

## CHARITY RATING PRESSMEDDELANDE 2010-01-12

### Den verkliga Postkodmiljonären finns i Holland

**Under perioden 2005 till 2007 har Postkodlotteriet delat ut ca 270 Miljoner kronor till svenska välgörande organisationer. Samtidigt har lotteriet delat ut ca 60 Miljoner kronor till Novamedia Svenska PostKodlotteriet AB, ett dotterbolag till den privatägda holländska koncernen Novamedia Holding B.V som får ses som den verkliga postkodvinnaren, detta enligt en av Charity Rating nyligen publicerad analys.**

Novamediakoncernen bedriver Postkodlotterier i Holland, Storbritannien och Sverige med strategin att etablera lotteriet på nya marknader. År 2007 uppgick Postkodlotteriernas totala omsättning till 6 000 MSEK. Samtidigt tog Novamediakoncernen under 2007 ut 200 MSEK i licens- och managementavgifter ur de ideella lotterierna.

Charity Ratings jämförelse visar att bland svenska lotteri- och spelaktörer är Postkodlotteriets vinstutdelning (till lottköpare) 24% lägre än genomsnittet, utdelning till förmånstagare (välgörenhet) 21% lägre än genomsnittet och att lotteriets driftskostnader är 83% högre än genomsnittet.

Postkodlotteriet är därmed en av de aktörer som avsätter lägst andel vinstmedel, har lägst utdelning till förmånstagare och högst andel driftskostnader.

*"Slutsatsen är att lotteriet inte kan anses leva upp till sin affärsidé - att samla in så mycket pengar som möjligt till välgörenhet."* Säger Thomas Sundén, VD, Charity Rating

Charity Rating är vidare tveksamma till den ideella Postkodföreningens oberoende gentemot rättighetsägaren, Novamediakoncernen. Det finns avtalskonstruktioner som är svåranalyserade, och som kan påverka föreningens driftskostnader.

- Totalt sett har Novamediakoncernen under perioden 2005-2007 fakturerat Postkodföreningen ca 690 MSEK i utvecklings-, drifts-, licens- och managementkostnader. Charity Rating har inte haft möjlighet att analysera dessa kostnader i detalj.
- Novamediakoncernen har vid försäljningen av det svenska TV produktionsbolaget Nova TV kopplat köpeskillingen till framtida produktionsvolym, vilket från 2005 innefattar bl.a. Postkodföreningen. De prognostiserade produktionsvolymerna har inte uppnåtts och Novamediakoncernen har därför avsatt ca 40 MSEK för justering av köpeskillingen.

Vidare är Postkodföreningens lotteriföreståndare Niclas Kjellström-Matseke tillika vd för Novamedia Svenska Postkodlotteriet AB. Charity Rating ser det dock som positivt att de båda verksamheterna har skilda styrelser och revisorer.

Sammantaget är det svårt att dra slutsatsen att föreningen upphandlar sina driftsfunktioner på kostnadseffektivaste sätt. Detta, i kombination med Novamediakoncernens fakturering av licens- och managementkostnader gör att Charity Rating ifrågasätter Postkodlotteriets koncept "marknadsdriven välgörenhet".

Den fullständiga analysen finns publicerad på [www.charityrating.org/analys](http://www.charityrating.org/analys)

För mer information – kontakta: Thomas Sundén, VD Charity Rating,  
[thomas.sunden@charityrating.org](mailto:thomas.sunden@charityrating.org), Tel: 08 - 525 05 155