FUNDRAISING

Úvod do tématu

ZKUŠENOSTI S FUNDRAISINGEM

- Jaké máte vlastní zkušenosti?
- Psali jste projektovou žádost?
- U jaké instituce jste žádali?
- Pořádali jste někdy sbírku nebo benefiční akci?

CO JE FUNDRAISING

- Systematická činnost za účelem získání finančních a materiálních prostředků pro obecně prospěšnou činnost
- Soubor metod o správném výběru potencionálních dárců, dlouhodobé práci s nimi a jejich přesvědčování o potřebnosti a nutnosti vaší organizace a projektu pro celou společnost a tím naplnění poslání organizace
- Občanská sociální politika
- Marketing neziskových organizací

KDO JE ZAPOJEN DO FUNDRAISINGU

- **Organizace provozující fundraising:** neziskové organizace, příspěvkové instituce (školy, nemocnice), církve, politické strany, jednotlivci

- **Dárci:** jednotlivci, firmy, nadace, veřejná správa, orgány EU, mezinárodní nadace a instituce

- **Koneční příjemci darů a jejich příběhy**

PROČ FUNDRAISING?

- **fungování, udržitelnost a rozvoj organizace** - každá organizace potřebuje k přežití peníze. Ať už jsou to peníze na projekt, zaplacení zaměstnanců, pronájem kanceláře, nové technické vybavení atd., ale sama organizace by neměla být smyslem, nýbrž to její poslání

- **omezení závislosti a diverzifikace zdrojů -** řada organizací je podporována jedním nebo několika mála dárci, kteří poskytují většinu finančních prostředků, které organizace potřebuje. Smyslem fundraisingu je vyvarovat se stavu, kdy jediná zamítnutá žádost o příspěvek může znamenat krizi

PROČ FUNDRAISING?

- **budování podpory -** fundraising není jen o penězích, ale také o počtu příznivců
- **budování vazeb a důvěry** ve společnosti, vytváření komunit a sítí
- **snížení nákladů pro uživatele služeb**
- **přerozdělování prostředků směrem k potřebným** aneb Jak podnítit druhé k dobrým skutkům a získat jejich zájem, čas a důvěru.
- **protože lidi chtějí pomáhat** a být dárci.

ZÁSADY FUNDRAISINGU

- primárně jde o získávání příznivců
- důvěryhodnost, synchronizace slova a činů
- dobrá komunikační strategie a transparentní jednání
- účelné a hospodárné využití daru
- dodržování pravidel pro ochranu osobních údajů
- smyslem je doslova usilovat o to, aby všichni něco získali, organizace získá podporu a donátor pocit uspokojení či uznání
- týmová práce
- hlavní důvod, proč lidé nepřispívají neziskovým organizacím, je ten, že je nikdo nepožádal
- nezapomenout poděkovat.

INFORMAČNÍ ZDROJE O FUNDRAISINGU

České centrum fundraisingu

https://fundraising.cz/

- online knihovna, kurzy, nabídky práce, informace k tématu

Nadace Neziskovky.cz

https://www.neziskovky.cz/

- kurzy, nabídky práce, informace z neziskového sektoru, grantový kalendář

ZPŮSOBY FUNDRAISINGU

- **Státní a veřejné dotace**
- **Nadace a nadační fondy**
- **Firemní dárci**
- **Individuální dárci**

GRANTOVÝ FUNDRAISING

- **Zdroje:** ministerstva, evropské fondy (Erasmus+, Evropský sociální fond, strukturální fondy), samospráva (obce, kraje)
- **Výhody:** stabilní pravidla a finanční prostředky
- **Nevýhody:** byrokratické, dodržení striktních pravidel, důkladná příprava projektu

GRANTOVÝ FUNDRAISING

Příklady institucí:

- Ministerstva: školství a tělovýchovy, kultury, životního prostředí, práce a sociálních věcí
- Kraje: jednotlivé odbory (sociální, kulturní, životního prostředí, školství atd.)
- Obce a městské části: jednotlivé odbory (sociální, kulturní, životního prostředí, školství atd.)
- Evropské fondy: strukturální fondy, Operační program zaměstnanosti, Místní akční skupiny, Erasmus+

NADACE

- **Zdroje:** nadace a nadační fondy založené firmami, mecenáši, skupinami obyvatel
- **Výhody:** konkrétní a cílené, lidé se zájmem o dané téma, rozvíjení netradičních forem dárcovství i projektů
- **Nevýhody:** malé prostředky mezi hodně zájemců

NADACE

Příklady českých i mezinárodních nadací

- Nadace Via: https://www.nadacevia.cz/co-nabizime/
- Konto Bariéry: https://www.kontobariery.cz/home.aspx
- Visegrad Fund: https://www.visegradfund.org
- Nadace Divoké Husy: https://www.divokehusy.cz
- Nadace Dobrý anděl: http://www.dobryandel.cz
- Nadace ČEZ, Terezy Maxové, ve sportu, literatuře, vědě, regionální (OKD), policistů a hasičů
- Přehled největších neziskovek: https://www.donorsforum.cz/zebricky-pruzkumy/top-100-nadaci-a-fondu.html

FIREMNÍ FUNDRAISING

- **Zdroje:** výdělečné firmy, živnostníci, obchody
- **Nevýhody:** obtížné hledání potencionálního partnera a budování důvěry a vztahu, nutná schopnost přesvědčit a zaujmout
- **Výhody:** nebyrokratické vztahy, volné nevázané prostředky, materiální i finanční dary
- **Corporate Social Responsibility (CSR):** zakomponování etiky, ekologie, filantropie apod. do firemních hodnot

FIREMNÍ FUNDRAISING

- dary peněžité či věcné
- finance z dobročinné aukce, reklamy, propagace
- firemní dobrovolnictví
- zapůjčení prostor či techniky
- zapůjčení pracovníků (např. pro pomoc s účetnictvím, přípravou strategického plánu, s využitím marketingu pro rozvoj činnost)
- slevy při nákupu zboží a využívání služeb.

INDIVIDUÁLNÍ FUNDRAISING

- **Zdroje:** veřejnost při různých příležitostech a přes různé kanály
- **Výhody:** volné nevázané prostředky, budování komunity a vztahů
- **Nevýhody:** nákladná marketingová a PR příprava, důkladná práce s databází a důsledná komunikace s dárci

INDIVIDUÁLNÍ FUNDRAISING

- Člověk v tísni – Skutečný dárek

https://www.skutecnydarek.cz/

- Platforma Hit Hit a jiné pro nezávislé propojení lidí a projektů

https://www.hithit.com/cs/search

- Veřejné sbírky

https://www.trikralovasbirka.cz/vysledky/

NÁSTROJE NA INDIVIDUÁLNÍ FUNDRAISING

Telefonická kampaň / Poštovní kampaň

Inzerce / DMS

Dar ze závěti

Přímé oslovení / Veřejná sbírka

Prodej vlastních výrobků a služeb

Členské příspěvky

Sbírkové kasičky

Benefiční koncerty

Osobní vztahy - narozeniny, oslavy, sport, cestování

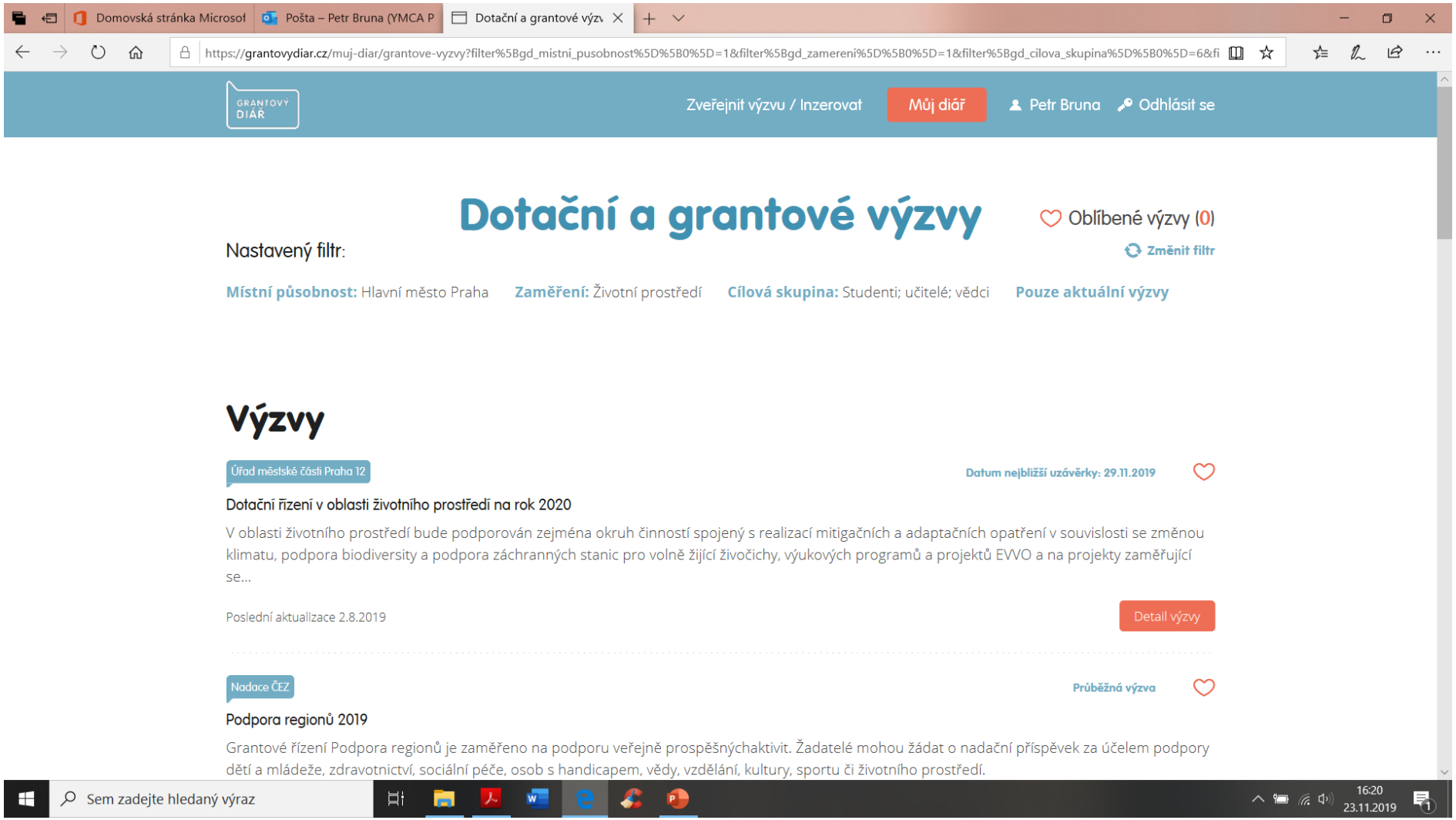
V zahraničí – daňová asignace, církevní daň, postcode lottery

SROVNÁNÍ FUNDRAISINGU V ČR A SVĚTĚ

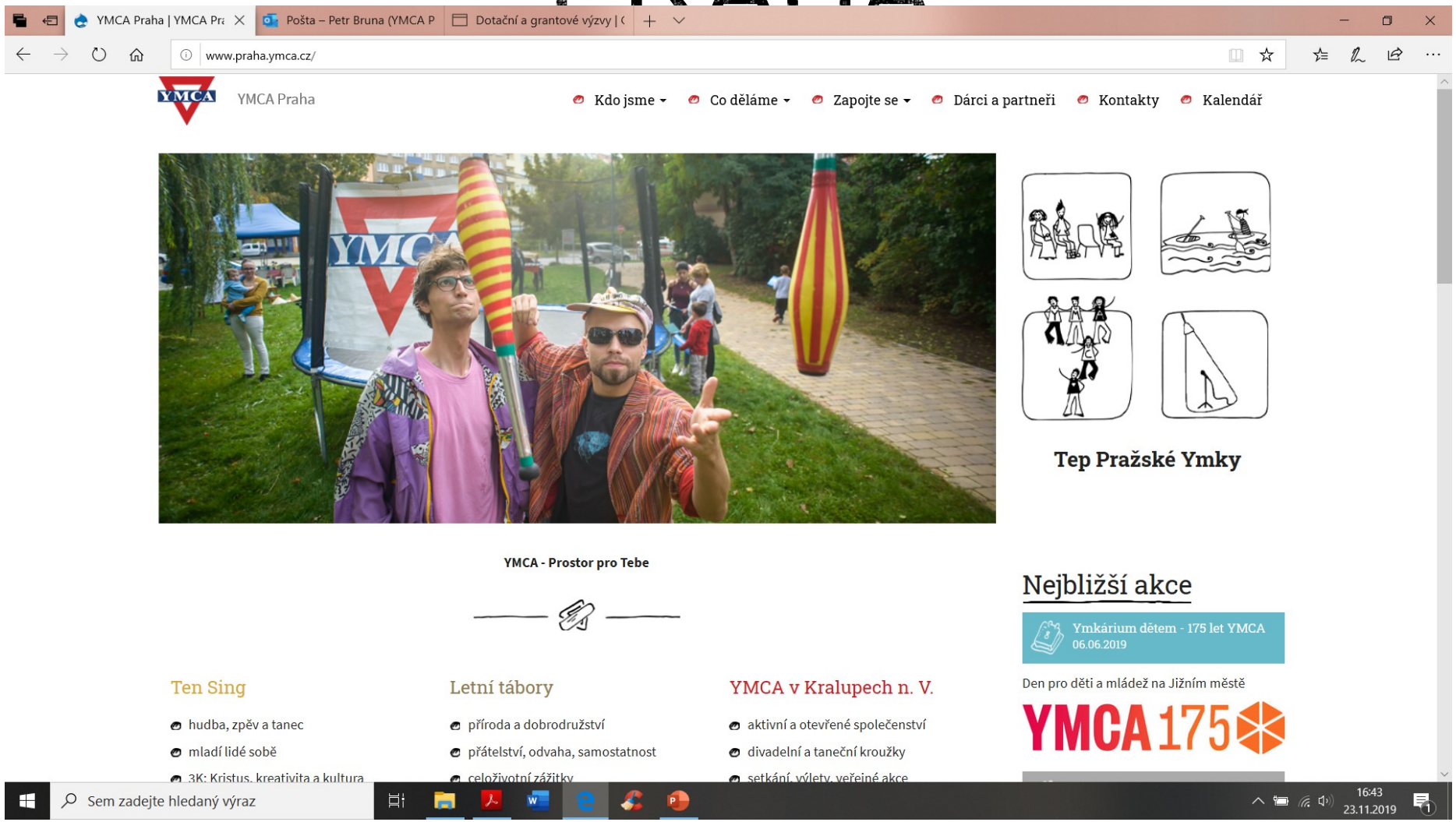
- **Evropa a ČR:** Tradice státem garantovaných služeb a rozvoj sociálního státu
  V současnosti velký význam neziskového sektoru: mediátor mezi dárci a cílovou skupinou; činnost v oblastech, kde stát i trh selhávají; akceschopnější než státní byrokracie; soutěživost trhu vyvažuje důrazem na soudržnost

- **Anglosaské země:** Velký význam individuálního dárcovství, charitativních akcí, soukromých mecenášů a filantropů

GRANTOVÝ DIÁŘ



FUNDRAISING V YMCA PRAHA



FUNDRAISING V YMCA PRAHA

Příjmy Mateřského centra Klubíčko na Praze 14

- Ministerstvo práce a sociálních věcí: Dotační program Rodina / 13%
- Městská část Praha 14: odbor sociální, kultury, sportu, živ. prostředí, školství / 13%
- Magistrát hl. m. Prahy: Podpora funkční rodiny– preventivní aktivity na podporu stabilních vztahů v rodině / 9%
- Účastnické poplatky / 53%
- Firemní dárci: Centrum Černý most, Innogy

FUNDRAISING V YMCA PRAHA

Příjmy Nízkoprahového klubu Dixie na Praze 7 (klub, terén, výjezdy, preventivní programy)

- Ministerstvo práce a sociálních věcí: dotace pro sociální služby v krajských sítí
- Magistrát hl. m. Prahy: odbor sociální, preventivní a volnočasový
- Městská část Praha 7: odbor sociální, kultury, sportu, živ. prostředí, školství
- Ministerstvo školství a tělovýchovy: podpora organizované a neorganizované mládeže
- Další: Alza, KB Jistota, Nábytková banka, Nadace ČEZ, Ikea

FUNDRAISING V YMCA PRAHA

Příjmy letního tábora

Ministerstvo školství a tělovýchovy: podpora organizované a neorganizované mládeže

- Magistrát hl. m. Prahy: odbor volnočasový
- Účastnické poplatky
- Dary: sekání louky, odvoz materiálu ze skladu, kostýmy

ÚČASTNICKÉ POPLATKY

- Co je zadarmo nebo moc levné, je podezřelé, lidi si toho neváží aneb Nebýt laciný, ale dostupný
- Nebát se a umět říct si o peníze, vážit si své práce
- počítat i s negativními reakcemi, být připraven na argumentaci
- Do cen zahrnovat vše včetně personálních, materiálních a provozních nákladů, ale také obnovy majetku, nutných investic, propagačních materiálů, odměn pro dobrovolníky atd. apod.
- Ten, kdo něco sám organizoval a poznal, co vše daná práce obnáší, mnohem více respektuje práci i cenu