

# STORIES. CONNECT. PEOPLE.

## FUNDRAISINGKONFERANSEN 2015

**Sted:** DNB, Bjørvika, Dronning Eufemias gate 30, Oslo  
**Dato:** 3. september 2015  
**Tid:** Kl. 09.00 – 20.00. Registrering og kaffe fra kl. 08.30  
**Påmeldingsfrist:** 21. august 2015



# PROGRAM FUNDRAISINGKONFERANSEN 2015

TID	HOVEDSAL	NÆRINGSLIVSSAL	FORDYPNINGSSAL
09.00 – 09.15	Åpning		
09.15 – 10.15	Integrating digital into the heart of your fundraising Bryan Miller		
10.15 – 10.45	Pause		
10.45 – 11.45	<p>Er det mulig å få giverne til å forgude oss? Leif Wien Jensen</p> <p><b>Redd myra!</b> Anne Sofie Morsund</p>	<p>CSR i vinden - Støttes ideelle organisasjoner som en del av CSR - strategien? Caroline D. Ditlev-Simonsen</p>	<p>Det glemte gullet Mats Levin, Magnus Elfgren</p>
11.45 – 12.45	Lunsj		
12.45 – 14.15	<p>How to turn your entire organisation into fundraising advocates? Ruth Ruderham</p> <p>Fra en god sak til en god historie Adrian Lorentsson, Kristin Hvideberg Tobiassen</p>	<p>Felles front mot piratvirksomhet Camilla Grøtta, Erik Giercksky</p> <p>Kompetanse, selve gullet? Frøydis Garmo Hovden, Stein Erik Skotkjerra</p> <p>Sykehusklovnene. - Latterlig fin vekst Kristin Zachariassen</p>	<p>Digitale penger Ørjan Bagn</p> <p>Slik får du mer trofaste givere ved å forbedre giverreisen Dag Helge Scott</p>
14.15 – 14.45	Pause		
14.45 – 15.45	<p>Debatt: Forstår norske kommunikasjonsbyråer fundraising? Beate Sørum, Petter Gulli, Ina Svarød, Henning Sverdrup</p>	<p>Securing award winning corporate partnerships Ruth Ruderham</p> <p>En ny bransje skyter fart Sissel Carlsen</p>	<p>Døden, døden, døden Martina Hallin</p>
15.45 – 16.00	Pause		
16.00 – 17.00	Fra «totalt talentløs» til Olympisk Mester Halvard Hanevold		
17.00 – 20.00	Festmiddag med prisutdeling		

# PROGRAM FUNDRAISINGKONFERANSEN 2015

Kl 09.00 – 09.15 Åpning

## Kl 09.15 – 10.15 Integrating digital into the heart of your fundraising

**Bryan Miller, Marketing & Fundraising Consultant at Strategy Refresh**

Thanks to the wealth of digital engagement opportunities now available to Fundraisers, digital fundraising should become ever easier. Unfortunately, the opposite is true for many organisations who struggle to fully integrate digital into their fundraising in a productive way. Building on lessons learned through his strategic planning work for non-profits world-wide, Bryan's session will offer insights and practical advice for anyone looking to improve how their organisation uses digital in support of its fundraising activities.

Parallellsesjoner kl 10.45 – 15.45

## HOVEDSAL

### Kl 10.45 – 11.15 Er det mulig å få giverne i Norges Blindeforbund til å forgude oss?

**Leif Wien Jensen, innsamlingsleder i Norges Blindeforbund**

Vet du hvordan giverne oppfatter deg? Egentlig? Føler de seg sett og verdsatt, og oppfatter de at du virkelig er engasjert og bryr deg? Etter 30 år med testing, prøving og feiling med norsk fundraising presenterer Leif den viktigste lærdommen for å lykkes med innsamling. Han prøver å svare på spørsmålet: Hva må jeg gjøre for at giverne ikke bare skal like oss, men forgude arbeidet vi gjør?

### Kl 11.15 – 11.45 Redd myra!

**Anne Sofie Morsund, innsamlingsansvarlig i SABIMA**

Hvis vi greier å samle inn penger til myra, greier vi å samle inn penger til alt! SABIMA, samarbeidsrådet for biologisk mangfold, gikk med stor spenning i gang med å samle inn penger til arbeidet for å redde myra høsten 2014. Hvorfor i alle dager valgte de myra som tema, hva skjedde underveis og hvordan har det gått med myra? Er den reddet?

### Kl 12.45 – 13.45 How to turn your entire organisation into fundraising advocates

**Ruth Ruderham, Head of Fundraising Canal and River Trust**

Can you imagine the difference it would make to your fundraising results if your team included every colleague, trustee and volunteer? How much could you achieve if you spent your time focused on supporters, not on internal politics, and if your colleagues saw their roles as supporting, not policing your work? Using her own experience of both building a major fundraising programme from scratch and winning significant investment into an existing programme, Ruth will explain how you can win support from across your organisation. You will leave the session inspired by best practice case studies and equipped with clear action points that you can use to turn your entire organisation – whether large or small, new or old – into fundraising advocates.

### Kl 13.45 – 14.15 Fra en god sak til en god historie

**Adrian Lorentsson, landsleder i Mental Helse Ungdom og Kristin Hvideberg Tobiassen, rådgiver i Profundo**

Hvordan forvandle fakta til følelser og trollebinde ditt publikum. Få et innblikk i de gode eksemplene og ideene til hvordan storytelling kan brukes på mange flater.

### Kl 14.45 -15.45 Debatt: Forstår norske kommunikasjonsbyråer fundraising?

I panelet: **Beate Sørum, Digitalrådgiver og fundraiser; Petter Gulli, kreativ leder i DDB Oslo; Ina Svarød, kommunikasjonsrådgiver og leder av Bouvets Reklamebyrå; Henning Sverdrup, partner i Släger Kommunikasjon**

Hvilken rolle kan norske kommunikasjonsbyråer ta for å bidra til økt fundraising? Hvordan må organisasjonene kommunisere? Sterke stemmer i bransjen hevder at norske byråer ikke evner å lage kampanjer som engasjerer nok til gi. Vi kjører debatt og håper på engasjement fra publikum.

### Kl 16:00 – 17:00 Fra «totalt talentløs» til Olympisk Mester

**Halvard Hanevold, skiskytter, sivilingeniør og foredragsholder**

Hvordan bli litt bedre hver dag – i hverdagen. Hvordan få sterke individer til å løfte sammen. Hvordan bruke en nedtur til å bli enda bedre? Hvordan skape en forbedringskultur i stedet for å skape syndebukker? Hvordan fokusere på mulighetene og det positive for å nå våre egne mål og få mer ut av våre egne liv?

## NÆRINGSLIVSSAL

### Kl 10.45 – 11.45 CSR i vinden - Støttes ideelle organisasjoner som en del av CSR-strategien?

**Caroline D. Ditlev-Simonsen, senior forsker ved Handelshøyskolen BI**

Denne sesjonen vil omhandle bedrifters samfunnsansvar (CSR). Tema som historisk utvikling, strategi og fremgangsmåte for integrering av samfunnsansvar og ulike relaterte dilemma vil bli adressert. Utvikling innen bedrifters forhold til ideelle organisasjoner både fra et internasjonalt og nasjonalt perspektiv vil være en del av presentasjonen. Deltagere på denne sesjonen vil bli engasjert i konstruktivt gruppearbeid for å se nærmere på bedrifters strategi overfor ideelle organisasjoner i praksis.

### Kl 12.45 – 13.15 Felles front mot piratvirksomhet

**Camilla Grøtta, rådgiver innsamling i Kirkens Nødhjelp, og Erik Giercksky, kommunikasjonsjef i Norges Rederiforbund.**

I 2010 ble over 200 skip forsøkt kapret utenfor kysten av Somalia. Til lokalbefolkningens fortvilelse ble hundrevis av gisler holdt til fange i fiskelandsbyer langs kysten. Piratvirksomheten hadde blitt en attraktiv bransje som tusenvis av fattige og arbeidsløse ungdommer ble lokket til av

lettjente penger. Samme år tok lokale religiøse ledere opp kampen. Med støtte fra Kirkens Nødhjelp mobiliserte de stort mot piratvirksomheten i sine lokalsamfunn. I Norge samarbeidet Kirkens Nødhjelp med Norges Rederiforbund, Den Norske Krigsforsikring for Skib og UD for å adressere et problem som også truet internasjonal varehandel og skipsfart. Disse samarbeidspartnere innså at den eneste løsningen på sikt var å ta tak i de grunnleggende årsakene til piratvirksomhet; fattigdom og arbeidsløshet.

Camilla og Erik forteller om samarbeidet og om resultatene i felt.

### **KI 13.15 – 13.45 Kompetanse, selve gullet?**

**Frøydis Garmo Hovden, leder for næringslivsavdelingen og Stein Erik Skotkjerra, konsulent og ekspertrådgiver i Norges Blindeforbund**

Tradisjonelt har de fleste organisasjoner «stått med lua i hånda» og bedt næringslivet om penger. Blindeforbundet har snudd om på rollene og identifisert hva de sitter på av kjernekompetanse som næringslivet vil ha stor verdi av å benytte seg av. De har etablert en profesjonell tjeneste, kalt «Teknologi for alle», hvor de tilbyr sin kompetanse innen universell utforming. På denne måten blir blinde og svaksynte en ressurs, og den kompetansen de tilbyr gir samarbeidspartnerne et tydelig konkurransefortrinn. Denne sekvensen vil gi inspirasjon til hvordan din organisasjon kan identifisere egne kvaliteter som har verdi for næringslivet.

### **KI 13.45 – 14.15 Sykehusklavnene – Latterlig fin vekst**

**Kristin Zachariassen, daglig leder i Sykehusklavnene**

Hvordan drive fundraising med svært begrensede midler og én ansatt? Det var spørsmålet Kristin stilte seg for litt over 3 år siden da hun ble daglig leder i Sykehusklavnene. Frem til nå har organisasjonen økt inntjeningen med over 70 %. Nøkkelen har vist seg å være personlig dialog med næringslivet, stiftelser og privatpersoner. Hun tror på god storytelling og at nei aldri er riktig svar.

### **KI 14.45 – 15.15 Securing award winning corporate partnerships**

**Ruth Ruderham, Head of Fundraising Canal and River Trust**

Securing meaningful partnerships with companies has never been more important for our causes. But in a context where many companies are delivering their CSR objectives without charity partners, it has never been more difficult either. Speaking from her experience of brokering multi-year relationships between Canal & River Trust and companies such as Google and Marks & Spencer, Ruth will demonstrate why a mantra of 'Fewer, Better, Bigger' is so critical to successful corporate fundraising. Ruth will also share case studies from Oxfam GB and their partnerships with companies including Cooperative Group and Unilever. Ruth will give you practical tips about how you can develop a truly collaborative approach to partnership that delivers genuine mutual benefit and a long-term, strategic partnership.

### **KI 15.15 – 15.45 En ny bransje skyter fart**

**Sissel Karlsen, gavesjef i Sparebankstiftelsen DNB**

Stiftelsene i Norge vokser i antall hvert år. De deler ut store summer. Hvilket rom skal stiftelsene fylle i det norske samfunn? Hva gjør stiftelses-Norge for å være aktuelle og moderne i sin tilnærming? Hvordan skal vi plukke de rette søknadene? Publikum vi få en unik innføring i hva man kan søke støtte hos i Sparebankstiftelsen DNB og hvordan de tenker når de velger ut hvem som får støtte til sine prosjekter.

## **FORDYPNINGSSAL**

### **KI 10.45 – 11.45 Det glemte gullet**

**Mats Levin og Magnus Elfgren, gründere av Vintage People**

Vintage People har de siste 5 årene gjort omfattende studier av det svenske seniormarkedet (55-85 år). Blant annet har de jobbet for den svenske fundraisingsektoren; både gjennom organisasjonen FRII og direkte med et stort antall svenske veldedige organisasjoner. Vintage People baserer sin rådgivning på resultatene av egen forskning, som blant annet har resultert i en unik verdibasert segmenteringsmodell (med 4 ulike segmenter innenfor segmentet 55+). Her vil de beskrive disse segmentene og gi tips og ideer om hvilke varemerker som tiltrekker seg ulike segment. Hvem er mest gavmilde? Hvordan kommuniserer du med de forskjellige segmentene? Hvilke medier når hvilke segment? Hva slags økonomisk potensial finnes det?

### **KI 12.45 – 13.30 Digitale penger**

**Ørjan Bagn, leder seksjon Portal Bedriftsmarked i eBusiness i DNB**

Digitale løsninger gjør nå det aller meste enklere, også det å betale. Både for den som skal betale, men også for den som skal motta. Hvilke løsninger er dette, hvordan virker de, er det trygt, hvilke aktører leverer hva og hva kan alt dette bety for min virksomhet. Få et innblikk i og bedre forståelse for digitale penger i dag, i morgen og litt lenger frem i tid.

### **KI 13.30 – 14.15 Slik får du mer trofaste givere ved å forbedre giverreisen**

**Dag Helge Scott, interaksjonsdesigner i Netlife Research**

Alle givere er med på en reise fra første kontakt til de gir penger, uten at de er klar over det selv. Slik skal det også være. Det viktigste er at du kjenner til giverreisen og har kontroll på alle kontaktpunkter, slik at giverne får en best mulig giveropplevelse. I dette foredraget vil du lære hva en giverreise er, hvordan du kartlegger den, og hvordan du på sikt kan få mer trofaste givere.

### **KI 14.45 – 15.45 Døden, døden, døden**

**Martina Hallin, prosjektleder for Goda Testamentet i FRII**

Vi skal få mennesker til å tenke på noe de helst ikke vil – sin egen død. Så skal vi få dem til å gjøre noe som kan virke komplisert – skrive testamente. Dette skal vi få dem til å gjøre selv om de ikke føler at det haster – man kan alltid skrive testamentet sitt i morgen. Den eneste *deadline* som finnes er jo egentlig den bokstavelige. Og den vil man altså helst ikke tenke på. Som om ikke det var nok så skal vi få dem til å donere penger uten at de selv vil få oppleve effekten eller nødvendigvis takknemligheten for donasjonen når den kommer. I 2014 ga svensker 880 millioner kroner i testamentariske gaver – hvordan skal vi få til dette her til lands?

# FOREDRAGSHOLDERE FUNDRAISINGKONFERANSEN 2015



**Bryan Miller** After over 20 years in marketing and fundraising, including many as an agency Planning Director and then as Head of Strategy at Cancer Research UK, Bryan set up his own fundraising and marketing consultancy, Strategy Refresh, in 2009. With his background in technology and data-led marketing, he is well known for helping non-profits develop integrated digital fundraising, campaigning, and communications strategies. While UK-based, he works with organisations world-wide, including the International Committee of the Red Cross, RSPCA, Save The Children, UNICEF, UNI Global, and World Vision.



**Leif Wien Jensen** har jobbet profesjonelt med innsamling i 30 år, og ble utnevnt til «Årets Fundraiser» i 2014. Som innsamlingsleder i Norges Blindforbund er han leder for et av de mest beundrede innsamlingsmiljøer i Norge, og sammen har de oppnådd resultater som har vakt oppsikt også utenfor Norges grenser. Han er styremedlem i Norges Innsamlingsråd, og har særlig engasjert seg for å etablere en bransjenorm og etiske rammer for innsamling.



**Anne Sofie Morsund** har jobbet med fundraising og markedskommunikasjon siden slutten av 90-tallet, blant annet i Redd Barna og Regnskogfondet. Hun begynte som innsamlingsansvarlig i SABIMA i mai 2014.



**Ruth Ruderham** is the Head of Fundraising for the Canal & River Trust – one of the UK's newest and largest charities, where she has developed their fundraising strategy from scratch. Ruth manages a small team which in 2 years has secured millions of pounds of new income to the waterways. Ruth is a Trustee of Oxfam GB and the Galapagos Conservation Trust. She is a member of the Advisory Panel for the Institute of Fundraising Annual Convention. Ruth was awarded Professional Fundraiser of the Year in 2005.



**Adrian Lorentsson** har faktisk flere arbeidstitler parallelt i Mental Helse og Mental Helse Ungdom, to organisasjoner som står hans hjerte veldig nær. Han har selv vært utsatt for årevis med mobbing som barn. Takket være ungdomskontakten i Hamar fikk livet hans en annen retning. Det ble begynnelsen på det som skulle bli et brennende engasjement for forebygging av mobbing, depresjon og ikke minst selvmord. I Mental Helse Ungdom har Adrian startet fundraising til det som kanskje kan virke stort og vanskelig; psykisk helse, men som egentlig handler om det mest grunnleggende; livet og døden.



**Kristin Hvideberg Tobiassen** hadde en plan om å redde verden som bistandsarbeider, men etter å ha blitt introdusert for tempoet og engasjementet i fundraisingsyrket tok karrieren ny retning. Hun var fylkesaksjonskoordinator for TV-aksjonen UNICEF 'Sammen for barn', deretter begynte hun i Kirkens Nødhjelps markedsavdeling. Som innsamlingsansvarlig for faste-aksjonen arbeidet Kristin med å engasjere frivillige nettverk og følge opp initiativer både på bedrift- og privatsiden. Siden 2012 har Kristin jobbet i ProFundo som rådgiver innen DM-tekster og kampanjemateriell.



**Beate Sørum** jobber med fundraising og digital kommunikasjon nasjonalt og internasjonalt. Hun jobbet med digital fundraising i Kreftforeningen i nesten seks år. I den perioden ble Kreftforeningen til en av landets beste på bruk av sosiale medier og doblet de digitale inntektene. Beate er en erfaren foredragsholder i både inn- og utland. Hun snakker som oftest om digital kommunikasjon og fundraising.



**Petter Gulli** er kreativ leder i DDB Oslo. Han har jobbet 25 år i norske og utenlandske byråer som tekstforfatter og kreativ leder – blant annet i Bates Singapore med ansvar for Heineken og Nokia i Asia. Han har også jobbet med flere norske organisasjoner bl.a. Amnesty, Kirkens Nødhjelp, Norsk Luftambulansse m.m. Han har ofte sterke meninger og liker å snakke høyt om dem, noe som gjør at han er mye brukt som foredragsholder.



**Ina Svarød** er kommunikasjonsrådgiver og Leder av Bouvets Reklamebyrå. Ina har tidligere jobbet i mange av de største reklamebyråene i Norge og startet og ledet McCann Direkte, som ble regnet som et av verdens beste CRM og BtoB-miljøer. Som opprinnelig systemkonsulent har CRM blitt Inas naturlige faglige ståsted, men hun har like bred erfaring fra merkevarebyggende massekommunikasjon, B2B og Retail. Ina er fast i senior jury for DMAs ECHO (USA). I tillegg har hun juryert i MMM og Gulltaggen.



**Henning Sverdrup** er en av to grunnleggere av Slåger Kommunikasjon, og har jobbet med strategisk synlighet for blant andre Netflix, Google, Sony og SOS-barnebyer – i Norge, Norden og Baltikum. Henning har militær utdanning, har jobbet som offiser i Hans Majestet Kongens Garde, og som sikkerhetspolitisk rådgiver for norske myndigheter på Balkan og i Afghanistan.



**Caroline D. Ditlev-Simonsen** er utdannet siviløkonom, har en mastergrad i Energy and Environmental Studies fra USA og en doktorgrad innen bedrifters samfunnsansvar (CSR) fra Handelshøyskolen BI. Hun har bred og internasjonal erfaring fra næringslivet innen miljø og andre samfunnsrelaterte fagområder. Caroline er ansatt som seniorforsker ved BI og er codirector ved BI Centre for Corporate Responsibility. Hun har også bred styreerfaring.



**Camilla Grøtta** jobber som rådgiver for næringslivssamarbeid i Kirkens Nødhjelp. Hun har jobbet i Kirkens Nødhjelps markedsavdeling siden 2011 og har vært kontaktperson for samarbeidet med Rederiforbundet siden da. I mars i år besøkte hun sammen med Rederiforbundet og UD, prosjektet i Somalia. Camilla har tidligere jobbet i Isandi som driver med handel fra grasrotbedrifter i sørlige Afrika. Hun har utdannelse innen Internasjonal business og ledelse fra England.



**Erik Giercksky** er kommunikasjonssjef i Norges Rederiforbund. Han har tidligere jobbet som kommunikasjon- og markedsjef i Redningsselskapet og har før dette blant annet jobbet i Flyktinghjelpen, Utenriksdepartementet, NRK og Dinamo.



**Frøydis Garmo Hovden** er leder for næringslivsavdelingen i Norges Blindeforbund. Hun har bred erfaring fra salg, markedsføring og relasjonsbygging i næringslivet og i ulike organisasjoner. Hun brenner for å utvikle konsepter som etablerer en reell verdi i samspillet mellom NGOer og bedrifter. Hun mener det ligger et stort utløst potensiale i å etablere samarbeidsforhold som inneholder gjensidig kompetanseutveksling mellom næringslivet og organisasjoner.



**Stein Erik Skotkjerra** er spesialist i universell utforming tilknyttet prosjektet *Teknologi for alle* i Norges Blindeforbund. Stein Erik har de siste 5 årene arbeidet med universell utforming av IKT i forskjellige roller og prosjekter, og er en ettertraktet foredragsholder og underviser innen sitt fag. Han har blant annet vært gjesteforeleser ved flere universiteter, og presentert på en rekke norske og internasjonale konferanser. Stein Erik brenner for å inspirere næringslivet til å lage bedre og mer inkluderende teknologi med brukeren i sentrum.



**Kristin Zachariassen** begynte som daglig leder i Sykehusklovnene i mars 2012. Hun er utdannet produksjonsleder fra BI og skuespiller fra East 15 Acting School i London. Hun har også enkeltkurs fra BI i blant annet Markedsføring, og media og kommunikasjon. Kristin var produksjonsleder for en internasjonal samproduksjon på Den Norske Opera før hun begynte i Sykehusklovnene. Hun har tidligere drevet sin egen teatergruppe, The English Speaking Theatre – Oslo, i over 10 år. Kristin synes hun har verdens beste og mest meningsfulle jobb.



**Sissel Karlsen** har lang fartstid i finansnæringen, hvorav 16 år som leder for høykompetente mennesker og krevende kunder. Hun har vært Gavesjef i Sparebankstiftelsen DNB i 10 år. Sissel har hatt en bratt læringskurve i faget «frivillig sektor», men har etter hvert fått god innsikt i barn og unges fritidsaktiviteter og norsk kulturliv. Har lest 30.000 søknader om prosjekter innenfor friluftsliv, idrett, kulturminner og kulturaktiviteter. I 10 år har hun hatt daglige møter med gavesøkere, og sammen realiserer de ønsket om å skape et samfunn med skapende, aktive og ansvarsbevisste mennesker.



**Mats Levin** (eksamen fra Handelshögskolan Stockholm) har omfattende erfaring innen markedsføring. Han har vært operativ og strategisk markedsjef innen flere finansielle virksomheter, sist som strateg og forretningsutvikler i SEB-konsernet. Siden 2010 har han og hans kollega Magnus Elfgren drevet research- og konsulentvirksomheten Vintage People, som bl.a. har gjort omfattende studier av seniormarkedet 55+ de siste 4 årene. Dette danner grunnlaget for rådgivningsvirksomheten de driver opp mot fundraisingsektoren m.fl.



**Magnus Elfgren** (eksamen fra Handelshögskolan Stockholm) har lang erfaring som entreprenør innen telekombransjen. Han har vært med på å starte og selge seg ut av flere virksomheter. Magnus har hatt roller som markedsansvarlig og salgssjef innen ett flertall virksomheter. Han var med å starte Vintage People og er salgansvarlig i selskapet.



**Ørjan K. Bagn** er en del av ledergruppen til eBusiness i DNB. eBusiness har ansvar for og driver digital utvikling i DNB. Han har lang erfaring med digitalisering, digitale produkter og løsninger.



**Dag Helge Scott** har en master i industridesign, med fordypning i tjenstedesign, fra Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo. Han jobber som interaksjonsdesigner i Netlife Research hvor han brenner for å skape gode løsninger basert på den helhetlige brukeropplevelsen samt organisasjonens behov og utfordringer.



**Martina Hallin** har bakgrunn som kommunikasjonsrådgiver, og med mer enn 15 års erfaring fra sjefsstillinger innen markedsføring er Martina ekspert på relasjonsmarkedsføring. For tre år siden forlot hun en framgangsrik karriere i næringslivet for å bidra til andre verdier enn den regnskapsmessige bunnlinjen. Siden da har hun delt sin tid mellom sitt eget konsulentfirma Karma Business og jobb som prosjektleder hos FRII, der hun har tatt hånd om *Goda Testamentet*, som er et samarbeid med et førtitalls organisasjoner. Hun kaller seg selv derfor ofte *Frøken Død*.



**Halvard Hanevold** har gjennom 18 år på det norske skiskytterlandslaget tatt 3 OL-gull og 5 VM-gull. Han var en sentral del av det norske skiskytter eventyret som ble innledet med hans OL-gull på 20 km i 1998. Parallelt med skiskytterkarrieren utdannet han seg til sivilingeniør i industriell økonomi og teknologiledelse ved NTNU i Trondheim. Halvard er nå en av landets beste foredragsholdere med idrettsbakgrunn, og har holdt flere hundre foredrag under og etter karrieren.

## Fundraisingkonferansen blir sponset av:

