



JULGRYTAN 2026

Tips, information och instruktioner

VEM VÄNDER JAG MIG TILL?

Här är en lista på kontakter att vända er till för hjälp med julgryteinsamlingen.

Julgryteansvarig och företag:

Lars Beijer, 076-020 04 22
julgrytan@fralsningsarmen.se

Facebook och andra sociala medier:

Kerstin Tillenius, 073-914 82 05
kerstin.tillenius@fralsningsarmen.se

Kårens digitala julgryta och kårens hemsida:

Martin Alm, 073-914 82 38
martin.alm@fralsningsarmen.se

Stiftelser:

Maria Kapari, 073-914 82 55
maria.kapari@fralsningsarmen.se

Pressmeddelanden och andra mediekontakter:

Eva Gustin, 073-914 82 49
eva.gustin@fralsningsarmen.se

Nationella julinsamlingen:

Oliver Beijer, 073-914 82 94
oliver.beijer@fralsningsarmen.se

Grafisk design:

Johan Nilsson, 073-671 03 77
johan.nilsson@fralsningsarmen.se

Julgrytemateriel och beställningar:

Görs i julgrytans webbutik som finns som snabblänk på Pärleportalen under fliken "Verktyg och resurser". Se även sidorna 10–11 i denna broschyr.

Slutrapportering:

Görs senast 2027-01-31. Länk till rapportformuläret finns på Pärleportalen> Organisation och styrning> Julgryteinsamlingen.



Ledaren har ordet

HOPPETS GRYTA!

VARJE JUL ställs Frälsningsarméns julgrytor ut på torg, gågator och utanför köpcentrum runt om i landet.

För många är julgrytan en välkänd symbol för julen. Men den är mer än ett insamlingskärl. Julgrytan berättar något om varför Frälsningsarmén finns.

Genom gåvorna som samlas in får vi möjlighet att möta konkreta behov. Julgrytan hjälper oss att erbjuda matkassar, julmåltider, gemenskap och stöd till människor som av olika skäl har det svårt. För den ensamme kan den öppna dörren till gemenskap. För den ekonomiskt utsatta familjen kan den skapa en ljusare jul. För den som saknar hopp kan den bli en påminnelse om att någon bryr sig.

Men julgrytan handlar också om möten.

Varje dag stannar människor till för att prata, ställa frågor eller dela något av sin egen livsberättelse. I en tid då många känner sig osedda är julgrytan en plats där människor får uppleva värme, gemenskap och ett vänligt bemötande.

Och kanske är det just där som julgrytans djupaste betydelse finns.

Julen handlar om att Gud kom nära människan genom Jesus Kristus. Han kom med hopp till dem som kämpade, med värme till dem som stod utanför och med kärlek till dem som trodde att de var bortglömda.

När vi står vid julgrytan får vi vara bärare av samma hopp. Ibland sker det genom en matkasse, ibland genom ett samtal och ibland genom möjligheten att berätta om den tro som bär oss.

Därför är julgrytan mer än en insamling.

Julgrytan är mer än en insamling. Den är ett uttryck för Guds omsorg om hela människan.

Den är ett uttryck för Guds omsorg om hela människan.

Och kanske är det därför den fortfarande berör så många människor år efter år.

För bakom varje gåva finns ett enkelt men kraftfullt budskap: **Du är sedd. Du är älskad. Det finns hopp.**

God jul. ♦

Lisbeth Andersen

/ Lisbeth Andersen





Programförklaring

JULGRYTAN – EN DEL AV VISION 2032

♦ Inför årets julgryteinsamling kan vi åter konstatera att behoven växer och att insamlingen fortsätter vara en viktig källa för att få in medel till kårernas sociala arbete.

GLÄDJANDE ÄR ATT förra årets julgryta blev en ny rekordinsamling. Över fem miljoner kronor samlade vi in totalt. En välbehövlig summa pengar till kårernas arbete med att stötta de mest utsatta under julen.

En bidragande orsak till de senaste årens goda resultat är att pengarna i julgryteinsamlingen har strömmat in från flera kanaler, inte bara från själva julgrytan ”på stan”. Vi lyckas allt bättre med att få in gåvor från stiftelser, loger, ordnar, företag och framförallt via kårernas digitala julgryta. Fler och fler av er samarbetar med hotell eller butiker för att få placera ut änglaträd eller rollups.

När kårerna tillfrågas om vad som är viktigast för ett bra resultat så är det genomgående

svaret: Att ha julgrytan ute många timmar och att lyckas engagera grytvakter som möjliggör detta. Enligt er rapportering var grytan förra julen ute på stan 1 778 timmar under sammanlagt 270 dagar. Frågan infinner sig: Hur kan vi förbättra dessa siffror med ett ännu bättre resultat som följd?

Förutom pengarna som samlas in fyller julgrytan också en annan viktig funktion – den hjälper oss att synas och att få kontakter.

Utnyttja mötet med givaren till att informera om och bjuda in till kårens verksamhet. På så sätt kan julgrytan bli en hjälp till att nå målet för Vision 2032 – att det ska bli många fler som räknar Frälsningsarmén som sin kyrka.

På följande sidor kan ni hämta tips och ideér



♦ Lars Beijer, julgryteansvarig.

från era kollegor om vad ni kan göra för att skapa bättre förutsättningar för ett gott resultat i er julgryteinsamling. Läs gärna om hur ni kan bearbeta företag och kontakta stiftelser för att få in gåvor de vägarna. Och om hur ni kan få lokalmedia att skriva om er.

Tillsammans siktar vi på en extra bra julgryteinsamling, så att vi kan hjälpa ännu fler denna jul med det som hör julen till – gemenskap, julmat, julklappar, dans kring granen och tomtebesök med julklappar. Och inte minst – att de får med sig julens budskap om Jesus, Guds nyfödde son. ♦

/ Lars Beijer



Så håller vi grytan kokande!

INNOVATION TAR TRADITIONEN VIDARE!

► Kapten McFee såg nöden och ställde fram en gryta. En tradition var född. Låt oss som honom försöka tänka utanför boxen och fortsätta göra skillnad för samhällets utsatta.



► Camilla Kärnhagen

ALLT BÖRJADE I San Francisco år 1891. Frälsningsarméns kapten Joseph McFee såg nöden omkring sig. Julen närmade sig och många människor, särskilt sjömän och deras familjer, visste inte var nästa måltid skulle komma ifrån. Han ville ordna ett julbord för dem som hade allra minst, men ett problem återstod: hur skulle det finansieras?

Då mindes han de stora grytor som användes i hamnarna. Sådana som användes för att koka krabbor åt sjömän. Han ställde en stor järngryta på en trefot i hamnen och uppmanade förbipasserande att hjälpa till att "hålla grytan kokande".

Människor stannade, gav det de kunde och tillsammans gjorde de det möjligt att ge mat och hopp till dem som annars skulle ha gått utan.

Mer än 130 år senare står vi fortfarande med

samma uppdrag även om själva "grytan" kan se lite annorlunda ut. Hur ser det ut på din plats?

Joseph såg ett behov och en möjlighet att använda något vars användningsområde egentligen var något helt annat. Han tänkte utanför boxen.

Jag skulle vilja uppmuntra dig och mig att fundera kring vilka möjligheter som finns för julgrytan och den egna julinsamlingen. Finns det någon i kåren som är bra på sociala medier? Eller någon med goda kontakter i näringslivet? Kan kårens folk kanske komma i funktion på ett helt annat sätt än tidigare? Hur skulle just er julgryta kunna se ut idag, år 2026?

I den här broschyren finns massor av tips så låt dig inspireras!

Och visst, det är inte alltid enkelt. Kanske känns uppdraget ibland stort. Kanske oroar vi

oss för att inte få tillräckligt med frivilliga eller nå våra insamlingsmål. Men julgrytans historia påminner oss om att stora saker ofta börjar i det lilla. En man, en gryta och en vilja att hjälpa blev början på en tradition som förändrat livet för miljontals människor.

Låt oss därför gå in i julgrytesäsongen med tro, mod och förväntan. Låt oss våga se möjligheterna snarare än hindren. Låt oss bjuda in nya människor att vara med och tjäna. Och låt oss tillsammans fortsätta den tradition som började i en hamn i San Francisco och som idag fortsätter att sprida hopp och göra skillnad för människor i Sverige och runt om i hela världen.

Tack för ert ledarskap. Tack för er uthållighet. Tack för er vilja att hålla grytan kokande! ♦

/ Camilla Kärnhagen
Administrativ chef och Metodstöd KSA

MÅNGA SÄTT HÅLLA GRYTAN KOKANDE

♦ Julgrytan ”ute på stan” är grunden för ett bra resultat i julgryteinsamlingen. Men att samla in via flera kanaler och erbjuda flera olika sätt att ge på har visat sig vara framgångsrikt. Med fler kårer som hoppar på tåget kan vi sikta ännu högre.

STIFTELSE ÄR EN **INSAMLINGSKANAL** som gett god avkastning till julgrytan de senaste åren. Förra årets fick vi in nästan 1,3 miljoner kr från 44 olika stiftelser, loger, ordnar och föreningar. Detta trots att bara knappt hälften av kårerna var aktiva inom denna kanal. Här finns alltså, med en liten arbetsinsats, ganska stora pengar för era kårer att hämta. Dessa givare ger dessutom gärna år efter år när kontakten väl är knuten.

På sidan 8 kan du läsa om hur ni kan få stiftelser och ordenssällskap att skänka till er kår.

Bra rutiner för bearbetning av **företag** gav oss förra julen 33 gåvor om totalt 189 000 kr. Det var bara 15 kårer som samlade in dessa företagsgåvor – det borde vara betydligt fler. Förutom pengar kan kontakter



Företagshjälp i form av leksaker blir fina julklappar att dela ut.

med företag också resultera i gåvor i form av julklappar, kläder, mat och annan värdefull julhjälp.

Läs på sid 8 hur din kår kan göra för att få in företagsgåvor.

Kårens digitala julgryta är en bra kanal att nå många potentiella givare. Fördelen är att den är tillgänglig för den som vill skänka men inte kan nå julgrytan ute på stan. De digitala julgrytorna drog in drygt 500 000 kr förra julen, men har

stor potential att ge ännu mer. Speciellt i ljuset av att det var flera kårer som inte deltog alls medan åtta kårer fick in omkring 25 000 kr vardera på sin digitala julgryta. Denna jul hoppas vi att alla kårer vill vara med redan från starten i mitten av november.

Läs på sidan 7 hur din kår, med stöd från HK, enkelt kan få igång er digitala julgryta.

Det finns såklart fler insamlingskanaler, utöver de redan nämnda. En sådan är **bordsryttaren**, som ni alla får automatiskt via mejl i mitten av november. Den har sin givna plats på kårens café, men lämpar sig också väl för att ställa ut på företag och i butiker, i receptioner och på kassadiskar.

Komplettera gärna med **affischer** (mejlas också ut till alla kårer i november) för bättre synlighet och ökat resultat.

Sätt gärna också upp **Änglaträd** i några hotellreceptioner eller på liknande ställen i din stad. Änglaträden beställs via mejl till julgrytan@fralsningsarmen.se

Inlägg på sociala medier bygger intresse för den digitala julgrytan.



Förra året bjöd 18 kårer in till **Julkonserter** som sammanlagt gav 332 000 kr – ett gott tillskott till insamlingen.

Här gäller planering i god tid med annonsering och ett attraktivt program för att dra mycket publik.

Lägg så snart som möjligt in konserterna i kårens höst- och vinterprogram.



Att placera ut **”julgryte-rollups”** i butiker och på andra publika platser har också visat sig lyckat. De påminner förbipasserande om vår pågående julgryteinsamling och QR-koden gör det enkelt att skänka. Sådana rollups är ett bra sätt att breda exponeringen utan att behöva bemanna med grytvakter.

Sist men inte minst – tänk på att börja i god tid. Många kårer nämner vikten av att börja tidigt med rekrytering av grytvakter.



Rollup i butiker är ett vinnande recept.

Tänk också på vikten av att hela kåren får känna delaktighet. Soldater och medlemmar ska veta vad grytpengarna går till och hur mycket kåren behöver samla in för att nå sitt mål.

Meddela fortlöpande alla som deltar hur det går med insamlingen. Det förstärker känslan av samhörighet och lusten att med gemensamma krafter kämpa för att nå målet. ♦

/ Lars Beijer

SÅ FÅR NI BÄSTA RESULTAT MED JULGRYTAN

♦ Vi bad om kårernas bästa tips för en framgångsrik julgryta. Vi vet sedan tidigare att det gäller att vara ute så många timmar som möjligt. Men att döma av svaren vi fick finns det mycket annat som påverkar resultatet. Här är era kollegors bästa tips!



Skapa kontakt med människor

- ♦ Hälsa, le och ta kontakt med dem som passerar.
- ♦ Några enkla ord kan utvecklas till ett samtal.
- ♦ Kaffe och pepparkakor kan skapa naturliga samtal.
- ♦ Tala personligt om varför insamlingen behövs.



Rätt plats och rätt tid

- ♦ Placera Julgrytan där många människor rör sig, gärna vid ICA eller andra köpcentrum.
- ♦ Var ute när människor handlar, exempelvis pensionärsrabatt dagar och vid större evenemang.
- ♦ Ha grytan ute många dagar och många timmar.

"Vi använder vår vanliga annons i ortens gratistidning så att så många som möjligt får kännedom om när och var vi är med grytans insamling."

/ Birgitta Lundin, Finspång

Marknadsför julgrytan

- ♦ Informera och annonsera i god tid.
- ♦ Använd sociala medier, lokala medier, annonstavlor och andra kontaktytor.
- ♦ Berätta konkret vad pengarna används till.
- ♦ Gör det enkelt att ge, framför allt genom att tydligt visa Swish.



Många och engagerade grytvakter

- ♦ Engagera medlemmar, vänner, familjer och andra frivilliga i god tid.
- ♦ Använd gärna personer med stort kontaktnät och lokalt kända profiler.
- ♦ Låt erfarna grytvakter stå tillsammans med nya.
- ♦ Det personliga engagemanget och att det kommer från hjärtat är viktigt.



Se till att ni syns och hörs

- ♦ Musik och sång vid julgrytan ger särskilt bra resultat – använd musikkår, sångare och andra musiker.
- ♦ Var tydliga med att ni kommer från Frälsningsarmén – använd uniformer, västar, rollups, beachflagga etc.

"Var långsiktigt trovärdiga i all verksamhet, så att den blir välkänd och välrenommerad."

/ Daniel Viklund, Strängnäs

Engagera företag och andra aktörer

- ♦ Ta kontakt med företag, stiftelser och lokala samarbetspartners.
- ♦ Engagera företag i både julgrytan och julkonserter.
- ♦ Våga ringa och be om en gåva – personliga kontakter är viktiga.
- ♦ Be att få ställa fram rollups, bordsryttare och änglaträd.

Bygg förtroende året runt

- ♦ Ett bra socialt arbete under hela året skapar förtroende för Julgrytan.
- ♦ Var tydlig med att insamlade pengar behövs för att kunna hjälpa människor i utsatthet.
- ♦ Julinsamlingen bör ses som en del av ett långsiktigt arbete, inte bara en aktivitet i december.



DE DIGITALA GRYTORNA KOKAR – ÄR DIN KÅR BEREDD?

➤ Digitala julgrytan har de senaste åren varit en växande del av vår julinsamling. Fler och fler kårer upptäcker att insamling på nätet kan ge ett tillskott.

I EN TID DÅ ALLT FLER människor tillbringar mer tid med mobilen är det inte konstigt att digitala julgrytan gör succé. Senaste julen fick vi in omkring en halv miljon kronor via kårernas digitala grytor.

En julgryta på webben ger folk ett smidigt sätt att skänka pengar. Länken kan spridas via telefon eller dator till många. Ett inlägg på kårens Facebooksida kan nå personer vars uppmärksamhet annars varit svår att fånga. Via kårernas Facebooksidor har vi helt enkelt möjlighet att nå hundratusentals personer och helt nya målgrupper.

Om din kår vill få ett gott resultat från den digitala grytan gäller det att sprida den på Facebook och andra digitala kanaler och sammanhang. Kåren behöver berätta på webbsidan om den hjälp kåren ger. Berätta att ni ger stöd, men bara så länge era resurser räcker. Berätta så att både hjälpsökande och givare kan få reda på det.

Glöm inte att nämna sponsorer och företag som hjälper till. Om vi uppmärksammar dem så kanske de också vill dela och sprida våra inlägg. Nyckeln till att få in mer pengar till den digitala grytan ligger i att nätverka och använda både egna och andras kontaktnät för att få spridning.

Ta inte bort informationen efter jul, utan låt den ligga kvar med uppdatering om att vi gör en insamling och delar ut hjälp även nästa år. Google ger högre länkvärde till sidor som haft många besökare. Skapa därför inte ny sida för julgrytan varje år, utan uppdatera den gamla och låt den fortsätta att göra sitt jobb. Då går det ännu bättre nästa år och ännu fler människor kan få hjälp. ♦

NI FÅR RAPPORTER OM GÅVORNA NI SAMLAR IN TILL 90-KONTOT

Gåvor som fram till kl 21 varje dag ges till kårens digitala julgryta och kårens 90-konto för sociala gåvor registreras i en **rapport** som mejlas till kårens e-postadress. Undantag är gåvor som kommer in från fredag kl 21 t o m söndag. Dessa redovisas i tisdagsrapporten på grund av att bankerna har helgstängt.



Martin Alm tipsar:



TYDLIG INFO PÅ WEBBEN SKAPAR FÖRTROENDE

Vad säger kårens webbsida om julgrytan? Ingenting? Då är det dags att börja informera. Erfarenheter visar att givarna efterfrågar tydlig information för att bli trygga i sitt givande.

DET VAR MENAT som en rolig klickrubrik – men det hände faktiskt i verkligheten. Efter att jag skrev "Är sommarkampanjen en bluff?" i broschyren vi sände ut från HK inför sommarens kampanj, så fick vi in en fråga där någon undrade om insamlingsmeddelandet var fejk.

Egentligen är det konstigt att det inte händer oftare. Det finns ju så många bedragare. Vi brukar känna igen dem på att deras språk är kort. De berättar så lite som möjligt, eftersom de bara kopierar någon annans budskap.

Men om vi gör tvärtom och informerar tydligt om vår insamling och vårt sociala arbete, så kan vi skydda kårens, Julgrytans och Frälsningsarméns varumärke och förtroende bland givarna.

Om information om kårens sociala arbete tydligt finns på webbsidan, så blir det enklare också för oss att samordna nationella annonskampanjer för julgrytan. Det blir lättare att undvika missförstånd.

Vi vill ju att givarna ska komma tillbaka och ge nästa år igen.

Så släng en blick på webbsidan och se att en givare som inte känner till kåren kan hitta information om vad vi gör för pengarna egentligen. ♦

GEMENSAMT 90-KONTO FÖR ALLA LOKALA INSAMLINGAR TILL SOCIALA ÄNDMÅL

FÖRRA ÅRET TOGS ETT BESLUT att alla gåvor till kårers sociala arbete i fortsättningen ska kanaliseras via det centrala 90-kontot 900 69 90.

Detta för att säkerställa förtroendet hos givare och minska risken för felbehandling av skattereduktion. Varje gåva till socialt arbete behandlas härigenom lagenligt och alla givare får ett tack samt en fråga om de önskar skattereduktion.

Här är en påminnelse vad som gäller för dig och din kår.

- Det nya 90-kontot 900 69 90 är godkänt av Svensk Insamlingskontroll och till det kontot ska samtliga medel för lokalt socialt arbete i fortsättningen samlas in.
- Lokala swish-, bg- och pg-nummer får inte längre användas för insamling till socialt arbete.

- En unik QR-kod för insamling tas fram för varje kår/verksamhet.
- Alla kårer/verksamheter med godkänt KSA-arbete ska ha en gåvomodul och gåvosida på sin webbsida för insamling till social verksamhet.
- Insamlingsmateriel (beachflaggor, rollups etc.) ska alltid innehålla swishnummer 900 69 90, bg 900-6990 eller pg 90 06 99-0, samt en uppmaning att i meddelanderutan ange kår/verksamhet/ort.
- Vid användning av QR-kod, pg och bg, digitala moduler och gåvosida registreras gåvorna automatiskt i Winorg och Unit 4.
- Redovisning av insamlade medel sker i Unit 4 på respektive kår/verksamhet. Konto (wg)
- Givare får automatiskt tackinformation samt en fråga om de önskar skattereduktion. Kontrolluppgifter skickas ut varje januari.

FÖRETAG OCH STIFTELSE – VILL GE HJÄLP LOKALT

➤ Många företag vill göra en insats för att hjälpa utsatta på den ort de finns. Det finns också gott om lokala stiftelser och ordenssällskap som har som ändamål att hjälpa lokalt.



Lars Beijer tipsar:

MEJLA FÖRETAGEN OCH RING UPP!



ATT BE FÖRETAG OM GÅVOR till kårens julinsamling behöver varken vara krångligt eller ta mycket tid. Ett vänligt mejl med en fråga och ett kort uppföljande telefonsamtal är ofta allt som behövs. När kontakten är etablerad är det inte ovanligt att företag återkommer mer eller mindre automatiskt med julgåvor år efter år.

Mejla! Lista lokala företag ni tror kan vara intresserade av ett samarbete eller att ge julhjälp till utsatta människor på orten. Inkludera gamla kontakter – leverantörer, företag ni tidigare samarbetat med, vänner till kåren som har företag etc. Använd brevmallen ni fått, fyll i era uppgifter och mejla iväg brevet till företagen på er lista.

Ring upp! Ring upp företagen efter några dagar och fråga om de sett mejlet ni skickat. Berätta kort om insamlingen och passa på att be om en gåva till swish 900 60 90. Du kan fråga om de vill ha en faktura. Om de vill swisha ska de ange kår-/ortsnamn som meddelande.

Det är bra om ni kan föreslå något konkret, t ex att 2 500 kr räcker till fem matkassar á 500 kr till barnfamiljer som inte får pengarna att räcka. Lyft fram att en gåvan till Frälsningsarmén kan vara ett alternativ till företagets traditionella personaljulklass.

Påpeka att företaget får ett diplom så att de kan visa sin hjälpsats för medarbetare, kunder och kontakter. Erbjud också företaget att få synas på kårens hemsida och sociala medier om de vill. Glöm inte att tacka för samarbetet och kom gärna överens om en upprepning nästa år.

Skattereduktionen viktigt argument. Ett argument du måste nämna är att företag får skattereduktion om gåvan är minst 2 000 kr. Reduktionen motsvarar bolagsskatten, dvs 20,6 %.

Ni kan naturligtvis också ringa företagen direkt, utan att skicka mejl först, och personligt berätta om behovet av stöd inför julen. Eller knacka på och göra ett besök hos dem. Vikten av personlig kontakt kan aldrig nog understrykas. ♦

Tänk på att gåvor från företag, såväl som stiftelser och ordenssällskap, är beroende av ert långsiktiga arbete med att göra Frälsningsarmén känd på orten. Det är ert arbete och era aktiviteter under hela året som bygger trovärdighet och gör företag och stiftelser välvilligt inställda till att ge er kår en gåva.



Maria Kapari tipsar:

STIFTELSE – MED DET VIKTIGASTE FÖRST



Det viktigaste först: När ni får en gåva från en stiftelse, fråga vilken återkoppling eller redovisning de vill ha när bidraget har förbrukats. Skriv in det i kalendern direkt. Det lägger grunden för en långsiktig givarrelation som kan ge återkommande bidrag till ert sociala arbete.

STIFTELSEN BEHÖVER ER

Stiftelser har medel som ska användas enligt ett bestämt ändamål. Genom att ni ber om stöd till en verksamhet som matchar ändamålet hjälper ni samtidigt stiftelsens styrelse att utföra sitt uppdrag.

BE OM BIDRAG

Det finns sannolikt lokala stiftelser vars ändamål överensstämmer med ert sociala arbete. Finns det likhet mellan stiftelsens ändamål och kårens sociala arbete finns det all anledning att be om bidrag.

SÅ HITTAR DU STIFTELSE

Alla aktiva stiftelser finns i Länsstyrelsens register: *stiftelser.lansstyrelsen.se*

Välj "Avancerad sök", sedan ert län under "Registreringsmyndighet" och ett relevant "Ändamål". Filtrera resultatet med sökord. Klicka på plustecknet för att se vilka som sitter i styrelsen och sök sedan efter hemsida eller kontaktuppgifter.

Kontrollera att stiftelsen ger bidrag till organisationer och inte enbart till privatpersoner eller en viss verksamhet.

Tips på sökord: *donationsfond, välgörande, hjälpverksamhet, fattiga, ålderstigna, sjuka, lytta, vård och uppfostran.*

ANVÄND PERSONLIGA KONTAKTER

Känner du någon på orten som sitter i en stiftelsestyrelse? Kontakta personen och fråga om möjligheten till stöd.

Även om ansökningstiden gått ut kan det vara värt att ta kontakt inför nästa period. Stiftelser kan också ha medel för spontana gåvor, exempelvis inför jul.

ORDENSSÄLLSKAP OCH LOGER

Kontakta även lokala Odd Fellow, Frimurarorden, Lions och liknande. De samlar ofta in pengar och kan vilja stödja Julgrytan. Kontrollera deras inriktning och presentera er verksamhet. ♦

ARBETA MED SOCIALA OCH LOKALA MEDIA

➤ Här är råd och tips om hur kåren kan använda sociala och lokala medier för att skapa publicitet och få mer gåvor.



Kerstin Tillenius:

TIPS FÖR SOCIALA MEDIER KRING JULGRYTAN



SOCIALA MEDIER är ett bra sätt att nå både nya och återkommande givare. **Facebook** och **Instagram** är fortfarande viktiga kanaler, och korta **videor**, **Stories** och **lokala inlägg** är bra för att skapa närvaro och engagemang:

LYFT BÅDE DEN FYSISKA OCH DEN DIGITALA JULGRYTAN

Gör det alltid enkelt att hitta till er lokala digitala julgryta när ni publicerar något om julgrytan på kårens Facebook- och Instagramkonton.

- **På Facebook:** Lägg länken direkt i inlägget.
- **På Instagram:** Använd länken i profilen/bion och lägg gärna länksticker i Stories. I inlägg och Reels kan ni till exempel skriva: "Länk till vår digitala julgryta finns i profilen".
- Dela inlägg som rör den digitala Julgrytan och uppmana människor att ge en gåva digitalt. Det är ett enkelt sätt för många att bidra, även för den som inte passerar den fysiska grytan.
- Använd inte betald annonsering eller boostning utan att först kontrollera vad som gäller – reglerna för annonsering om sociala frågor har ändrats.

GÖR DET ENKELT ATT GE

- **Swish-numret** ska alltid finnas med, gärna tidigt i texten och tydligt i bilden eller filmen.
- Lägg till **konkreta exempel** på vad en gåva kan bidra med, t.ex: "50 kr räcker till en frukost för någon som annars skulle gå hungrig".
- Uppprep gärna både Swish-numret och länken till den digitala Julgrytan i flera kanaler: inlägg, Stories, Facebook-event och eventuell profiltext under kampanjperioden.

ANVÄND BILDER, REELS OCH KORTA VIDEOER

- Lägg gärna med en bild på kårens julgryta, volontärer på plats eller annan relevant lokal bild.
- Korta stående videor fungerar ofta bra, till exempel en enkel hälsning från platsen: "Hej, idag står vi på torget med Julgrytan. Kom gärna förbi eller ge en gåva digitalt!"
- Texta gärna videor eller lägg in kort text i filmen – många tittar utan ljud.

DELA MED ER OCH FÅ TIPS I VÅR FACEBOOKGRUPP FÖR JULGRYTAN!

"Vi som hjälper till med julgrytan" är en sluten Facebookgrupp och en gemenskap för alla som är med och hjälper till med Frälsningsarméns julgrytor – anställda, medlemmar och volontärer. Syftet med gruppen är att vara en plattform där vi utbyter erfarenheter, delar med oss av goda exempel, inspirerar och hjälper varandra att nå våra lokala mål. Dela med er av både små och stora framgångar – tillsammans gör vi julgrytan ännu starkare!



Eva Gustin tipsar:

SÅ FÅNGAR DU LOKALMEDIERNAS INTRESSE



BYGG EN RELATION MED LOKALMEDIERNA!

- Gör i god tid en lista på alla lokala medier (tidningar, radio och eventuellt TV), med mejladress och telefonnummer till nyhetsredaktionen eller personer ni haft kontakt med tidigare.
- Kontakta gärna mig om ni behöver råd och tips!

TA KONTAKT I GOD TID

Kontakta medierna en till två veckor före julgrytestarten och gratistidningar gärna tre veckor i förväg.

- Mejla ett pressmeddelande. Följ upp med samtal någon dag efter: "Vi mejlade ... Har du sett? Det gäller att vi på lördag har premiär för vår välkända julgryta där vi samlar in pengar till ..."
- Skriv en kort text att mejla efter samtalet med plats, tid och händelse eller mejla pressmeddelandet på nytt.

FORMULERA PRESSMEDDELANDET SOM EN NYHET

För att fånga mediernas intresse behövs en nyhet eller något oväntat att rapportera om, t. ex: "I år har vi också en julgryta på kårens hemsida på nätet." Presentera julgrytan som viktig och intressant för orten. Glöm inte att bifoga bilder.

- **Exempel inför julgrytestarten:** "Årets jul blir tuff för många. På lördag ställer vi därför fram Frälsningsarméns välkända julgryta för att kunna ge stöd och hjälp till de som behöver. Det är x:e året i rad som vi samlar in gåvor här i xxx. Pengarna vi får in kommer att användas till ..."
- **Exempel strax före eller efter jul:** "Frälsningsarméns julgryta i xxx har nått toppresultat. Givmilda personer och företag har skänkt xxx kr till en bättre jul för utsatta familjer här i xxx."

GLÖM INTE ATT LYFSTA FÖRETAGSINSAMLINGEN FÖR MEDIERNA

- Informera medierna redan i okt/nov om företagsinsamlingen ni gör för att få in gåvor som hjälper utsatta på orten.

CHECKLISTA FÖR KONTAKTER MED LOKALMEDIER

- Gör i god tid en lista över alla lokala medier.
- Kontakta medierna 1–3 veckor i förväg.
- Mejla ett pressmeddelande och/eller ring.
- Presentera julgryteinsamlingen som viktig för orten.
- Lyft fram att företag på orten är med och stöttar.
- Följ upp efter jul och berätta för medierna om resultatet och alla som blivit hjälpta!

BESTÄLL MATERIEL TILL JULGRYTAN

- På Pärleportalen, under fliken Verktyg och resurser, finns vår E-shop som snabbänk. Där kan du beställa det mesta som rör julgryteinsamlingen. Visst materiel beställs dock direkt från HK genom att mejla till julgrytan@fralsningsarmen.se. Inventera och beställ så snart som möjligt. Leveranstid är omkring 5 dagar.

MATERIEL SOM BESTÄLLS

Från E-shop: Julgrytan

- Banderoll "Håll grytan kokande" till julgrytan
- Bemanningsschema
- Insamlingsbössor och plomber till bössor
- Julgrytan, komplett eller delar
- Änglakort till änglaträdet
- Noter för musik
- Västar till grytvakter
- Mössor

Från E-shop: Displaymateriel

- Beachflagga för insamling till socialt arbete, med kår-/ortsnamn och swish 900 69 90
- Roll-up med julinsamlingsbudskap, kår-/ortsnamn och swish/QR till 900 69 90
- Trottoarpratere/affisch till trottoarpratere med kår-/ortsnamn och swish/QR till 900 69 90

Från HK, beställs via mail till julgrytan@fralsningsarmen.se

- Bössgördel med kår-/ortsnamn och swish/QR till 900 69 90
- Grytvaktsbricka i plastficka
- Tackdiplom till företag

MATERIEL SOM SKICKAS TILL ALLA

- Bordsryttare och affisch med kår-/ortsnamn och swish till 900 69 90
- Bössgördlar med kår-/ortsnamn och swish till 900 69 90
- Brevmall för att be företag om gåvor



BORDSRYTTARE GER SWISH-GÅVOR

Ett bra sätt att få swish-gåvor från företag och butiker är att be att få ställa ut denna liggande bordsryttare (bredd 21 cm) i personalutrymmen och på säljdiskar. Ställ även ut på caféborden på kåren.

Kommer med kår-/ortsnamn och swish/QR till 900 69 90. Skickas automatiskt till er via mejl, i form av pdf-fil att skriva ut och vika ihop.

GRYTOR OCH BÖSSOR



Inventera i god tid era förråd så att ni inte står mitt i er insamling med för få grytor och bössor eller med trasiga delar till grytan.

Grytan levereras med trefotsben, gryta, kedjor, ram till toppskylten och banderoll "Håll grytan kokande". Behöver ni endast själva grytan eller toppram går det bra att komplettera med dessa som lösa delar.

Bössorna ni samlar in med eller ställer i butiker ska ha godkänd plomb, bössgördel med skölden, märket för Svensk insamlingskontroll samt swish/QR till 900 69 90.

Grytor och bössor beställs via E-shopen. Bössgördlar att skriva ut får ni automatisk via mejl.



BEACH-FLAGGA MED SWISH OCH KÅR-/ORTSNAMN

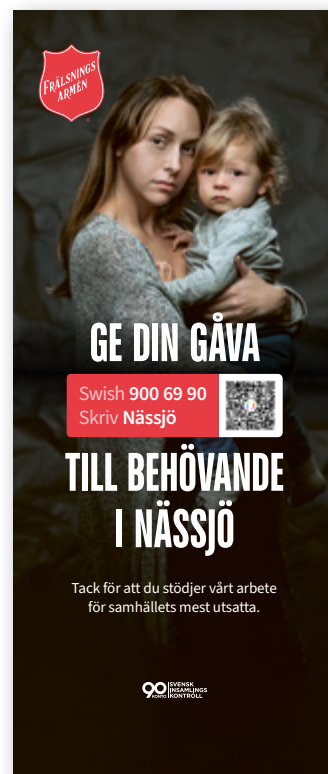
En beachflagga drar till sig uppmärksamhet så att det märks att ni är på plats och att något spännande är på gång!

Fås med kår-/ortsnamn och swish till 900 69 90.

Beställ i vår E-shop: Displaymateriel

ROLL-UP MED SWISH OCH ORTENS NAMN

En roll-up med insamlingsbudskap är effektiv på platser där grytan inte är uppställd. Placera gärna i köpcentra och stora butiker under hela julgryteperioden. Beställ i E-shop: Displaymateriel





VÄSTAR OCH MÖSSA

De svarta västarna har en tydlig stor röd sköld bak och liten röd fram. Går att vända om ni hellre vill ha den större skölden framtill. Storleken passar alla tack vare justerbara kardborrband i sidorna! **Beställs via E-shopen.** Passa samtidigt på att beställa varmande mössor till grytvakterna.

Komplettera västen med en grytvaktsbricka med texten "Jag vaktar julgrytan för Frälsningsarmén". **Beställs via mejl till julgrytan@fralsningsarmen.se.**



TROTTOARPRATARE MED KÅR/ORT OCH QR-SWISH

Beställ trottoarpratare och affisch med 90-konto och QR-kod i vår E-shop: **Displaymateriel.** Ställ trottoarprataren lite framför julgrytan så att givaren kan scanna QR-koden. Beställ enbart affisch om du redan har ställning.

FÖRETAGSMATERIEL

Erbjud företagen en "Vi stödjer"-banner som visar att de hjälpt er med en julgåva. Och erbjud dem också ett Tack-diplom.

Vi stödjer-banner för företagen finns att ladda ner på www.fralsningsarmen.se/tackforetag.

Tack-diplom beställer du på julgrytan@fralsningsarmen.se. Ange företagets namn och gåvobelopp.

En brevmall att använda då ni ber företag om gåvor skickas automatiskt till er via mejl.

Läs mer om hur ni kan få företag att skänka i jul på sid 8.



BILDER TILL KÅRENS SOCIALA MEDIER

Skriv om och visa bilder på kårens julinsamlingsaktiviteter och vilka hjälpen går till på er webb och på sociala medier.

Bäst är egna bilder, men generella julgrytebilder finns att ladda ner på www.fralsningsarmen.se/bilder-jul2026

Kom ihåg att alltid lägga med länken till kårens digitala julgryta i alla inlägg.



KOM IHÅG ATT LÄMNA ER SLUTRAPPORT SENAST 1 FEBRUARI!

Era slutrapporter är mycket värdefulla för att vi år för år ska kunna förbättra våra julgryteinsamlingar.

Nu är vi spända på att se vad som rapporteras efter årets julgryta och vilka slutsatser som kan dras av det. Har fler kårer fått gåvor från företag än de 15 som fick det 2025? Har vi haft julgrytorna ute flera timmar i år? Har fler kårer kontaktat tidningar på orten?

Fyll i formuläret för slutrapporten senast den 1 februari. Vi ser fram emot all intressant information! Formuläret finns på: **Pärleporten > Organisation och styrning > Julgryteinsamlingen.**

Mejla också gärna bilder och berättelser från er julgryteinsamling till julgrytan@fralsningsarmen.se

Lägg datumet på minnet!

✓ CHECKLISTA FÖR JULGRYTE- INSAMLINGEN

*Använd listan
för att bocka av
när ni planerar
och genomför
aktiviteter.*



- ☐ Sätt insamlingsmål och bestäm vad gåvorna ska användas till.
- ☐ Forma en arbetsgrupp, gör ansvarsfördelning och dela upp arbetet.
- ☐ Gör en tid- och aktivitetsplan, även för kårens musikgrupper.
- ☐ Informera kåren om julgrytan, tider och aktiviteter inklusive premiären och skapa delaktighet hos kårens medlemmar.
- ☐ Rekrytera grytvakter och fyll på bemaningsschemat.
- ☐ Lista företagen i din stad. Mejla eller ring och be om en gåva. Använd gärna brev-mallen som vi skickat er så blir det enkelt.
- ☐ Leta reda på och kontakta lokala stiftelser att söka pengar ifrån.
- ☐ Leta reda på och kontakta ordenssällskap som skulle kunna ge bidrag till insamlingen på er ort.
- ☐ Inventera julgrytemateriel och beställ från Julgrytans E-shop.
- ☐ Planera var på kåren, i butiker och på företag som ni ska ställa bordsryttare och roll-ups och sätta upp affischer.
- ☐ Gör en lista på lokal media, skicka pressmeddelande, följ upp per telefon.

LYCKA TILL!