pga. korona utsatt til 2021.

Valgkomité

Valgkomiteen har som oppgave å fremme forslag om valg av styreleder og styremedlemmer til representantskapet. I valgkomiteen sitter Heine Århus (FFHB), Torstein Taule (LNT) og Monika Sjøstad (VMH).

Pasientorganisasjonene

Vi arbeider på vegne av alle som behøver et nytt organ. Flere av disse personene er tilknyttet pasientorganisasjonene som også er i vårt representantskap. Pasientorganisasjonene fremmer selv temaet organdonasjon og transplantasjon i sine kanaler, samt samarbeider med oss om spredning av våre kampanjer. Blant våre mange frivillige, er flere av disse medlemmer fra pasientorganisasjonene.

Skal vi redde flere liv, må metoden cDCD bli implementert i Norge



Nina Roland
styreleder

I lengre tid har vi sett en stadig tydeligere trend: Færre dør på en måte som muligjører organdonasjon etter den metoden som praktiseres i dag – DBD – død på respirator etter opphørt blodsirkulasjon til hjernen. Samtidig vokser køen av nordmenn som venter på et livsviktig organ. cDCD metoden – organdonasjon etter død ved varig hjerte- og åndedrettstans – som kan øke antall donasjoner med mellom 10 og 20 prosent, befinner seg dessverre fremdeles i et vakuum av utredninger og vurderinger. Metoden er allerede blitt grundig vurdert og dokumentert, og alle parter har kommet med sine innspill. Vi mener at det nå er på høy tid at metoden blir implementert i Norge, slik den allerede er i flere land. Verdifulle organer, som kunne reddet liv, går til spille i dag. I tillegg til å redde liv, handler dette også om å respektere den avdødes ønske om donasjon.

Informasjonskontoret

Stiftelsens daglige drift ivaretas av vårt informasjonskontor som holder til på Frognerstranda 4 i Oslo.

Kontoret besto ved utgangen av 2020 av seks medarbeidere og 5,7 årsverk.

Informasjonskontoret gjennomfører prosjekter, besvarer henvendelser og produserer innhold til sosiale medier og andre kanaler. Vi har vaktordninger som sørger for bred tilstedeværelse, slik kan vi overvåke, modere og besvare med faglig korrekt innhold.

Vi besitter høy kompetanse innen foto, film, grafisk design, markedsføring og mye av vårt materiell er produsert «in house». Dette gir store besparelser og bedre mulighet for bredere eksponering. Samtidig har vi i samarbeid med

eksterne byråer og produksjonsselskaper også utviklet nye kampanjer og produksjoner. Vi legger stor vekt på god kvalitet i alt vi produserer, og har et godt og gjennomtenkt budskap i bunn.

Gjennom vår erfaring og flere års virksomhet har vi opparbeidet oss god kunnskap, en kunnskap som etterspørres i flere sammenhenger. Vi kalles inn til debatter og deltar i utvalg hvor vi deler vår kompetanse. Vi blir spurt til råds av politikere som velger å fremme problemstillinger knyttet opp til temaet organodonasjon og transplantasjon, og vi arbeider nært med media i fremstilling av temaet. Nær relasjon til spesialisthelsetjenesten kvalitetssikrer vår kompetanse.



Hege Lundin Kuhle
daglig leder

Hege (ansatt i 2003) er markedsøkonom, og har erfaring fra organisasjonsarbeid samt reklame- og forlagsbransjen. Hege tar hånd om den daglige driften, kontakt med fagmiljøet, helsemyndigheter, politikere samt pressearbeid.



Aleksander Sekowski
informasjonssjef

Aleksander (ansatt i 2012) har bakgrunn fra film, kommunikasjon og kognitiv psykologi. Aleksanders ansvarsområder er blant annet presse og media, tekstproduksjon, kampanjer, statistikk, analyse og IT.



Cathrine Kildal
markedsansvarlig

Cathrine (ansatt i 2018) har utdanning innen mediedesign, samt økonomi og ledelse. Hun har ansvar for markedsføring, og jobber med visuell kommunikasjon, foto, tekstproduksjon, kampanjer, pressearbeid og hjemmesider.



Anniken B. Lundgaard
HR-ansvarlig/prosjektleder

Anniken (ansatt i 2014) er utdannet innen økonomi, markedsføring og psykologi, og har erfaring fra bank og kortbransjen samt eventbransjen. Hun arbeider administrativt og med samarbeidsprosjekter.



Linda M. Øiehaug
prosjektleder

Linda (ansatt i 2017) har en master i medier, kommunikasjon og IKT fra NTNU, og har jobbet i ulike organisasjoner tidligere. Linda jobber blant annet med kommunikasjon, frivillighet, undervisning og inntektsgivende arbeid.



Linda McMahon
prosjektleder

Linda (ansatt i 2018) er utdannet art director og har bred erfaring fra media og kommunikasjonsbransjen. I Stiftelsen Organodonasjon har Linda sitt primærfokus på samarbeidspartnere og prosjekter i felleskap med disse.

Åpenhet og god informasjon skaper tillit og trygghet

Organdonasjon angår oss alle og vi har høy tillit til virksomheten i Norge. En av årsakene til dette er åpenhet og informasjon. Samtidig ser vi stadig i undersøkelser at befolkningen har mange spørsmål til og usikkerhet rundt temaet. Derfor er det viktig å beholde tilliten til denne virksomheten, og det kreves av oss kontinuerlig overvåking og respons.

Samtidig med at de fleste er positive til organdonasjon, er det mange som aldri har gjort noe med det. De vet rett og slett ikke hva de skal gjøre. Mange er usikre på hvor man skal «registrere» seg og tror det er kompliserte formularer som må ligge til grunn. Resultatet kan da bli at ingenting blir gjort. Å si ja til organdonasjon er ikke nødvendigvis et enkelt valg, men når du først har bestemt deg, skal det være enkelt å tilkjenne dette. Derfor har vi satt samtalen som det viktigste budskapet.

«Si det for å bli det» – å dele sitt standpunkt

Det skal ikke være vanskelig å vise at man sier ja til organdonasjon. Det viktigste er å snakke med sine nærmeste. Slik blir de i stand til å bekrefte avdødes vilje hvis spørsmålet om donasjon skulle komme opp. På grunnlag av årlige befolkningsundersøkelser, skaper vi våre markedsstrategier. Disse undersøkelsene viser at folk er positive, men deler ikke sitt standpunkt med sine nærmeste. Derfor blir «samtalen» og det å vise at man sier ja, et så sterkt element i alle våre aktiviteter.

Bekreftelsen på samtalen

Donorkort™ har en viktig rolle. Det er en bekreftelse på at dine nærmeste kjenner ditt standpunkt, og du skriver under på at disse er informert. Det er også et synlig bevis på at du «er organdonor». Donorkort™ finner man på helsenorge.no, som applikasjon til telefonen eller som et fysisk kort man kan oppbevare i sin lommebok.

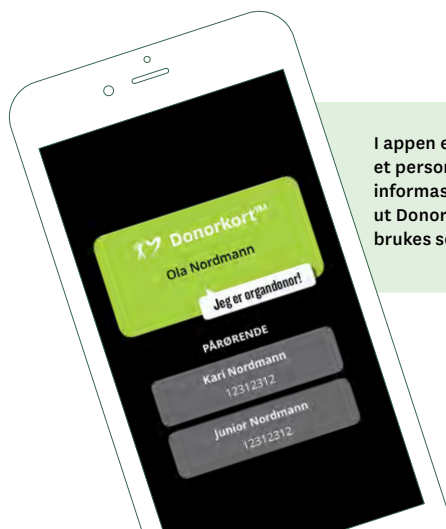
Donorkort™ på helsenorge.no

Donorkort™ kan fylles ut på helsenorge.no og legges i din kjernejournal. Denne muligheten har blitt svært populær og har fått mye omtale i media. Vi ser nå at det store trykket fra tiden rett etter lansering juli 2018 har flatet ut. Det er fremdeles en viss økning, men denne ligner mer på nedlastingsallene for app versjonen. Det er likevel ca. 10 prosent flere som trykker seg videre til helsenorge.no enn til appversjonen fra nettsiden vår, donorkort.no.

Per 1. mars 2020 var det registrert totalt 328 309 Donorkort™ på helsenorge.no. 1. desember var tallet 378 751. Korrigert for avregistreringer, er status 375 101. Vi ser av tidligere opinionsundersøkelser at majoriteten av dem som fyller ut kortet på helsenorge.no, også har det i minst én annen form, altså fysisk kort eller app. Det er altså ikke snakk om 375 000 «nye» donorer netto.

Donorkort™ som applikasjon til mobilen

Våren 2020 ble den nye versjonen av Donorkort™-appen lansert. Appen, der man sier ja til organdonasjon med sin egen telefon, ble lansert i 2011, og er blitt lastet ned over 330 000 ganger så langt (stipulert). Den nye utgaven har blitt enklere å bruke, fått en helt ny visuell profil og noen nye funksjoner. Appen finnes både til Android- og iOS-telefoner. I tillegg har vi i samarbeid med Huawei, fått laget en egen versjon til deres plattform, App gallery. Appen dekker dermed så å si hele smartmobilmarkedet i Norge i dag.



I appen er det mulig å generere et personlig bilde med informasjon om at man har fylt ut Donorkort™, som også kan brukes som skjermsparer.

Donorkort™ som fysisk kort

Donorkort™ finnes i brosjyren «Organdonasjon redder liv» og distribueres til legekontor, apotek, skoler, frivillige og andre som ønsker å spre budskapet om å si ja til organdonasjon. På vår hjemmeside har en også mulighet til å printe ut kortet selv.

I 2020 har vi distribuert ut færre Donorkort™ enn tidligere på grunn av covid-19, og fordi folk heller velger de digitale alternativene som Donorkort™ på helsenorge.no og som app på mobilen. 2020 er det første året vi ikke har sendt ut Donorkort™ til frivillige til Donasjonsuka. Totalt for 2020 ble det sendt ut ca. 70 000 Donorkort™ mot ca. 190 000 i 2019. Selv om 2020 har vært et meget spesielt år, vil det nok i fremtiden være en nedadgående etterspørsel etter dette fysiske kortet.



Styremedlem Lise Toubro Bratberg, helseminister Bent Høie, daglig leder Hege Lundin Kuhle og informasjonssjef Aleksander Sekowski i møte i Helse- og omsorgsdepartementet rett før Norge stengte ned.

Media – viktig formidler av budskapet

Mediebildet 2020 har vært preget av pandemien, noe som har gjort det vanskelig å få redaksjonell omtale. Journalister som til vanlig er interessert i organdonasjon og transplantasjon, sier rett ut at de har måttet «prioritere annerledes». Likevel har vi i løpet av året hatt større innslag i viktige kanaler. Det kan nevnes:

- Tre episoder om organdonasjon i NRK Ekko
- Innringerprogram i NRK P1+ Radiokontakten
- NRK Østlandssendingen
- NRK Super
- Dagsnytt 18 og debatt om organsalg
- Flere innlegg på TV2, blant annet historien om Eileen
- Saker i det flerkulturelle magasinet Utrop.
- Videohilsen fra Bent Høie til Donasjonsuka.

I tillegg har vi bidratt til flere podcasts om temaet.

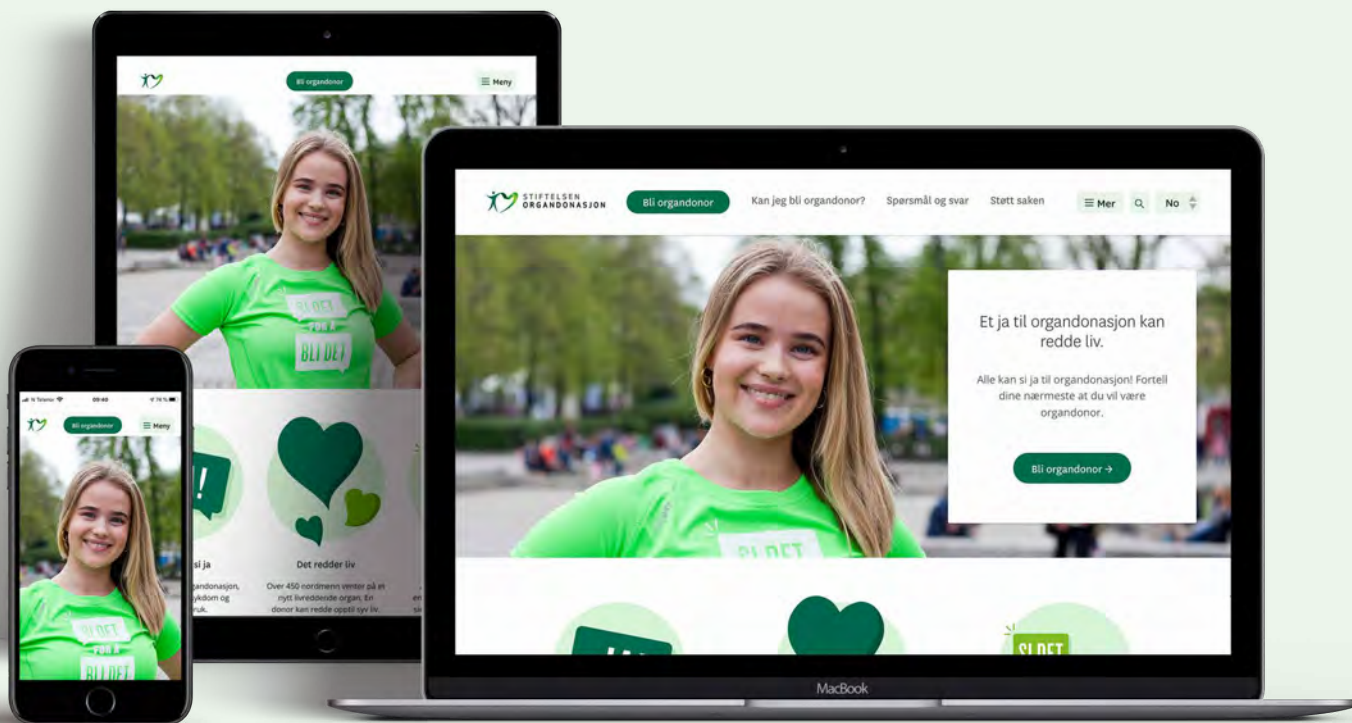


Hjertetransplanterte Eileen Young Haga på «God Morgen Norge» på TV2.

Opinionsundersøkelse

Vi har gjennomført to befolkningsundersøkelser i løpet av 2020, i januar og november. Hoveddelen av spørsmålene er gjentakende, for å undersøke befolkningens holdninger til organdonasjon, samt konverteringer over tid. 83 prosent oppgir å være positive til organdonasjon, to prosent er negative, og 15 prosent har ikke gjort opp seg noen mening. 22 prosent har fylt ut fysisk kort, 17 prosent har fylt ut app, 20 prosent på helsenorge.no. 53 prosent har formidlet sitt standpunkt til sine nærmeste muntlig (mange huket av for flere alternativer).

I januar undersøkte vi hvordan folks standpunkt til organdonasjon påvirkes av media. Hovedfunnene var at 26 prosent hadde fått med seg noe om organdonasjon i media «den siste tiden». Av disse svarte hele 26 prosent at det de leste/hørte/så hadde påvirket deres standpunkt i positiv retning. Ti prosent sa at dette hadde gjort dem mer negative, mens to prosent svarte at det hadde fått dem til å endre standpunkt. Sistnevnte gruppe bestod primært av individer som hadde gått fra å være positive til negative, hvilket trolig henger sammen med en rekke saker med negativ vinkling om cDCD og hjerte-/hjernedød-kriteriet i desember 2019. Disse sakene kan ha bidratt til å skape usikkerhet om hvorvidt man er helt død når organer doneres, og dermed påvirket opinionen. I november så vi nærmere på befolkningens kjennskap til Stiftelsen Organdonasjon. Her svarte omtrent halvparten riktig på hva arbeidet vårt går ut på. 32 prosent ga uttrykk for at det er svært, eller ganske sannsynlig at de ville støtte dette arbeidet økonomisk, hvis anledningen byr seg.



I 2020 lanserte vi nye hjemmesider.

Våre nye nettsider

Våren 2020 lanserte vi våre nye nettsider. Stiftelsens strategiplan definerer følgende hovedmål: Å gi befolkningen nok og riktig kunnskap om organdonasjon og gjøre dem trygge på temaet, så de velger et ja til organdonasjon som de deler med sine nærmeste.

Vi har følgende mål for nettsidene:

- Vi skal være premissleverandør for informasjon om organdonasjon rettet mot befolkningen.
- Vi skal sørge for lett tilgjengelig og riktig informasjon om organdonasjon på nett.
- Når befolkningen spør internett til råds om organdonasjon er det vi som skal havne øverst i søkemotorene.
- Det skal være enkelt å finne og forstå det folk søker informasjon om på nettsidene våre.
- Etter et besøk på nettsidene våre skal det ikke være tvil om hvordan man blir organdonor, hvem som kan bli organdonor, og hvor viktig det er å ta et standpunkt.
- Det skal være enkelt å støtte saken gjennom ulike pengegaver.
- Når pressen har behov for kunnskap og informasjon om saken finner de det de trenger på [organdonasjon.no](https://www.organdonasjon.no).

Vi ønsker å fremstå med autoritet og integritet overfor både myndigheter, helsepersonell og befolkningen forøvrig. Samtidig er det viktig å fokusere på at vår

primærmålgruppe er hele Norges befolkning. Det er viktig at vi unngår faguttrykk og bruker et enkelt og lett forståelig språk.

De nye nettsidene ble markedsført ved å dele lenker på sosiale medier, fortrinnsvis Facebook, Instagram og Twitter. Dette ble gjort 16. juni, noen dager etter lansering.

Nettrafikk

Totalt hadde vi 281 682 (177 716 unike) sidevisninger på [organdonasjon.no](https://www.organdonasjon.no) i 2020. Dette er en nedgang på 40 prosent i forhold til fjoråret. Denne store nedgangen kan i all hovedsak tilskrives én enkelt hendelse i januar 2019; et innslag om Donorkort™ i [helsenorge.no](https://www.helsenorge.no) i NRK-programmet «Nytt på nytt». Dette ga en helt ekstrem trafikk til sidene våre – opp til 25 000 besøk på en enkelt dag. Korrigert for denne hendelsen, er antallet besøk i 2019 og 2020 sammenlignbart. Som vanlig er det [donorkort.no](https://www.donorkort.no) som troner på besøkstoppen. Denne siden står alene for rundt 30 prosent av alle nettbesøk hos oss. Deretter følger spørsmål og svar-sidene, samt statistikk, og bloggen som leses av mange. Av enkeltspørsmål er det «Kan jeg bli organdonor?» som får flest treff.

Selv om 2020-tallene ligner 2019 i trafikkmengde, har det vært en positiv utvikling: Tiden folk bruker på sidene i snitt har nær doblet seg (opp 96 prosent), og fluktprosenten (andelen enkeltsidevisninger uten videre interaksjon med nettsidene) gått ned med 2,86 prosent.

Våre markedsaktiviteter

Da pandemien traff oss alle tidlig på året, forsto vi raskt at vi måtte tenkte annerledes. Året 2020 skulle være det året hvor vi skulle «ut». Vi hadde en rekke spennende samarbeidsprosjekter på gang, prosjekter som ville føre oss ut til befolkningen og ut til nye grupper. Disse møtene skulle deles i sosiale medier og dermed nå enda bredere ut.

Vi måtte revurdere de planlagte aktivitetene våre. Enkelte ble satt på vent, på ubestemt tid. Vi hadde stadig et håp om å kunne få gjennomført, men utover våren forsto vi at en gjennomføring som opprinnelig planlagt ikke ville bli mulig. Vi så på muligheter for å gi prosjektene nye former uten å miste idé og konsept. Andre prosjekter igjen, var ikke mulig å endre, og ble satt på vent til en tid etter pandemi.

Hold avstand – hold sammen

Vi var tidlig ute med å oppfordre alle til å overholde karantenebestemmelser og følge helsemyndighetenes hygieneråd i solidaritet med de transplanterte og alle andre risikogrupper. Fra hjemmekontor har vi i løpet av året utviklet aktiviteter og kampanjer som ivaretar smittevernet og samtidig skaper engasjement. Radio og digitale flater ble viktigere enn noen gang.



Plakat til å plassere på glass med oppfordring til å ta bilde som deles.

Valentinsdagen

Valentinsdagen ble markert 14. februar med kampanjen «si de tre magiske ordene». Over 70 frivillige fordelt på 40 stands over hele landet var med. I sosiale medier annonserte vi bredt, i tillegg fikk vi hjelp til å spre budskapet i sosiale medier av våre samarbeidspartnere.

Donasjonsuka

Årets Donasjonsuke ble gjennomført 19.–29. september. Donasjonsuka er en innarbeidet aktivitet som gjennomføres hvert år, og gjennom presse og frivillige skapes det stor oppmerksomhet rundt temaet. Vi har som mål å samle mange av våre aktiviteter, for å oppnå en sterkere påvirkning rettet mot en bred målgruppe.

Aktiviteter i Donasjonsuka var:

- Taggekampanjen – kampanje med kjendiser i samarbeid med reklamebyrået Per Høj
- Oslo Maraton – virtuell utgave
- Kampanje mot fastleger og helsesekretærer
- Aktivitet i ICC moskéen
- Radiospotter
- Materiellpakke til frivillige



På grunn av pandemien ble det ikke lagt opp til standvirksomhet som tidligere. Vi utviklet en materiellpakke som inneholdt plakater og klistremerker som en kunne plasseres på egnede steder for å skape oppmerksomhet om organdonasjon i sitt nærmiljø. Ved at våre frivillige unngikk nærkontakt med andre, reduserte vi risikoen for smittespredning. Budskapet i kampanjen var å dele sitt standpunkt ved å si «jeg er organdonor».

Det ble sendt ut rundt 400 materiellpakker, mot 60 året før. Den store oppslutningen rundt Donasjonsuka og materiellpakken viser at denne formen for «lavterskelaktivitet» har appellert til frivillige, og dette er en erfaring vi vil ta med oss til kommende Donasjonsuker.

Årets kampanje – «Taggekampanjen»

Årets kampanje ble skreddersydd for sosiale medier, og involverte kjendiser. Vi fikk med oss både komikere, influensere, helseministeren og kulturpersonligheter til å spille inn en liten film, der de oppfordret folk til å tagge sine nærmeste, for på den måten å informere om sitt positive standpunkt til organdonasjon. Filmene starter i en setting som er typisk for hovedpersonen, men får raskt en ny vending, der det avsløres at dette skal handle om organdonasjon. Poenget var å overraske seeren. Kampanjen fikk god respons, og eksponering. Samtlige kjendiser stilte opp gratis.

Totalt resulterte kampanjen i nesten 300 000 visninger, 7800 likes, og 980 kommentarer der folk tagget sine nærmeste. Alt dette er trafikk på kjendisenes egne sosiale kanaler. Med kampanjen nådde vi ut til mange som ikke har et forhold til organdonasjon fra før av. I tillegg genererte filmene trafikk på våre egne sider.

Mediedekning og annonsering under Donasjonsuka

Det har vært en solid mediedekning under årets Donasjonsuke.

- NRK Radio: Ekko Serie om organdonasjon i tre deler
- NRK Radio: Dagsnytt 18 (kjøp og salg av organer)
- NRK TV Innlandet: Reportasje om lungetransplanterte Eva-Beate og Donasjonsuka
- TV2: God Morgen Norge med hjertetransplanterte Eileen
- 64 saker i aviser om organdonasjon i perioden

Det var i tillegg meget god dekning i sosiale medier. Blant innleggene med høyest rekkevidde var historien om levertransplanterte Bastian (68,4K), tagge-filmen til komikere og idrettsprofil Nils-Ingar Aadne (61,1K), samt tagge-filmen til helseminister Bent Høie (48,3K).

Totalt antall unike brukere som engasjerte seg i innholdet vårt på Facebook: 15 539. Vi nådde totalt 831 711 brukere i perioden.

Med Facebook-annonsering «Jeg er organdonor» nådde vi over 135 800 Facebook-brukere, og 1658 trykket seg videre til [donorkort.no](https://www.donorkort.no) via annonsene. Annonsene hadde fokus på at majoriteten av nordmenn i dag sier ja til organdonasjon, med oppfordring om å dele sitt standpunkt med sine nærmeste.

Det ble satset ekstra på printannonsering i år. Det ble fremforhandlet gode priser, og en koordinert dekning i de store riksavisene ga samlet en meget god dekning. I tillegg var det en rekke aviser som gav oss gratis annonser.

I forkant av Donasjonsuka publiserte vi også nye rammer til profilbilde på Facebook. Her kunne man velge enten «Jeg er organdonor», eller «Jeg har fått livet i gave». Facebook gir oss dessverre ikke statistikk på hvor mange som har tatt rammene i bruk.



Viktig beskjed

Helse- og omsorgsminister Bent Høie har en meget viktig beskjed til deg, som du kan:



Helse- og omsorgsminister Bent Høie bidro i taggekampanjen.



Rammen til profilbildet vi lanserte på Facebook i forkant av Donasjonsuka.

Radiospots – «Den andre siden»

For første gang har Stiftelsen Organdonasjon stått bak en større radiokampanje. Radiospottene i serien «Den andre siden», er utviklet sammen med Per Høy. Budskapet er at uansett hva som venter på den andre siden, kan du la organene være igjen her på jorden, og dermed redde liv. Spottene tar for seg tre ulike scenarier – himmelen, nirvana og valhall, og foreligger i en lang og en kort versjon, henholdsvis på 50 og 15 sekunder. Målgruppen har vært hele befolkningen, med et spesielt fokus på menn mellom 20 og 50.

Spottene ble belønnet med Sølvmikken. Juryen uttaler:

«Fantastisk morsomme spotter. Et rikt univers man har lyst til å bli i. Velproduserte små historiefortellinger hvor byrået våger å gå religiøst til verks, for å snakke om et viktig tema som organdonasjon. En skikkelig fin radioproduksjon, rett og slett. Tipper både byrå og produksjonsselskap kommer til reklamehimmelen.»

Radiospottene ble første gang sendt under Donasjonsuka, og dekningen ble meget god. Vi nådde til sammen ut til hele 4 288 306 lyttere. Budskapet var «Redd liv – bli organ-donor (.no). Adressen bliorgandonor.no» videresender til Donorkort™-siden vår, med info om hvordan man sier ja til organdonasjon.

I tillegg til den betalte radiokampanjen, sendte vi også ut spottene til annonseansvarlige i en rekke radiokanaler, og fikk gratis eksponering.



John Brungot og Nikis Theophilakis har stemmene i de nye radiospottene.

Facebook

Facebook forblir en av våre viktigste kommunikasjonskanaler. Her har vi rundt 280 000 følgere. Imidlertid blir det stadig vanskeligere å nå ut til våre følgere uten å betale for det. Vi har derfor i mye større grad enn tidligere benyttet oss av annonsering på Facebook. Vi ser at vårt innhold engasjerer følgerne. Vi har stor variasjon av innhold, alt fra egen produsert materiell til eksterne delte saker. Det kreves kontinuerlig overvåking og moderering på en slik side, noe vi ivaretar godt ved våre vaktordninger. I snitt så 46 980 unike Facebookbrukere innholdet vårt daglig. Pr. 31.12.2020, hadde 281 546 likt sidene våre.

Instagram

Ved utgangen av 2020, hadde vi nærmere 11 500 følgere, og antall følgere har økt gradvis de siste årene. På Instagram deler vi bilder og historier. Vi lenker til kampanjer og innhold på hjemmesidene våre via en «link i bio». Vi bruker også funksjonen «stories» – korte bilde- og videosnutter som kun er tilgjengelig i 24 timer – til å dele historier, innlegg og videoer. Vi har tidligere også brukt stories til «Spørsmål og svar», og til såkalte «take-overs». På sistnevnte lar vi støttespillere ta over kontoen vår og dele innhold som er relatert til vår tematikk på vår konto. Vi annonserer også på plattformen, og bruker Facebooks annonseverktøy for å nå bredere ut enn kun de som liker vår side.

Annonsering

Dersom noen ønsker informasjon om organdonasjon, er det naturlig å søke etter dette i Google. Stiftelsen Organdonasjon kommer høyt opp på resultatlisten på søk som omhandler organdonasjon. I tillegg er vi også inkludert i Google Grants-programmet, som er en gratis annonseringsmulighet for ikke-kommersielle aktører.

Sosiale medier er i stadig endring, og vi ser at noen av disse endringene er med på å påvirke hvordan vi når ut med bare organiske postinger (ikke-betalt), f.eks. på Facebook. Når rekkevidden på det vi deler har blitt dårligere med organiske postinger må vi derfor stadig betale for spredning.

Både på reklamefrie dager; Langfredag, 1. påskedag, 1. pinsedag og 1. juledag samt ellers i året får vi bred annonsedekning, i radio, TV og aviser, både digitalt og på papir. Verdien av all denne gratisannonseringen er formidabel, og gjør at vi når stadig bredere ut.



Alle kan si **JA!** til organdonasjon

Hverken høy alder, sykdom eller medisinbruk utelukker et ja til organdonasjon.



Annonse rettet mot fastleger og helsesekretærer.

Fastleger og helsesekretærer

I Donasjonsuka i september, ble det gjennomført en kampanje rettet mot fastleger og helsesekretærer. Vi benyttet materialet fra tilsvarende kampanje året før, med noen små endringer, og annonserte i Dagens Medisin (digitalt og print). I tillegg oversendte vi kampanjemateriell til Helsesekretærforbundet og Norsk forening for allmennmedisin og oppfordret til å få med noe om organdonasjon i deres sosiale medier og andre kanaler i forbindelse med Donasjonsuka.

Inni er vi like – flerkulturelt arbeid

Prosjektet retter seg mot ikke-etniske nordmenn. Det er per dags dato mangelfull informasjon til denne gruppen om organdonasjon. Prosjektet er et samarbeid med ulike representanter fra dette miljøet.

Som alt annet, ble også dette arbeidet preget av året med covid-19. Likevel har vi hatt tre vellykkede arrangementer i samarbeid med moskeen, hvor det siste var under Donasjonsuka. Her ble alle smittevern hensyn tatt i bruk, og de gjennomførte et godt og innholdsrikt arrangement i ICC, Grønland. I forkant av arrangementet sendte vi ned materiell som de kunne dele ut (Donorkort og brosjyre), samt roll-up og plakater. Det ble avholdt to foredrag, og begge ble svært godt mottatt. Ammar Khan (transplantasjonskirurg) talte sammen med imamen, Ammar fra et legeperspektiv og imamen som troende, om hva Islam sier om organdonasjon og viktigheten av å redde liv. Pga. covid-19, var det færre på arrangementet enn i fjor, men det kom 35 stykker. ICC delte arrangementet på sin hjemmeside og Facebook, og det nådde således ut til flere.



Mange delte bilder i sosiale medier under 17. mairaton.

Oslo Maraton

Vi er ideell samarbeidspartner til Oslo Maraton. Grunnet covid-19, ble det i år arrangert virtuelle løp.

På nasjonaldagen ble «17. mairaton» arrangert. 17. mairaton var et gratis virtuelt løp for alle. Man kunne bestemme selv hvor og når man ville løpe – så lenge det var på 17. mai.

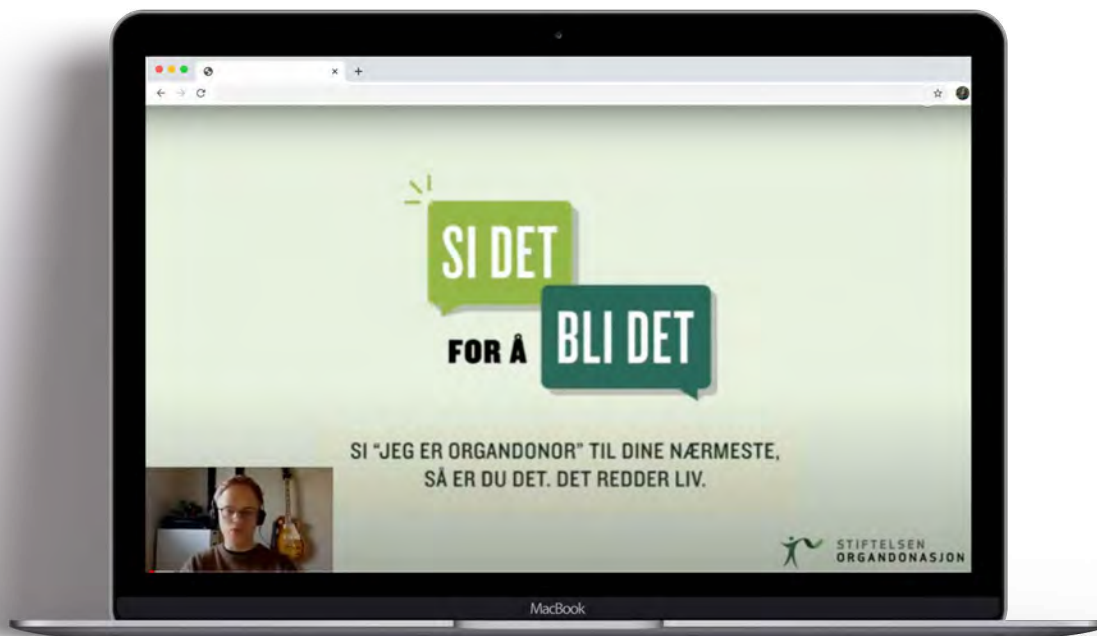
Det kjente arrangementet Oslo Maraton måtte også gjennomføres virtuelt. Man kunne løpe hvor man ville i hele landet/utlandet, så lenge det ble gjort 19. september. Startnummer kunne kjøpes gjennom Oslo Maraton, eller gjennom en veldedig organisasjon, og man kunne løpe hvilken distanse man ville. Vi solgte startnummer via Vipps, inkludert t-skjorte. Selv om det ikke ble arrangert et stort løp, var det viktig at folk likevel var aktive for organdonasjon, og synlige med den grønne t-skjorten. Vi oppfordret alle som var med, til å tagge oss i sosiale medier på løpsdagen. Løpet og samarbeidet ble markedsført både i egne kanaler og Oslo Maraton sine kanaler.

Vi har nå inngått et langsiktig samarbeid med Oslo Maraton, i første omgang for en treårsperiode.

Losby Golf – «Jarle 1212»

Nyresyke Jarle Kristiansen ventet i hele 1212 dager før han omsider fikk nyren han så sårpt trengte. Etter mange år med sykdom og dialyse, kunne han igjen gjøre det han ville. Blant annet å spille golf. Hans venner i Losby Golf bestemte seg for å markere denne begivenheten, og sette fokus organdonasjon. Den 11. juli ble «Jarle 1212» arrangert for andre gang på Losby. Inntektene fra turneringen ga 110 000 til arbeidet for alle som venter på et nytt organ.

Undervisning om organdonasjon



En av våre frivillige spilte inn en undervisningsfilm som ble delt med lærere som har hatt besøk av oss tidligere.

Undervisning og våre frivillige konsulenter

Vårt arbeid med undervisning ble sterkt påvirket av pandemien. Totalt ble det gjennomført 18 oppdrag og vi nådde rundt 550 personer gjennom vårt undervisningstilbud før midten av mars. Deretter måtte vi stoppe alt oppsøkende undervisningsarbeid. En av våre frivillige, Thomas, spilte inn en undervisningsfilm som ble delt med lærere som har hatt besøk av oss tidligere. Filmen har hatt 260 avspillinger. Flere av våre undervisningskonsulenter gjennomførte også undervisning digitalt. Vi håper at vi snart kan begynne å sende rundt våre flinke frivillige igjen.

Digital læringsplattform

I løpet av året har vi utviklet en digital læringsplattform som lanseres våren 2021. Den gjør det mulig å holde undervisning uten fysiske møter. Plattformen er utformet som et spill hvor elevene arbeider seg gjennom oppgaver og oppnår poeng. Det er også flere filmer og animasjoner som presenterer temaet. Plattformen er lagt opp slik at man enten kan spille sammen i et klasserom, eller spille alene. Dette er et prosjekt som er støttet med midler fra Stiftelsen Dam.

Barneboka «Pappa må ha nytt hjerte»

Boken som ble gitt ut i 2011 med støtte fra Stiftelsen Dam og Barns Beste, informerer om organdonasjon til barn. Boken forteller parallelle historier, en om organdonasjon og en om transplantasjon. Boken er beregnet på barn i skolealder, og som hjelp og støtte for både helsepersonell og foresatte i samtalen om temaet. Boken gis

ut gratis til sykehusene der den kan deles ut til pårørende. For andre som ønsker boken, kan den bestilles via mail til post@organdonasjon.no for kr 199,-. Den er også tilgjengelig som en digital utgave på pappashjerte.no. Her kan man lytte til historiene, samt gjøre oppgaver og fargelegge. Når noen har opplevd organdonasjon eller transplantasjon er dette et godt formidlingsverktøy for familier og skoler.



Pappa må ha nytt hjerte er et pedagogisk verktøy for å snakke med barn om organdonasjon og transplantasjon. Finnes også som digital utgave på pappashjerte.no.

Økonomi

Stiftelsens drift og økonomi

I 2020 mottok Stiftelsen Organdonasjon totalt et driftstilskudd på 6 000 000 kroner, tilsvarende året før. Midlene bevilges over statsbudsjettet og fordeles av Helsedirektoratet, som vi også rapporterer til. Statstilskuddet utgjør vår basisfinansiering. Totalt årsregnskap finnes på sidene 18–21.

Fond til fagutvikling

Stiftelsen Organdonasjon har et «Fond til fagutvikling» hvor en kan søke midler til prosjekter/studier i alle størrelser som bidrar til økt innsikt og kunnskap om organ-donasjon. Fondets formål er å inspirere til nye studier og fremme faglig utvikling innen tema organ-donasjon. Med dette tilbudet vil vi stimulere til prosjekter som kan bidra til å oppfylle vår visjon om at alle som trenger det skal få et organ.

Prosjektets tema/problemstilling må være innenfor Stiftelsen Organdonasjon formål og virksomhetsområde. Ved tildeling av midler ber vi om en motytelse i form av en publikasjon, presentasjon av prosjektet til relevante miljøer eller annet som kan være aktuelt for prosjektet. Prosjektet skal videreformidles og synliggjøres til relevante miljøer som kan dra nytte av prosjektet.

Det ble i 2020 satt av 280 000 kroner til fondet. Midlene kommer fra gaveinntekter til Stiftelsen Organdonasjon. Et kvalifisert fagråd med representanter fra fagmiljøet og Stiftelsen Organdonasjon vurderer relevante prosjekter.

I 2020 ble en av tre søknader godkjent av fagrådet. Det godkjente prosjektet skal gjennomføres som en del av et masterstudium i avansert klinisk sykepleie, og vil belyse intensivsykepleieres erfaringer med etterlattsamtalen med pårørende til organ-donor.

Fondet markedsføres i digitale kanaler og på seminarer i relevante miljøer primært i helsesektoren.



Branka Barisa (50)
Operasjonssykepleier ved
Oslo Universitetssykehus

Søk Stiftelsen Organdonasjons Fond til fagutvikling!

”
Mitt prosjekt synliggjør flere områder for forbedringer i donasjonsprosessen for helsepersonell, og takket være midlene kan jeg tilgjengeliggjøre disse funnene.

Les mer på organdonasjon.no/fond



Operasjonssykepleier Branka Barisa fikk støtte til sitt prosjekt gjennom Stiftelsen Organdonasjons Fond til fagutvikling.

Gaver og inntektsbringende arbeid

I 2020 kunne vi se en nedgang av gaver og innsamlede midler. Dette kan nok forklares med pandemi og usikre tider. Blant annet gikk inntekter fra faste givere ned en periode, før de gikk opp igjen. Innsamlingsaksjon på Facebook er fortsatt den mest brukte giveløsningen. Før jul testet vi også DM (Direct Mail) for første gang og dette arbeidet skal videreføres til 2021.

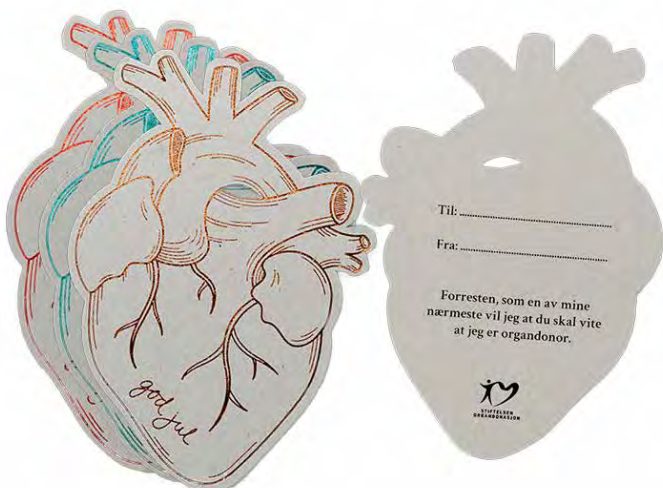
Det gode testament – arv og testamentariske gaver

Også i 2020 deltok vi i felleskampanjen «Det gode testament». Bak kampanjen står 35 organisasjoner med Norges Innsamlingsråd som avsender og den ble gjennomført for første gang i 2018. Målet med kampanjen er en økt bevisstgjøring om arv og testamentariske gaver, og muligheten til å tilgodese en del av arven til et veldedig formål.

Gavelapper – «jeg er organdonor»

I 2019 laget vi gavelapper som skulle fungere som små «donorkort». Det velkjente stiliserte, røde hjertet som brukes så mye i forbindelse med julen, ble byttet ut med mer «anatomiske korrekte» hjerter. Teksten på gavelappene var: «Forresten, som en av mine nærmeste, vil jeg at du skal vite at jeg er organdonor».

Julen 2020 laget vi igjen en kampanje for gavelappene vi hadde igjen. Via postinger på Facebook hadde vi følgende tekst: *Denne gavelappen kan bli den viktigste gaven du gir i år. Bestill en pakke med tre gavelapper, og bidra til å støtte vårt arbeid for alle de som venter på et nytt, livreddende organ.* Gavelappene ble også lagt ved en utsendelse til alle våre fastgivere.



Gavelappene som kunne kjøpes på Facebook, og ble sendt til alle våre fastgivere.

DM (Direct Mail)

Julen 2020 sendte vi ut DM (Direct Mail) for aller første gang, og over 1000 personer fikk brevet i posten. DM er en form for direktemarkedsføring som er mye brukt ved innsamlinger av midler blant ideelle organisasjoner. Gjennom historien til hjertettransplanterte Eileen ville vi vise betydningen av å si ja til organdonasjon, og oppfordret mottakerne til å støtte vårt informasjonsarbeid. Arbeidet med DMen ga oss mange nyttige erfaringer som vi tar med oss videre til neste gang vi skal sende ut DM. Da håper vi at vi kan få med oss flere som vil støtte arbeidet vårt med et fast månedlig beløp.



Gi en gave – redd liv!

 **Vipps valgfritt beløp til 636842 eller benytt giroen**

Kjære N

Takket være givere som deg, Nanna kan vi gi flere muligheten til å fortsette livet! Med din gave er du med på å støtte Stiftelsen Organdonasjon sitt arbeid for de som venter på et nytt, livreddende organ. Tusen takk for at du er med på å redde liv!

Eileen Haga (40) fikk livet i gave. «Jeg var bare 25 år og nybakt mor da jeg fikk diagnosen forstørret hjerte (hypertrofsk kardiomyopati). Syv år senere var jeg mor til to gutter, Mathias og Johannes. Hjertet mitt ble dårligere, og i perioder trengte jeg rullestol. Jeg orket stadig mindre og havnet på livets sidelinje.»

Eileen var redd for å dø. «Som småbarnsmamma var dette noe jeg tenkte mye på. **Jeg tenkte ofte på at de små barna mine kanskje ville glemme meg.**» Eileen ble gradvis dårligere. «**Julen 2019 var julen jeg var redd jeg ikke skulle få oppleve.** Mitt gamle hjerte var i ferd med å svikte, og det halvåret jeg stod på transplantasjonsventeliste er det lengste og tyngste i hele mitt liv. Jeg skvatt himmelhøyt hver gang telefonen ringte. Var det nå jeg skulle få et nytt hjerte?»

Ingen kan garantere at et passende hjerte vil komme i tide. **Av de over 500 som til enhver tid venter på nytt organ, er det dessverre ikke alle som får sjansen til å leve videre.**



Ditt bidrag gir

håp til de som venter på et nytt, livreddende organ.

Se på baksiden hva som skjedd med Eileen!

Kvittering			
Innbetalt til konto 1503 43 20974	Beløp	Betalerens kontonummer	Blankettnummer
	500,00		6096306620
Betalingsinformasjon		GIRO	
Tusen takk for din gave – du er med på å redde liv!		Underskrift ved girering	
Du kan endre beløpet på giroen hvis du ønsker det. Gaver over 500,- gir rett på skattefradrag. Les mer på baksiden.		Betallingsfrist	
Betalt av		Betalt til	
		 STIFTELSEN ORGANDONASJON Frognerstranda 4 0250 Oslo	
Betalt konto		Kvittering tilbake	
Kundeidentifikasjon (KID)	Kroner	Ore	Blankettnummer
H	40024366	500	<6096306620>

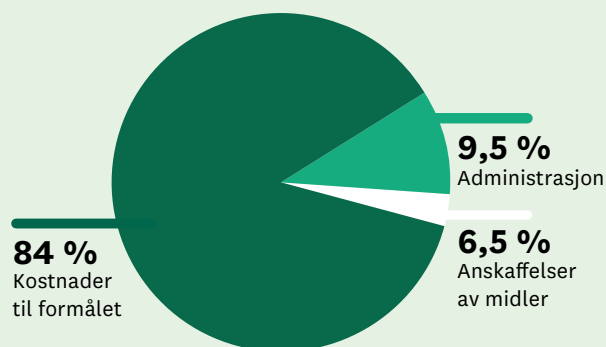
Slik så DMen ut. I tillegg fikk mottakeren to eksemplarer av våre gavelapper.



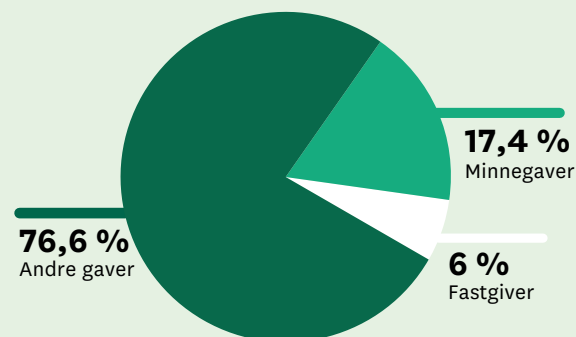
Stiftelsen Organdonasjon er medlem av Innsamlingskontrollen (IK).

Fordelingen av kostnader og innsamlede midler

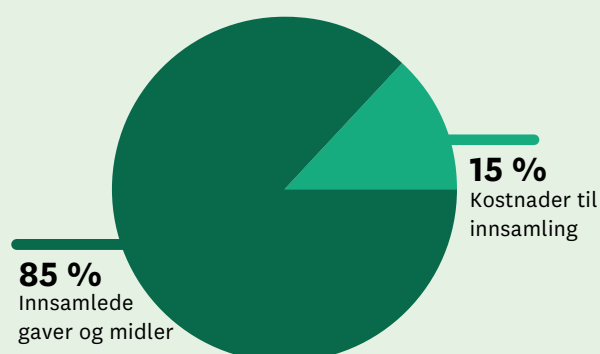
Kostnadsfordeling 2020



Fordeling av innsamlede midler 2020



Innsamlingsprosent 2020



Tre tiltak som vil øke donasjonsraten – og redde flere liv

I Norge har man i stor grad valgt å desentralisere sykehusdriften, og det er mindre grad av helsemyndighetenes involvering og styring. Dette har spesielt vært utfordrende når det gjelder organdonasjon og videreutvikling av tilbudet. Temaet bør løftes til et overordnet plan og tiltak må gjennomføres. Ventelistene for nye organer vokser meget raskt, det haster med handling.

1. Virksomheten behøver bedre nasjonal styring og oppfølging

Donasjonsvirksomheten i Norge er i stor grad drevet av enkeltpersoner og idealisme. Til tross for gode lovverk og protokoller, savnes det nasjonale retningslinjer, styringsfunksjoner og en overordnet strategi. Vi frykter at potensielle donorer går tapt pga. manglende retningslinjer og oppfølging. I 2007 ble det satt et mål om 30 donasjoner per million innbyggere, og i 2008 utarbeidet helse- og omsorgsdepartementet en tiltaksplan for å nå målet. Vi er langt unna dette målet, og mange av de gode og nødvendige tiltakene er ikke blitt innført.

Et tiltak som imidlertid er innført er opprettelsen av stillingene som donoransvarlige leger og sykepleiere, men stillingene mangler funksjonsbeskrivelse, dedikert tid og tilstedeværelse ved donorforløp. Oppgaven er sjelden synlig på organisasjonskartet, og mangler derfor påvirkningsmulighet. Det er helt avgjørende og på høy tid med en nasjonal og forpliktende plan, med god oppfølging, evaluering og myndighet.

2. cDCD – metoden som kan øke donasjonsraten med inntil 20 prosent

Det er to måter å dø på som gir mulighet for donasjon, enten mens du er på respirator (DBD) eller ved hjertestans (DCD) uten respirator.

- DBD (Donation after Brain Death): Når du ligger på respirator og kroppens funksjoner opprettholdes med kunstige midler, kan døden inntreffe ved stopp i blodtilførselen selektivt til hjernen. Det er da blodsirkulasjon i hele kroppen, men ikke til hjernen.
- DCD (Donation after Circulatory Death): Når en pasient dør ved hjertestans. Da er all sirkulasjon borte.

Antall potensielle donorer etter det tradisjonelle hjerne-dødkriteriet DBD går ned, noe som gjelder hele verden. Samtidig øker ventelistene i takt med eldre befolkning, helse/livsstil og retransplantasjoner.

cDCD (Controlled Donation after Circulatory Death, organ-donasjon etter død ved varig hjerte- og åndedrettstans når livsforlengende behandling avsluttes) er en metode som kan øke donasjonsraten med rundt 20 prosent. Det er i Norge gjennomført en grundig nasjonal metodevurdering med påfølgende åpen høring, hvor også Stiftelsen Organdonasjon har levert sitt svar. Alle har slik fått muligheten til å uttale seg. Hovedkonklusjonen i den nasjonale metodevurderingen fra FHI er at dette kan gjøres innenfor eksisterende lovverk, og på en etisk forsvarlig måte.

Samtidig som Norge bruker usedvanlig lang tid på utredning, løfter flere andre land donasjonstillene ved blant annet å ha innført metoden. Vi håper utredningen snart vil konkludere, og at cDCD blir innført som en etablert metode slik det er blitt gjort i flere andre europeiske land.

3. Den livreddende samtalen – betydningen av å dele sitt standpunkt

Det blir ingen donasjon uten befolkningens villighet til å donere. Undersøkelser viser at denne villigheten er meget høy i Norge. Imidlertid er det kun rundt halvparten av de positive som har delt dette med noen. Denne samtalen – det å dele sitt standpunkt – kan være utslagsgivende den dag spørsmålet om organdonasjon kommer opp. Uansett systemer, vil det alltid være en samtale med de pårørende. Man vil da spørre etter avdødes holdning til organdonasjon. Hvis denne ikke er kjent, må de pårørende bestemme på avdødes vegne, og det kan da ofte føles tryggere å unnlate å gjøre noe – altså si nei.

Derfor er vårt viktigste budskap «Si det for å bli det». Betydningen av samtalen må tydelig kommuniseres til befolkningen, og dette gjør vi ved en rekke aktiviteter. Mange samtaler blir dessverre ikke tatt da flere har en oppfatning om at de ikke kan si ja til organdonasjon.

Med mål om å øke donasjonsraten og slik redde flere liv, må informasjon om at alle kan si ja til organdonasjon samt betydningen av å dele sitt standpunkt med sine nærmeste, styrkes og nå frem til en stadig bredere målgruppe.

Oslo, 31.12.2020/04.03.2021. Styret for Stiftelsen Organdonasjon.

Nina Roland
styreleder

Ingvar Frøyland
styremedlem

Marte Arnhild Jystad
styremedlem

Nikolai Raabye Haugen
styremedlem

Kari Anne Pedersen
styremedlem

Bente Ridder-Nielsen
styremedlem

Lise Toubro Bratberg
styremedlem

Astrid Giskegerde
styremedlem