



NRK TV-aksjonen

Aksjonsåret 2025

Aksjonsåret 2025

– Vi går sammen



2025 – et merkeår!

For første gang gjennomførte vi TV-aksjonen som en selvstendig stiftelse med egne ansatte. Stiftelsen ble formelt etablert i desember 2023, og 2024 brukte vi på å bygge opp organisasjonen og etablere en ny arbeidsplass fra grunnen av. Det handlet om mye mer enn papirarbeid og strukturer. Det handlet om å skape rammen for å kunne fortsette en stolt tradisjon som strekker seg helt tilbake til 1974.

Resultatet for aksjonen i 2025 ble 273,3 millioner kroner til Atlas-alliansen og deres viktige arbeid for funksjonshemmede i krig og konflikt. Bak den summen ligger en fantastisk innsats fra tusenvis av engasjerte mennesker over hele landet, bøssebærere, frivillige, givere, kommuner og samarbeidspartnere som stilte opp for en viktig sak. Og ansatte i Stiftelsen som ga alt de hadde for å gjøre det mulig.

Tusen takk til alle som bidro og gjør TV-aksjonen til det felleskapet aksjonen fortsatt er.

Nina E. Larsen

Hilsen Nina Larsen, daglig leder

Gled deg, Ett lag og To skritt foran

NRK TV-aksjonen er i 2025 fortsatt Norges største innsamlingsaksjon, og har siden 1974 samlet inn over 14,3 milliarder kroner til gode formål verden over. Hvert år samler frivillige, kommuner, skoler, næringsliv og privatpersoner seg om én felles sak og gjør TV-aksjonen til noe unikt i norsk samfunnsliv.

I 2025 var mottakerorganisasjonen Atlas-alliansen, en paraplyorganisasjon for norske funksjonshemmedes organisasjoner som arbeider for rettighetene til personer med funksjonsnedsettelse internasjonalt. En sentral del av TV-aksjonen er bøsseaksjonen, som ble gjennomført over hele landet søndag 19. oktober.

Stiftelsen har som formål å gjennomføre NRK TV-aksjonen årlig, i henhold til avtale med NRK og utvalgt organisasjon. Stiftelsen har ansvar for innsamlingen nasjonalt og lokalt, herunder innsamling fra privatpersoner, næringsliv, skoler og barnehager, rekruttering av frivillige, samt kommunikasjon og kampanjer. Et innsamlingsråd oppnevnt av NRK sitt styre vurderer søknader fra organisasjoner som ønsker å motta TV-aksjonen, og kringkastingssjefen tar den endelige beslutningen.

Kulturen i stiftelsen bygger på tre kjerneverdier som preger hvordan vi arbeider, samarbeider og utvikler oss: **Gled deg, Ett lag, To skritt foran**. Disse verdiene kommer til uttrykk i hele organisasjonen og danner grunnlaget for gjennomføringen av TV-aksjonen.



Drift og resultat i Stiftelsen i 2025

Etter etableringsåret i 2024, som i hovedsak var preget av oppstart, organisatoriske avklaringer og utsatt drift, har Stiftelsen i 2025 vært i ordinær drift med egne ansatte og fullt ansvar for planlegging, gjennomføring og oppfølging av aksjonen. Arbeidsmiljøet og kultur bygger på kjerneverdiene «Gled deg», «Ett lag» og «To skritt foran», etablert i 2024. Verdiene er godt forankret og danner et solid grunnlag for kultur og samarbeid.

Virksomheten i 2025 har vært gjennomført i henhold til avtalen med NRK og i tett samarbeid med mottakerorganisasjonen Atlas-alliansen. Det er i løpet av året etablert nødvendige administrative, økonomiske og organisatoriske strukturer for å sikre en effektiv og forsvarlig drift av stiftelsen og gjennomføringen av TV-aksjonen.



Årsregnskapet for 2025 viser stiftelsens inntekter og kostnader. Innsamlede midler som tilfaller den utvalgte organisasjonen, regnskapsføres som gjeld frem til utbetaling. Årsregnskapet viser et positivt resultat på kr 1 756 959. Resultatet dekker underskuddet fra oppstartsåret 2024, og resterende beløp overføres til stiftelsens egenkapital.

Stiftelsens styre har ansvar for overordnet styring og kontroll av stiftelsen, samt koordinering av nødvendige formelle og økonomiske prosesser.

Resultat for TV-aksjonen 2025

Endelig innsamlet beløp for TV-aksjonen i 2025 ble 272,3 millioner kroner. Midlene skal bedre levekårene for funksjonshemmede og gi tilgang til hjelpemidler, skolegang, arbeid og helsetjenester for 200 000 mennesker i Ukraina, Palestina, Nepal, Zambia, Tanzania, Etiopia og Uganda gjennom Atlas-alliansen.

Givertype	Sum	Andel av totalt
Barnehage	859 855	0,3 %
Skole	28 828 295	10,6 %
Trossamfunn	1 925 245	0,7 %
Næringsliv/Organisasjoner	52 203 556	19,2 %
Privat	55 124 244	20,2 %
Regjeringen	50 000 000	18,4 %
Annet	6 204 112	2,3 %
Bøsse	64 034 144	23,5 %
Kommuner	13 144 587	4,8 %
Total	272 324 038	

Totale kostnader for Stiftelsens virksomhet i 2025 var kr 42 081 436, hvorav 41 756 622 var direkte knyttet til gjennomføringen av NRK TV-aksjonen for Atlas-alliansen.

Sammenligning med tidligere år

I 2024 gikk TV-aksjonen til Barnekreftforeningen og samlet inn 415 millioner kroner, det er det høyeste resultatet i TV-aksjonens historie. Kjennskapet til Atlas-alliansen var 21 % i 2025, sammenlignet med 58 % for Barnekreftforeningen i 2024. Innsamlingen fra skoler og næringsliv var på nivå med 2023, mens bidrag fra bøssebærere og private givere gikk ned. Lavere kjennskap til Atlas-alliansen og formålet, samt færre bøssebærere, er blant forklaringene på nedgangen.

Oversikt over resultater fra de ti siste årene:

Årstall	Organisasjon	Navn på innsamling	Resultat i kr KPI justert	Resultat i kr
2025	Atlas-alliansen	«Sammen åpner vi dører»	273 mill.	273 mill.
2024	Barnekreftforeningen	«Sammen for små helter»	428 mill.	415 mill.
2023	Redd Barna	«La barn leve i fred»	329 mill.	311 mill.
2022	Leger Uten Grenser og DNDi	«Sammen redder vi liv»	321 mill.	292 mill.
2021	Plan International Norge	«Barn, ikke brud»	310 mill.	263 mill.
2020	WWF Verdens naturfond	«Gå for et hav av muligheter»	292 mill.	239 mill.
2019	CARE Norge	«Nå er det hennes tur»	297 mill.	239 mill.
2018	Kirkens Bymisjon	«Mindre alene sammen»	326 mill.	258 mill.
2017	UNICEF	«Hvert barn er en mulighet»	316 mill.	242 mill.
2016	Røde Kors	«Sammen får vi hjelpen helt frem»	305 mill.	231 mill.

Ett lag – Gjennomføringen

Stiftelsen må jobbe på lag med hele Norge for å gjennomføre TV-aksjonen. Det gode samarbeidet med blant annet kommuner, frivillige, bøssebærere, skoler, barnehager, næringsliv, idretten, kongehuset og tros- og livssynssamfunn gjør TV-aksjonen mulig.

Bøssebærerne

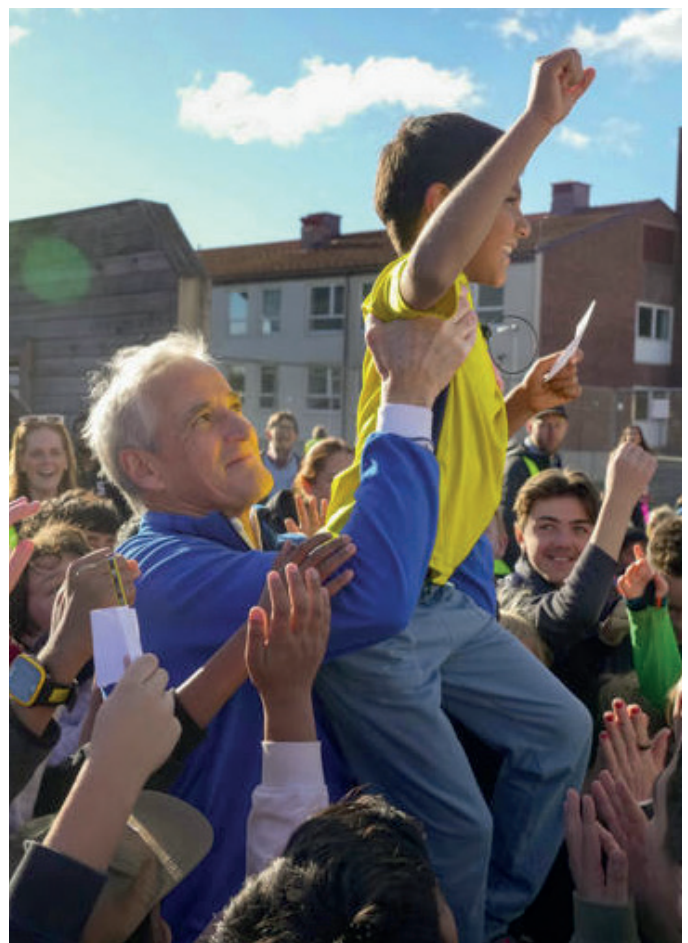
Bøssebærerne er hjertet i TV-aksjonen. 6 av 10 givere ga i 2025 til bøssebæreren. Totalt samlet bøssebærerne inn 64 millioner kroner (23,5 % av totalt innsamlet beløp). 28,5 millioner av dette var kontanter, resten gitt på Vipps. Bøssebærerne er en sentral del av TV-aksjonen. Når bøssebærerne ringer på dørene, minnes folk på at det er TV-aksjon, hva midlene går til og at de kan gi et bidrag. Det var vanskeligere å få bøssebærere enn i 2024, og nedgangen i antall bøssebærere påvirket resultatet.

Kommuner og frivilligsentraler

Alle kommuner i Norge hadde aktivitet knyttet til TV-aksjonen i 2025. Kommunenes innsats er avgjørende, de organiserer lokale komiteer, rekrutterer bøssebærere og sørger for at aksjonen når ut i hele landet. 30 kommuner har valgt å fokusere på næringsliv og skoler fremfor fysisk bøsseaksjon; disse samler inn noe mindre enn de med fysisk bøsseaksjon. I mange av kommunene er det ildsjeler fra frivilligsentralene som organiserer TV-aksjonen lokalt.



Kommunene er ryggraden i TV-aksjonen og gjør at organisering skjer lokalt. Her fra Larvik kommune.



Statsminister Jonas Gahr Støre deltok på Manglerud skole i Oslo sitt skoleløp. Foto: NTB

Skoler og barnehager

Hvert år stiller skoler og barnehager i hele landet opp for TV-aksjonen. Gjennom det gratis undervisningsopplegget på Salaby (Gyldendal) lærer elever og barnehagebarn om årets tema, og mange arrangerer skoleløp, kafé eller andre aktiviteter. I 2025 samlet skoler og barnehager inn 29,5 millioner kroner, dette er svært likt som resultat for skoler og barnehager i 2023 (Redd Barna) som var et år der innsatsen knyttet til skoler og barnehager ble styrket betraktelig.



Næringslivet bidrar vesentlig hvert år. Bildet er fra ringedugnaden i Kristiansand, hvor næringslivet selv kontakter andre bedrifter for å be om støtte til TV-aksjonen.

Næringsliv

6 879 bedrifter og organisasjoner bidro til TV-aksjonen 2025. Ingen annen innsamlingsaksjon i Norge får inn så mange bidrag fra næringslivet. De fleste bidragene kommer gjennom ringedugnader hvor næringslivet ringer til andre bedrifter for å få de til å støtte årets aksjon. I uken før aksjonen ble det arrangert over 160 ringedugnader rundt i landet. Totalt kom 51,9 millioner kroner fra næringsliv og organisasjoner. Stiftelsens hovedsamarbeidspartnere er Vipps, DNB, SpareBank1, Sparebankforeningen, Spleis og PostNord.

Samarbeidspartnere

TV-aksjonens partnere og leverandører er avgjørende for gjennomføringen av aksjonen. Hovedsamarbeidspartnerne er leverandører stiftelsen er helt avhengig av for å få driften til å gå rundt, mens støttespillerne bidrar med tjenester helt uten kostnad som pro bono- og synlighetspartnere. I tillegg bidrar en rekke leverandører til gjennomføringen av både driften og selve aksjonen, ofte med betydelige rabatter som hjelper stiftelsen med å holde kostnadene nede. Nærmere beskrivelse av hvem dette er finnes på nettsiden.

Opptellingsansvarlige

Kontanter er fortsatt en betydelig del av TV-aksjonens innsamling: i 2025 kom 28,5 millioner kroner inn via fysiske bøsser. Kommunene har ansvar for opptelling og innbetaling, og stiftelsen jobber tett med dem for å gjøre denne prosessen så enkel og trygg som mulig. Bankenes reduserte tilbud innen kontanthåndtering har gjort dette mer krevende de siste årene, og i 2025 skapte det utfordringer i enkelte fylker.

Kongehuset

Kongefamilien har vært beskyttere for TV-aksjonen siden starten i 1974. I 2025 hadde H.K.H. Kronprins Haakon denne rollen. Kronprinsen besøkte den tilrettelagte bedriften Fossheim, der de ansatte har pakket materiell for TV-aksjonen de siste 11 årene, og møtte også en familie fra som hadde flyktet fra Ukraina til Norge, der faren er rullestolbruker. Begge besøkene ble formidlet i TV-aksjonsendingen på NRK.



Kronprins Haakon var høy beskytter i 2025. Han besøkte blant annet Fossheim, en tilrettelagt bedrift som brukes for å sende ut materiell for TV-aksjonen.



Sammen åpner vi dører var navnet på TV-aksjonen 2025.

Kommunikasjon og markedsføring

Kommunikasjon og markedsføring er en sentral del av arbeidet med å skape kjennskap og engasjement rundt TV-aksjonen. I samarbeid med Atlas-alliansen reiste ansatte fra stiftelsen til to av mottakerlandene for å produsere innhold til bruk i ulike kanaler.

Konseptet for årets aksjon, «Sammen åpner vi dører», ble utviklet i samarbeid med reklamebyrået ANTI.

TV-aksjonen ble omtalt i nærmere 3 000 mediasaker i 2025, med overvekt i lokalmedia. Mange kjente profiler deltok i profilkonseptet «hvem er din døråpner», og ett av innleggene var det mest engasjerende i hele Norge uken før aksjonen. Innholdssamarbeidet med Team Pølsa og Dissimilis bidro til å nå nye målgrupper.

TV-sendingen og P3-aksjonen

TV-sendingen er den nasjonale avslutningen på TV-aksjonen og samler befolkningen om resultatene av årets innsats. Den løfter frem bredden i arbeidet og hyller de mange frivillige som gjør aksjonen mulig.

Selv om antall seere har gått ned siden 2024, så er det samme andel av alle som ser på TV som ser på sendingen om TV-aksjonen. I tidsrommet TV-sendingen ble sendt kom det inn om lag 27 millioner kroner, noe av dette skyldes andre forhold enn selve TV-sendingen som f.eks. forsinket gaver fra bøsseene eller fra kampanjen.



TV-sendingen er fortsatt en viktig del av TV-aksjonen, og ble vist på NRK fra kl. 20-23 kvelden etter aksjonsdagen.

P3-aksjonen ble i 2025 gjennomført som et mer konsentrert stunt, der programlederne syklet fra Oslo til Bergen. Aksjonen samlet inn mindre midler og hadde lavere oppslutning enn tidligere, men bidro fortsatt til synlighet og engasjement, særlig blant yngre målgrupper.

Gled deg – Ansatte og arbeidsmiljø

I TV-aksjonen skal arbeidsglede prege arbeidsmiljøet. Medarbeidere skal føle seg verdsatt, oppleve mening i arbeidet og glede seg til å gå på jobb.

Verdien Gled deg handler om at alle har et ansvar for å skape trivsel, engasjement og stolthet, både internt og i møte med alle som er involvert i organiseringen, frivillige og befolkningen. Bøssebærere og givere skal oppleve glede ved å bidra, og at innsatsen oppleves som meningsfull og viktig.



TV-aksjonen har 23 faste ansatte, i tillegg til 18 midlertidige ansatte fra april til oktober. Stiftelsen har et godt arbeidsmiljø.

Organisasjonen

Ved utgangen av 2025 hadde stiftelsen 23 faste ansatte, fordelt på nasjonale og fylkesvise stillinger. Den nasjonale delen av stiftelsen har arbeidssted i Atlas sine lokaler i Oslo. Ansatte i fylkene har hovedsakelig hjemmekontor eller kontor plass i kommunale lokaler som stilles til disposisjon.

I løpet av 2025 ble det i tillegg ansatt 18 fylkeskoordinatorer til gjennomføringen av aksjonen i tidsrommet april til oktober.

Arbeidet med utarbeidelse av personalhåndbok, økonomistyring, rutiner og retningslinjer for drift av stiftelsen startet i 2024. Intern kontrollen har blitt styrket gjennom hele året og som regulerer driften. Stiftelsen har opprettet et intranett, for å sørge for at de ansatte har enkel tilgang på alle dokumentene, i tillegg jevnlig opplæring og deling.

Arbeidsmiljø

TV-aksjonen har 23 faste ansatte, i tillegg til 18 midlertidige ansatte fra april til oktober. Stiftelsen har et godt arbeidsmiljø.

Det er gjennomført tre arbeidsmiljøundersøkelser i løpet av året, med svært gode resultater for trivsel og samarbeid, men med noe høy arbeidsbelastning på høsten.

To skritt foran – Innovasjon og utvikling

Stiftelsen jobber kontinuerlig for at det skal være enklere å gi, bidra og gjennomføre TV-aksjonen. Ved å være To skritt foran evner stiftelsen å være proaktive for å møte utfordringer og gripe muligheter.

Aksjonsportalen

Aksjonsportalen er hovedverktøyet for å organisere bøssebærere og ble videreutviklet i 2025 basert på tilbakemeldinger fra frivillige og komiteene som gjennomfører TV-aksjonen lokalt. Nye funksjoner gjør det enklere å melde seg som bøssebærer, velge ruter og for komiteene å koordinere aksjonen lokalt. Løsningen er bygget på lavkodeløsningen Appfarm, som gir fleksibilitet til å reagere raskt på nye behov og bygge nettsider og apper.

Oversikt over donasjoner

Giverstafett er systemet for å registrere og vise statistikk over bidrag til TV-aksjonen. I 2025 ble systemet betydelig oppgradert: den sentrale endringen var at giveren, og ikke den enkelte gave, nå er det sentrale i systemet, slik at bidrag over flere år kan knyttes til én giver. Andelen ubetalte bidrag er redusert med om lag 50%.

Kontanthåndtering

Det gis fortsatt kontanter i bøsse, og utgjør fremdeles en viktig del av TV-aksjonen inntektsmessig. Over 27,5 millioner kr ble gitt som kontanter i 2025. Mange banker tar fortsatt imot og teller kontanter fra bøsene i tillegg til kontanthåndteringsselskap som Loomis og Nokas. Arbeidet med kontanthåndtering er effektivisert de siste årene.

Det er gjennomført pilotprosjekter med kontantfri innsamling i Risør og Sauda for å få bedre kontroll og innsikt i hvilke konsekvenser en overgang til kontantfri bøsseinnsamling kan ha.

Innsikt og analyser

Innsikts- og analysearbeidet er styrket i løpet av året. Det er gjennomført flere undersøkelser mot kommuner, frivillige og bøssebærere. Undersøkelser og statistikk brukes aktivt i planlegging av aktiviteter og utvikling av nye løsninger. Brukermedvirkning er en viktig del av utviklingsarbeidet, blant annet gjennom bruk av ressursgrupper som gir innspill til kampanje og kommunikasjon.

Kunstig intelligens

I 2025 ble chatboten Wiggo lansert i samarbeid med Computas. Wiggo er et internt verktøy som hjelper ansatte med å finne informasjon raskt, og har frigjort tid i hverdagen.

Kunstig intelligens er et prioritert satsingsområde i 2026. Ansatte bruker mer og mer KI i det daglige arbeidet, og i systemutvikling.

Takk

TV-aksjonen er mulig fordi tusenvis av mennesker og organisasjoner velger å stille opp, år etter år. Takk til alle bøssebærere, frivillige, kommuner, skoler, barnehager, bedrifter og samarbeidspartnere som bidro til TV-aksjonen 2025.

TV-aksjonen 2025 gikk til Atlas-alliansen, og sammen åpnet vi dører for funksjonshemmede som lever i krig og fattigdom. Det betyr at 200 000 barn og voksne med funksjonsnedsettelse og deres familie skal få nødhjelp, utdanning, tilgang til arbeidslivet og muligheten til et bedre liv.

