

ÅRSRAPPORT 2024

31. mars 2024

Innholdsfortegnelse

<i>Innholdsfortegnelse</i>	1
<i>Et godt omdømme gir muligheter</i>	2
<i>Stiftelsens formål og organisasjon</i>	3
<i>Informasjonskontoret</i>	4
<i>Opinionsundersøkelsen 2024</i>	5
<i>Donorkort™ – bekreftelsen på samtalen</i>	6
<i>Organdonasjon i media – en viktig kanal</i>	7
<i>Våre nettsider</i>	8
<i>Sosiale medier og annonsekanaler</i>	9
<i>Annonsering</i>	11
<i>Politisk arbeid</i>	11
<i>Kampanjer og prosjekter</i>	12
<i>Idrettsarrangementer og organdonasjon</i>	15
<i>Golfturneringer til inntekt for organdonasjon</i>	16
<i>«Inni er vi like» – informasjon til minoritetsbefolkningen</i>	16
<i>Undervisning om organdonasjon</i>	17
<i>Samarbeid med helsetjenesten</i>	18
<i>Stiftelsen Organdonasjon i toppen i omdømmekåring av organisasjoner</i>	20
<i>Fond til fagutvikling</i>	20
<i>Gaver og inntektsbringende arbeid</i>	21
<i>Stiftelsens drift og økonomi</i>	22
<i>Fra styreleder</i>	22

Et godt omdømme gir muligheter

Tillit er avgjørende for vår virksomhet, og et godt omdømme er en forutsetning for at befolkningen skal ha trygghet i beslutningen om organdonasjon. Uten tillit til systemet, helsevesenet og oss som formidlere, risikerer vi at færre sier ja til organdonasjon – og at liv som kunne vært reddet, går tapt. I 2024 ble Stiftelsen Organdonasjon kåret til 4. plass blant organisasjoner i Norge i en omdømmeundersøkelse gjennomført av kommunikasjonsbyrået Apeland. Vår rangering som en av de mest anerkjente organisasjonene i landet bekrefter at vår langsiktige innsats for å informere og engasjere nordmenn har truffet en nerve, og dette er vi utrolig ydmyke og stolte av. Tilliten vi har opparbeidet, gir oss en unik mulighet til å påvirke holdninger, øke bevisstheten og styrke forståelsen for betydningen av organdonasjon.

Men et sterkt omdømme alene er ikke nok for å øke donasjonsratene. 2024 ble nok et svakt år når det gjelder organdonasjon fra avdød giver i Norge. Fra å være et foregangsland i Norden, må vi nok en gang se oss passert av våre naboland Sverige og Finland. I disse landene har det de senere årene blitt gjennomført flere omfattende strukturelle og organisatoriske endringer på sykehusene som vi nå ser resultatene av. I 2024 hadde Sverige en PMI (donasjoner pr. million innbyggere) på 22,0 og Finland 27,6. I Norge var tallet 18,8. Dette både må, og kan vi gjøre noe med.

Vi har i en årrekke løftet at det ligger et uforløst potensial rundt antall donasjoner på norske sykehus. Det var derfor med stor glede vi ble kjent med at de regionale helseforetakene i Oppdragsdokumentene for 2024 fikk i oppgave å gjennomgå organiseringen ved donorsykehusene med mål om å sikre at alle potensielle donorer vurderes for organdonasjon og at det settes inn tiltak for å redusere variasjoner i donorratene mellom ulike sykehus og regioner. OUS Avdeling for organtransplantasjon ble gitt en koordinerende rolle, og prosjektgruppen består av fagdirektører fra de regionale helseforetakene, donorpersonell fra helseforetakene, samt Stiftelsen Organdonasjon og Landsforeningen for Nyrepasienter og Transplanterte. Rapporten blir overlevert til Helse- og omsorgsdepartementet våren 2025. Vi håper og tror dette endelig kan bidra til endring på sykehusene.

Ventelistetallene for organtransplantasjon i Norge i utgangen av 2024 var 589. Det er ventet at antallet vil stige i årene fremover, noe som gjør behovet for organer stadig mer presserende. Selv om åtte av ti nordmenn er positive til organdonasjon, er det helt avgjørende hva som skjer på sykehusene etter et brått dødsfall. Dersom potensielle donorer ikke blir identifisert og vurdert, er det flere som vil miste muligheten til et nytt liv fordi organet de trenger ikke kommer i tide.

I strategien som ble vedtatt av styret til Stiftelsen Organdonasjon i 2024 for perioden 2025–2028, er ett av målene å nå en PMI på 28 ved utgangen av 2028. Dersom vi skal nå dette målet, er det avgjørende at den nasjonale organiseringen på sykehusene i Norge lykkes. Derfor vil vi i tiden fremover følge opp at dette ikke blir en ønskedrøm, men en realitet.

Cathrine Kildal
Konstituert daglig leder

Stiftelsens formål og organisasjon

Vårt formål

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

«Alle som trenger det skal få et organ».

Vårt mål

Vi skal øke tilgangen på organer for transplantasjoner så flere liv blir reddet. For å nå vårt mål gjør vi en rekke aktiviteter:

- Opinionsarbeid: Informasjonskampanjer og pressearbeid.
- Undervisning og frivillighet: Frivillige undervisningskonsulenter og frivillige som bidrar til kampanjer og på arrangementer.
- Samarbeid: Prosjekter som gir temaet synlighet i andre kanaler via samarbeid, f.eks. bedriftssamarbeid, idrettsarrangementer, helsesamarbeid og andre aktiviteter
- Politisk arbeid: Vi arbeider for at virksomheten skal være best mulig organisert og at befolkningens rett til å donere organer blir ivaretatt.

Hvem er vi?

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 hjertesyeke barn (FFHB)
- Norsk forening for cystisk fibrose (NFCF)
- Voksne med medfødt hjertefeil (VMH)

Vi arbeider på vegne av alle som trenger et nytt organ. 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 fra pasientorganisasjonene.

Vårt styre

Stiftelsen ledes av et styre på åtte medlemmer. Ved utgangen av 2024 besto styret av Nina Roland (styreleder), Erik Skarrud (nestleder), Bente Ridder-Nielsen, Ellen Damhaug Scheel, Lise Toubro Bratberg, Nikolai Raabye Haugen, Kristin Onsøien Mellingsæter og Line Skåtøy. Styret har hatt åtte styremøter i 2024. Seks av møtene var digitale. Et av de fysiske møtene var på Runway Comfort Hotel på Gardermoen i november. Der ble det avholdt seminar med styret, representantskapet og valgkomiteen, i tillegg til eksterne gjester og representanter fra administrasjonen.

Vårt representantskap

Representantskapet velger styre, styreleder og revisor og diskuterer satsingsområder og strategier. Representantskapet utgjør et viktig bindeledd mellom pasientorganisasjonene og stiftelsen. I representantskapet sitter Eva Beate Galgum (LHL transplantert), Marit Lundberg (LNT), Hanni Winsvold Petersen/Pia Bråss (FFHB), Hilde Nyberg (NFCF) og Anne Giertsen (VMH). Det har vært avholdt to formelle møter i 2024, et av dem under deltakelse på seminar på Comfort Runway Hotel i november.

Valgkomiteen

Valgkomiteen har som oppgave å fremme forslag om valg av styreleder og styremedlemmer. Disse velges av representantskapet. I valgkomiteen sitter Marianne Sundvor (LNT), Morten Eriksen (VMH), Heine Århus (FFHB), og Eileen Young Hage (vara) (LHL transplantert).

Stiftelsens daglige drift ivaretas av vårt informasjonskontor som holder til på Frognerstranda 4 i Oslo. Kontoret besto ved utgangen av 2024 av syv medarbeidere og 6,1 årsverk. I tillegg har ytterligere én medarbeider vært ansatt i vikariat inntil 30. november. Det har i løpet av året vært permisjoner og sykemeldinger som har redusert antall arbeidende årsverk vesentlig.

Medarbeidere i Stiftelsen Organdonasjon er: Hege Lundin Kuhle, daglig leder. Aleksander Sekowski, informasjonssjef. Cathrine Kildal, prosjektleder/markedsansvarlig (f.o.m. 1. november 2024 fungerende daglig leder), Anniken Lundgaard, prosjektleder/HR-ansvarlig. Frida Nordhus, Thomas Aasen og Linda McMahon, prosjektledere og Tiril Legget, innholdsprodusent.

Informasjonskontoret gjennomfører prosjekter, besvarer henvendelser og produserer innhold til sosiale medier og andre kanaler. Det krever stor tilstedeværelse. Vi overvåker, modererer og besvarer aktivitet i sosiale medier med faglig korrekt innhold. Vi besitter høy kompetanse innen foto/film, grafisk design, markedsføring osv. Flere av våre kampanjer er produsert kun av ansatte i Stiftelsen Organdonasjon. Dette gir store besparelser og bedre mulighet for bredere eksponering.

Vi kalles inn til debatter og deltar i utvalg hvor vi deler av vår kompetanse. Blant annet bistår vi politikere med kunnskap og problemstillinger knyttet opp til organdonasjon og transplantasjon, og vi arbeider nært med media i fremstilling av temaet. Nær relasjon til spesialisthelsetjenesten kvalitetssikrer vår kompetanse.

Nøkkeltall 2024 (Tall i parentes er for 2023. Kilde OUS)

- 105 (119) gjennomførte donasjoner fra avdød giver
- 393 (399) pasienter fikk et nytt organ (totalt avdød og levende donor)
- 76 (43) pasienter fikk organ fra levende giver (én nyre)
- 71 (79) prosent positive svar til donasjon på sykehuset (avdøde selv, eller familien på vegne av avdøde), som gir en avslagsprosent på 21
- 583 (584) på venteliste for nytt organ pr. 31.12.2024
- 16 (34) pasienter døde mens de stod på venteliste for et nytt organ

Sykefravær, arbeidsmiljø og likestilling

I 2024 var sykefraværet i stiftelsen 13,6 %. I en liten organisasjon med åtte ansatte kan sykefraværet variere betydelig fra år til år. Stiftelsen arbeider aktivt med å videreutvikle arbeidsmiljøet i samarbeid med Arbeidsmiljøseneteret for å sikre et trygt og inkluderende arbeidsmiljø. Når det gjelder likestilling, er 88 % av de ansatte kvinner, derfor er det ønskelig å tiltrekke seg flere mannlige søkere ved fremtidige ansettelsesprosesser. Stiftelsen er opptatt av å fremme mangfold i rekrutteringsprosesser.

Hvert år gjennomfører vi en befolkningsundersøkelse sammen med Norstat*), der vi ser på nordmenns holdning til organdonasjon, samt en rekke ulike tema som varierer fra år til år. Den variable delen av undersøkelsen tok i 2024 for seg sammenhengen mellom politisk ståsted, og standpunkt til organdonasjon. I tillegg undersøkte vi på hvordan nordmenn *tror* at samtykkesystemet fungerer, og hvordan man mener det *bør* være.

De fleste er positive, men mange har ikke tatt stilling

Undersøkelsen viser at 79 % av nordmenn er positive til organdonasjon, mens kun 2 % er negative. Likevel har 18 % ikke gjort seg opp en mening, og 1 % vet ikke hva organdonasjon er. Dette tyder på at det fortsatt finnes et informasjonsbehov blant deler av befolkningen. Vi jobber med å nå dem uten standpunkt, med trygg, god og positivt ladet informasjon, som vil få dem til å lande på et ja.

Formidling av eget standpunkt

Selv om mange er positive til organdonasjon, er det ikke alle som har formidlet sitt standpunkt. 50 % av de positive har fortalt familien om sin holdning til organdonasjon, mens 24 % har registrert det i kjernejournalen på Helsenorge. 19 % oppgir å ha Donorkort™ som app. Samtidig har 33 % ikke gjort noe for å vise sitt standpunkt. Dette kan være problematisk, ettersom pårørende må ta avgjørelsen dersom en avdød ikke har gitt beskjed på forhånd.

Hvorfor har ikke flere registrert seg?

Blant de som ikke har formidlet sitt standpunkt, oppgir 19 % at de ikke har hatt tid eller anledning, mens 25 % tror de ikke egner seg som organdonor på grunn av høy alder eller dårlig helse. Denne gruppen er en prioritert målgruppe i vår kommunikasjon – blant annet gjennom samarbeidet med NFA (Norsk forening for allmennmedisin) og Helsesekretærforbundet i Delta. Andre oppgir at de synes dette bør være en privatsak, eller at de rett og slett ikke vet hvordan de skal gå frem.

Hva gjør noen skeptiske til organdonasjon?

Blant de som er negative til organdonasjon, er det ulike årsaker som oppgis. Den mest fremtredende er at folk ikke ønsker at kroppen deres skal skjæres i etter døden (50 %). I denne gruppen har vi trolig samlet opp alle som på en eller annen måte ikke orker å forholde seg til spørsmål om døden, kroppen og så videre – eller bare synes organdonasjon er «ekkel» å tenke på. Videre er 19 % redde for at de ikke vil få god nok behandling på sykehuset hvis de er registrert som organdonorer, samtidig som 6 % er redde for at de ikke er helt døde. De to sistnevnte er relativt lave tall, men likefullt alvorlige. Trolig er dette til en viss grad et resultat av medias tidligere dekning av cDCD-spørsmålet. Blant annet har NRK publisert en rekke kritiske saker om metoden, som nå altså er godkjent i hele landet, samt en lang rekke land i verden. I tillegg uttrykker enkelte religiøse eller livssynsmessige betenkeligheter, men dette er et lavt tall, i motsetning til hva man skulle tro (3 %).

Hvem bør bestemme?

I 2024 så vi for første gang på hvordan folk *tror* at samtykkesystemet fungerer i Norge, og hvordan man mener det *bør* være. Dersom en person *dør uten* å ha tatt stilling til organdonasjon, tror 53 % av de spurte at donasjon vil kunne gjennomføres hvis de pårørende godkjenner det, og det ikke er grunn til å tro at jeg var imot. Dette er slik det faktisk er i Norge. 26 % mener organdonasjon ikke vil bli gjennomført uansett hva de pårørende mener, fordi det ikke foreligger eksplisitt samtykke (feil). 6 % tror at det er behandlende lege som tar denne avgjørelsen helt autonomt (feil).

Hva slags system ønsker folk seg?

Når det gjelder hvordan systemet bør være, mener 46 % at organdonasjon bør være standard med mulighet for å melde seg ut (opt-out), mens 28 % mener det bør kreve aktivt samtykke (opt-in). Dette stemmer godt med våre observasjoner, der vi ser at svært mange mener at dette bør være standarden, og at et positivt standpunkt til organdonasjon automatisk skal medføre donasjon. Dette viser at majoriteten av befolkningen ikke helt har forstått hvordan samtykkesystemet fungerer her i landet, hvilket er basert på presumert samtykke. Dette kan være et resultat av vår kommunikasjon og fokus på Donorkortet – som kan gi et inntrykk av at det er nødt med «innmelding» (les: fyll ut Donorkortet), for å bli organdonor i Norge (opt-in). De siste årene har vi endret retorikken på dette området, mer i retning av «gjør din vilje kjent», og «del ditt ja». Samtalen er fremdeles den viktigste komponenten i et samtykke, og gjør samtalen donorpersonell tar med de

pårørende ved en eventuell donasjon litt lettere. 13 % av de spurte mener det er familien/de pårørende som helt og holdent bør ta denne avgjørelsen.

Politisk ståsted og organdonasjon

Når det gjelder sammenhengen mellom politisk overbevisning og holdninger til organdonasjon, bekrefter resultatene inntrykket vi lenge har hatt av at organdonasjon er noe som anses som positivt omtrent uansett hvor på den politiske skalaen man står. Generelt er majoriteten i de fleste partier for organdonasjon, men noe høyere på venstresiden. Svært få er uttalt negative (i snitt mellom 1–3 %). Hele 95 % av dem som stemmer MDG er positive, mot 70 % for Frp. Ap og Høyre havner på henholdsvis 87 og 81 %. Nederst kommer partiet Konservativt der kun 55 % er positive og hele 30 % uttalt negative (her var utvalget lavt, n=6, så trolig ikke statistisk signifikant. Blant de store partiene er det Frp-ere som er mest usikre: I denne gruppen oppgir 23 % å ikke ha tatt et standpunkt til hva som skal skje med deres organer etter at de har gått bort. Krf kommer på andreplass her med 19 %.

Donorkort™ – bekreftelsen på samtalen

Har du fylt ut Donorkort™ bekrefter du der at dine nærmeste kjenner ditt standpunkt. Likevel er det mange som unngår å gi denne informasjonen videre. Når de pårørende ikke kjenner avdødes holdning til organdonasjon, kan dette påvirke utfallet av donasjonssamtalen. For å sikre at din rettighet til å donere blir ivaretatt, er det derfor viktig at dine pårørende kan bekrefte din vilje.

Donorkort™ på helsenorge.no

Donorkort™ på helsenorge.no ble lansert i 2018, og ble utviklet av Direktoratet for e-helse sammen med Stiftelsen Organdonasjon og LNT. Der kan man også legge til en eller to personer som kjenner ditt standpunkt til organdonasjon. Slik kan helsepersonell enkelt se om pasienten er positiv til organdonasjon, og om de pårørende er informert.

Helsenorge.no er nå det foretrukne stedet for utfylling av Donorkort. Totalt fylte 59 789 nordmenn ut sitt Donorkort™ på hele Norges helseplattform i 2024. Dette er en oppgang på 6,8 prosent fra 2023 (55 727). Samtidig er dette nesten dobbelt så høyt som antallet som lastet ned Donorkort™ som app til telefonen i 2024 (32 285). Flertallet av nye Donorkort-registreringer skjer nå via helsenorge.no, mens resten fordeler seg mellom appen, det fysiske kortet, og en utskrivbar versjon.

Ved utgangen av 2024 har til sammen 686 289 nordmenn fylt ut Donorkort™ på helsenorge.no. Dette er et godt tall, og noe høyere enn opprinnelig antatt, men fremdeles langt under der vi bør være. Når vi ser på resultatene fra vår opinionsundersøkelse*, er nærmere 4,2 millioner nordmenn positive til organdonasjon. Donorkort™ på helsenorge.no viser derfor ikke befolkningens reelle holdning til organdonasjon. Et annet problem, som vi også ser i app-versjonen, er at alt for få fører opp – og informerer – sine nærmeste når de fyller ut Donorkort™.

Det er i dag Norsk helsenett som drifter løsningen, og leverer statistikk til oss.

Donorkort™ som app til mobilen

Appen for Donorkort™, som lar brukere melde seg som organdonorer via sin egen mobil, ble introdusert i 2011 og har siden blitt nedlastet over en halv million ganger. I løpet av 2024 lastet 32 285 unike brukere ned sitt Donorkort™ på telefonen, noe som er en oppgang på 8,2% fra 2023 (29 634). Den brå nedgangen i app-bruken vi så rett etter at Donorkortet ble introdusert, har nå stabilisert seg. Nå utgjør den omtrent halvparten av Donorkortet i kjernejournalen/Helsenorge.

I løpet av 2024 ble det utført større vedlikeholdsarbeid med Android-versjonen. Denne skal nå være enda mer robust for eldre telefoner, og de helt nyeste.

Donorkort™ som fysisk kort

Det tradisjonelle Donorkort™, som er tilgjengelig i brosjyren «Organdonasjon redder liv», blir nå i stadig større grad erstattet av digitale valgmuligheter. Det er en nedgang i antallet Donorkort™ som distribueres til apotek og legekontorer. Det ser ut til at det etter pandemien stadig er færre venteværelser som har brosjyrer og blader fremme. I løpet av 2024 ble det distribuert omtrent 69 500 donorkortbrosjyrer. Dette er masseutsendelser til alt fra apotek, legekontor, frivillige på Donasjonsuka og Valentinsdagen, undervisningskonsulenter, med mer. Vi vet ikke med sikkerhet hvor mange av disse donorkortene som faktisk ender i folks lommebøker.

Det fysiske kortet vil nok fremover spille en mindre viktig rolle, parallelt med at samfunnet blir stadig mer digitalisert. Mange har i dag ikke lommebok, men har alle sine kort på mobiltelefonen. Spesielt innføringen av førerkortet i digitalt format har fremskyndet denne utviklingen. I tillegg er det også et miljøperspektiv: Brosjyren og kortet inneholder både papir og plast, og er ressurskrevende å fremstille. Det jobbes med å finne et bedre alternativ som kan gi oppmerksomhet om organdonasjon på apoteker og legekontorer, men som har fokus på digital utfylling av kortet.

Organdonasjon i media – en viktig kanal

En svært viktig del av vårt informasjonsarbeid er knyttet opp mot redaksjonelle medier. Vi samarbeider med journalister over hele landet, fra de store riksdekkende mediene, til de små, lokale publikasjonene. Dette når ut til grupper vi ikke nødvendigvis når i egne, eller betalte kanaler.

Etter nokså tøffe tider i kjølvannet av pandemien, opplevde på ny økt interesse fra journalistene i 2024. Det har vært mye skrevet om organdonasjon, og flere saker som går i dybden, med gode caser. Mange sterke historier, spesielt i lokal- og regionaviser som generelt har gode lesertall. Også ukebladene og nyhetssteder hadde mange gode saker i 2024. Gode eksempler er [nyresyke Britt](#), [Shakil som mistet sin kone på venteliste](#) og [Stina Nordine, som har gjort mye for saken](#).

I 2024 registrerte vi 1152 unike saker i redaksjonelle medier (trykte og nett) som omtalte organdonasjon, transplantasjon eller Stiftelsen Organdonasjon. Dette utgjør i snitt tre saker om dagen, og ga omtrent 26 millioner eksponeringer (det vil si summen av potensiell rekkevidde av hver enkelt sak – eller totalt antall lesinger). Stadig oftere går samme sak ut til en lang rekke aviser innenfor samme mediekonsern, som for eksempel Amedia eller Schibsted. Dette er av stor verdi for eksponeringen av saken.

I NRK var det flere TV-innslag i løpet av året, blant annet en større sak på Dagsrevyen i januar om en [familie som mistet sin 12 år gamle sønn](#), og selv måtte ta opp spørsmålet om organdonasjon. Her ble også vår tidligere ansatt Yina intervjuet live i studio i beste sendetid.

I løpet av vinteren kom en rekke saker med fokus på at bedre organisering må til, som vi har jobbet sammen med OUS om. Flere gode kronikker og artikler i Dagens Medisin, TV-innslag på NRK og ikke minst ble vår pressemelding «Tidligere best i Norden, men ikke nå lenger» plukket opp av NTB i begynnelsen av januar, noe ga mye oppmerksomhet.

[Lille Cerines sterke historie](#) fikk stor rekkevidde. Historien om den livsglade jenta som fikk kreft med spredning til leveren bare to år gammel, ble først omtalt av TV2 (tv og nett) og spredde seg deretter til flere medier (åtte saker).

I begynnelsen av februar kunne en lang rekke medier melde at Danmark nå ønsker å endre sitt samtykkesystem til opt-out. Mange bet seg merke i dette, og nok en gang kom mange, med mindre kjennskap til saken, på banen og etterlyste det samme i Norge. Vi gikk deretter ut med et tilsvarende svar for å klargjøre situasjonen ytterligere. [Dette kan leses her](#).

Blant sakene som fikk mye oppmerksomhet var nyheten om første transplantasjon av [grisenyre til en levende pasient i slutten av mars](#). Dette ble behørig dekket av en lang rekke nasjonale og lokale medier. Da pasienten

døde drøye to måneder senere, ble dette lite nevnt. En annen sak som ble mye lest var på nrk.no om ulike årsaker til at [folk sier nei til organdonasjon](#), blant annet et psykologisk fenomen kalt «omission bias».

Dagsavisen skrev en [større sak om Shakil Malik](#), vår undervisningskonsulent og ressursperson, som mistet sin kone mens hun ventet på lunger. 25 juni skrev Aftenposten om den bekymringsfulle utviklingen i nyredonasjon, «[Den store nyrekollapsen](#)», som også ble publisert i alle Schibsted-avisene. Det har også vært flere andre saker om dette temaet. I tillegg har det også vært flere kritiske saker om feilbehandling, altså transplantasjoner som ikke har gått etter planen, blant annet [NRK-saken om Ole Kasper](#) og [Sigrun, som døde etter levertransplantasjon](#). [Pressemeldingen vår](#) med transplantasjons- og donasjonstall for andre kvartal, med gladnyheten om at flere har fått nyre, fikk meget god dekning og ble blant annet tatt inn av NTB og en rekke aviser.

En del oppfølgingssaker etter [pressemeldingen for Donasjonsuka](#) der fokus var på organisering, og at mange positive ikke har delt sitt standpunkt. Helseministeren var med og frontet saken. Det ble et sterkt innslag om [Andre, søstrene Magnusdal og Vestre](#) på 21-nyhetene samt tv2.no i kjølvannet av Donasjonsuka. 28. september publiserte Aftenposten (og deretter flere andre Schibsted-aviser) saken om [seks uker gamle Saga](#), som døde av en komplisert hjernebetennelse. Foreldre hennes fikk beskjed om at organdonasjon ikke var mulig, til tross for at de ønsket dette. Problemstillingen har vært jobbet lenge med i samarbeid med barnekardiologisk avdeling på OUS Rikshospitalet. Saken har ikke avstedkommet noen store reaksjoner, i motsetning til hva det medisinske miljøet var redd for.

Første juledag var vi med på Reklamefrie dager, både på TV og radio. Filmen vår «*Jakten på gjerdesitterne*» med Jon Almaas ble vist på TV Norge (Discovery). Radiospott-serien vår «*Den andre siden*», som på en humoristisk måte sier at du ikke trenger organene dine hverken i himmelen, nirvana eller Vallhall, ble spilt av på flere radiokanaler, blant annet: Bauer media (Radio Norge, Rox, m.fl.) Radio Metro, Nea, Radio, Viaplay-gruppen (P4, P5, m.fl.), samt JRG.

Våre nettsider

Våre nettsider skal gi befolkningen god kunnskap om organdonasjon og gjøre dem trygge på temaet, så de velger et ja til organdonasjon som de deler med sine nærmeste. Historiene er viktige i formidlingen av temaet, og er derfor viet stor plass.

Våre mål med nettsidene:

- Være hovedkilden til informasjon om organdonasjon.
- Tilby enkel og korrekt informasjon om de mest stilte spørsmålene om organdonasjon.
- Høy plassering i søkemotorresultater ved spørsmål om organdonasjon.
- Forenkle informasjonssøk og forståelse på nettsiden.
- Få frem viktigheten av å bli organdonor - og hvordan man blir det.
- Være en ressurs for presse og andre som etterspør informasjon og statistikk
- Det skal være lett å dele informasjonen videre i sosiale medier og andre kanaler.

Nettrafikk

I 2024 oppnådde organdonasjon.no totalt 206 679 visninger, som er en liten økning (ca. 1 %) fra 2023. Nettsiden hadde 126 232 besøkende. Trafikken hadde flere topper i løpet av året.

Den mest sette siden er fremdeles [Donorkort-siden](#), som vi stort sett lenker til i all annonsering og materiell (86257 visninger). Deretter landingssiden til [veldigighetsturneringen Wright Invitational](#), der vi har annonsert mye i både sosiale og tradisjonelle medier. Ulike sider fra spørsmål og svar-sidene våre dekker mange av de påfølgende plassene. Janne Gripheims [blogginlegg om livet på transplantasjonsavdelingen](#) ble også godt lest, hele 1841 ganger, og er vårt mest leste blogginlegg i 2024.

Sosiale medier og annonsekanaler

Sosiale medier premierer interaksjon, og interaksjon gir rekkevidde. Derfor er innhold som engasjerer viktigere enn noen gang. I 2023 ansatte vi en innholdsprodusent, som primært skulle lage innhold til våre viktigste kanaler, Facebook, Instagram og TikTok. Dette ga umiddelbart resultater, som vi har sett gjennom hele 2024.

Facebook

Facebook er vår mest betydningsfulle plattform, der en dedikert gruppe følgere aktivt deler vårt budskap. Mange har en personlig tilknytning til saken, men vi ser også økende støtte fra andre engasjerte brukere. Hovedvekten av våre følgere er kvinner, hvor flest er mellom 45-54 år (20 %), etterfulgt av aldersgruppen 35-44 år (18 %). De øvrige gruppene er jevnt representert. For å opprettholde engasjementet satser vi på relevant og engasjerende innhold, selv om det krever stadig større ressurser å nå ut. Innholdsmessig er det nokså variert på kanalen, som fungerer i stor grad som en «oppslagstavle» for alt som har med organdonasjon å gjøre. I 2024 nådde vi ut til hele 2,4 millioner unike Facebook-brukere (1 millioner høyere enn i 2023!), noe som ga totalt 5,6 millioner visninger av innholdet vårt, og hele 162 500 interaksjoner med det! Dette er en betydelig rekkevidde, tatt i betraktning at rundt 2,3 millioner nordmenn bruker Facebook aktivt, og det er omtrent 3,5 millioner norske Facebook-kontoer totalt (2024-tall).

Innholdet vårt ble konsumert av omtrent like mange følgere som ikke-følgere, og andelen betalt og ubetalt rekkevidde var også 50-50. Antall følgere ligger for tiden på 260 000 og de som liker siden er 277 500.

TikTok

Vår store satsning på den relativt nye kanalen TikTok har gitt resultater. Med en innholdsrådgiver som har produsert innhold og moderert denne kanalen effektivt, økte vi raskt antallet visninger fra oppstarten august 2023. I 2024 var fasit 2,5 millioner videoavspillinger og vi nådde tilsammen 2,4 millioner brukere. Dette avstedkom over 200 830 likes 11 836 delinger, og 13 604 kommentarer. Alt dette: Helt ubetalt, og med stort sett egenprodusert innhold. Og publikumet er svært verdifullt. Dette er en gruppe som nå mer eller mindre har forlatt mange av de tradisjonelle sosiale mediene, og som vi i svært liten grad når gjennom f.eks. Facebook, Instagram og ikke minst – redaksjonelle medier.

I 2024 var 47 % av publikumet vårt på denne plattformen i alderen 18–24, 27% mellom 25 og 34, og deretter ser vi en brå nedgang i de øvrige aldersgruppene.

Filmen med [levertransplanterte Isabelles sterke historie](#), relativt nøktern i formen, gikk viralt – og ga 1,4 millioner visninger (!) 139 000 likes, og nærmere 1 800 kommentarer. Dette er helt utrolige tall!

I tillegg til egenprodusert innhold, har vi også jobbet med en ekstern ressurs: Dennis Siva Lie er programleder, vitenskapsformidler og foredragsholder, og først og fremst kjent for de yngre fra NRKs Newton. Han og kameraten Stian Sandø, produserte en serie på ti kortfilmer til TikTok-kanalen vår, der de tok for seg de vanligste spørsmål og myter om organdonasjon. Serien gjorde det generelt bra, med den omdiskuterte episoden «Sian» som et høydepunkt, der han konfronterer en SIAN-leder «på direkten» og lurte på om denne ville mottatt et livreddende organ fra en muslim. [Episoden ligger ute her.](#)

Vi er fremdeles i en læringsfase når det gjelder denne plattformen. Her kan man ikke ta noe for gitt, og det er svært vanskelig å forutse hva som kommer til å få dårlig spredning, og hva som vil gå viralt. Antall følgere har liten betydning på TikTok. Her styrer algoritmene hva som når hvem og ikke.

Instagram

På vår Instagram-konto deler vi innhold med primært fokus på det visuelle. De sterke historiene om organdonasjon og menneskene som har opplevd dem, og kampanjer og aktiviteter. Dette er en viktig plattform for å holde kontakt med følgerne våre, og ikke minst skape nye relasjoner med støttespillere, samarbeidspartnere, kjendiser og influensere. Vi deler mye Reels, som er det stående video-formatet. Isabelle-videoen fra TikTok, gikk også meget bra også her.

Vi jobber med å øke tilhengermassen på Instagram, og har pr. 31.12.24 over 13 500 følgere. Over 486 100 Instagram-brukere fikk med seg noe av vårt innhold i 2024, hvilket er en dobling fra foregående år!

Andre sosiale medier

LinkedIn bruker vi stadig oftere til å dele nyhetssaker og kampanjer, men er også en kanal til rekruttering, samt knytte oss opp mot næringslivet, potensielle sponsorer og andre kontakter og samarbeidspartnere.

På YouTube deler vi fortløpende alt vårt filmmateriell. Her finner man det meste av filmer vi bruker, blant annet på våre nettsider. Vi har liten direkte trafikk til kanalen. Det meste som blir sett, kommer fra lenker og filmer som er innebygd på ulike nettsider.

Vi er i ferd med å fase ut X (tidligere Twitter). Dette er en kanal som fungerer dårlige for oss, gir relativt lav rekkevidde og tidvis mye polemikk med enkeltpersoner med sterke meninger. Mye av det innholdet vi delte på Twitter før, er nå flyttet til LinkedIn.

Annonsering

Google Grants

Gjennom Googles annonseringsprogram «Google Grant» kjører vi året rundt gratis søkeannonsering. Dette er annonser som kommer opp over de organiske (ubetalte) treffene når man søker etter noe på Google. Disse annonsene er et meget godt tilskudd til organiske treff, der Stiftelsen Organdonasjon som regel ligger øverst, og det gir oss og saken enda bedre eksponering i det som er verdens største – og viktigste søkemotor. Totalt hadde Google-annonsene våre samlet omtrent 4470 visninger og 1200 klikk. Dette til en samlet verdi av rundt 8 000 norske kroner som vi altså får helt gratis av Google. Summen kunne vært langt høyere, men begrenses av Googles makspris pr. treff. De vanligste søketermene er «bli organdonor» og «donorkort».

Print-annonsering i blader og aviser

Print-annonsering er noe vi benytter stadig mindre da det er kostbart å benytte, det har ofte en begrenset levetid, og det kan være vanskelig å måle effekten på tiltaket alene. Samtidig er det noen målgrupper formatet egner seg bedre på å annonsere mot enn andre, som f.eks. høyere aldersgrupper og i forbindelse med branding. Da kan blader som «Pensjonisten» og «Vi over 60» egne seg, og dette er noe av annonseringen mot denne målgruppen vi benyttes oss av i 2024. I tillegg benyttet vi oss også av print-annonsering i forbindelse med påskeferien, og hadde en helsides annonse i A-magasinet.

Vi får som regel sterkt rabatterte priser, som i snitt ligger på mellom 5 og 20 prosent av normalpris. Disse kampanjene ble utarbeidet av Stiftelsen Organdonasjon, men selve annonseringen ble finansiert av gaveinntekter.

Radio og TV

Vi fortsetter å bruke radioreklame, og da primært serien med radiospotserien «Den andre siden». Med radioreklamen når også en større andel menn. Radiospottene er blitt kjørt i P4-gruppen (P4 Radio Hele Norge, P5 Hits, P6 Rock, P7 Klem, P8 Pop, P9 Retro, P10 Country, NRJ Norge, samt nettkanalen P11 Bandit) og Bauer media (Radio Norge, Radio 1, P24-7 mix, Radio topp 40, Kiss, Norsk Pop, Radio Rock og Radio Vinyl).

Lyttertall radio:

Disse kampanjene på radio er finansiert av gaveinntekter.

- Bauer media. Donasjonsuka «Dette er en viktig melding – «ikke sitt på gjerdet» ca. 500 000
- P4-gruppen, Donasjonsuka «Dette er en viktig melding – «ikke sitt på gjerdet» ca. 500 000

Reklamefrie dager

Reklamefrie dager er Langfredag, 1. påskedag, 1. pinsedag og 1. juledag. I 2024 ble radiospottene «På den andre siden» sendt av P4-gruppen og Bauer både jul og påske. I tillegg tok Norsk lokalradioforening og Radio Grenland den inn. 1. juledag sendte TVNorge «Ikke sitt på gjerdet» med Jon Almaas, kampanjefilmen fra Donasjonsuka.

Politisk arbeid

Stiftelsen Organdonasjon arbeider for at det engasjementet de politiske partiene viser for å fremme organdonasjon, er bygget på god kjennskap til virksomheten og de utfordringene vi står overfor. Derfor arbeider vi aktivt med helsepolitikk og tilbyr vår kompetanse på temaet. Stiftelsen Organdonasjon er partinøytral.

Vi setter pris på initiativer som fremmer donasjonsraten, uansett partitilhørighet. I løpet av året henvender vi oss til en rekke politiske partier med problemstillinger og løsninger. I møter får vi anledning til å utdype og drøfte, og sammen finne gode tiltak.

Møte med helse- og omsorgsministeren

8. august 2024 var daglig leder Hege Lundin Kuhle og informasjonssjef Aleksander Sekowski i møte med Helse- og omsorgsminister Jan Christian Vestre. I møtet ble det løftet hva som vil bidra til å øke donasjonsratene i Norge: bedre organisering av donasjonsvirksomheten på sykehusene, samt en opplyst og positiv befolkning.

Høring 15. oktober

Stiftelsen får midler over Statsbudsjettet som tidligere år, men reelt sett innebærer det en nedgang sett mot prisvekst i samfunnet. Daglig leder problematiserte dette i høring i helse- og omsorgskomiteén 15. oktober. En nyrepasient i dialyse koster samfunnet rundt 730 000 hvert eneste år. Etter en transplantasjon vil vedkommende koste rundt 80 000 i året. Pasienten vil i mange tilfeller også kunne tilbakeføres til arbeidslivet, noe som vil spare samfunnet ytterligere og samtidig bedre livskvaliteten til den enkelte og pårørende. Støtte til arbeidet kan bidra til at flere liv reddes.

Lenke til høring: <https://www.stortinget.no/no/Hva-skjer-pa-Stortinget/videoarkiv/Arkiv-TV-sendinger/?h=10005173&dateid=10005484&del=6&rtid=164106&msid=0>

Spørretimen 16. oktober

Daglig leder problematiserte dette i høring i helse- og omsorgskomiteén. Bård Hoksrud (Frp) fremmet spørsmål i Spørretimen på Stortinget 16. oktober hvorfor ikke det bevilges mer midler til opplysningsarbeidet om organdonasjon i befolkningen. Statsråden Jan Christian Vestre berømmet Stiftelsens arbeid i sitt tilsvarende, men noen sikrere finansiering ville han ikke gi. Midlene Stiftelsen Organdonasjon får over Statsbudsjettet har ikke blitt regulert på flere år. Dette har i realiteten ført til en reduksjon i de tilgjengelige ressursene, noe som påvirker stiftelsens muligheter i sitt arbeid. Lenke til Spørretimen: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Referater/Stortinget/2024-2025/refs-202425-10-16?m=2#112243-1-2>

Kampanjer og prosjekter

Valentinsdagen 2024 – Know your darling

14. februar 2024 markerte Stiftelsen Organdonasjon Valentinsdagen, med å ha fokus på det største kjærlighetsbudskapet av dem alle: Det å si ja til organdonasjon. For niende år på rad benyttet vi Valentinsdagen til å skape oppmerksomhet om organdonasjon.

Om kampanjen

I kampanjen oppfordret vi nordmenn til å bli bedre kjent med sin partner. Både når det gjelder de små – og de store tingene. Over to millioner nordmenn lever i et parforhold. Da er man også hverandres hovedpårørende. Det kan innebære at man må bekrefte viktige opplysninger om hverandre ved en akutt situasjon på sykehuset. Også standpunkt til organdonasjon.

Bare halvparten av alle dem som er positive til organdonasjon, har informert sine nærmeste pårørende om dette direkte, viser en undersøkelse fra 2022*. I en annen undersøkelse** oppgir kun 41 prosent av de spurte at de kjenner sine pårørendes standpunkt til organdonasjon.

Frivillighet

Frivillighet var en sentral komponent i kampanjen, og vi opplevde rekordmange bestillinger av materiellpakker fra enkeltpersoner. Totalt 317 materiellpakker ble bestilt, i tillegg til 145 materiellpakker som ble distribuert til alle landets Elkjøp-filialer og 35 materiellpakker til Sykehusapotekene. Disse pakkene inneholdt midlertidige tatoveringer, plakater, Donorkort™, flerspråklige brosjyrer og et følgebrev. Spesielt populære var tatoveringene, som skapte frivillig engasjement også i sosiale medier.

Samtalestarter

En utvidelse av kampanjen var produksjonen av samtalekort, en kortstokk som bestod av 51 kort med spørsmål som par kan stille hverandre for å bli bedre kjent. Ett av spørsmålene omhandlet organdonasjon, og målet var å lage et positivt rom for samtalen rundt temaet. Samtalekortene ble produsert i et begrenset opplag og brukt som premier i konkurranser i sosiale medier og blant våre frivillige.

Markedsføring

Vedrørende markedsføringstiltak gjennomførte vi kampanje i sosiale medier, og en kampanje på skjermer i venterom på legekontorer over hele landet. I tillegg hadde vi banner-annonsering på VG.no. Kampanjen ble også delt i nyhetsbrevet til Elkjøp, med 1,2 millioner mottagere. Videre delte influenser Tale Marie Krohn Engvik, også kjent som Helsesista, samt TV- og radioaktuelle Siri Kristiansen (ca. 60 000 følgere), informasjon om kampanjen i sine sosiale medier. Kristiansen på en Instagram-story, og Engvik både på Instagram (ca. 60 000 følgere) og Snapchat.

Antall potensielt eksponert for kampanjen av betalt annonsering

Rekkevidde sosiale medier: Facebook og Instagram: 384 300

VG-banner rekkevidde: 531 778 (antall unike nådd)

**) Gjennomført av Norstat på oppdrag av Stiftelsen Organdonasjon, 14.09.23-21.09.23, web-omnibus, representativt utvalg av befolkningen, n=1050*

****) Gjennomført av YouGov/IUM på oppdrag av Stiftelsen Organdonasjon, november 2018, web-omnibus, representativt utvalg av befolkningen, n=1008*

«Ikke sitt på gjerdet» – Donasjonsuka 2024

Donasjonsuka 2024 ble gjennomført 16.–24. september, og temaet for uken var å få flere av dem som er positive til organdonasjon til å gjøre noe med sitt standpunkt.

Kampanjen

Kampanjen fokuserte på alle dem som er positive til organdonasjon, men som ennå ikke har gjort noe med sitt standpunkt. Åtte av ti nordmenn er positive til organdonasjon, men i en undersøkelse fra 2023 oppgir hele 33 prosent av dem at de ikke har gjort noe med sitt standpunkt. Det vil si at de hverken har informert sine nærmeste eller fylt ut et Donorkort™. Dette utgjør rundt 1,4 millioner nordmenn. Med kampanjen «Ikke sitt på gjerdet» ønsket vi å nå ut til «gjerdesitterne». Målet var å få så mange som mulig til å gjøre sitt standpunkt kjent for familien, og fylle ut et Donorkort™, i overført betydning å hoppe ned fra gjerdet. Kampanjen ble utarbeidet i samarbeid med reklamebyrået WAL i 2023.

Reklamefilm med Jon Almaas:

I forbindelse med kampanjen stilte Jon Almaas opp i en reklamefilm for Stiftelsen Organdonasjon, hvor han på Oslo S oppsøkte forbipasserende og stilte spørsmål rundt hvorfor de fortsatt «sitter på gjerdet». Filmene ble produsert i 2023 og gjenbrukt i kampanjen for 2024. De ble publisert i sosiale medier, samt avspilt på Discovery under Reklamefrie dager 1. påskedag og 1. juledag 2024.

Frivillighet

Over 400 materiellpakker ble sendt ut til frivillige over hele landet. Sykehusapotekene var også med på markeringen og fikk tilsendt materiellpakke til alle sine apotek. Pakkene inneholdt blant annet «gerilja-plakater» som mottakerne ble oppfordret til å henge på gjerder i sitt nærmiljø hvor de hadde tillatelse til å gjøre dette.

Markedsføring

Vi gjennomførte organisk og betalt annonsering i sosiale medier, primært Facebook og Instagram. Annonsering i sosiale medier.

Rekkevidde: Totalt hadde vi ca. 1,6 millioner visninger av innholdet vårt på Facebook og Instagram i forbindelse med Donasjonsuka. Rundt 40 prosent av dette var organisk og resten betalt (annonser). Dette ga rundt 14 000 interaksjoner med innholdet.

Kampanjefilm med budskapet ble vist på skjermer på over 600 legekontor i en periode på en måned. Estimert antall personer eksponert for visningen: 1 000 000.

Gjennom JCDecaux oppfordret vi nordmenn til å «hoppe ned fra gjerdet» på utendørskjermer og -montere (digitalt og analogt) i flere norske storbyer. Dette var primært tog- og t-banestasjoner. Samlet rekkevidde her er estimert til 3,73 millioner.

Pressestunt med helseministeren

Tirsdag 17. september 2024 i Donasjonsuka møtte Aleksander Sekowski og Cathrine Kildal fra Stiftelsen Organdonasjon helseminister Jan-Christian Vestre hjemme hos lungetransplanterte André Tøgersen på Røa i Oslo. TV2 var også til stede og intervjuet Tøgersen og helseministeren. Dette ble et innslag på TV2 nyhetene med fokus på betydningen av organdonasjon for dem som trenger det. Vestre spilte også inn en film til deling i sosiale medier om hvor enkelt det er å bli organdonor som ble delt som innlegg på Helse- og omsorgsdepartementets Facebook- og Instagram-profil.

Annen aktivitet

Innlegg om organdonasjon under Intensivkongressen arrangert av Intensivsykepleierne NSF i Sarpsborg 20. september, ved markedsansvarlig Cathrine Kildal. Dette er videre omtalt under kapittel *Samarbeid med helsetjenesten*.

**) Gjennomført med Norstat, 1051 respondenter, representativt for Norge i alderen 15+. Undersøkelsen er gjennomført i tidsrommet 26.11.24 til 04.12.24 på web via Norstat sitt webpanel.*

Påskekampanje

I slutten av februar satte vi i gang en frivillig aktivitet som var tilpasset påsken. Vi oppfordret frivillige til å bestille en materiellpakke med skistopper til utdeling i skiløypa for å skape oppmerksomhet om temaet i en tid hvor mange er sammen med sine nære og kjære.

Denne aktiviteten ble utrolig godt mottatt – vi mottok over 100 påmeldinger og måtte stenge påmeldingen etter bare noen få timer, kun etter et organisk (ikke betalt) innlegg på Facebook og Instagram.

Idrettsarrangementer og organdonasjon

NTN – Norgesmesterskap for transplanterte og nyresyke 2024

Helgen 6.–8. september ble tidenes første Norgesmesterskap for transplanterte og nyresyke arrangert, et initiativ ledet av Landsforeningen for nyrepasienter og transplanterte (LNT) i samarbeid med LHL Transplantert og Stiftelsen Organdonasjon.

Stiftelsen Organdonasjon sin rolle inn i dette var å bidra med utvikling av visuell profil og innhold til sosiale medier for å fremme arrangementet og øke bevisstheten rundt organdonasjon. Dette samarbeidet bidro til å gjøre arrangementet synlig og engasjerende, og var en viktig del av den brede formidlingen av NM.

Totalt deltok 45 personer i konkurransen, som inkluderte både nyresyke og personer som har gjennomgått nyre-, lever-, pancreas-, hjerte- og lungetransplantasjoner. Arrangementet fikk pressedekning gjennom en reportasje på NRK Nyheter. Prosjektet ble støttet av Stiftelsen Dam, og det var LNT som stod som søker av prosjektmidlene til arrangementet.

Trondheim Maraton

Som en del av vårt kontinuerlige arbeid for å øke bevisstheten rundt organdonasjon, deltok vi også i 2024 som veldedig samarbeidspartner for Trondheim Maraton, som fant sted den 7. september. Dette arrangementet ga oss en verdifull mulighet til å skape synlighet rundt organdonasjon for både løpere og tilskuere i Trondheim sentrum.

Vi var til stede med en stand på Trondheim Torg, hvor en av våre dedikerte frivillige Ida Goksøyr, delte ut Donorkort™ samt profileringsartikler som armbånd og buffer. Standen fikk god oppmerksomhet gjennom dagen, og Ida kom i kontakt med mange mennesker som viste interesse for organdonasjon.

I tillegg til standen hadde vi også flere deltakere som løp på våre vegne, iført vår grønne donor t-skjorter. Blant disse var levertransplanterte Bastian Fjelnsset, sammen med flere andre, som bidro til å synliggjøre vårt budskap i løypa.

Hjerteløpet 5K

Stiftelsen Organdonasjon var mottaker av midler fra Hjerteløpet 5K, et inkluderende mosjonsløp arrangert av Boehringer Ingelheim med fokus på folkehelse. Løpet ble avholdt torsdag 24. oktober i Holmenkollen i Oslo, og nærmere 300 deltakere valgte å løpe eller gå 3 eller 5 km for å støtte organdonasjon og hjertehelse. Det var gratis å delta, og Boehringer Ingelheim donerte 100 kroner pr. deltaker som deltok. Summen ble delt på Stiftelsen Organdonasjon og pasientforeningen Voksne med medfødt hjertefeil.

Stiftelsen Organdonasjon var til stede med stand, og delte ut svettebånd og Donorkort™. Deltakere som hjertetransplanterte Tonje Rolland, og levertransplanterte Alf Normann løp i grønne t-skjorter for organdonasjon. Arrangementet bidro ikke bare til fysisk aktivitet, men også til å øke bevisstheten rundt organdonasjon.

Golfturneringer til inntekt for organdonasjon

I dag er golf en sport som samler mange aldersgrupper og miljøer. Dette er en god arena å nå ut til en rekke mennesker, og blant dem mange menn med budskapet om hva det betyr å si ja til organdonasjon. Spesielt virkningsfullt blir det da at de som står bak er to som selv er direkte berørt av temaet, og for oss gode samarbeidspartnere.

Jarle 1212 – Losby Golfklubb

Den sjette utgaven av veldedighetsturneringen «Jarle 1212» ble gjennomført lørdag 12. juni 2024 på Losby golfklubb. Nok en gang ble 121 121 kroner samlet inn til støtte for de som venter på et nytt organ.

Historien bak turneringen begynte da Jarle Kristiansen i 2016 fikk nyresvikt og plassert på venteliste for en ny nyre. Golf ble hans støtte gjennom denne perioden, og etter 1212 dager på venteliste fikk han endelig en nyre, og med det livet tilbake. Henrik Nicolai Ovenberg, en nær venn av Jarle, tok initiativet til turneringen, og tallet 1212 i navnet viser til antall dager Kristiansen ventet på det livreddende organet. Jarle 1212 er åpen for golfere på alle nivåer. Totalt deltok 180 golfspillere denne dagen. Stiftelsen Organdonasjon hadde stand der det ble konkurranser og informasjon om organdonasjon, og dagen ble dokumentert i sosiale medier.

Turneringen har en god rekkevidde, spesielt blant unge menn, og gir oss en verdifull mulighet til å spre bevissthet om organdonasjon til denne målgruppen. Samtidig muliggjør innsamlede midler flere aktiviteter.

Wright Invitational – Kragerø Golfklubb

Den profilerte veldedige golfturneringen «Wright Invitational 2024» gikk av stabelen lørdag 7. juli. Turneringen ble først arrangert i 2022 og har siden den gang skapt stor oppmerksomhet i målgruppen menn. Bak arrangementet står den profesjonelle golfspilleren og tidligere norgesmesteren Kevin Wright. Turneringen, som fant sted på Kragerø golfklubb, har et viktig formål – Wright, som er født med en alvorlig hjertefeil og en dag vil trenge en hjertetransplantasjon, ønsker å øke bevisstheten om organdonasjon og inspirere flere til å ta stilling.

Over 3000 tilskuere fulgte med da Kevin Wright, Viktor Hovland, Jon Almaas, Kurt Nilsen, Amalie Snøløvs og en rekke andre kjente norske profiler deltok i turneringen, hvor overskuddet gikk til Stiftelsen Organdonasjons arbeid. I 2024 mottok vi en generøs sjekk på 1 million kroner – et betydelig bidrag til arbeidet med å fremme organdonasjon i Norge. I tillegg ble 500 000 kroner donert til Rikshospitalets hjertefond for forskning.

De innsamlede midlene gir oss mulighet til å gjennomføre viktige kampanjer og aktiviteter for å spre budskapet om organdonasjon til enda flere. I tillegg bidrar deltakelsen fra kjente personer i Wright Invitational – og deres innflytelse gjennom tilhengere og nettverk – til å nå nye målgrupper og skape økt bevissthet om temaet.

«Inni er vi like» – informasjon til minoritetsbefolkningen

«Inni er vi like» er et løpende prosjekt rettet mot folk med minoritetsbakgrunn. Det er behov for mer informasjon om organdonasjon til denne gruppen. Vi ønsker å øke bevisstheten om temaet slik at flere sier ja til organdonasjon.

Samarbeid med moskeer og andre

Å samarbeide med moskeene og andre steder der folk med minoritetsbakgrunn samles er viktig for å øke kunnskap og forståelse for organdonasjon. I arbeidet rettet mot denne gruppen har vi knyttet til oss en arbeidsgruppe med flere representanter fra miljøet. Det ble i 2024 avholdt to møter i arbeidsgruppen.

Konsert og fagseminar på Melahuset

Shakil Malik, som mistet sin kone Monazza på ventelister for lunger, var initiativtaker for dette seminaret som ble avholdt til minne for Monazza 15. september på Melahuset i Oslo. 180 personer med minoritetsbakgrunn

møtte opp. Vi var til stede og laget en video av arrangementet som ble delt i sosiale medier. Shakil Malik har også blitt en av våre undervisningskonsulenter, og har et stort engasjement for å nå ut med informasjon om organdonasjon til minoritetsbefolkningen.

Samarbeidsmøte 50 års jubileum

Stiftelsen Organdonasjon var invitert til å holde et innlegg om arbeidet på Norsk Nyremedisinsk forenings samarbeidsmøte. Møtet som ble avholdt 29. november på OUS Rikshospitalet, markerte også foreningens 50 års jubileum. Shakil Malik holdt også et innlegg og fortalte sin historie rundt organdonasjon.

Informasjonsfilmer om organdonasjon

Videre har vi laget to andre filmer om organdonasjon rettet mot personer med minoritetsbakgrunn. Den ene filmen lagde vi i 2020 og tar for seg genetikk ved organdonasjon blant folk med minoritetsbakgrunn. Det er nemlig slik at jo likere en donor og mottaker er genetisk, jo større er sjansen for at transplantasjonen blir vellykket. Her fikk vi med oss lege, Afzal Aslamsen som informerte fint om dette.

Se filmen med Afzal Aslamsen her: <https://www.youtube.com/watch?v=8N8Ib4HexAM>

Den andre filmen er historien om Tehmina Tahir Dar, som donerte 20 prosent av sin lever til sin da fem år gamle nevø, Adam. Han fikk akutt leversvikt, og uten en leverdonor, kunne hans liv gått tapt.

Filmene om Tehmina har blitt avspilt 1700 ganger på YouTube. I tillegg har vi gjennom en organisk (ikke-betalt) Facebook-posting nådd ca. 21 000 personer i 2023

Se filmene om Tehmina og Adam her:

<https://www.youtube.com/watch?v=SOiw-ib2irc>

Undervisning om organdonasjon

Å være ute hos skoleelever, foreninger og bedrifter for å fortelle om organdonasjon er en viktig del av vårt informasjonsarbeid. Gjennom møter ansikt til ansikt og sterke personlige historier viser vi hvordan organdonasjon kan forandre liv. Målet er en opplyst befolkning som tar informerte valg.

Våre frivillige undervisningskonsulenter

Vi har en god og samlet gjeng med frivillige undervisningskonsulenter som er del av gruppen vi kaller «Gode hjelpere». Dette er personer som har ulik tilknytning til organdonasjon, enten som transplantert, pårørende til donor, eller via arbeid i helsevesenet eller annet. Felles for alle er at de brenner for organdonasjon, og ønsker å reise rundt og undervise om temaet.

I løpet av 2024 besøkte vi 17 skoler hvor 680 elever fikk undervisning om organdonasjon. Det har tatt tid å bygge opp denne virksomheten igjen etter Korona-pandemien, men vi håper at 2025 vil bli året hvor vi nærmer oss nivået fra før pandemi igjen.

Høstseminar

Årets høstseminar for frivillige undervisningskonsulenter ble avholdt ved Olavsgaard hotell den 2.–3. november. 18 frivillige undervisningskonsulenter deltok, hvor flere var med for første gang for å lære om organdonasjon og møte andre for erfaringsutveksling.

Under seminaret delte våre frivillige undervisningskonsulenter sine erfaringer. Eileen Young Haga delte hvordan hun underviser for ulike aldersgrupper, og Shakil Malik fortalte om hvordan han underviser om organdonasjon til norsk-pakistanere. Av eksterne foredragsholdere var Lena Langgård og Dag W. Sørensen fra OUS Ullevål, samt transplantasjonskoordinator Stein Foss ved OUS Rikshospitalet til stede.

Digitalt klasserom om organdonasjon

I mars 2021 lanserte vi «Det digitale klasserommet om organdonasjon» i samarbeid med utviklingsteamet Brainify. Dette interaktive undervisningsverktøyet tilbyr en engasjerende læringsopplevelse gjennom filmer, animasjoner og bilder om organdonasjon og transplantasjon. Elevene kan utforske emnet som et spill, hvor de tjener poeng ved å svare på spørsmål og påstander om organdonasjon.

Denne digitale tilnærmingen har vist seg å være et godt supplement til tradisjonell undervisning, da det gjør det mulig å nå ut til flere skoler og elever over hele landet. I løpet av 2024 har én klasse gjennomført klasserommet. Vi har ambisjoner om å modernisere innholdet i «Det digitale klasserommet» i løpet av 2025, samt øke synligheten og tilgjengeligheten til dette undervisningsverktøyet. Ved hjelp av markedsføring ønsker vi å nå ut til skoler som det er vanskelig å nå fysisk.

Barneboka «Pappa må ha nytt hjerte»

Barneboken ble publisert i 2011 med støtte fra Stiftelsen DAM og Barns Beste. Boken forteller barn om organdonasjon og transplantasjon, og er ment til bruk der barn er pårørende. Den er skrevet av Eli Rygg og illustrert av Tone Emblemavåg. Illustrasjonene er utarbeidet i nært samarbeid med OUS, slik at de kan brukes pedagogisk.

I boken blir vi kjent med to historier der den ene er historien om en jente som følger sin pappa som venter på hjerte, og den andre er historien om en gutt som mister storebroren sin som blir donor. Målgruppen er barn i skolealder, og den fungerer som et nyttig verktøy for helsepersonell og foreldre når de skal forklare barn om dette temaet.

Boken blir distribuert gratis til sykehuspersonell for å deles ut til familier med barn. I 2024 sendte vi blant annet 100 eksemplarer av boken i forbindelse med minnemarkeringen for etterlatte av donorer, som arrangeres av OUS. For andre interesserte er den tilgjengelig for kjøp til 199 kroner ved henvendelse til Stiftelsen Organdonasjon.

Pappas hjerte på nett med oppgaver og lydbok

Boken er også tilgjengelig i digitalt format på nettstedet pappashjerte.no. Her kan historiene lyttes til, og det er også interaktive oppgaver og fargeleggingssider tilgjengelig. Denne digitale utgaven fungerer som et verdifullt verktøy for å fortelle om organdonasjon og transplantasjon, der en familie er berørt, eller en skole som ønsker å formidle temaet til klassene på en god og pedagogisk måte.

Samarbeid med helsetjenesten

Samarbeid med organisasjoner og forbund

Det er viktig at helsetjenesten har god kjennskap til befolkningens holdning til organdonasjon, samt til hvordan vi kommuniserer med allmennheten om temaet. Vi har derfor inngått gode samarbeid med Norsk forening for allmennmedisin, Helsesekretærforbundet og faggruppene for intensiv- og anestesisykepleie. Samarbeidet bidrar til økt kompetanse og synlighet gjennom utveksling av felles nettverk og erfaringer.

Vi deler løpende vårt kampanjemateriell, og informerer dem også om vårt «Fond til fagutvikling» for å stimulere til prosjekter om organdonasjon og transplantasjon. I tillegg når vi disse gruppene gjennom deres fagblader og konferanser.

Nasjonal arbeidsgruppe Oppdrag Organdonasjon

I januar 2024 fikk de regionale helseforetakene (RHF) i oppdrag å gå gjennomgå organiseringen av organdonasjon på norske sykehus. Oppdraget ble gitt i Oppdragsdokumentet fra Helse- og omsorgsdepartementet publisert 24. januar 2024. Nasjonal behandlingstjeneste for organtransplantasjon ble gitt en koordinerende rolle. RHF-ene blir i oppdraget bedt om å gjennomgå organiseringen av organdonasjonsvirksomheten ved donorsykehusene slik at det legges til rette for at alle potensielle donorer faktisk blir vurdert for organdonasjon, og vurdere tiltak for å forhindre uberettiget variasjon i donorratene mellom sykehusene og regionene. En arbeidsgruppe er nedsatt, hvor fagdirektørene fra alle regionene, samt donorpersonell fra alle sykehus er representert. Stiftelsen Organdonasjon og Landsforeningen for Nyrepasienter og Transplanterte er også representert i arbeidsgruppen Oppdrag organdonasjon. Det ble i 2024 avholdt fire møter. Rapporten skal leveres til Helse- og omsorgsdepartementet våren 2025.

Deltakelse på kongresser

Intensivkongressen ble arrangert av Intensivsykepleierne NSF i Sarpsborg 20. september. Kongressen samler intensivpersonell fra hele landet, og gir faglig påfyll til intensivsykepleiere. Stiftelsen organdonasjon var til stede ved markedsansvarlig Cathrine Kildal. Hun holdt et innlegg om holdninger til organdonasjon i befolkningen i en av parallellsesjonene. I tillegg til foredraget hadde Stiftelsen Organdonasjon en stand utenfor konferansesalen, hvor «Fond til fagutvikling» og barneboka «Pappas hjerte» ble markedsført.

Undervisning av helsepersonell

I løpet av året har vi flere ganger blitt invitert av OUS til å snakke om organdonasjon til forskjellige faggrupper der dette er relevant. Vi informerer om kampanjer og aktiviteter vi gjør rettet mot befolkningen, med mål om å gjøre folk forberedt den dagen spørsmålet om organdonasjon eventuelt skulle komme opp på sykehuset. Vi formidler også funnene fra vår årlige befolkningsundersøkelse, samt informerer om «Fond til fagutvikling» og oppfordrer alle til å søke.

Samarbeid med helsepersonell

Våren 2024 løp 40 sykepleiere Holmenkollstafetten profilert med Stiftelsen Organdonasjon sine grønne løpe t-skjorter. Sykepleierne fra følgende avdelinger var representert avdelinger for transplantasjonsmedisin, torax-, nyre- og gastromedisin.

Arendalsuka – samarbeid med OUS Avdeling for organdonasjon

14. august deltok Stiftelsen Organdonasjon og Oslo Universitetssykehus Avdeling for organdonasjon sammen med stand under Arendalsuka. Daglig leder Hege Lundin Kuhle og styreleder Nina Roland fra Stiftelsen Organdonasjon, samt leder for OUS Avdeling for organdonasjon Hanne Asak med flere av sine kollegaer var til stede for å sette fokus på organdonasjon.

Standen ble utformet som en minnemarkering med 119 hvite roser i ulike vaser som ble plassert på et bord, hvor hver rose representerte en donor som reddet liv i 2023. Disse donorene reddet til sammen 355 liv. Dette er trettende gang Arendalsuka arrangeres, en møteplass hvor politikere, ideelle organisasjoner og næringsliv diskuterer politiske utfordringer og løsninger. Med markeringen ønsket Stiftelsen Organdonasjon og OUS Avdeling for organdonasjon å øke bevisstheten om viktigheten av organdonasjon, og å løfte noen av de utfordringene fagfeltet står overfor.

Oslo Universitetssykehus er det sykehuset med flest donasjoner i Norge i året, og Avdeling for organdonasjon har spesialkompetanse på ivaretagelse av donor og de pårørende i en donasjonsprosess.

Stiftelsen Organdonasjon i toppen i omdømmekåring av organisasjoner

For første gang har PR- og kommunikasjonsbyrået Apeland gjennomført en undersøkelse om hva det norske folk mener om ulike organisasjoner. I denne undersøkelsen oppnådde Stiftelsen Organdonasjon en imponerende fjerdeplass blant 30 vurderte organisasjoner, med en score på 90 av 100 poeng. Stiftelsen Organdonasjon ble kun slått av Redningsselskapet, Kreftforeningen og Stiftelsen Norsk Luftambulans i undersøkelsen. De fire organisasjonene som topper listen, kjennetegnes av deres innsats for å redde eller forlenge liv.

Et godt omdømme er av stor betydning, ettersom det kan være med å påvirke hvorvidt befolkningen stiller seg positive til å donere sine organer eller ikke. Som en liten, privat stiftelse med omtrent seks årsverk, håndterer Stiftelsen Organdonasjon en samfunnsoppgave som angår alle. Derfor er kontinuerlig arbeid med informasjon og omdømme avgjørende. Stiftelsen har etablert tett samarbeid med det medisinske fagmiljøet, helsemyndigheter, politikere, media, og ikke minst med befolkningen. År med målrettet innsats for å informere og trygge nordmenn har gitt resultater.

Fond til fagutvikling

Vårt «Fond til fagutvikling» er et fond hvor man kan søke midler til prosjekter/studier i alle størrelser som bidrar til økt innsikt og kunnskap om organdonasjon. Fondets formål er å inspirere til nye studier og fremme faglig utvikling innen tema organdonasjon.

Med fondet vil vi stimulere til prosjekter som kan bidra til å oppfylle vår visjon om at «alle som trenger det skal få et organ». Prosjekter som støttes må ha et tema eller en problemstilling som er innenfor Stiftelsen Organdonasjons [formål](#) og virksomhetsområde. Midlene til fondet kommer fra gaveinntekter til Stiftelsen Organdonasjon. Et kvalifisert fagråd med representanter fra Oslo Universitetssykehus (OUS) og Stiftelsen Organdonasjon vurderer relevante prosjekter. Fondet er oppført i Legathåndboken og Forskningshåndboken til OUS.

Tildeling av støtte til prosjekter vurderes blant annet etter prosjektets relevans og kvalitet, og hvorvidt prosjektet vurderes som nyskapende. Ved tildeling av midler ber vi om en motytelse i form av en publisasjon, presentasjon av prosjektet eller annet som kan være aktuelt. Stiftelsen Organdonasjon forbeholder seg retten til å vise relevante prosjekter på hjemmeside og i sosiale medier, og også bruke prosjektet i dialog med presse, politikere og andre.

Kunnskapen som erverves gjennom prosjektene videreformidles til eksterne nettverk og ressurspersoner som forvalter kunnskapen der den gjør nytte.

Aktiviteter og søknader 2024

Gjennom markedsføring av fondet og tildeling av midler får vi tilgang til nye arenaer, nettverk og ressurspersoner som bidrar til økt synlighet om temaet organdonasjon.

Operasjonssykepleier Inger Juell-Mathiesen, som fikk tildelt midler i 2023, ble invitert til å holde foredrag på vårt styremøte i juni. Inger presenterte sitt masterprosjekt som belyser hvordan operasjonssykepleiere på donorsykehus opplever sin deltakelse og sitt bidrag inn i organdonasjonsprosessen, både pre-, per- og postoperativt.

Stiftelsen Organdonasjon ble i 2024 invitert til å holde foredrag samt ha stand på Intensivkongressen i Sarpsborg 20. september. Kongressen er en unik arena for å markedsføre fondet mot intensivsykepleiere, samt informere om Stiftelsens Organdonasjon sitt arbeid.

Stiftelsen Organdonasjon mottok i løpet av 2024, tre søknader, hvorav to av disse ble avslått da de ikke oppfylte vilkårene. Den siste søknaden mottok vi i desember, en søknad som omhandler norske muslimers forhold til organdonasjon. Prosjektet anses som meget spennende, og gir muligheter for verdifull innsikt i en prioritert målgruppe. Søknaden ble godkjent av vårt fagråd i januar 2025. Vi ser frem til å bruke kunnskapen fra masterprosjektet i vårt arbeid mot minoritetsbefolkningen.

Gaver og inntektsbringende arbeid

I de siste årene har gaver og inntektsbringende arbeid blitt et stadig viktigere bidrag inn i driften til stiftelsen. Gaveinntekter er en viktig inntektskilde som gir oss flere muligheter til å spre kunnskap og skape enda mer synlighet om organdonasjon ut mot befolkningen. 2024 var et spennende år hvor vi hadde fokus på tre områder: hvordan ivareta våre givere best mulig, nye innsamlingsplattformer og nye kreative innsamlingskampanjer.

Faste givere – Sponsor

Vi kaller våre faste, månedlige gavegivere for *Sponsor*. Våre Sponsorer er våre viktigste støttespillere og en av de viktigste kilder til innsamling, som gir oss en forutsigbar inntekt hver måned. I 2023 gjennomførte vi en telemarketing-kampanje i samarbeid med Dialog Norge som økte antall faste givere. I 2024 har det vært viktig for oss å skape struktur og rutine for å ivareta disse nye givene. Vi har derfor laget et nytt lojalitetsprodukt kalt «Sponsor-nytt» både digitalt og i papirformat. Sponsornytt blir sendt ut med jevnlig mellomrom pr. e-post, og inneholder oppdateringer på hva vi jobber med og en liten eksklusiv titt på saker, filmer og historier som vi enda ikke har delt på sosiale medier.

Enkeltgave givere

Det å styrke relasjonen til våre eksisterende givere har vært et viktig fokusområde for oss. I 2024 prioriterte vi å få på plass en automatiseringsmodul. Denne gjør det enklere for oss å takke de som gir oss gaver, og sikrer en mer personlig oppfølging. Automatiseringen ble implementert i løpet av høsten, og har allerede vist seg å være et verdifullt verktøy.

SPLEIS

Facebook la i juli 2024 ned sine innsamlingsverktøy for land i Europa. Opprettelse av bursdagsinnsamlinger på Facebook har i mange år vært en viktig inntektskilde for oss. Derfor har det vært avgjørende å finne et nytt alternativ til dette. Vi har siden august 2024 tatt i bruk SPLEIS. Spleis er en norsk folkefinansieringstjeneste drevet av SpareBank 1. Den lar enkeltpersoner, organisasjoner og bedrifter samle inn penger til ulike formål, som veldedige saker, personlige behov, prosjekter eller idrettslag. Plattformen fungerer ved at folk oppretter en spleis, deler den med nettverket sitt, og får bidrag fra venner, familie og andre støttespillere. Spleis tar en liten provisjon av innsamlede beløp hvis pengene skal brukes til private formål, mens veldedige organisasjoner ofte får hele beløpet utbetalt. Tjenesten er mye brukt i Norge for både små og store innsamlingsaksjoner.

Under Donasjonsuka i 2024 gjennomførte vi vår første Spleis aksjon som het «7 dager for organdonasjon». Innsamlingen genererte litt over 21 000 kr på 7 dager. Vi har senere laget aksjoner på SPLEIS som gjør det mulig å opprette bursdagsinnsamlinger, litt liknende det Facebook tidligere kunne tilby. Vi anser SPLEIS til å ha et stort potensial som nytt innsamlingsverktøy.

«Det gode testament»

«Det gode testament» er en felleskampanje for økt bevisstgjøring om arv og testamentariske gaver hvor 40 medlemmer av Fundraising Norge er med. Vi deltok i 2024 i samarbeidet for syvende året på rad.

Bestemorkampanjen – hva er vel livet uten deg?

I slutten av november lanserte Stiftelsen Organdonasjon kampanjen, «Hva er vel livet uten deg», som satt søkelys på viktigheten av organdonasjon gjennom en sterk, personlig historie. Kampanjen forteller historien om Beate (Mommo), som fikk en ny nyre. Det ga barnebarnet Jacob mulighet til å vokse opp med en bestemor. Gjennom kampanjens slagord «Hva er vel livet uten deg?» ønsket vi å formidle hvordan organdonasjon kan bidra til å gi familier flere minner og verdifulle øyeblikk sammen.

Denne kampanjen er et resultat av grundig planlegging og målrettet arbeid for å sikre et budskap som treffer målgruppen kvinner 45 år+. Med en sterk visuell kommunikasjon og emosjonell appell er vi veldig stolte over resultatet av kampanjen. Kampanjen har resonnert godt med vår målgruppe og bidratt til å øke både engasjementet for organdonasjon og økonomisk støtte til stiftelsens arbeid.

I forbindelse med jul, lanserte vi en bilderamme som kan henges opp på juletreet eller andre steder med teksten *Hva er vel livet uten deg*. Rammen med sendt til alle som ble nye faste givere, altså Sponsor, i løpet av desember.

Stiftelsens drift og økonomi

I 2024 mottok Stiftelsen Organdonasjon totalt et driftstilskudd på 6 894 000 kroner. I statsbudsjettet for 2024 Kap. 781 Forsøk og utvikling mv. Post 79 står det at tiltaket Stiftelsen Organdonasjon foreslås videreført, men uten at det er nevnt beløp. Det er ved søknad til Helsedirektoratet at stønaden endelig innvilges. Vi rapporterer til Helsedirektoratet etter endt år. Statstilskuddet utgjør vår basisfinansiering, men vi er helt avhengig av gaver og støtte for å få gjennomført våre prosjekter. Regnskap vedlegges denne rapporten.

Statstilskuddet utgjør grunnlaget for vår finansiering, men denne støtten følger ikke med i utviklingen av priser eller det økende behovet for større synlighet rundt temaet. Det er kjent at samfunnet kan oppnå betydelige besparelser ved å øke antallet organtransplantasjoner, og vi mener derfor at tilskuddet burde være høyere for å muliggjøre større synlighet enn vi oppnår i dag. Ved å fremme et mer positivt syn på organdonasjon, kan flere liv reddes.

For å styrke vår innsats er vi mer avhengige av gaver og støtte enn noen gang før. Vi har derfor jobbet aktivt med å tiltrekke flere givere, spesielt ønskes det faste bidrag for å skape forutsigbare inntekter. Vi setter også stor pris på de minnegavene vi mottar årlig, samt midlene fra bedrifter og samarbeid med større aktører, som gir viktige økonomiske bidrag til vårt arbeid. Vårt aktivitetsregnskap finnes i denne rapporten, og gir en detaljert oversikt over vår økonomi.

Kommentar vedr. tildeling av midler i Statsbudsjettet for 2025

Da Statsbudsjettet for 2025 høsten 2024 ble offentliggjort, var Stiftelsen Organdonasjon utelatt for første gang på 22 år. Det viste seg imidlertid å være en feil i Kap. 781 Forsøk og utvikling mv. Post 79. Tilskuddsordningen gjennomgikk flere strukturelle endringer i 2024, og det er i dette arbeidet et avsnitt som omtalte Stiftelsen Organdonasjon falt ut. Stiftelsen Organdonasjon har fått bekreftet fra Helse- og omsorgsdepartementet at støtten skal videreføres i 2025, men uten at det er nevnt beløp.

Fra styreleder

Gjennom målrettet arbeid har vi nådd ut til flere enn noen gang, og den økende etterspørselen etter informasjonsmateriell viser at budskapet vårt engasjerer og treffer. Vårt nære samarbeid med helsemyndigheter, fagfolk, media og frivillige er avgjørende for å spre kunnskap og skape en økt bevissthet.

Samtidig vet vi at donasjonsvirksomheten i Norge ikke dekker behovet, og at det trengs et nasjonalt kompetanseløft for å sikre at flere pasienter får den livreddende behandlingen de trenger.

Helse- og omsorgsdepartementet ga i oppdrag for 2024 et likelydende oppdrag til de fire regionale helseforetakene om å gjennomgå organdonasjonsvirksomheten ved donorsykehusene. Målet er å sikre at alle potensielle donorer blir vurdert for organdonasjon, og at arbeidet med donasjon blir en naturlig og integrert del av intensivavdelingene i hele landet. Arbeidsgruppen har nå lagt frem sine anbefalinger for å styrke og videreutvikle organdonasjonsprosessen. Stiftelsen Organdonasjon ser frem til den videre behandlingen av dette viktige arbeidet og håper på beslutninger som styrker både organiseringen og gjennomføringen av organdonasjon i Norge. Dette vil bidra til at flere potensielle donorer identifiseres og at flere liv kan reddes.

Holdninger er ferskvare, og det krever kontinuitet. For at vårt arbeid med organdonasjon skal opprettholdes og videreutvikles, er vi avhengige av et stabilt økonomisk grunnlag.

Stiftelsen Organdonasjon får i hovedsak støtte gjennom statsbudsjettet og private donasjoner, og vi jobber vi hele tiden aktivt for å sikre en trygg økonomi slik at oppdatert kunnskap om organdonasjon er lett tilgjengelig for alle.

Til slutt vil jeg rette en stor takk til alle ansatte, frivillige og samarbeidspartnere som har bidratt til dette viktige arbeidet. Uten deres innsats hadde vi ikke kunnet oppnå så mye. Vi ser frem til å fortsette arbeidet i 2025, med nye prosjekter, sterkere samarbeid og et fortsatt fokus på å redde liv.

Dette dokumentet er signert av:

Nina Thorbjørnsen Roland

12.01.1972

Signert: 26.08.2025 12:13

Signert med BankID

Cathrine Marie B O Kildal

15.01.1989

Signert: 25.08.2025 08:59

Signert med BankID

Erik Skarrud

22.06.1967

Signert: 22.08.2025 09:03

Signert med BankID

Bente G Ridder-Nielsen

06.10.1955

Signert: 22.08.2025 09:28

Signert med BankID

Ellen Karoline Damhaug Scheel

29.01.1962

Signert: 22.08.2025 09:27

Signert med BankID

Kristin Onsøien Mellingsæter

10.11.1965

Signert: 22.08.2025 12:08

Signert med BankID

Line Fjæra Skåtøy

26.05.1987

Signert: 22.08.2025 10:22

Signert med BankID

Lise Toubro Bratberg

Signert: 22.08.2025 13:16

11.01.1973

Signert med BankID

Nikolai Raabye Haugen

Signert: 22.08.2025 09:23

06.06.1995

Signert med BankID

Du kan bruke denne linken for å verifisere signaturen på dokumentet og sjekke at dokumentet ikke er endret etter at det ble signert: <https://brd.no/signing/validate>



Bård