



Stämning • Tradition • Hantverk
Konfektyr • Delikatesser • Gycklare

TÄND ETT HOPP
GE DIN JULGÅVA

123 332 66 34 Skriv: Jul

JULGRYTAN

Information och instruktioner för Julgrytan 2025



VEM VÄNDER JAG MIG TILL?

Här är en lista på kontakter att vända er till för hjälp med julgryte-kampanjen.

Julgryteansvarig:

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

Kårens digitala julgryta och kårens hemsida:

Martin Alm, 08-562 282 38,
martin.alm@fralsningsarmen.se

Facebook och andra sociala medier:

Kerstin Tillenius, 08-562 282 05,
kerstin.tillenius@fralsningsarmen.se

Pressmeddelanden och andra mediekontakter:

Eva Gustin, 08-562 282 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 snabbblänk på Pärleportalen under fliken "Verktyg och resurser". Se även sidorna 10–11 i denna broschyr.

Slutrapportering:

Görs senast 2026-01-31. Länk till formuläret finns på Pärleportalen> Organisation och styrning> Julgryteinsamlingen.

Ledaren har ordet

JULGRYTAN – ETT MISSIONELLT INITIATIV SOM BERÖR HJÄRTAT!

NÄR VINTERMÖRKRET SÄNKER SIG över våra städer och julens ljus börjar glimma i fönstren, tänds också ett annat ljus – Frälsningsarméns julgryta. Den står där, mitt i människors vardag, som ett hjärtslag av hopp. Sedan 1891 har julgrytan varit ett tecken på att ingen människa är bortglömd. Den är mer än en insamling – den är ett missionellt initiativ där evangeliet får kropp, där tro blir till handling och där kärlek uttrycks i praktisk omsorg.

Julgrytan är inte bara ett sätt att samla in pengar till Frälsningsarméns sociala arbete. Den är en plats för möten, för samtal, för förbön. Den är kyrka utanför kyrkans väggar. När vi står vid grytan, står vi i tjänst – inte bara för att ta emot gåvor, utan för att ge något tillbaka: närvaro, värme, respekt. Det är i dessa ögonblick som evangeliet blir levande. Ett vänligt ord, ett lyssnande öra, en enkel välsignelse – allt detta kan bli till livsförvandlande upplevelser för den som passerar.

Det missionella perspektivet innebär att julgrytan är en del av Frälsningsarméns identitet som kyrka. Vi tror att Guds kärlek blir synlig när vi tjänar vår nästa. Därför är varje möte vid grytan en möjlighet att så ett frö av tro, erbjuda förbön eller bara finnas till för någon som behöver bli sedd. Det är inte alltid de stora orden som gör skillnad – ofta är det den lilla gesten, den genuina närvaron, som öppnar hjärtan.

Julgrytan är också en plats för gemenskap. Volontärer, musikanter, soldater och förbipasserande samlas kring ett gemensamt uppdrag: att sprida ljus i mörkret. Det är en rörelse av hopp, där varje insats – liten som stor – blir en del av något större. Och i en tid där ensamhet, psykisk ohälsa och ekonomisk utsatthet växer, får julgrytan vara ett tecken på att någon ser, någon bryr sig, någon tror på en bättre morgondag.

Bakom varje gryta finns en berättelse. En mamma som får råd med julmat. Ett barn som får en vinterjacka. En äldre man som får sällskap på julafton. Det är dessa liv vi berör – och det är därför julgrytan behövs. Det är inte bara hjälp – det är hopp. Det är inte bara stöd – det är tro. Det är inte bara en insamling – det är mission.



”Ofta är det den lilla gesten, den genuina närvaron, som öppnar hjärtan.

Julgrytan är en inbjudan till hela samhället att vara med och göra skillnad. Den är ett sätt att leva ut sin tro i praktiken, att låta evangeliet ta plats mitt i stadens puls. Och varje år får tusentals människor erfara att de är sedda, älskade och värdefulla – tack vare julgrytan.

Var med och gör skillnad. Din tid vid julgrytan är mer än en handling – den är ett budskap om hopp, tro och kärlek. Dela gärna med dig av Stridsropets decembernummer som är en specialupplaga för just julgrytan. Tillsammans tänder vi ljus i vintermörkret. ♦

/ Bo Jeppsson



Programförklaring

VIKTIGASTE GRYTAN PÅ LÄNGE!

► Era rapporter visar att betydelsen av julgrytan ökar och glädjande nog slog förra årets julgryta rekord. Låt oss fortsätta på den vägen. Använd er av råd från kollegor och de möjligheter som beskrivs i denna broschyr. Då kan vi ge julglädje till ännu fler!



► Lars Beijer, julgryteansvarig.

JULGRYTAN FÖDDES 1891 i USA som ett sätt för Frälsningsarmén att öka möjligheterna att hjälpa personer i utsatthet. Självklart går det inte att jämföra betydelsen av årets julgryteinsamling med julgrytans första år, då nöden var katastrofal med svält, allvarliga epidemier och utbredd fattigdom. Julgrytan gjorde på den tiden ofantligt stor nytta i arbetet med att förverkliga William Booths motto ”Soppa, tvål och frälsning”

Vi kan dock konstatera att nöden fortfarande finns och att julgrytan behövs. I år mer än på länge. Många familjer kommer till oss för att de saknar pengar till mat eller i värsta fall inte kan betala hyran. I vintras hade vi på flera ställ-

en ohanterligt långa köer till julutdelningar av matkassar och några ställen tvingades pausa när medlen för att hjälpa tog slut.

De senaste årens höga inflation har gjort att fler och nya grupper, som tidigare med knappa medel klarat sin ekonomi, nu råkar illa ut med obetalda räkningar som riskerar att hamna hos kronofogden. Det betyder sämre möjligheter att kunna handla det nödvändigaste som mat och kläder, men också en stor oro för framtiden. Exempel är ensamstående föräldrar, äldre som lever i ofrivillig isolering, långtidsarbetslösa, äldre barn och ungdomar som bor hemma i familjer med oordnad ekonomi, men även

barnfamiljer som tidigare klarade sin ekonomi. För många av dessa leder den stora oron för ekonomin till psykisk ohälsa.

Vi vill nu göra en extra bra julgryteinsamling, så att vi kan hjälpa många fler i jul med det som hör julen till – gemenskap, julmat, julklappar, dans kring granen och tomtebesök med julklappar.

På följande sidor kan ni läsa om vad ni kan göra och hämta tips och idéer från era kollegor för att lyckas med en ännu bättre julgryteinsamling som hjälper ännu fler till en God Jul. ♦

/ Lars Beijer

Nationella julkampanjen 2025

ÅRETS VIKTIGASTE INSAMLING!

► Varför ändra ett vinnande koncept? Fjolårets julinsamling gav rekordresultat och därför spinner vi vidare med samma typ av budskap och berättelser i årets nationella julinsamling.

JULEN ÄR ÅRETS VIKTIGASTE PERIOD för många organisationer och kyrkor. Det är då svenskarna är som mest generösa med bidrag till välgörande ändamål.

Fjolårets julinsamling – den nationella julinsamlingen och kårernas julgrytor på gator och digitalt – gick väldigt bra. Resultatmässigt var de våra bästa insamlingar på många år.

I årets julkampanj spinner vi därför vidare på



2024 års format, där vi lyfte fram olika utsatta grupper och utmaningarna de möter. Samma koncept har vi framgångsrikt jobbat med under hela 2025.

Julkampanjen pågår från början av november till slutet av december. Under den här perioden placerar vi annonser i många olika mediekana-ler. Vi skickar ut insamlingsbrev till hundratu-sentals mottagare, både tidigare givare och till nya som inte tidigare skänkt till oss. Vi köper annonsutrymmen i flera av landets största tidningar som Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Vi publicerar artiklar och berättel-ser på webben om de utsatta grupperna och om hjälpen de får på kårerna runt om i landet. Och vi delar aktivt detta material i våra egna sociala medier (bl.a. Facebook och Instagram).

Under kampanjperioden skickar vi också ut flera nyhetsbrev och sms till våra kontaktlistor med berättelser från verksamheterna, infor-mation om vårt arbete och uppmaningar att skänka till vår julinsamling.

Vi vill alltid bli bättre med våra insamlingar och i vår kommunikation. Vi vill nå fler och att



► Oliver Beijer, kampanj- och contentansvarig.

fler av dem vi når ger en gåva. Därför anpassas budskapet vi kommunicerar för olika målgrup-per. Detta är viktigt för att bygga kännedom om Frälsningsarmén och vårt arbete, liksom om samhällssituationen och utmaningarna våra hjälpsökande möter.

Under julen går hela insamlingsbranschen in i en intensiv period. Detta återspeglas på Kommunikations- och insamlingsenheten på HK. Dagligen tittar vi på hur väl insamlingen fungerar hos allmänheten.

Men för oss är det också viktigt att arbetet med julinsamlingen känns positivt och bra för alla medarbetare och ideellt engagerade inom Frälsningsarmén. Vi hoppas därför att alla kårer och verksamheter känner att den nationella julinsamlingen är någonting som stöttar er och att kampanjen, tillsammans med det idoga arbetet som utförs kring julgrytan, skapar en enande tillsammans-känsla över hela landet. I slutändan är det tack vare ert arbete som många väljer att ge sina gåvor till Frälsningsarmén! ►

/ Oliver Beijer
Kampanj- och contentansvarig



► Två annonser från fjol-årets julinsamling. Årets kampanj, som ännu inte är producerad, kommer att bygga på liknande bilder och budskap.



FLER KANALER FYLLER JULGRYTAN

♦ Julgryteinsamlingen är numera mer än att vara ute på stan med själva julgrytan. Gåvorna kommer från flera insamlingskanaler. Vissa ger redan bra resultat medan andra har stor potential att vid rätt bearbetning generera mycket mer i gåvor.

I FÖRRA ÅRETS LYCKADE julgryteinsamling deltog 56 kårer. Tre hade ingen gryta ute, men deltog ändå i julgryteinsamlingen på något av de andra sätt som finns att få in gåvor till jul.

Julgrytan ute på stan var den viktigaste kanalen för att få in gåvor i förra årets insamling. Sammanlagt kom det in drygt 1,8 miljoner i swish och kontant vid/i grytan. Det är ca en tredjedel av totala insamlingen, som ju också omfattar gåvor från stiftelser, ordenssällskap, föreningar, digitala julgrytan, företag, intäkter från konserter samt övriga gåvor.

Stiftelser, ordenssällskap eller föreningar var den näst största kanalen. Om i stort sätt alla kårer fick gåvor från själva julgrytan, så var det betydligt färre som fick medel från stiftelser, ordenssällskap eller föreningar. Men trots att endast 13 kårer fick medel från dessa kanaler summerade gåvorna till hela 1,3 miljoner kronor, vilket motsvarar 20 % av vad som totalt samlades in. Här behövs ett året runt arbete med att leta och kontakta stiftelser och ordenssällskap. Läs på sid 9 hur ni kan få stiftelser och ordenssällskap att skänka till er kår.

Kårens egen lokala digitala julgryta på webben har stor potential att öka. Den nådde drygt 400 tkr förra året och nästan alla kårer var med. Nio kårer nådde över 20 000 kr, med toppnoteringen 31 085 kronor. Digitala julgrytan är lättillgänglig för den som vill skänka och det är en bra kanal för att nå många fler givare. Denna jul vill vi att alla kårer ska vara med från starten, som sker redan i början av november. Läs mer på sidan 7.

Gåvor från företag resulterade i 33 st gåvor till ett totalt värde av 337 000 kronor. Sammanlagt var det 16 kårer som fick företagsgåvor. Det borde kunna bli betydligt fler och målet är att fler kårer börjar aktivera sig mot företag. Kontakter med företag kan också ge bra och viktiga gåvor i form av julklappar, kläder mat och annat till värdefull julhjälp. Några av er har bra rutiner och metoder för att bearbeta företag. Vi har tagit fram en brevmall som ni kan använda när ni kontaktar företag. Läs mer om det på sidan 9.

Utöver de redan nämnda finns det också andra insamlingskanaler. En sådan är bordsryttaren,

som ni alla kommer att få automatiskt i början av november. Den har sin givna plats på kårens café, men är också mycket lämplig att få ut på företag och i butiker, i receptioner och kassadiskar. Komplettera gärna med en affisch.

En ny aktivitet som visat sig lyckad är att placera ut "julgryteroll-ups" i butiker eller på andra publika platser. En sådan roll-up ska i utseende påminna om julgrytan och därigenom stimulera betraktaren att vilja skänka. Det är ett bra sätt att bredda exponeringen till fler platser utan att behöva bemanna med grytvakter.

Läs mer på följande sidor om hur du kan jobba med de olika kanalerna. Glöm heller inte att planera in en **julkonsert** om ni har möjlighet. Tänk på att börja i god tid. Många kårer nämner vikten av att börja tidigt med rekrytering av grytvakter.

Viktigt är också att hela kåren är delaktig. Soldater och medlemmar ska vara informerade om vad grytpengarna går till och hur mycket som kåren behöver få in för att nå målet. Och ge dem fortlöpande rapporter om hur det går med insamlingen. ♦



TIPS FÖR BÄSTA RESULTAT MED JULGRYTTAN

♦ Vi vet sedan tidigare att det gäller att vara ute så många timmar som möjligt, att platsen och musik också påverkar hur mycket som ges i grytan. Hur ska då bemanningen vid grytan lösas och allt annat som påverkar resultatet? Här är elva tips och råd från kårerna ute i landet.

EN REKOMMENDATION från många kårer är att börja planeringen tidigt. Men redan innan bör målet vara klart, dvs vad pengarna ska användas till och hur mycket som ska samlas in. Försök också att göra julgrytan till "en hela kårens uppgift".

TIPS 1: Sätt mål och bestäm vad gåvorna ska gå till.

TIPS 2: Förankra på kåren, gör medlemmarna delaktiga, "Hela kårens angelägenhet".

"De som känner många personer på en ort samlar ofta in mer pengar än den som inte känner så många. Det kan skapa publicitet."



Börja rekryteringen av grytvakter i god tid, gärna i oktober. Sätt upp schemat på anslags-tavlan och skriv vilka tider du behöver grytvakter. Gör gärna ett digitalt schema också, och uppdatera schemana. Försök rekrytera någon "kändisgrytvakt" som har stort nätverk av kontakter, som känner många eller som är ett välkänt ansikte på orten (politiker och andra kända profiler).

TIPS 3: Börja med bemanningsschemat redan i oktober.

TIPS 4: Kändis som grytvakt.

Det är viktigt att berätta för givaren vid grytan att pengarna används till julhjälp på orten. Gäller också på sociala medier.

TIPS 5: Kommunera att gåvan används till hjälp lokalt.

Synliggör julinsamlingen och Frälsningsarmén så mycket som möjligt, sprid länken till digitala julgrytan, var aktiv med kårens fb, Instagram och hemsida. Var synlig i lokalmedia under hösten/vintern i olika reportage, intervjuer och med radannonser i lokaltidningarna om musikcaféer och julfester.

TIPS 6: Gör fb- och Instagraminlägg och inkludera länken till digitala julgrytan.

TIPS 7: Sprid länken till digitala julgrytan till soldater, medlemmar och vänner.

TIPS 8: Kontakta lokal media, skicka pressmeddelande och ring dem.

TIPS 9: Annonsera lokalt.



"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

Platsen, tiden och utåtriktade grytvakter är viktigt. Julgrytan fungerar bäst där livsmedel säljs och förmiddagar är bästa tiden. Den personliga kontakten är viktig och likaså att den som vaktar grytan önskar givarna Guds välsignelse. "Att öppna munnen och hälsa folket som bara går förbi utan att se julgrytan. Att få deras uppmärksamhet".

TIPS 10: Välj plats med många besökare och tidpunkt när det inte är så stressigt för givaren.

TIPS 11: Ta personlig kontakt. Önska Guds Välsignelse!

Till dessa elva tips, som kan kompletteras med många fler, tillkommer en viktig faktor, som anses påverka julgryteinsamlingens resultat väsentligt. Det som nämnts av många kårer som avgörande är det goda arbete som utförs året runt och som gör att Frälsningsarmén är välkänd och har förtroende på orten. ♦

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

/ Daniel Viklund, Strängnäs

DE DIGITALA GRYTORNA KOKAR – ÄR DIN KÅR BEREDD?

♦ Digitala julgrytan har de senaste två åren varit en liten, men växande del av Frälsningsarméns julinsamling. Fler och fler kårer upptäcker att insamling på nätet kan ge ett extra tillskott.



Martin Alm tipsar:

NYCKELN FÖR DIGITALA JULGRYTAN ÄR ATT NÄTVERKA



I EN TID DÅ ALLT FLER MÄNNISKOR tillbringar mer tid med mobilen är det inte konstigt att digitala julgrytan gör succé. Vi växte från drygt en kvarts miljon kronor förrförra julen till att senaste julen uppnå en halv miljon kronor – allt lokalt på kårerna via digitala grytan.

En julgryta på webben ger folk ett smidigt sätt att skänka pengar. Länken kan spridas via telefon eller dator till många. Med inlägg på kårens Facebooksida når ni personer som annars hade varit svåra att fånga.

Kårens Facebooksidor är en informationskanal som vi centralt här på HK varit långsamma med att upptäcka, men med många små kanaler kan vi nå hundratusentals personer och bland dem helt nya målgrupper. Det är förstås en utmaning att koordinera en digital insamling på ett 60-tal olika kårer och orter, men med hjälp av lite teknik och samarbete går det att lösa.

Om din kår vill få ett gott resultat från den digitala grytan, så gäller det att sprida den på Facebook och även i alla andra sammanhang vi kan komma på. Kåren behöver berätta på webbsidan om den hjälp kåren ger. Många kårer vågar knappt säga att de ger julhjälp eftersom de är rädda att ännu fler ska fråga efter det. Men hur ska vi få givare om vi inte vågar synas? Berätta att vi ger stöd, men att vi gör det så länge våra ideella krafter räcker. Berätta så att både hjälpsökande och givare kan få reda på det.

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

Ta inte bort informationen efter jul, utan låt den ligga kvar med uppdatering om att vi gör en insamling och delar ut hjälp nästa år också. Google ger högre länkvärde till sidor som haft många besökare, så skapa 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 gång och fler människor kan få hjälp. ♦

TÄNK PÅ ATT

- ♦ En digital julgryta ger helt nya personer chansen att ge en gåva.
- ♦ Din kår kan få in tusentals kronor extra genom den digitala grytan.
- ♦ I god tid sätta mål och formulera vad gåvorna ska gå till.

Tipset som slår alla andra

DELNING, DELNING OCH ÅTER DELNING

DELNING är den överlägset bästa vägen till ett bra resultat i den digitala världen. Publicera länken till er digitala julgryta på Facebook, i kårbladet och i utskick till soldater, medlemmar och vänner. Uppmana soldater och medlemmar att dela länken vidare i sina sociala medier och att skicka länken som sms till vänner och affärskontakter. Och mejla länken till er digitala julgryta till lokala företag. ♦

♦ Publicera alltid länken till er digitala julgryta i era inlägg på Facebook och Instagram, som i exemplet på bilden.



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

”Vi som hjälper till med julgrytan” är en sluten Facebook-grupp 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 kan inspirera, utbyta erfarenheter och sprida goda exempel som hjälper oss alla att nå våra lokala mål. Dela gärna med er av både små och stora framgångar – tillsammans kan vi göra julgrytan ännu starkare!

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 öka inflödet av gåvor.



Kerstin Tillenius tipsar:

TIPS FÖR SOCIALA MEDIER KRING JULGRYTAN



SOCIALA MEDIER är ett fantastiskt sätt att nå ut till både nya och återkommande givare. Här är några saker att tänka på när ni publicerar:

LYFT BÅDE DEN FYSISKA OCH DEN DIGITALA JULGRYTAN

- När ni publicerar om julgrytan på kårens Facebook- och Instagramkonton så **lägg alltid till länken till den digitala julgrytan**.
- Dela gärna också inlägg som rör den **digitala julgrytan** och uppmana till att ge en gåva digitalt – det är ett enkelt sätt för många att bidra.
- Om ni boostar era inlägg, se till att det är inlägg där länken till den digitala julgrytan finns med, så att fler når fram till rätt sida.

GÖR DET ENKELT ATT GE

- **Swish-numret** till 90-kontot ska alltid finnas med i inlägget.
- Lägga 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".

ANVÄND BILDER OCH VIDEO

- Lägga gärna med en bild på till exempel kårens julgryta eller annan relevant bild. Även en kort video kan passa.
- Testa en **videohälsning** där ni bjuder in människor till att besöka julgrytan på stan.
- Skapa en **story på Instagram** eller en **händelse på Facebook** där ni påannonserar när ni står ute med julgrytan.
- Om ni arrangerar något särskilt, skapa ett **Facebook-event**.

SKAPA NÄRVARO OCH DIALOG

- Sänd gärna **live på Facebook eller Instagram**. Det behöver inte vara långt, men lägg till en beskrivning och kom ihåg att nämna hur man kan ge.
- **Lyft samarbeten** och tacka företag/organisationer genom att tagga dem med @företags-/organisationsnamnet.
- **Svara på kommentarer och frågor** – sociala medier handlar om dialog.

CHECKLISTA FÖR SOCIALA MEDIER

- Bild eller video i varje inlägg (gärna kort hälsning eller film från platsen).
- Swish-numret till 90-kontot och länk till er digitala julgryta ska alltid vara med.
- Exempel på vad gåvor kan göra (t.ex. 50 kr = en frukost).
- Lyft samarbeten – tagga företag (@företagsnamn).
- Skapa närvaro – använd Stories, Facebook-event och sänd live.
- Svara på kommentarer och frågor – håll dialogen igång.
- Boostade inlägg ska alltid innehålla länken till digitala julgrytan.



Eva Gustin tipsar:

SÅ FÅNGAR DU LOKALMEDIERNAS INTRESSE



BYGG EN RELATION MED LOKALMEDIER!

- Gör en lista på alla lokala medier (tidningar, radio och eventuellt TV), med mejladress och telefonnummer till nyhetsredaktionen eller person 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 ..."
- Ring och berätta. Skriv en kort text att mejla till redaktionen efter samtalet med plats, tid och händelse.

FORMULERA PRESSMEDDELANDET SOM EN NYHET

- För att intressera medierna behövs en nyhet eller händelse att rapportera om. Presentera julgrytan som en viktig och intressant händelse för orten. Glöm inte att bifoga bilder.

Exempel inför julgrytestarten: "Årets jul blir tuff för många här i Xxxx. På lördag ställer vi därför fram Frälsningsarméns välkända julgryta. För x:e året samlar vi in gåvor här i Xxx för att kunna ge stöd och hjälp till de som behöver. Pengarna vi får in kommer främst att användas till ..."

Exempel strax före jul eller efter jul: "Frälsningsarméns julgryta i Xxx har i år slagit rekord. Vi har från givmilda personer och företag här på orten fått in xxx kr som hjälper familjer i utsatthet här i Xxx att få en bättre jul."

PRESENTERA FÖRETAGSINSAMLINGEN SOM EN NYHET!

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

CHECKLISTA FÖR LOKALA MEDIER

- Gör en lista på alla lokala medier.
- Kontakta medierna 1–3 veckor i förväg.
- Mejla ett pressmeddelande och/eller ring.
- Presentera händelsen som en nyhet för er ort.
- Informera medierna redan i oktober/november om er företagsinsamling.
- Följ upp efter jul och berätta för medierna om resultatet och alla som blivit hjälpta!

FÖRETAG OCH STIFTELSE VILL GE HJÄLP LOKALT

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

BREVMALL FÖR MEJL TILL FÖRETAG PÅ ORTEN

PÅ VARJE ORT FINNS SÄKERT FÖRETAG som kan tänka sig att ge en gåva till Frälsningsarméns arbete för familjer i utsatthet, särskilt under jul. Trots detta var det förra året endast 13 kårer som fick gåvor från företag. En förklaring till detta begränsade resultat framkom i den lilla undersökningen vi gjort inför årets julgryteinsamling. Där svarade flera kårer att det beror på tidsbrist – man hinner helt enkelt inte med att kontakta företag.

De kårer som däremot bearbetade företag och fick gåvor svarade i de flesta fall att de skickade brev.

Vi har därför tagit fram en brevmall, där ni snabbt och lätt fyller i vissa uppgifter och sedan kan mejla brevet till företag på orten. I brevet fyller ni bland annat i vad gåvan ska användas till och kopierar in länken till er

digitala julgryta. Skicka brevet till alla företagskontakter ni har och leta också rätt på tidigare kontakter. Det kan vara leverantörer, tidigare företagssamarbeten och vänner till kåren som har företag.

Gör sedan gärna också en lista på andra företag i närheten som ni tror kan vara intresserade av ett samarbete eller att ge julhjälp i till utsatta människor på orten och mejla brevet till dem också.

Ni som har möjlighet kan sedan kontakta företagen per telefon och påminna om brevet ni mejlat och fråga om de fått det. Om de inte kommer ihåg det så berätta om insamlingen och passa på att be om en gåva. Ha swish-nummer till hands.

Det är bra om ni kan föreslå en konkret gåva och summan, t ex fem alternativt tio matkassar á 500 kr till barnfamiljer, dvs. 2 500 eller 5 000

kronor. Presentera också gärna idén om en gåva till Frälsningsarmén som ett alternativ till företagets personaljulkalpp.

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

Tänk på att gåvor från företag, såväl som stiftelser och ordenssällskap, är beroende av ett långsiktigt arbete med att göra Frälsningsarmén känd på orten och bygga trovärdighet. Det är ert arbete och era aktiviteter under hela året som påverkar om ni ska nå framgång hos företag och även stiftelser. ♦

SÖK STIFTELSE PÅ DIN ORT

STIFTELSE HITTAS ENKLAST på Länsstyrelsens stiftelsesök, stiftelser.lansstyrelsen.se. Där kan du söka på ändamål/målgrupp. Sök till exempel på "behövande Linköping".

Många kommuner har också uppgifter om stiftelser på sin hemsida. Även den lokala banken kan ge dig namn på stiftelseförvaltare.

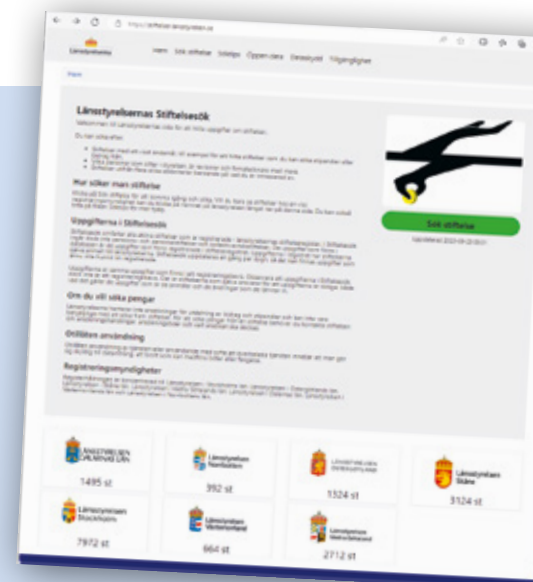
Stiftelser med beslutsdatum som inte passar med julgryteinsamlingen kan ändå vara värda att kontakta. Målgruppen ni hjälper finns ju året runt och stöd behövs till exempel även till sommaraktiviteter för barn. Be i så fall om sådant stöd i stället. Eller be att få återkomma senare inför julgryteinsamlingen 2026.

Kontakta också loger och ordenssällskap på din ort. Exempel är Odd Fellow med sin kvinnliga gren Rebecka-orden, Lions club och Johanniterorden. Googlar du på ordenssäll-

skap hittar du säkert fler du kan kontakta. Leta upp deras hemsidor och läs hur din kår kan söka bidrag.

Flera som lyckats få stöd vittnar om att grunden till stiftelsegåvor och gåvor från ordenssällskap ligger i att vara känd på orten. Om de känner till Frälsningsarméns arbete kan det till och med hända att de hör av sig spontant med gåvor. I andra fall har det som började med en presentation av kåren och dess arbete resulterat i att kåren får en årlig gåva automatiskt.

Tänk alltså på vikten av att vara väl synliga med ert arbete på orten. ♦



➤ Länsstyrelsernas stiftelse-sök på stiftelser.lansstyrelsen.se har ett enkelt och överskådligt gränssnitt. Sammanlagt finns det över 17 000 stiftelser registrerade hos landets länsstyrelser.

➤ T.v. Några av de ordnar och föreningar som kan vara lämpliga för er att kontakta för att söka stöd är Johanniterorden, Lions, W6 och Odd Fellow.

NYA 90-KONTOT PÅ ALLT MATERIEL

➤ Till årets julgryteinsamling måste allt materiel med det gamla 90-kontonumret bytas ut. Allt insamlingsmateriel ska ha det nya 90-kontonumret som berättigar givaren till skattereduktion för gåvor– inget äldre materiel med tidigare kontonummer får användas. Nya toppskyltar, bössgördlar och bordsryttare kommer att skickas till er automatiskt. Övrigt materiel måste beställas i e-shopen på Pärleportalen.

Observera att det är kostnadsfritt att byta ut gamla roll-ups, beachflaggor och trottoarprataraffischer till nya versioner med det nya 90-kontonumret. Beställning görs i e-shopen Displaymateriel.

DETTA FÅS AUTOMATISKT

- Bordsryttare
- Bössgördel
- Toppskylt till julgrytan

DETTA BYTS UT GRATIS

Beställ via: [Pärleportalen](#)>Verktyg och resurser>E-shop>Displaymateriel

- Beachflagga med ortsnamn och swish
- Roll-up med julinsamlingsbudskap, ortsnamn och swish
- Affisch till trottoarpratara med ortsnamn och swish

DETTA BESTÄLLER DU

Beställ via: [Pärleportalen](#)>Verktyg och resurser>E-shop>Julgrytan

- Banderoll "Håll grytan kokande" till julgrytan
- Barnens tackkort
- Bemanningsschema
- Insamlingsbössor och plomber till bössor
- Julgrytan, komplett eller delar
- Mössa
- Noter för hornmusik
- Västar till grytvakter
- Änglakort till änglatrådet

Följande produkter beställs via mail till: julgrytan@fralsningsarmen.se

- Grytvaktsbricka i plastficka
- Tackdiplom till företag



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 saljdiskar. Ställ även ut på caféborden på kåren.

Fås med nya 90-konto numret. Skickas automatiskt till er i form av pdf-fil i A4-format 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 QR-kod och nya 90-kontonumret.

Grytor och bössor **beställs via E-shopen.**

Nya bössgördlar för utskrift skickas automatiskt till er via mejl.



BEACH-FLAGGA MED 90-KONTO

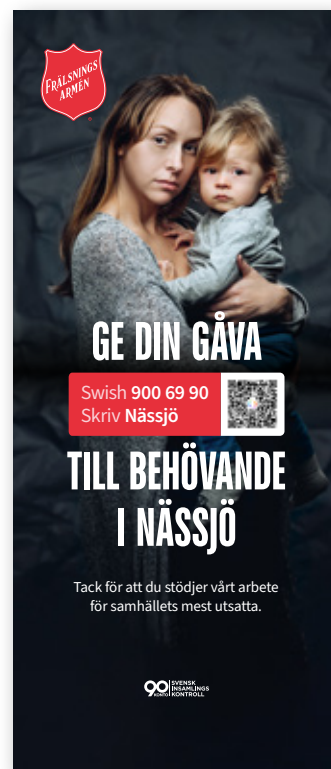
En beachflagga drar till sig uppmärksamhet så att det märks att vi är här och att något spännande är på gång! Fås med ert kårnamn.

Beställ i vår E-shop: Displaymateriel

ROLL-UP MED 90-KONTO OCH ORTENS NAMN

En roll-up med insamlingsbudskap och ert ortsnamn är effektiv där grytan inte är uppställd eller då grytan inte är ute. Passar bäst inomhus.

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 fram-till. Storleken passar alla tack vare justerbara kardborrband i sidorna!

Komplettera västen med en grytvaktsbricka med texten "Jag vaktar julgrytan för Frälsningsarmén". Passa samtidigt på att beställa värmande mössor till grytvakterna.



TROTTOARPRATARE MED 90-KONTO OCH QR-SWISH

Beställ trottoarpratare och affisch med 90 konto och QR-kod i vår E-shop: **Display-materiel**. 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. 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 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-jul2025

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



31/1

KOM IHÅG ATT LÄMNA ER SLUTRAPPORT SENAST 31 JANUARI!

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 och stiftelser? Har vi haft julgrytorna ute flera timmar? Och har fler kårer kontaktat tidningar på orten?

Fyll i formuläret för slutrapporten senast den 31 januari. 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

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



✓ CHECKLISTA FÖR JULGRYTE- INSAMLINGEN

- ☐ Sätt insamlingsmål och bestäm vad gåvorna ska användas till.
- ☐ Forma en arbetsgrupp med 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 bland kårens medlemmar.
- ☐ Gör ett bemanningsschema och rekrytera grytvakter.
- ☐ Lista företagen i din stad. Mejla eller ring och be om en gåva. Använd gärna brev-mallen 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!