

Možnosti a metody fundraisingu

Jana Vařachová



RESUMÉ

Tato práce se snaží jednoduchou a přehlednou formou uvést čtenáře do problematiky fundraisingu. V práci jsou vyzdvihnuty hlavní zásady a principy fundraisingu a rozebrány jednotlivé fundraisingové metody. V práci je provedena podrobná analýza současného stavu fundraisingu v České republice, která odhaluje kritická místa a nedostatky v oblasti fundraisingu v českých neziskových organizacích. Na rozboru fundraisingových aktivit Diakonie ČCE – střediska Betlém práce ukazuje, že v praxi lze úspěšně jednotlivé metody fundraisingu uvádět v život. V závěru práce jsou nastíněny možnosti pro zvýšení efektivity fundraisingových činností. Výklad je veden především s ohledem na laického čtenáře. Práce může sloužit začínajícím fundraiserům nebo neziskovým organizacím, které potřebují zlepšit činnost v této oblasti. Může dát stručný návod a také povzbudit v jejich práci.

SUMMARY

This work tries to lead the readers into the fundraising problems with a very digested and simple form. There are highlighted main principles and fundamentals of the fundraising in the works and disarticulated individual fundraising methods. There is also performed a detailed analysis of the present fundraising situation in the Czech Republic, which reveals some critical spots and absences in the field of fundraising within the Czech unprofitable organizations. The work describes the analysis of the Czech-Fraternal Evangelic Church Deaconry – seminary Bethlehem's fundraising activities, showing, that it is practically possible to actuate the individual fundraising methods in life successfully. In the work's conclusion there are outlined options for the effective enhancement of the fundraising activities. The reading is led especially with regard to the laic reader. The work tends to serve to the beginning fundraisers or unprofitable organizations who need to improve their results in this field. It can give a brief guidance and support and encourage their efforts in fundraising.

Motto:

„ Co není darováno, je ztraceno.“

Indiánské přísloví

Ke zpracování tohoto tématu bylo potřeba shromáždit velké množství informací, prodiskutovat řadu názorů a osobních zkušeností. Za konzultace a poskytnutí podkladových materiálů děkuji především panu ***Petrovi Hejlovi, DiS*** – řediteli střediska Betlém, panu ***Ing. Zdeňkovi Říhovi*** – vedoucímu fundraiserovi střediska Betlém a panu ***Ing. Juraji Kizákovi*** – facilitátorovi střediska Betlém.

Za laskavé metodické vedení děkuji konzultantovi mé bakalářské práce –
panu ***PhDr. Zdeňku Křížkovi***.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala.

V Uheském Hradišti dne 10. dubna 2005

.....

podpis

OBSAH

OBSAH	5
ÚVOD.....	7
I. TEORETICKÁ ČÁST	8
1 TRADICE FUNDRAISINGU.....	9
2 HLAVNÍ ZÁSADY FUNDRAISINGU.....	10
2.1 ZÁKLADNÍ PRINCIPY	10
2.2 PERSONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ.....	11
2.2.1 Dobrovolníci	12
2.2.2 Profesionálové.....	12
3 STRATEGIE FUNDRAISINGU.....	14
3.1 PŘÍPRAVA STRATEGIE	14
3.2 KONTROLA	15
4 OKRUHY DÁRCŮ.....	16
5 METODY FUNDRAISINGU	18
5.1 BENEFIČNÍ AKCE.....	18
5.2 SBÍRKY	19
5.3 DIRECT MAIL	19
5.4 OPAKOVANÉ A PRAVIDELNÉ DÁRCOVSTVÍ A ČLENSTVÍ.....	20
5.5 OSOBNÍ ŽÁDOST	20
5.6 ODKAZY V ZÁVĚTI.....	21
5.7 ŽÁDOSTI O POSKYTNUTÍ KAPITÁLU A KAMPANĚ ZAMĚŘENÉ NA ZÍSKÁNÍ VELKÝCH DARŮ	21
5.8 ZÍSKÁVÁNÍ PENĚZ Z HER A LOTERIÍ.....	22
5.9 ZÍSKÁVÁNÍ PODPORY PROSTŘEDNICTVÍM REKLAMY	22
5.10 SDÍLENÝ MARKETING	22
5.11 DMS	23
II. PRAKTICKÁ ČÁST	24
6 SOUČASNÝ STAV FUNDRAISINGU V ČESKÉ REPUBLIC.....	25
7 ANALÝZA STAVU FR V DIAKONII ČCE – STŘEDISKO BETLÉM, KLOBOUKY U BRNA	29
7.1 POSLÁNÍ ORGANIZACE.....	29
7.2 PERSONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ FR	29
7.3 POUŽÍVANÉ METODY FR	30
7.4 VÝSLEDKY FR.....	33

8	MOŽNOSTI PRO ZLEPŠENÍ EFEKTIVITY FR	34
	ZÁVĚR	36
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	37
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	39
	SEZNAM OBRÁZKŮ	40
	SEZNAM PŘÍLOH.....	41

ÚVOD

V úvodu své práce bych chtěla objasnit důvody, které mě vedly k tomu, že jsem k bakalářské práci zvolila téma, týkající se fundraisingu. Vzhledem k tomu, že jsem matkou handicapovaného dítěte a dobrovolníkem Nadace Samaritanus, velmi mě oslovuje problematika neziskových organizací, zabývající se pomocí handicapovaným lidem a lidem v nouzi.

Pro existenci neziskových organizací je fundraising přímo životně důležitou záležitostí. Bohužel však pro většinu občanů naší země je fundraising jen cizí slovo, ne právě libozvučné a těžko přeložitelné do krátkého, srozumitelného českého výrazu. Tato skutečnost se pak také odráží v práci mnohých neziskových organizací, u kterých je používání metod a zásad fundraisingu doslova „v plenkách“. A přitom dobře prováděný fundraising může pomoci mnohým neziskovým organizacím vymotat se z bludného kruhu nedostatku financí, profesionálních pracovníků, materiálního zabezpečení, prostorů k jejich činnosti apod.

Fundraising v sobě zahrnuje různé metody a postupy jak získat prostředky na činnost neziskových organizací, ale není jen o žádání peněz či darů. Je to především prostředek jak něco změnit. Jde v něm o to, lidi zaujmout a vtáhnout je do problému. Není tedy záležitostí peněz, ale vztahu. Jde ruku v ruce se vzděláváním a kultivací lidí.

Slovy pana Petra Hejla – ředitele Diakonie České církve evangelické, střediska Betlém, je fundraising: „práce na božím díle“.

Cílem mé práce je podat čtenáři ucelený náhled do základů problematiky fundraisingu a naznačit možné směry jeho vývoje v kontextu českého neziskové sektoru.

Moje práce je rozčleněna na dvě části. První část shrnuje teoretická východiska fundraisingu. V druhé části se pak zabývám praktickými aplikacemi fundraisingu, a to jak v rámci České republiky, tak v konkrétní organizaci.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 TRADICE FUNDRAISINGU

Za kolébku fundraisingu se v celosvětovém měřítku považují USA. Zde se zdůrazňuje, že první fundraisingové kampaně se konaly již v dobách občanské války.

I když my můžeme směle tvrdit, že prvním historicky doloženým fundraisingem v českých zemích byly pověstné kádě pro příchozí v historickém Táboře v roce 1420. Zde prostí lidé vkládali své dary a příspěvky, které byly pak použity ve prospěch celého společenství.

Dalším příkladem z naší historie by mohla být celonárodní sbírka na stavbu Národního divadla.

Základy moderního fundraisingu se skutečně psaly v USA na přelomu 18. století. První velká a úspěšná sbírka na dobročinné účely se konala v roce 1905. Tehdejší technika fundraisingu překala dlouhý čas a ještě dnes je základem pro úspěšné fundraisingové kampaně.

I v podmínkách první Československé republiky se fundraising úspěšně rozvíjel. Dokonce i v dobách válečných probíhaly úspěšné sbírky, např. v zahraničních Baťových závodech.

Po únoru 1948, v období socialistické éry byl fundraising pokřiven společenskými poměry. Sbírký byly „dobrovolně povinné“, což degradovalo jejich význam a ve vědomí lidí to zasévalo nedůvěru, nechut'

Po roce 1989 dochází s demokratizací společnosti k postupné obnově občanských ctností, které lze označit také jako návrat k evropské tradici, ke křesťanské morálce. Porevoluční nadšení lidí, především jejich ochota a elán pomáhat potřebným se však pomalu vytrácí. Z tohoto důvodu je potřeba v neziskových organizacích profesionálního řízení fundraisingu.

Ve skutečnosti je zřejmě fundraising starý jako lidstvo samo. Vždyť již v Bibli se hovoří o této problematice.

„Přišla také jedna chudá vdova a vhodila dvě drobné mince, dohromady čtyřák. Zavolal své učedníky a řekl jim: „Amen, pravím vám, tato chudá vdova dala víc než všichni ostatní, kteří dávali do pokladnice. Všichni totiž dali ze svého nadbytku, ona však ze svého nedostatku: dala, co měla, všechno, z čeho měla být živa.“ (Mk 12, 42-44)

2 HLAVNÍ ZÁSADY FUNDRAISINGU

2.1 Základní principy

„Fundraising je věda. Její pravidla nicméně připomínají spíš duhu než vzorec. Je potřeba malovat nejjemnějšími odstíny barev a nálad. Budete-li malovat barvami lásky a přátelství, budete zaručeně úspěšní.“ (Jekatěrina Kimova, Contacts, Moskva)

Existují různé pohledy na vyjádření základních principů fundraisingu, které se více či méně prolínají. Dle mého názoru je nejvýstižnější a nejkompaktnější charakteristika vyjádřena v tzv. „pravidle 6 S“: **S**právná osoba žádá, **S**právného potenciálního dárce, o **S**právný dar, pro **S**právný projekt, ve **S**právnou chvíli, **S**právným způsobem. (Ing. Zdeněk Říha, fundraiser Diakonie ČCE – středisko Betlém)

Každá dobročinná organizace vzniká jako reakce na určitou lidskou nebo společenskou potřebu. Tento fakt však ještě nezaručuje, že organizace bude schopna efektivně tuto potřebu uspokojovat. Jedním ze základních předpokladů pro splnění vytčených cílů organizace je dostatek finančních a materiálních prostředků. Nejdůležitějším krokem pro získání těchto prostředků je definování poslání organizace. Posláním se rozumí stručné a výstižné vyjádření hlavních cílů, kterých chce organizace dosáhnout. Správně zformulované poslání obsahuje citový náboj a vyjadřuje určitou výzvu. Musí informovat, zaujmout a musí mobilizovat k akci či zaujetí postoje. Správně zformulované poslání je základním kamenem fundraisingu.

Chce-li někdo obdržet dar, musí být schopen si o něj požádat. Není možné se spoléhat na to, že dárce nabídne svou pomoc sám. Je nutné aktivně oslovovat potenciální dárce, přičemž platí, že čím je žádost osobnější, tím větší má naději na úspěch.

Nestačí ovšem jen umět požádat, ale je nanejvýš nutné, aby ten, kdo o dar žádá byl ztotožněn s posláním organizace. Tzn. musí být přesvědčen o tom, že to co organizace dělá je správné a že požadované prostředky nezbytně potřebuje. Ale ani toto ještě samo o sobě nestačí k dosažení úspěchu. Žadatel musí být vždy připraven poskytnout odpovědi na základní otázky:

Co? Na jaký projekt chcete finanční prostředky?

Kdo? Kdo bude za projekt zodpovědný? Kdo ho bude realizovat?

Proč? Proč je projekt potřebný?

Kdy? Jaký je časový plán projektu?

Kde? Kde bude projekt realizován?

Jak? Jak a kým bude projekt realizován? Jak prokážete jeho úspěšnost?

Jestliže se žadatel ve své činnosti dostane až sem, nutně si musí položit otázku: „Kde jsou naši dárci?“ Potenciální dárci se vyskytují všude. Jejich identifikace je důležitou součástí fundraisingu. Pro identifikaci vhodných dárců lze použít tzv. „princip VSZ“:

Vztah k organizaci, Schopnost dát, Zájem o naše téma. (Ing. Zdeněk Říha – fundraiser Diakonie ČCE)

Vždy je důležité mít na paměti, že dárci je především člověk a žadatel nezískává dar, ale člověka. Fundraising je sociální směna. Za poskytnutý dar, dárci očekává uspokojení z toho, že udělal něco smysluplného a poděkování. V zájmu dobročinné organizace je, aby navázaný vztah byl dlouhodobý a oboustranně pozitivní.

2.2 Personální zabezpečení

Fundraising je týmovou záležitostí. Platí zde pravidla, že:

- více lidí může požádat více dárců
- více lidí má kontakty a známé mezi více cílovými skupinami
- z dnešních pomocníků, mohou být zítra vůdčí osobnosti fundraisingu

Bohužel v prostředí České republiky si tuto skutečnost málokteré organizace uvědomují. V řadě organizací plní roli fundraiserů ředitelé nebo jiní pracovníci organizace, vedle svého základního pracovního zařazení. V těch organizacích, kde mají již svého profesionálního fundraisera, jsou na jeho činnost často kladeny nereálné požadavky. Organizace očekává, že bude vytvářet strategické koncepce a fundraisingové plány, zpracovávat podklady a materiály pro fundraisingové procesy, zajišťovat vlastní výkon fundraisingu a vést veškerou administrativu, týkající se fundraisingu. Na tyto snahy českých neziskových organizací reagoval Finlay Craig, fundraisingový konzultant ze Skotska na mezinárodním workshopu Setkávání 2004: „fundraiser má být manažerem,

který vede dobrovolníky, zaměstnance, členy správní rady atd., nikoliv člověkem, který sám peníze získává.“¹

2.2.1 Dobrovolníci

Dobrovolnická práce má odjakživa místo prakticky v každé civilizaci a kultuře. Je to nezisková, neplacená, nekariérní činnost, kterou jednotlivci provádějí za účelem pomoci svým bližním. Dobrovolníky by nezisková organizace měla využít i při práci ve fundraisingu. Jejich výhodou je, že pro organizaci pracují „srdcem“, organizace jich může mít větší množství, mohou mít mezi svými přáteli spoustu spolupracovníků, což může přerůst až ve vybudování sítě. Je ovšem nutné zabezpečit jejich vyškolení v metodách fundraisingu. Přínos dobrovolníků pro organizaci vystihla Jana Ledvinová, výkonná ředitelka občanského sdružení Tereza: „Neoddělujte tak striktně to, že dobrovolník pracuje jenom zadarmo a profesionál za peníze...To nejcennější, co pro vás kvalitní dobrovolník může přinést, není spousta práce zadarmo, ale jistota, že když potřebujete pomoci, tak přijde, i když nejsou peníze.“²

2.2.2 Profesionálové

Zaměstnat profesionálního fundraisera, znamená pro organizaci vyčlenit dostatek finančních zdrojů pro jeho práci. Obecně platí, že k nákladům na mzdu je nutné přičíst ještě jednou tolik na provozní náklady, spojené s jeho prací. Na oplátku by organizace měla očekávat pětinasobné zvýšení finančních zdrojů pro svou činnost. Tento cíl je dlouhodobý a musí být zakomponován do výhledové strategie organizace. U profesionálů se nejvíce cení, že postupně získají podrobné znalosti o organizaci, budou sdílet všechny její problémy a s organizací budou společně připravovat plány a vývojové strategie. Oproti dobrovolníkům mají větší znalosti v oboru fundraisingu a jejich snahou je stále si je zvyšovat, protože jsou osobně zainteresováni na tom, kolik získají pro organizaci peněz.

¹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Cesty k účinnému fundraisingu*, Spiralis o. s., Praha 2004, str. 29

² ČEPELKA O., *Práce s veřejností v nepodnikatelském sektoru*, Nadace Omega, 1997, str. 68

Pro úspěšný fundraising je potřeba zvážit, zda jeho strategie bude založena na dobrovolnících, profesionálech či na obou skupinách a v jakém složení. Obě skupiny se dobře doplňují a lze konstatovat, že co zvládne dobrovolník, profesionál někdy nedokáže a naopak. Organizace musí zvážit, které metody fundraisingu bude využívat a podle toho namixovat složení fundraisingového týmu.

3 STRATEGIE FUNDRAISINGU

Pro dobře prováděný fundraising v organizaci je důležité vypracovat strategický plán. Výchozím bodem pro sestavení fundraisingové strategie je definování hlavních potřeb organizace, jejichž uspokojení se má docílit. Základní otázkou, na kterou má strategie odpovědět je: „Jak na to?“ Dá se tedy říci, že fundraisingová strategie je páteří fundraisingu. Proto je nutné věnovat jejímu sestavování maximální pozornost.

3.1 Příprava strategie

Existuje několik metod jak sestavovat fundraisingovou strategii. Není cílem této práce rozebírat jednotlivé metody, ale nastínit principy a oblasti, kterými se je nutné zabývat při tvorbě strategie. První z oblastí je stanovení potřeb neziskové organizace, které se mohou pohybovat ve třech úrovních:

- 1) potřeby pro pokračování v současné práci organizace
- 2) potřeby pro rozšíření činnosti
- 3) potřeby pro budoucí rozvoj organizace

V návaznosti na to, je potřeba se vypořádat s otázkou, jak se bude rozvíjet sama organizace. Protože kromě financování realizace poslání, je nutné financovat také organizaci samu a její budoucnost. V tomto ohledu je nutné zvážit následující okolnosti:

- 1) rozvoj kapitálu
- 2) omezení závislostí a rozvíjení nezávislých zdrojů financování
- 3) rozvíjení základny členů a příznivců
- 4) dlouhodobá udržitelnost

Velmi důležité při sestavování strategie je, které zdroje připadají v úvahu. Pro identifikaci zdrojů je nutné zabývat se vyhodnocením příležitostí, což znamená zvážit s jakou intenzitou se zaměřit na jednotlivé potenciální zdroje financí. Při této činnosti je nutno dát velký význam zdrojům s dlouhodobou perspektivou. Protože činnost každé neziskové organizace je omezená celou řadou faktorů, je důležité pro úspěšnou strategii věnovat náležitou pozornost vyjasnění limitů jako je např.:

- celostátní nebo místní působnost organizace
- vhodnost nebo nepřijatelnost zdrojů
- přitažlivost tématu
- rozsah finančních potřeb
- působnost jiných organizací
- právní omezení

Při tvorbě strategie lze využít také řadu technik jako např.:

- Ansoffova matice, která umožňuje zvážit způsoby rozvoje nových cílových skupin a používání nových technik
- SWOT analýza, která vyhodnocuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby
- analýza partnerství, která se zaměřuje na instituce a dárce
- PEST analýza, která zkoumá prostředí, ve kterém bude fundraising probíhat

3.2 Kontrola

Kontrola je zcela neoddělitelnou a zásadní součástí fundraisingu v organizaci. Jejím hlavním cílem je prověřit efektivnost jednotlivých fundraisingových aktivit. K tomuto slouží různé metody testování a měření. Získané informace jsou důležité jak pro vnitřní, tak i vnější veřejnost. Dárce má právo vědět, jak je nakládáno s jeho darem a jak je naplňováno poslání organizace. V USA je toto morální právo dokonce zakotveno v tzv. Právech dárce (Donor Bill of Rights – Association of Fundraising Professionals, www.apfnet.org). Mimo jiné se zde hovoří o právu dárce na seznámení s posláním organizace, způsobu použití finančních prostředků, poznání identity zaměstnanců organizace, jakož i členů správní rady, právu dárce seznámit se s finančními zprávami. Americký dárce má rovněž právo na patřičnou vděčnost a uznání, a pokud si to přeje, i na zachování anonymity.

4 OKRUHY DÁRCŮ

Velmi důležité pro úspěšný fundraising je umět si vybrat z okruhu potenciálních dárců správné portfolio. Obecně je možné okruhy dárců rozdělit na 4 hlavní skupiny:

- 1) individuální dárci
- 2) firmy a organizace
- 3) nadace
- 4) státní správa a samospráva

ad 1) Individuální dárcovství skýtá obrovské možnosti a může se stát nejbohatším zdrojem pro organizaci. Cílem práce v této oblasti je, postupně si vytvořit tzv. pyramidu dárců³, kdy na začátku je třeba dostat dárce na základnu pyramidy a pak je přimět, aby se po ní posunovali vzhůru a stávali se z nich věrní a významní přispěvatelé.



Obr. 1. – Pyramida dárců

ad 2) Spolupráce firem a neziskových organizací může mít různou podobu a úroveň. Forma spolupráce se obvykle odvíjí od velikosti firmy, její zkušenosti s touto oblastí a v neposlední řadě také od lidských kvalit majitelů a manažerů. Nejnižším stupněm spolupráce je náhodná jednorázová firemní pomoc a nejvyšším stupněm naopak

³ NORTON M., *Praktický průvodce fundraisingem pro neziskové organizace*, Nadace VIA 2003, str.

systematická dlouhodobá podpora, vycházející z firemní strategie. Pro dosažení tohoto cíle musí však fundraiser vyvinout velmi cílené a profesionální úsilí.

ad 3) Získávání finančních prostředků od nadací je specifické tím, že je nutné vypracovat dokonalý projekt. Je potřeba také počítat s tím, že v průběhu realizace projektu si nadace vyžádají průběžné zprávy a na závěr podrobné vyúčtování použitých zdrojů. Konkurence se v této oblasti neustále zvyšuje. O to více, že v současné době z České republiky odcházejí některé zahraniční nadace, které se zaměřují na podporu zemí, které se nacházejí v období přechodu k demokratickému systému.

ad 4) V současné době probíhá decentralizace veřejných financí, což znamená, že v průběhu několika let budou státní zdroje pro většinu neziskových organizací uzavřeny. Kraje, na které přejde financování neziskového sektoru, často zapracovávají do svých grantových systémů náročnější metodiku financování evropských projektů, což vyžaduje od neziskových organizací vyšší stupeň profesionality. Pevným partnerem pro neziskové organizace se mohou stát města, která znají podrobně problematiku neziskového sektoru na svém území.

5 METODY FUNDRAISINGU

Metod používaných ve fundraisingu je celá řada. Jsou to zejména tyto: benefiční akce, sbírky, direct mail, opakované a pravidelné dárcovství a členství, osobní žádost, odkazy v závěti, žádosti o poskytnutí kapitálu a kampaně zaměřené na získání velkých darů, získávání peněz z her a loterií, získávání podpory prostřednictvím reklamy, sdílený marketing a nejnovější metoda tzv. „dárcovská textová zpráva – DMS“.

Obecně lze říci, že ne pro každou organizaci se hodí všechny tyto metody. Záleží na tom, zda se jedná o organizaci malou nebo velkou, s místní, regionální, celostátní či nadnárodní působností. Jednotlivé metody fundraisingu je nutné velmi pečlivě zvažovat před jejich aplikací, a to hlavně z hlediska nákladů a předpokládaných výnosů. Je nutné také správně definovat cílovou skupinu, na kterou bude metoda zaměřena. Při samotné realizaci akce je potřeba důsledně dbát na uplatňování adekvátní komunikační strategie, která povede k pozitivnímu výsledku. I přes vynaložení veškeré péče při přípravné a realizační fázi fundraisingového procesu, je nutné připravit se na skutečnost, že ne každá akce skončí s kladným výsledkem. Tím se ovšem organizace nesmí nechat odradit, protože: „Peněz je ve světě dost, jen je dostat tam, kam potřebujeme.“ (Karel Ženíšek, Seminář – Selesíánská provincie Praha)

5.1 Benefiční akce

Lze uspořádat spoustu nejrůznějších akcí benefičního charakteru. Vždy je však nutné dokonale sladit 5 hlavních aktérů, kteří jsou do akce vždy zapojeni: účinkující, sponzoři, média, nezisková organizace, veřejnost.

„Organizování akcí znamená vždy více práce, než jsme původně předpokládali“.⁴

Mezi hlavní výhody akcí patří, že mohou oslovit širokou veřejnost a získat je pro poslání organizace, dále přitahují nové členy a příznivce a podílejí se na budování image organizace. Nevýhodou je, že vyžadují velké nasazení při plánování a přípravě, množství

⁴ LEDVINOVÁ J., *Fundraising z místních zdrojů*, The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, USA 1997, str. 23

lidí při realizaci a zpočátku nebývají příliš ziskové. „...nezapomínejme získávat informace o účastnících akce. Mohou pro nás být v budoucnu mnohem užitečnější než peníze, které jsme od nich na akci získali.“⁵

5.2 Sbírký

Veřejné sbírky mohou být pořádány jako sbírky po domácnostech, nebo sbírky pouliční a na veřejných místech, dále pak sbírky do kasiček umístěných v prodejnách. Neziskové organizace, které jsou veřejnosti známé si mohou dovolit uspořádat celonárodní sbírku. Při té je většinou podporují silní mediální partneři a profesionální agentury. Velmi dobrým projektem je např. Tříkrálová sbírka, kterou organizuje Česká katolická charita. Ale úspěšné sbírky mohou provádět i regionální organizace, a to proto, že veřejnost v regionu k nim má blízko, neboť organizace řeší situaci v dané lokalitě. Sbírký probíhají převážně formou „face to face“. Z tohoto důvodu je potřeba vyškolit mnoho dobrovolníků a koordinovat jejich činnost. „Organizace by si měly uvědomit, že dobrovolníci jednají jejich jménem. Možná sice dostanou nějaký výtěžek ze sbírky, ale pokud se veřejnost neztotožní s jejich myšlenkami, nebude se k nim vracet, nebude je sama vyhledávat, nedaruje jim nic sama a nevytvoří si k nim kladné vztahy.“⁶

5.3 Direct mail

Výstižně tuto metodu charakterizuje Ken Burnet, autor knihy Fundraising založený na vztazích: „Jeden člověk píše druhému o věci, na které oběma záleží. Pro pisatele i pro potenciálního dárce je to příležitost osobně přispět.“⁷

Rozesílání dopisů je jedním z nejsilnějších a nejpružnějších nástrojů fundraisingu. Pro dosažení úspěchu je potřeba zvládnout 3 základní kroky – dobře vybrat cílovou skupinu,

⁵ LEDVINOVÁ J., *Fundraising z místních zdrojů*, The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, USA 1997, str. 25

⁶ VAŘACHOVÁ J., *Pár slov k dobročinnosti*, Infoposel 2004, rubrika názory

⁷ NORTON M., *Praktický průvodce fundraisingem pro neziskové organizace*, Nadace VIA 2003, str. 5/14

předat naléhavé sdělení a dobře akci načasovat. V praxi se používají 2 typy rozesílek. Cold mailing, který oslovuje neznámé lidi a warm mailing, který se obrací na stávající členy a příznivce organizace. Dobře vedený direct mailový program může zabezpečit organizaci významný zdroj příjmů, který má potenciál časem růst. V našich podmínkách tuto metodu velmi úspěšně realizuje Fond ohrožených dětí. „Jeho výsledky jsou mimořádné – 250 000 přispěvatelů a výnos 20 milionů Kč ročně.“⁸

5.4 Opakované a pravidelné dárcovství a členství

Opakované a pravidelné dárcovství je cíl, ke kterému směřuje direct mail a podobné způsoby získávání dárců. Je to nejjistější zdroj financování. Děje se tak obvykle pomocí automatických platebních systémů. Členství je specifickou formou opakovaného dárcovství. Řada organizací využívá tuto metodu k prohloubení zájmu příznivců o dané téma. Členství obvykle přináší i různé výhody, např. výhody statutárního rázu nebo různé slevy apod. Důležitý je také pocit sounáležitosti s organizací. Organizace musí o své pravidelné dárce a členy neustále aktivně pečovat, jinak by se jí tato kategorie dárců postupně vytrácela. Za tímto účelem je nutné vést pečlivé záznamy o dárcích, které se stávají základem péče o dárce.

5.5 Osobní žádost

Tato fundraisingová technika je velmi účinná, ale nemusí být vždy efektivní. Z časových důvodů není totiž možné oslovit stejný počet lidí jako při direct mailu. Platí pravidlo, že čím osobnější metoda, tím účinnější, ale také dražší. Obvykle se používají 3 způsoby osobní žádosti:

- 1) setkání tváří v tvář (se stávajícími dárci)
- 2) prezentace na setkáních
- 3) žádost po telefonu

⁸ KOLEKTIV AUTORŮ, *Cesty k úspěšnému fundraisingu*, Spiralis o. s., Praha 2004, str. 57

Žadatel by se měl velmi dobře připravit, aby dokázal odpovědět na všechny otázky spojené s činností organizace, a musí dokázat zajímavě a přesvědčivě hovořit, účinně motivovat dárce. Často se k tomu používá tzv. metoda HLP – hluboký lidský příběh. „...věřte, že konkrétní osoba, její příběh (samozřejmě pokud je to v dané situaci reálné) vždy zaujme a dá vámi poskytovaným informacím další rozměr a možná i další komunikační kanál.“⁹ Žádost po telefonu se používá často v kombinaci s direct mailem pro zvýšení účinnosti.

5.6 Odkazy v závěti

Odkazy ze závěti stojí na vrcholu tzv. dárcovské pyramidy, což vypovídá o dvou skutečnostech. O objemu finančních prostředků, které odkazy ze závěti přinášejí a o kvalitě vztahu mezi dárce a organizací. Využívání této metody není všude stejné. Např. ve Velké Británii tvoří odkazy ze závěti přibližně jednu třetinu příjmů stovky největších neziskových organizací.¹⁰ U nás jsou to zatím částky zanedbatelné. Důvodem je, že veřejnost se teprve učí s odkazy ze závěti nakládat a také tomu brání současný stav legislativy. Pracovat s odkazem ze závěti jako s fundraisingovým zdrojem vyžaduje dlouhodobou péči, takt a zkušenost.

5.7 Žádosti o poskytnutí kapitálu a kampaně zaměřené na získání velkých darů

Kapitálové kampaně jsou pořádány jen výjimečně. Řídí se zvláštními postupy. Pokud se zrealizují úspěšně, mají kromě hlavního cíle několik dalších pozitivních důsledků. Organizace může získat velký počet nových dárců, výrazně si zlepšit image, zvedne se sebevědomí fundraiserů organizace, organizace získá pozornost významných osobností, které mohou s organizací dále spolupracovat.

⁹ BAJČAN R., *Techniky PR aneb jak pracovat s médii*, Praha 2003, str. 147

¹⁰ KOLEKTIV AUTORŮ, *Cesty k úspěšnému fundraisingu*, Spiralis o. s., Praha 2004, str. 58

5.8 Získávání peněz z her a loterií

U této metody je nutné nejdříve zodpovědět otázku: „Je to pro naši organizaci přijatelné po etické stránce?“ Obecně neziskové organizace používají 3 typy her:

- 1) loterie
- 2) hra založená na dovednostech
- 3) slosování s volným vstupem

V prostředí našich neziskových organizací není tato metoda příliš využívána.

5.9 Získávání podpory prostřednictvím reklamy

Reklama může být silným nástrojem pro propagaci neziskové organizace a pro získávání peněz. Je však příliš nákladná. A nevýhodou je, že kontakt mezi dárce a organizací je anonymní. Reklama může mít např. tyto podoby: tisková inzerce, reklama v časopisech, vkládané přílohy, plakáty apod. „Reklama může být nesmírně úspěšnou metodou fundraisingu při katastrofách nebo když se dotyčné téma objeví na prvních stránkách novin. V takovém případě se reklama k lidem dostane ve chvíli, kdy vědí, že je potřeba něco podniknout – a nabídne jim způsob, jak pomoci.“¹¹

5.10 Sdílený marketing

Je to druh podpory, který předpokládá delší budování vztahů, vyžaduje důvěru mezi podnikem a podporovanou organizací. „Principem sdíleného marketingu je, že obě strany, firma i organizace rozšiřují okruh sympatizantů – zákazníků, klientů, dárců – formou společné marketingové kampaně.“¹²

¹¹ NORTON M., *Praktický průvodce fundraisingem pro neziskové organizace*, Nadace VIA 2003, str. 5/44

¹² LEDVINOVÁ J., *Možnosti marketingové spolupráce s firmami*, České centrum fundraisingu 2003

5.11 DMS

Fenoménem poslední doby se na české fundraisingové scéně stala dárcovská sms (donors message service). Tuto novou metodu fundraisingu vymyslel již v únoru 2003 Ivo Jupa, tehdejší fundraiser malé kladenské neziskové organizace: „Došlo mi, že ochota lidí se limitně blíží k tomu, jak jednoduše nebo složitě mohou přispívat.“¹³

DMS se na počátku svého života sice potýkaly s malým zájmem dárců, ale vše se změnilo na konci roku 2004, po živelných katastrofách v Tatrách a v Asii. Předseda správní rady Nadace ADRA - Vítězslav Vurst prohlásil: „Z toho je vidět, že i DMS sbírky mají svá pravidla: musí je vyhlášovat známá a transparentní organizace a ta událost musí být důležitá a musí být v médiích. Systém musí technicky fungovat bezchybně.“¹⁴ Na účet Nadace ADRA přispěli čeští uživatelé mobilních telefonů, v souvislosti s vlnou solidarity s Asií, téměř 50 miliony korun. (Marek J., Radio Praha)

Zaštítěním projektu DMS Fórem dárců se podařilo celý systém velmi zjednodušit, všichni operátoři mobilních telefonů se dohodli na jednom čísle a tok peněz z DMS plyne rychle na konta neziskových organizací s minimální ztrátou jak časovou, tak finanční. Fórum dárců má nyní na projekt licenci. Může nápad poskytnout i dalším např. zahraničním organizacím. Je o něj zájem např. v Německu a Maďarsku.

¹³ HOŘEJŠÍ T., *EURO - ekonomický týdeník*, č. 3, 2005, str. 30

¹⁴ HOŘEJŠÍ T., *EURO – ekonomický týdeník*, č. 3, 2005, str. 30

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 SOUČASNÝ STAV FUNDRAISINGU V ČESKÉ REPUBLICE

O stavu fundraisingu (dále jen FR) v České republice se objevují různá hodnocení, více či méně odborně fundovaná, avšak postavená většinou na základě subjektivních poznatků autorů. První skutečně objektivní hodnocení FR provedlo občanské sdružení Spiralis. Výsledky byly prezentovány při příležitosti mezinárodního workshopu Setkávání 2004. Respondenty výzkumu byla reprezentativní skupina 455 nestátních neziskových organizací. Výzkum byl prováděn anonymně metodou vyplňování dotazníků. Z výsledků výzkumu vyplývají následující informace:¹⁵

Objem rozpočtů neziskových organizací

24 % neziskových organizací (dále jen NO) hospodaří s ročním rozpočtem menším než 100 000 Kč, 31 % s rozpočtem do 1 milionu, 28 % s rozpočtem 1 – 5 milionů, 15 % s rozpočtem větším než 5 milionů

Původ financí

85 % NO čerpá finanční prostředky výlučně nebo většinou z domácích zdrojů, pouze 5 % pracuje většinou se zahraničními zdroji.

Struktura finančních zdrojů

Je ovlivněna tím, na co se jednotlivé organizace zaměřují. Organizace zaměřené na oblast sociální a zdravotní a na volnočasové aktivity jsou vysoce závislé na veřejných rozpočtech. U ostatních organizací stoupá podíl soukromých zdrojů. Průměrná NO využívá 4 typy finančních zdrojů. S jedním finančním zdrojem pracuje 5 % NO. Čím je rozpočet organizace větší, tím, je větší i počet jejích zdrojů. S menším počtem zdrojů pracují organizace zdravotní a sociální.

Veřejné rozpočty

36 % příjmů NO pochází z veřejných rozpočtů. Nejvíce jsou na nich závislé organizace sociální a zdravotní a organizace zabývající se volnočasovými aktivitami. Čím je rozpočet organizace větší, tím je větší i její závislost na veřejných rozpočtech. U tzv. velkých

¹⁵ SPIRALIS o. s. – www.spiralis-o.s.cz

organizací tvoří příjmy z tohoto zdroje až polovinu ročního rozpočtu. Veřejné rozpočty vůbec nevyužívá 36 % NO.

Vlastní činnost

20 % celkových příjmů pochází z vlastní činnosti NO. V tomto směru jsou nejaktivnější organizace ekologické, organizace působící v oblasti kultury a ochrany památek a organizace servisní. Pro 43 % NO není jejich vlastní činnost spojena s finančním příjmem. Pro čtvrtinu NO představuje klíčovou příjmovou položku. 20 % NO o vlastní činnosti jako možném zdroji příjmů neuvažuje.

Firmy

Komerční sféra naplňuje rozpočty NO cca z 11 %. Firmy podporují nejvíce organizace působící v oblasti zdravotní a v oblasti regionálního rozvoje. Nejméně podporují organizace ekologické. Polovina NO nepracuje s podporou firem, pro 40 % organizací jsou firmy malou, pro 12 % podstatnou podporou.

Nadace a nadační fondy

Doplňují rozpočty NO cca 10 %. Největší podporu získávají ekologické organizace. S nadační podporou se nesetkává 60 % NO, pro 16 % znamená nadační podpora podstatné naplnění rozpočtu.

Individuální dárci

Podpora individuálních dárců je asi 7 % a směřuje nejvíce do oblastí charity (účelová zařízení církve). S individuálním dárcovstvím nemá zkušenost 51 % organizací, pro 42 % představuje malou, pro 6 % velkou část příjmů.

Představy NO o budoucnosti FR

Za nejdůležitější zdroje v budoucnu považuje 44 % NO ministerstva, 26 % městské úřady, 11 % krajské úřady, 14 % zdroje z Evropské unie (dále jen EU), 24 % vlastní činnost, 14 % nadace, 27 % firmy, 0 % individuální dárci, 5 % členské příspěvky, 2 % veřejnost, 0 % ambasády.

Sbírky

Pokrývají rozpočty organizací ze 2 %. Využívá jich jedna čtvrtina NO. 76 % tuto formu FR nevyzkoušelo.

Jiné finanční zdroje

Členské příspěvky tvoří 6 %, granty ambasad 2 % rozpočtu NO.

Personální zabezpečení FR

Při plánování a rozhodování o FR aktivitách je klíčová role vedení a představenstva. V organizacích, kde pracují s rozpočtem větším než 1 milion Kč výrazně klesá aktivita představenstva a stoupá aktivita vedení. Vlastní výkon FR je převážně v rukou vedení organizace. Je však zřejmý přesun této činnosti na fundraisery. Jejich služeb využívá polovina velkých NO. U malých NO jsou to dobrovolníci. Celkově se fundraiseri uplatňují asi ve třetině NO. Pouze třetina NO zpracovává plán fundraisingu, polovina alespoň promýšlí určitou strategii.

Public relations fundraisingových aktivit

Polovina NO se domnívá, že jejich public relations funguje jako přímá podpora fundraisingových aktivit. Soustředí se přitom hlavně na organizaci veřejných akcí, mediální promo a na vydávání propagačních materiálů a výročních zpráv.

Způsob FR

Při získávání peněz preferují NO osobní kontakt, ať už jakýmkoli způsobem. Menšinovou formou komunikace je reklama, využívaná asi 20 % NO. Jde o organizace s větším rozpočtem. 82 % organizací získává finance většinou jednorázovým platebním příkazem, 66 % NO v hotovosti. Trvalým bankovním příkazem získává finanční prostředky 24 % NO. Zastoupení internetu a mobilu jako nástroje FR je statisticky nízké (14 %) a jen občasné.

Vyhodnocování FR

Polovina NO uvádí, že vyhodnocuje své FR aktivity. Toto hodnocení se však většinou omezuje na hodnocení vlastních akcí. Pouze 15 % NO hodnotí návratnost prostředků investovaných do FR.

Znalosti o FR

Respondenti hodnotí své obecné znalosti o FR jako průměrné. Hodnocení specifických znalostí je podprůměrné.

Z uvedených informací je patrné, že české NO mají v oblasti FR velké rezervy. Pokud budou chtít v budoucnu efektivně plnit svá poslání, bude nutné v oblasti FR mnohé změnit. V žádném případě není možné spoléhat na peníze z fondů Evropské unie. „Granty a projekty – nejlépe evropské. To je ono! Není. Ten potůček začal vysychat, protože byl napájen převážně z tzv. předvstupní pomoci EU. Po našem vstupu můžeme sice využívat jiné fondy, ale v zemích, které vstoupily dávno před námi se paradoxně orientují na jiné zdroje. V porovnání s těmi potůčky z Bruselu jsou to řeky. Určitě se taková řeka nenajde hned – to řečiště se dlouho buduje a svádějí se do něj mnohdy i kapičky. To není nařízení z Bruselu, to je trend. Jistě – rozhodně to tak nemusí dělat všichni a může se to dělat jakkoli. I opačně. Jen bychom měli vědět, že v té chvíli plaveme proti proudu.“¹⁶

Krokem správným směrem je vytvoření Českého centra fundraisingu, jehož cílem je informační a vzdělávací činnost. (www.fundraising.cz)

¹⁶ JUPA I., AISIS o. s. – www.mujnet.cz

7 ANALÝZA STAVU FR V DIAKONII ČCE – STŘEDISKO BETLÉM, KLOBOUKY U BRNA

Středisko Betlém bylo založeno v roce 1990 jako účelové zařízení Českobratrské církve evangelické, pro sociální službu a stalo se tak prvním nestátním zařízením tohoto typu.



Obr. 2. - Obyvatelé střediska Betlém

7.1 Poslání organizace

Posláním Betléma je poskytovat domov a láskyplnou péči dospělým lidem a dětem s vážným zdravotním postižením, a to v rámci křesťanské komunity rodinného charakteru. Poskytované sociální služby jsou kvalifikované a všestranné, jejich hlavním cílem je umožnit handicapovanému člověku prožít plnohodnotný a naplněný život.

Posláním ekumenické komunity Betléma je poukázat činem i slovem na radostnou zvěst o Boží lásce v životě.

7.2 Personální zabezpečení FR

Ve středisku Betlém jsou zaměstnáni 2 fundraiseri na plný úvazek. Jeden se této práci věnuje 3,5 roku, má ekonomické vzdělání, druhá fundraiserka je dlouholetá pracovnice střediska a věnuje se servisu dárců. FR se částečně ještě věnuje ředitel střediska a vedoucí stavební skupiny. Ředitel střediska je zároveň tiskovým mluvčím a pracovníkem, který se

stará o žádosti o granty a komunikaci s Ministerstvem práce a sociálních věcí. Vedoucí stavební skupiny spolupracoval s fundraisery na získávání věcných darů a slev na nákup materiálu a služeb. Na FR se také aktivně podílejí dobrovolníci, např. při distribuci materiálů nebo při benefičních akcích. Stálých dobrovolníků má středisko 20. Během prázdnin přijíždějí dobrovolníci z celé České republiky, ale také ze zahraničí např. z Německa, Švýcarska, Holandska, Rakouska a USA.

7.3 Používané metody FR

Středisko Betlém má, dle mého názoru, velmi profesionálně vypracovanou oblast FR. Jako jedna z mála organizací má zpracovaný strategický plán až do roku 2008. Na jeho vypracování se podílel také externí facilitátor Ing. Juraj Kizák, který má zkušenosti i z oblasti neziskového sektoru v USA. Ze strategického plánu vychází FR plán pro daný rok. FR plán je velmi podrobně zpracován, vychází z FR strategie, která je pak dále precizně rozpracována do jednotlivých metod, včetně podrobné kalkulace nákladů vynaložených na realizaci dané metody (viz příloha).

Stěžejní cílovou skupinou jsou individuální dárci, jejichž dary jsou největší příjmovou položkou FR střediska. Na počátku roku 2003 středisko pracovalo s databází 454 individuálních dárců. V této oblasti má středisko za cíl zvýšit systematičnost práce s individuálními dárci, které si za tím účelem rozdělilo do jednotlivých segmentů: hlavní dárci, dárci s trvalým příkazem, vícenásobní dárci, prvodárci, neaktivní dárci. Pro každý segment je zpracován plán servisu pro dárce. Kostrou práce se všemi skupinami je Zpravodaj Betlémská hvězda (viz příloha). Za účelem vtáhnout dárce více do organizace funguje Kruh přátel Betléma.

Hlavní metodou FR je **direct mail**. V této oblasti se středisko po zkušenostech z minulých let zaměřilo na profesně vybranou cílovou skupinu lékařů. Bylo rozesláno 2 500 dopisů s žádostí o příspěvek na péči o vozíčkáře (viz příloha). Díky tomu bylo získáno 114 nových dárců. Dále byly touto metodou rozeslány vánoční pohlednice a soubor pohlednic zobrazujících práce klientů.

Mezi moderní metody direct mailu patří rozesílání e-mailů potenciálním dárcům. Tuto metodu středisko aplikovalo před Vánocemi, což je velmi vhodný čas pro získání daru. E-mail obsahoval vánoční přání, informace o činnosti organizace a žádost o

příspěvek. Správné načasování bylo zřejmě jedním z důvodů úspěšnosti celé akce, která přinesla

120 000 Kč.

Další metodou, která je používána je **oslovování firem a nadací**, většinou za účelem pořízení konkrétního investičního záměru.

Tradiční metodou s významným výnosem pro středisko jsou **aukce**. Na aukcích jsou dražena jak díla klientů, tak jiné dary. Aukce bývají doprovázeny vystoupením známých umělců – např. sourozenců Ulrychových, Ladislava Kostelky aj. Sourozenci Ulrychovi se zároveň stali patrony střediska. Patronát nad aukcemi převzal starosta Hustopečí a čestným hostem bývá hejtman Jihomoravského kraje Ing. Stanislav Juránek.



Obr. 3. - Aukce

Středisko má povolenou **veřejnou sbírku** a má umístěnou pokladničku v samoobsluze „U Bála“. V současné době se připravuje umístění dalších kasiček.

Mezi nejnovější metody patří **internet**. Středisko má vlastní webové stránky, na kterých představuje svoji činnost. Také zde zcela konkrétně specifikuje své potřeby v oblasti finanční i nefinanční, prezentuje jednotlivé projekty. Potenciální dárce má možnost přispět na zcela konkrétní potřebu nebo projekt střediska. Ve spolupráci s e-Bankou a Živnobankou je na webových stránkách vypracován systém tzv. „on-line plateb“. Na stránkách jsou uveřejněny také veškeré informace o hospodaření s dary. Internetové stránky střediska navštíví denně v průměru 6 návštěvníků.

Protože organizace dobře pracuje s tzv. dárcovskou pyramidou, podařilo se jí získat již 3 x **odkaz ze závěti**. Zaznamenala však v této oblasti také neúspěch. Ne však vlastní vinou, ale spíše nedostatky v legislativě a nedostatečnou zkušeností lidí, kteří mají zájem v dědictví odkázat část majetku neziskové organizaci.

Pro zefektivnění práce střediska Betlém se svými dárci se rozhodl FR tým zrealizovat dotazníkové šetření na téma:

Jací jsou dárci střediska Betlém?

Všem dárcům z databáze byl zaslán dotazník s 20 otázkami, s prosbou o laskavé vyplnění a vrácení zpět (viz příloha).

Na tuto akci reagovalo 257 respondentů, tj. 29,6 % všech dotazovaných. Toto % je dostatečné k tomu, aby bylo možné provést vyhodnocení s dostatečnou vypovídací schopností.

Jak tedy vypadá dárci Betléma?

Jedná se převážně o lidi starší 50 let, jedna třetina z nich je dokonce starší 70 let. Převažují lidé s vyšším vzděláním, s ukončenou střední nebo vysokou školou. Téměř polovina dárců jsou důchodci a většina pracujících dárců vykonává intelektuální práci, jedna třetina pracuje ve vedení firem. Z oborů, ve kterých dárci pracují, jsou významně zastoupeny zdravotnictví a průmysl. Výrazná většina dárců jsou věřící křesťané, kteří posílají dary i jiným organizacím a mají děti. Zhruba jedna polovina dotázaných si přeje spolupracovat na šíření dobrého jména a získávání dalších příznivců Betléma. Necelá polovina slyšela o možnosti odkázat středisku něco v závěti a 12 dárců o této možnosti uvažuje. 27 % dárců se dozvědělo o středisku Betlém dopisem z Betléma, 24 % v církvi, 16 % od známých, 15 % jinak, 11 % z tisku, 4 % z televize, 3 % z rozhlasu.

Tato dotazníková akce je dle mého názoru výsledkem profesionální práce FR týmu. V našich NO je tato aktivita málo častá. Přitom pro fundraisera přináší důležité informace, které mohou sloužit jako základ pro efektivnější komunikaci s dárci. Fundraiser střediska Betlém si uvědomuje, že tyto poznatky mu umožní vytipovat podobné skupiny lidí, které se může pokusit získat pro spolupráci. Z dotazníkové akce je možno vyzvednout skutečnost, že 12 dárců uvažuje odkázat středisku dar ve své závěti. To samo svědčí o dobré práci FR týmu.

7.4 Výsledky FR

Výsledky FR ve středisku Betlém za rok 2003 jsou velmi pozitivní. Středisko získalo celkem 4 043 439 Kč od 1 117 dárců. Z tohoto počtu dárců je 552 stávajících a 562 nových. Náklady na FR činily 829 685 Kč. Z toho vyplývá, že organizace z této činnosti dosáhla zisku ve výši 3 213 754 Kč. Dosažené příjmy z FR vzrostly oproti roku 2002 o 27 %.¹⁷

Dle mého názoru má středisko Betlém velmi efektivně pracující FR tým, který používá nejmodernějších metod práce. Myslím si, že kladení hlavního důrazu na individuální dárce je pro budoucnost velmi pozitivní. V přeneseném smyslu slova se jedná o budování „koryta pro budoucí tok řeky financí“. Důležité je, že organizace pravidelně vypracovává zprávu o FR za uplynulé období. Zde nachází zdroj poučení pro další rozvoj svých aktivit.

¹⁷ ZPRÁVA O FR ZA ROK 2003, Středisko Betlém

8 MOŽNOSTI PRO ZLEPŠENÍ EFEKTIVITY FR

Co se týče střediska Betlém, je jeho činnost v oblasti FR téměř vzorová pro ostatní organizace. Její vedoucí fundraiser Ing. Zdeněk Říha je považován za jednu ze špiček v tomto oboru v rámci České republiky. Zde bych mohla snad jen doporučit aktivnější zapojení představenstva do FR činností. Jako jeden z hlavních cílů FR bych doporučila zaměřit se na získání bezplatných právních služeb tak, aby organizace byla lépe připravena poskytnout maximální servis dárcům, stojícím na vrcholku dárcovské pyramidy.

Obecně bych navrhovala ke zlepšení situace FR v České republice hlavně důraz na vzdělávání fundraiserů a osvětu v neziskových organizacích.

Osvětou v NO se musí dosáhnout pochopení ve vedení organizací, že finanční stabilitu organizace může do budoucna zabezpečit jen profesionálně prováděný FR. NO, které nebudou provádět profesionálně FR, nebudou schopny ve zvyšující se konkurenci NO zabezpečit dostatečné finanční zdroje pro svoji činnost. Tyto zkušenosti jsou známé i ze zahraničí.

Pracovníci NO by měli intenzivně využívat možnosti vzdělávat se, využitím veškerých příležitostí, které jim nabízí České centrum fundraisingu, ICN (Informační centrum neziskových organizací), která organizují řadu školení, kurzů a přednášek. Je ale důležité, aby se NO aktivně zajímaly o zkušenosti jiných NO, které jsou v této oblasti již dále, ať už našich nebo zahraničních. Zde mohou získat cenné rady i praktické návody a mnohdy i pomocnou ruku při implementaci vhodných metod FR do organizace.

Je zde i možnost, že NO může získat grant na vzdělávání. Toto se v roce 2003 podařilo středisku Betlém, které získalo grant z programu EU Phare na projekt „Učíme se praxí“, na zlepšení FR, vztahů s veřejností a strategického plánování. V rámci tohoto programu se v roce 2004 uskutečnil workshop v Bystřici pod Hostýnem na téma: „Public relations, fundraising a strategické plánování“, kterého jsem se také zúčastnila. Tohoto workshopu se zúčastnili zástupci středisek Diakonie ČCE z celé České republiky, zástupci Nadace Divoké husy a lektorka z občanského sdružení Spiralis. Z diskuzí vyplynulo, že u mnohých zástupců středisek jsou ještě velké rezervy v pochopení role FR a role marketingu v životě NO. Mezi největší omyly lze zařadit nedůvěru k individuálnímu dárcovství, ostych oslovovat nízkopříjmové dárce (důchodce, rodiny s dětmi). Dalším mýtem, který je potřeba odbourat je, že marketing nepatří do života nekomerční sféry.

Další oblastí, kterou je nutné v práci českých NO zlepšit, je spolupráce s firmami. Mám na mysli hlavně společné projekty firem a neziskových organizací. Každá organizace by si měla položit otázku, zda umí nabízet nápady a vytvářet společné projekty s firmami. O současném stavu v této oblasti vypovídá zkušenost firmy Tesco, která hledala kreativní neziskovou organizaci, se kterou by připravila dlouhodobý projekt „Charita roku“. Tesco převzalo tento projekt od mateřské firmy z Velké Británie. V našem neziskovém sektoru se jí však nepodařilo nalézt partnera, který by byl schopen projekt zpracovat.¹⁸

Dle mého názoru je nutným předpokladem pro zlepšení v této oblasti aktivní přístup a potřebná dávka profesionality.

Organizace by také neměly zapomínat na oblast nefinančních darů. Často je snadnější získat věcný dar, popř. službu než peníze na zakoupení této služby či věci. Do této oblasti patří také práce dobrovolníků z řad firemních zaměstnanců. Tato praxe je v zahraničí běžná a stává se společenskou normou. Lze tedy předpokládat, že tento trend přijde v širším měřítku i k nám a je potřeba být na něj připraven.

Důležité je, aby se organizace vyvarovaly chybného jednání v tom smyslu: potřebujeme peníze, tak si najmeme fundraisera. Fundraiser je totiž v organizaci od toho, aby unesl svou zodpovědnost za FR, aby pomohl členům správní rady, zaměstnancům a dobrovolníkům, aby pochopili svůj díl zodpovědnosti. Každý zastává jinou úlohu, ale všichni musí vědět jakou a všichni by se jí měli zhostit. Fundraiser má pak celý systém držet v chodu.

¹⁸ KOLEKTIV AUTORŮ, *Cesty k účinnému fundraisingu*, Spiralis o. s., Praha 2004, str. 64

ZÁVĚR

Existuje mnoho možností a metod FR. Pro všechny je společné, že poskytují jedinečnou možnost jak rozvíjet a naplňovat jednu ze zásadních úloh NO ve společnosti . Touto úlohou je sdružování lidí kolem určitého tématu, zprostředkování diskuze na toto téma a společné hledání jeho řešení. Je to získávání lidí pro věc.

Při vykonávání FR je nutné prostudovat řadu zdrojů, sledovat média, ale hlavně komunikovat s lidmi. Nejtěžší je přímo někoho požádat, a to lze nacvičit jedinečně praxí.

„Fundraising je jako vařit chilli con carne. Neexistuje žádný dokonalý recept. Dlouho to trvá a vždycky to dopadne trochu jinak. Jde o to mít představu, jak by to mělo chutnat až to bude hotové. A pak se prostě zkouší různé věci. Přidáte trošku toho, špetku onoho, ochutnáte – je to to pravé a vaříte dál, dokud nejste s výsledkem spokojeni. Přitom nesmíte zapomenout míchat, aby se to nepřipálilo.“¹⁹

A na samotný závěr chci dodat jen to, že ve fundraisingu existuje jedno nejdůležitější slovo: „**DĚKUJI**“.

¹⁹ KROUPA J., *Rozhovor s Dickem Cookem o FR a vaření chilli*, České centrum fundraisingu, duben 2003

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Bajčan R., *Techniky PR aneb jak pracovat s médii*, Management Press, Praha 2003, 1. vydání, ISBN 80-7261-096-1, počet stran 147
- [2] Caywood C., Z., *PR řízená komunikace podniku s veřejností*, Computer Press, Brno 2003, ISBN 80-7226-886-4, počet stran 600
- [3] Čepelka O., *Práce s veřejností v nepodnikatelském sektoru*, Nadace Omega, 1997, 1. vydání, ISBN 80-902376-0-6, počet stran 243
- [4] Fletcher A., *Získávání finančních prostředků*, Sdružení zdravotně postižených v ČR, 1996, ISBN 1 898037205, počet stran 20
- [5] Foret M., *Komunikace s veřejností*, Vydavatelství Masarykovy univerzity, 1. vydání, 1994, ISBN 55-984A-94, počet stran 206
- [6] Hannagan T. J., *Marketing pro neziskový sektor*, Management Press, Praha 1996, 1. vydání, ISBN 80-85943-07-7, počet stran 205
- [7] Kolektiv autorů, *Dobrovolníci v neziskových organizacích*, ICNO, Praha 2001, 1. vydání, ISBN 80-86423-05-0
- [8] Kolektiv autorů, *Cesty k účinnému fundraisingu*, Spiralis o. s., Praha 2004, ISBN 80-903015-4-1, počet stran 97
- [9] Ledvinová J., *Fundraising z místních zdrojů*, The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, Baltimor, Maryland, USA, 1. vydání, ISBN 1-886333-31-9, počet stran 36
- [10] Ledvinová J., Pešta K., *Základy fundraisingu*, ICN, Praha 1996, počet stran 141
- [11] Norton M., *Praktický průvodce fundraisingem pro neziskové organizace*, Nadace Via s podporou Open Society fund Praha a c. s. Mott Foundation, Praha 2003
- [12] České centrum fundraisingu – www.fundraising.cz
- [13] Diakonie ČCE, středisko Betlém, klobouky u Brna – www.diakoniecce.cz
- [14] Euro ekonomický týdeník, č. 3, 2005, Euronews, a. s. Praha
- [15] Informační centrum neziskových organizací – www.icn.cz

- [16] Internetový informační portál pro zdravotně postižené - www.infoposel.cz
- [17] Materiály z účasti na workshopu nad problematikou PR, fundraisingu a strategického plánování
- [18] Občanské sdružení Spiralis – www.spiralis-os.cz
- [19] *Můžeš*, noviny o šanci a důstojnosti pro každého, Sdružení přátel konta Bariéry
- [20] *Vozíčkář*, časopis nejen pro sedící, Liga za práva vozíčkářů
- [21] www.babinet.cz
- [22] www.mujnet.cz
- [23] www.apfnet.org

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČČE	Českobratrská církev evangelická
EU	Evropská unie
FR	fundraising
ICN	Informační centrum neziskových organizací
NO	nezisková organizace

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Pyramida dárců	17
Obr. 2. Obyvatelé střediska Betlém, autor Dušan Kalvach.....	29
Obr. 3. Aukce, autor Dušan Kalvach.....	31

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Plán FR (uveřejněno s laskavým svolením pana ing. Zdeňka Říhy)
- P II Direct mail
- P III Dotazník
- P IV Zpráva o FR za rok 2003
(uveřejněno s laskavým svolením pana ing. Zdeňka Říhy)
- P V Servis pro dárce - dopis
- P VI Propagační leták střediska Betlém
- P VII Zpravodaj Betlémská hvězda

Fundraisingový plán

Diakonie ČCE – středisko BETLÉM

1 FUNDRAISINGOVÁ STRATEGIE, ORGANIZACE FUNDRAISINGU

1.1 Fundraisingová strategie

Posláním střediska je pomoc lidem s těžkým tělesným a mentálním postižením. Fundraising umožňuje podílet se na tomto poslání našim dárcům. Uprostřed všech fundraisingových aktivit vidíme člověka s těžkým postižením a jeho právo na „normální“ život.

Zásadním dlouhodobým trendem v plánování zdrojů střediska je snížení objemu státních prostředků a dále snížení darů ze zahraničí. Musíme je nahradit zaměřením se především na individuální dárce. Dále plánujeme dlouhodobé postupné zvyšování darů od firem, které ovšem nedosáhne výše darů od individuálních dárců. Novým zdrojem je od roku 2001 podnikání ve stavebnictví, které by mělo ročně přinést mírný zisk. Od roku 2002 jsme začali také podnikat v reklamní činnosti, kterou chceme doplnit fundraising firem.

Stěžejní cílovou skupinou fundraisingu střediska jsou individuální dárce. Za poslední 4 roky jsou dary od individuálních dárců největší příjmovou položkou fundraisingu střediska. Tato skupina je také velmi perspektivní. V posledních dvou letech se nám podařilo více než zdvojnásobit dárcovskou základnu. V nastávajícím roce proto chceme **zkvalitnit práci se stávajícími dárce** a v nastaveném standardu pokračovat v dalších letech.

Důležitým rysem fundraisingové strategie je také vytvoření **stabilního portfolia fundraisingových aktivit** a portfolia dárcovských skupin. Portfolio aktivit zahrnuje direct marketingové aktivity, kvalitní servis dárcům a práce se stávajícími dárce, osobní jednání s firmami, psaní grantů, benefiční aukci, internetový fundraising a samofinancování. Portfolio dárcovských skupin se skládá z individuálních dárců v regionu i celé republice, firem, církví, nadací a zahraničních dárců.

Strategický plán středisko nemá vypracovaný v sepsané podobě. Plánujeme však naši vizi a cíle přenést do písemného strategického plánu během roku 2003. V současnosti pracuje skupina strategického plánování s pomocí facilitátora Ing. Juraje Kizáka na návrhu plánu, který se předloží představenstvu.

Rámec **fundraisingových pravidel** je dán zákony ČR, které chceme dodržovat. Jako dar bychom nepřijali kradené předměty ani peníze pocházející z krádeží nebo jiných nelegálních činností. Co se týče osoby dárce, jako sociální zařízení nemáme žádných „nepřátel“ a můžeme přijmout dar od každého, právnické i fyzické osoby. Odmítli jsme však již zorganizování benefiční akce – koncertu Lucie Bílé – v náš prospěch, protože organizátor nebyl důvěryhodný.

1.2 SWOT analýza

Silné stránky

Dobré jméno v regionu, tradice 12 let existence (since 1990)

Úspěšný rozvoj fundraisingové činnosti v letech 2000-2002 (v roce 2001 s pomocí programu Cesta ke stabilitě I) a personální zajištění fundraisingu. Široké portfolio zdrojů a fundraisingových aktivit, nastartované samofinancování (stavební činnost, pronájmy a reklamní činnost).

Zapojení do vyšší struktury 30-ti středisek Diakonie ČCE a jejího ústředí, které poskytuje metodické řízení a vzdělávání

Křesťanská motivace pracovníků, pracovníci a sociální klienti střediska vytvářejí společně komunitu, v níž probíhá demokratické rozhodování o náplni poskytovaných služeb a celkovém způsobu života v Domovech „Betlém“ a „Narnie“

Slabé stránky

Malá iniciativa členů představenstva ve strategickém plánování a fundraisingu

Vedoucí pracovníci pod tlakem každodenních starostí preferují operativní řízení před strategickým (pracujeme na zlepšení)

Nízké mzdy zaměstnanců a neuspokojující úroveň jejich materiálního zázemí

Příležitosti Nenasycený fundraisingový trh v regionu, na rozdíl od velkých měst Možnost financování sociálních programů z rozpočtu Jihomoravského kraje Velké průběžné množství zaměstnanců a dobrovolníků – noví příznivci
Hrozby Závislost na ústředních státních zdrojích ve financování sociální činnosti Estatistický přístup současné vlády k zajišťování sociální péče, podcenění úlohy NNO Pokud ústavní soud nezruší nový zákon o církvích č.3/2002, budeme v roce 2003 zajišťovat náročnou transformaci střediska z účelového zařízení církve na obecně prospěšnou společnost Vysoká nezaměstnanost a nízká úroveň mezd v regionu

1.3 Dlouhodobé fundraisingové cíle

Potřeba po stabilních zdrojích pro organizaci nahrazující státní zdroje nás vede k orientaci na individuální dárce z dlouhodobého hlediska. Chtěli bychom, aby dary individuálních činily v horizontu 3 let 13% příjmů organizace, ideálně pak nejméně 15% v delším horizontu. Toho bychom chtěli dosáhnout především zlepšením práce se stávajícími dárci, když jsme v poslední době více než zdvojnásobili dárcovskou základnu. V postupném rozšiřování dárcovské základny jako v posledních dvou letech chceme dále pokračovat.

V oblasti organizací bychom rádi pokračovali v nastaveném standardu individuální práce s navázanými kontakty. Cílem je příjem od organizací nad 4% ročně.

1.4 Konkrétní dílčí fundraisingové cíle pro rok 2003:

1.4.1 CÍLE FINANČNÍ

Stanovili jsme souhrnný finanční cíl získat od jednotlivců, organizací a církví dary ve výši celkem 1 560 000 Kč, což je pouze o 105 000 Kč více než ve 2002 („pouze“ protože loni byl požár a získali jsme mimořádné prostředky od církve).

V tabulce v kapitole 6. Souhrnné údaje lze vidět, že od **individuálních dárců plánujeme nárůst 220 000 Kč**; od organizací 20 000 Kč (zvýšení je malé, protože v roce 2002 jsme zaznamenali 59% nárůst darů a bude třeba dary „obhájit“, některé organizace dají také formou reklamy); od církví pokles o 135 000 Kč.

V **samofinancování** chceme získat 200 000 Kč ve formě reklamy na auto a aukci od firem, s kterými již máme navázané vztahy. Ve stavební činnosti zisk 150 000 Kč.

1.4.2 CÍLE NEFINANČNÍ

Klademe si nefinanční cíle pro oblast individuálních dárců:

- **stávající dárce**

- 1) **Nejdůležitější cíl je zlepšit servis pro stávající dárce.**
- 2) **Naučit se systematicky individuálně pracovat se stávajícími dárci podle segmentů.** Nastartovat systém plánů servisu pro jednotlivé segmenty, průběžně analyzovat databázi a tak přiřazovat dárce do segmentů. Začít pracovat analyticky ve smyslu posunu dárců po dárcovské pyramidě. Změny, kterých chceme dosáhnout cílenou prací s dárci v segmentech: vyjádřeno číselně posunout 2 dárce mezi hlavní dárce, získat 10 dárců, kteří by se rozhodli pro pravidelné dary trvalým platebním příkazem, 20 „darů navíc“ a od 100 dárců opakovaný dar.

3) Implementovat nové prvky práce se stávajícími dárci – Zpravodaj Betlémská hvězda
Souhrnně jsou cíle uvedeny v tabulce:

segment nebo druh změny	dary v Kč	dárců	přírůstek v segmentu
Hlavní dárci	420 000	14	2
Trvalý příkaz	62 000	18	10
Vícenásobní	293 000	497	180
z toho Vícenásobní zvýšení daru	50 000	100	
z toho Vícenásobní dar navíc	50 000	20	
Prvodárci opakované dary	40 000	130	325
Neaktivní	10 000	50	
Celkem stávající	825 000	709	vícenásobných dárců

4) Připravit se na metodu darování závěťmi, což je také zlepšení práce se stávajícími dárci.

• **noví dárci**

- 5) Pokračovat v každoročním získávání nových dárců, především direct mailingovými aktivitami, úspěšně vyzkoušenými s podporou programu Cesta ke stabilitě v roce 2001 a získat 325 nových dárců.
- 6) Vyzkoušet a naučit se doplňkové metody fundraisingu - fundraising po zaměstnancích firmy a nechat zlepšit stránky na internetu pro získávání dárců.

Pro oblast **organizací**:

- 1) Udržet a prohloubit vztahy s organizacemi.
- 2) Získat od organizací účetně evidované věcné dary v hodnotě 160 000 Kč (mimo to ještě 60 000 Kč jako dary a slevy neevidované v účetnictví).
- 3) Naučit se efektivně vykonávat reklamní činnost a získat auto pro Domov „Betlém“ a pokrýt náklady aukce.

1.4.3 Změny ve srovnání s minulostí

Hlavní a zásadní změnou je komunikace se stávajícími dárci podle toho, v jakém segmentu se nachází. **Od roku 2003 začneme pracovat se stávajícími dárci systematicky podle plánu servisu pro daný segment.** Dosavadní práce se stávajícími dárci nebyla na úrovni, jakou bychom chtěli mít. Dosud jsme s individuálními dárci komunikovali převážně hromadně bez rozdělení na segmenty. Díky přijetí nového fundraisera chceme začít poskytovat našim dárům opravdový servis.

Proto jsme na podzim 2002 provedli důkladnou analýzu dárců v databázi a **vytvořili několik segmentů** dle výše a pravidelnosti darů – Hlavní dárci, Dárci trvalým příkazem, Vícenásobní dárci, Prvodárci a Neaktivní dárci. Tyto skupiny ještě rozdělíme podle toho, kdy zaslali poslední dar podle čtvrtletí.

S každým segmentem dárců v pyramidě budeme pracovat podle **stanoveného plánu dárcovského servisu, přístupu, způsobu komunikace, co nabídnout a žádat.**

Kostrou pro práci se všemi skupinami bude **Zpravodaj Betlémská hvězda**, který budeme vydávat 3x ročně (v jednom čtvrtletí zašleme Výroční zprávu). Zpravodaj bude sloužit nejen pro informování o činnosti střediska, ale bude také nástrojem fundraisingu, PR a zdrojem informací o dárkách (ankety).

Nově chceme „obnovit“ jako službu a zároveň nástroj pro práci s dárci **Kruh Přátel BETLÉMA**. Kruh Přátel vznikl v roce 1991 a uskutečnilo jedno setkání Přátel BETLÉMA. Nepodařilo se jej však uvést v život a dále se již nic nedělo. Plánujeme uvést Kruh v činnost, udělat setkání – Den Přátel BETLÉMA a dárům – členům předat odznaky.

V oblasti získávání dárců chceme profesionalizovat direct mail kampaň a nakoupit služby DM agentury – nákup adres, příprava a kompletace zásilky i telefonní podpora. Nově plánujeme oslovit cílovou skupinu vybranou podle profesního klíče (doposud výběr podle lokality.)

1.5 Kdy a jak miníte plnění fundraisingových cílů vyhodnocovat

Vyhodnocení výše darů a počtu dárců budeme dělat čtvrtletně. Analýzou dárců a jejich darů v databázi také zjistíme, zda se naplňují finanční i nefinanční cíle – změny platebních způsobů a posun v pyramidě. Sestavíme si tabulky, kde budeme mít přehled darů jednotlivých segmentů. Zhodnotíme také úspěšnost oslovení jednotlivých segmentů dopisy - % odezvy, výše odezvy, návratnost, nejvyšší, průměrný a nejnižší dar.

1.6 Skladba zdrojů v příjmech

V roce 2002 jsou vysoké mimořádné příjmy (kolonka Ostatní), protože vyhořel Domov „Narnie“ a

Zdroje	2002 v %	konec 2003 v %	2005 v %
Nadace	1,9%	4,3%	2,9%
Státní správa a samospráva	41,6%	45,4%	45,2%
Firmy, organizace	3,6%	4,0%	4,3%
Jednotlivci	8,4%	10,9%	13,1%
Církev	2,2%	0,9%	1,0%
Vlastní činnost (hlavní i vedlejší)	22,7%	26,8%	26,2%
Úřady práce	1,3%	1,4%	1,5%
Zahraniční dary	6,8%	4,6%	3,8%
Ostatní	11,4%	1,7%	1,9%
Celkem	100,0%	100,0%	100,0%
Celková částka v Kč	10 200 000	9 870 000	10 500 000

pojišťovna vyplatila pojistné a také krajský úřad dal dotaci, s kterou pro rok 2003 nepočítá...

Tyto mimořádné příjmy zkreslují tabulku, přesto je zřejmý nárůst darů od individuálních dárců a pokles zahraničních darů.

1.7 jak je fundraising ve vaší organizaci zajišťován

Ve středisku zaměstnáváme dva fundraisery na plný úvazek. Existence 2 úvazků je pro úspěšné zvládnutí fundraisingového plánu důležitá. Jeden fundraiser se věnuje fundraisingu 3,5 roku, má ekonomické vzdělání, s fundraisingem zkušenosti a prošel školeními v programu Cesta ke stabilitě. Druhá fundraiserka (je dobré, že je zastoupen i ženský princip) je dlouholetý pracovník střediska a středisko dobře zná. Na postu fundraisera pracuje od září 2002 a bude třeba ji ještě zaškolit (což se již děje). K rozdělení přesných úloh dojde během roku 2003, ale předpokládáme, že nová fundraiserka se bude věnovat servisu dárcům.

Fundraisingu se částečně věnují ještě ředitel střediska a vedoucí stavební skupiny. Ředitel střediska je zároveň tiskovým mluvčím střediska a pracovníkem, který se stará o žádosti o grant a komunikaci s Ministerstvem práce a sociálních věcí. Vedoucí stavební skupiny spolupracuje s fundraisery na získávání věcných darů a slev na nákup materiálu a služeb. Na psaní grantů pro nadace v sociální oblasti se výrazně podílí sociální pracovníci. Fundraiseri spolupracují jako konzultanti a dotváří závěrečnou podobu žádostí.

Vzhledem k specifické činnosti střediska – individuální péče o lidi s postižením v komunitě rodinného charakteru – mohou nárazově pomoci pracovníci střediska například s vkládáním dopisů do obálek apod. Na fundraisingu se budou aktivně podílet také zaměstnanci a představenstvo střediska jako dobrovolníci například při distribuci materiálů nebo benefičních akcích. Tento fundraisingový plán má podporu u členů představenstva.

1.8 Systém práce s dárci a služeb poskytovaných dárcům:

1.8.1 Databáze

Pracujeme se známými dárci a proto máme několik databází. Máme databázi dárců – jednotlivců a databázi organizací – firem, podnikatelů, obcí a různých sdružení nebo spolků. Dále máme ve středisku několik databází, v kterých evidujeme klienty, dobrovolníky, dodavatele, VIP a samozřejmě personalistickou databázi zaměstnanců. Všechny tyto databáze souvisí s fundraisingem, protože Výroční zprávu rozesíláme na tyto adresy.

Databáze jsme si udělali sami v programu MS Acces. Umožňují personifikaci v hromadné korespondenci, evidenci darů a zaznamenávání kontaktů s dárci. Je třeba dodělat některé analytické nástroje, zvláště pro práci se segmenty v systému dárcovské pyramidy.

1.8.2 Servis

Historie: Do roku 1995 se posílalo dárcům jen poděkování a informační dopis. Od roku 1995 do roku 1999 jsme všem lidem z databáze jsme zasílali Výroční zprávu. Od roku 2000 k tomu přibýly zároveň

spolu s poděkováním i informace, co se za poslední půlrok stalo. Stávající individuální dárci jsme o dar nežádali, pouze k těmto dopisům přikládáme složenku. Také jsme začali posílat o vánocích pozdrav a v roce 2001 balíček vánočních pohlednic (se složenkou). Dárcům, kteří projevili zájem posíláme v lednu daňové potvrzení. Poděkování posíláme každých 10 dnů, když obdržíme výpis z účtu.

Podle **segmentů dárcovské pyramidy** jsme začali s individuálními dárci pracovat pouze částečně udělováním děkovných listů nejlepším dárcům. Od roku 2001 dáváme cca 30 nejlepším dárcům, ať už individuálním nebo organizacím, děkovný list, který předáme na listopadové aukci. Zároveň nejlepším dárcům a dárcům z regionu cca 80 km posíláme pozvánku na aukci.

Od roku 2002 jsme začali pracovat jako se segmenty s 2 skupinami prvodárců, které jsme získali direct mailovými kampaněmi. Zatím jsme jim zaslali výroční zprávu, pozvánky a jednou také dopis s žádostí o opakovaný dar.

Komunikace: Se stávajícími dárci jsme komunikovali zatím pouze hromadnými dopisy. Nepoužili jsme zatím žadací dopisy a telefonní komunikaci pouze vyjíměčně. Komunikace internetem je pouze s několika členy a není systematická, je třeba si ji „pamatovat“, což ztěžuje hromadnou korespondenci. Od roku 1999 máme internetové stránky, na kterých informujeme o naší činnosti. Stránku pravidelně aktualizujeme.

2 FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY V ROCE 2003

2.1 Dary od jednotlivců

2.1.1 Stávající dárci

Pro zlepšení práce se stávajícími dárci plánujeme provést několik vzájemně propojených aktivit:

- běžné zasílání díky a odpovídání na dopisy a telefonáty
- rozesílání zpravodaje Betlémská hvězda
- implementaci systému, pravidel práce a zlepšení komunikace se stávajícími dárci dle segmentů:
 - Hlavní dárci
 - Dárci trvalým příkazem
 - Vícenásobní dárci
 - Prvodárci
 - Neaktivní dárci
- vytvoření Kruhu Přátel BETLÉMA
- rozesílání výroční zprávy

Dále ještě jsou v jiných aktivitách zahrnuty další kroky směrem k dárcům – například dárcům zasíláme pozvánku na Společenský večer s aukcí, kde nejlepším udělujeme děkovné listy.

2.1.1.1 Běžný servis stávajícím dárcům

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Běžný servis stávajícím dárcům zahrnuje zasílání včasného poděkování, daňového potvrzení a také odpovídání na dopisy, stížnosti a telefony. Dále zaslání vánočního přání, které dělají klienti střediska.

Pozn. Zlepšení práce se stávajícími dárci je popsána v následující aktivitě.

3. Termín realizace

celý rok 2003

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

Počítač s příslušenstvím – viz další aktivita

Kancelář, telefon, papíry, obálky, složenky.

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho Druhý fundraiser 0 týdnů.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Náklady pro aktivitu běžný servis

položka	Kč
plat	21 600,0
papíry	640,0
poštovné	5 120,0
přání - poštovné a obálka	7 400,0
obálky	800,0
tiskové náplně	1 000,0
telefon včetně internetu	1 000,0
Celkem	37 560,0

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

spokojenost dárců

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?

Budeme zaznamenávat jestli nejsou stížnosti na servis.

V anketě bude dotaz na spokojenost dárců se servisem.

2.1.1.2 Zpravodaj Betlémská hvězda

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Zpravodaj bude **nosným nástrojem**, kostrou v nově plánovaném systému práce se stávajícími dárci. Pravidelně budeme dárcům zasílat materiál – 2x ročně zpravodaj, jednou ročně pak výroční zpráva. Zároveň se zasíláním zpravodaje budeme ve zvoleném segmentu cíleně oslovovat dárce (žádostí, pozvánkou nebo jinak).

Zpravodaj si necháme udělat v tiskárně aby byl kvalitní prezentací střediska.

Zpravodaj bude mít také informační funkci. Dárci budou lépe informováni a zároveň je můžeme vyzvat k pomoci. Minizpravodaj bude obsahovat ankety a návratky a tak se stane zdrojem informací pro nás. Budeme zjišťovat zda souhlasí údaje, které o nich máme, jakým způsobem chtějí abychom s nimi komunikovali, zjišťovat jejich emailovou adresu. Důležitou funkcí bude informování o možnosti **darovat závěti**. Přichystáme si prostor pro budoucí fundraising závěti, protože jsme již třikrát získali dědictví a dárci nám umírají - každý rok se několik zásilek vrátí zpět, protože adresát zemřel..

Na zpravodaji se budou podílet svými články a příspěvky nejen členové představenstva a managementu, ale i klienti s tělesným postižením z Domova „Betlém“. Vytvoříme z nich redakční radu.

3. Termín realizace

průběžně celý rok 2003

3x ročně zpravodaj (duben, prosinec) (v červnu výroční zpráva)

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

Počítač, na kterém bude dobře fungovat Corel Draw 8 (licenci máme).

Kvalitní rychlou tiskárnu máme.

Tiskové náplně, papíry, obálky, poštovné O.T. (budeme zasílat na více než 1000 adres)

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Počítáme že výroba a odeslání zpravodaje bude trvat 2 fundraiserům 3 týdny, tj. celkem 9 týdnů. Práce s dopisy cílenému segmentu jsou kalkulovány u aktivit s jednotlivými segmenty.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

položka	Kč	ks/týdnů
plat	31 894	9
poštovné	19 110	2940
obálky	2 940	2940
papíry	2 940	2940
tisk	14 700	5880
Celkem	71 584	

Kalkulovány jsou náklady jen na tu část aktivity pro individuální dárce.

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity

Finanční přínosy budou, ale kalkulujeme je v části práce se segmenty dárců.

Nefinanční přínos

Zlepší se náš přístup k dárcům, budou spokojenější a budou zná lépe středisko.

Budeme vědět o našich dárcích více a zvýší se počet lidí, s kterými komunikujeme mailem. Tento počet nedokážeme nyní odhadnout.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?

Zvýšenou spokojenost a informovanost dárců poznáme podle ankety, kterou dáme do minizpravodaje.

Vyhodnotíme je 6 týdnů po odeslání zpravodaje.

Počet lidí s kterými komunikujeme mailem budeme mít zaznamenán v databázi.

2.1.1.3 Implementace systému, pravidel práce a zlepšení komunikace se stávajícími dárči dle segmentů, ZÁZEMÍ

Zde je uveden pouze rámec systému a kalkulace na potřebné zázemí*
dále je v podkapitolách popsána a kalkulována práce s jednotlivými segmenty

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Cílová skupina: V databázi je 943 dárců, z nichž ne všichni jsou aktivní, ale všichni již darovali. V roce 2002 jsme však z databáze odstranili ty lidi, kteří nám dar od roku 1996 neposlali. Aktivních dárců odhadujeme ke konci roku 2002 795, k 31.10.2002 jich je 739.

Segmentace

Analýzou jsme rozdělili dárce na 5 základních segmentů dle výše a pravidelnosti platby: Hlavních dárců je 12, dárců s trvalou platbou je 8, vícenásobných dárců je 497 a prvodárců 222, neaktivních dárců je 205.

S těmito segmenty budeme pracovat s každým podle zvoleného plánu servisu. Segment dále rozčleníme podle toho, jestli platí složenkou nebo z účtu a dále na čtvrtletí podle toho, kdy přišla poslední platba. Segmentaci budeme zkvalitňovat i na základě komunikace s dárči a informací zjištěných z anket ve zpravodaji.

Záměr

S takto rozdělenými segmenty budeme každé čtvrtletí cíleně oslovovat daný segment spolu zvoleným způsobem (dopisem) a nabízet nebo žádat pro daný segment zvolenou vhodnou akci (dar navíc, platbu trvalým příkazem apod.

Základem je, aby každý dárce cítil, že je s ním nakládáno vhodně, aby cítil, že se zvýšila naše péče, loajalita k němu. Vhodnou akci pro daný segment budeme vybírat tak, aby se postupně dárči mohli posunovat výše v pyramidě.

Například skupině vícenásobných dárců, kteří posílají ročně více darů z účtu nabídneme možnost platby trvalým příkazem apod.

Zlepšení komunikace

Rádi bychom začali s našimi dárči **komunikovat internetem** a získali jejich emailové adresy. Doposud jsme komunikovali pouze dopisy, rádi bychom začali používat osobnější způsob komunikace **telefonem a osobním jednáním** zvláště s našimi nejlepšími dárči. O velký dar a dary navíc bychom komunikovali co nejosobněji.

Systematický rámec

Každý segment má vytvořen plán servisu – „akcí“ které pro dárce uděláme. Základní kostrou je zasílání samotného zpravodaje. K tomu se v plánu připojí v daném čtvrtletí dopis s pozvánkou nebo žádostí apod.

Plán se bude dále systematicky upravovat a dárči systematicky přesouvat do segmentů dle pravidelných analýz databáze podle získaných informací: především plateb darů a dále anket (např. způsob komunikace mailem). Cílem je **poznat, kde se dárce nachází** a podle toho poznat co je pro dárce vhodné.

3. Termín realizace

zázemí v lednu, implementace průběžně celý rok 2003, hlavně s čísly zpravodaje 3x ročně zpravodaj (zima, léto, podzim) a výroční zprávou.

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

Počítač na kterém bude dobře fungovat databáze v programu MS Acces 2000 a Corel Draw 8.

Vylepšit databázi o analytické nástroje, propojení databáze s posíláním emailové pošty – programátora na smlouvu o dílo.

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho Vlastní práce s dárči je kalkulována v podkapitolách.

Nákup potřebného PC a zadání požadavků na vylepšení databáze programátorovi zajistí 1.fundraiser.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Zázemí pro zkvalitnění servisu	Kč	mzda		
programátor	5000			
zadání úpravy	8 775	8 775		
PC, monitor pro nového	25 000	0		
Celkem	38 775			

Zde uvádím celkový přehled nákladů dále popsaných aktivit práce se stávajícími dárci:

Servis stávajícím dárčům

aktivita	Kč	mzda Kč	
zasílání důků, odpovídání na dopisy, telefony, stížnosti	37 560	21 600	0
Zázemí pro zkvalitnění servisu	38 775	8 775	
Zlepšení komunikace se segmenty	71 070	62 542	
Kruh Přátel BETLÉMA	43 820	13 500	
Zpravodaj	71 584	31 894	
rozesílání výroční zprávy	46 613	21 263	0
Celkem	271 862	116 710	

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Co se týče zázemí – počítače a úpravy databáze, je nezbytné pro úspěšnou implementaci systému práce s dárči.

Celkový výsledek práce se stávajícími dárči uvádím v tabulce:

segment nebo druh změny	dary v Kč	dárčů	přírůstek v segmentu
Hlavní dárči	420 000	14	2
Trvalý příkaz	62 000	18	10
Vícenásobní	293 000	497	180
z toho Vícenásobní zvýšení daru	50 000	100	
z toho Vícenásobní dar navíc	50 000	20	
Prvodárči opakované dary	40 000	130	325
Neaktivní	10 000	50	
Celkem stávající	825 000	709	vícenásobných dárčů

Lepší spokojenost a informovanost dárčů.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?

Zvýšení darů budeme hodnotit čtvrtletně dle databáze oproti minulému roku, což bude pouze průběžný údaj, zásadní bude výsledek na konci roku.

Změny platebních mechanismů a zvýšení darů budeme vyhodnocovat díky analytickým nástrojům v databázi.

Zvýšenou spokojenost a informovanost dárčů poznáme podle ankety, kterou dáme do minizpravodaje.

2.1.1.4 Plán pro segment Hlavní dárce

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Cílová skupina:

Jde o dárce kteří v posledních 4 letech přispěli více než 40.000 Kč a jsou stále aktivními dárce. K 31.10.2002 jich máme 12. Mezi hlavní dárce zařadíme i prvodárce, který pošle dar vyšší než 20.000.

Záměr

Tuto skupinu je třeba „hýčkat“. Doposud jsme jim neposkytovali péči, kterou zasluhují. Cílem je udržet jejich velké dary jako každoroční „členské“ dary, protože někteří nedávají každý rok.

Způsob komunikace

Osobní komunikace telefonem a osobním jednáním.

Informování o činnosti střediska tak, jak to dárce bude chtít (způsob i frekvence).

Požadavek

Tito dárce buď posílají vyšší pravidelnou částku nebo 1 vyšší dar. Pokud v roce 2003 nastane okolnost jako třeba v roce 2002 požár Domova „Narnie“, požádáme je od dar navíc velmi osobním způsobem.

Plán servisu

Nejprve se osobním způsobem (osobně nebo dopis + telefon) dárce zeptáme jak chtějí být informováni.

Dle přání dárce se bude odvíjet další plán v čase minimálně však takto:

Zpravodaj pro hlavní dárce budeme tisknout na velmi kvalitním papíře.

1. kontakt, osobní dotaz na plán servisu, zaslat zpravodaj s osobním dopisem
2. kontakt, zpravodaj osobně a předat pozvánku na Den Přátel BETLÉMA, na Dni Přátel předat odznak.
3. kontakt, zaslat výroční zpráva s osobním dopisem, mezitím telefonický kontakt
4. kontakt zpravodaj s osobním dopisem, telefonicky pozvat a zaslat pozvánku na aukci, dát děkovný list na aukci nebo osobně doručit, na vánoce přání a telefonický kontakt

3. Termín realizace

celý rok

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

čas, telefon, papíry, obálky

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Fundraiser 4 týdny. Ředitel střediska telefonickým pozváním.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Hlavní	ks/týdnů	Kč
plat	4	17 550
telefon	36	378
papíry	36	36
tisk	36	108
obálky	12	12
poštovné	12	77
cestovné		2 400
Celkem		20 561

Poštovné je kalkulováno ve zpravodaji, přání a pozvánka jinde.

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Lepší spokojenost a vztah dárce ke středisku.

Příjem od této skupiny 420 000 Kč

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?

Příjem od této skupiny zjistíme z databáze při čtvrtletní analýze.

Spokojenost z dotazníku ve zpravodaji.

2.1.1.5 Plán pro segment Dárci trvalým příkazem

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Cílová skupina:

Jde o dárcce, kteří posílají trvalým příkazem z účtu a jejich dary za 5 let nedosahují 40.000 Kč. K 31.10.2002 jich máme 8.

Záměr

Tuto skupinu je třeba „hýčkat“, ale méně než hlavní dárcce. Kajícně musíme přiznat, že se nám doposud podařilo zaslat jim i složenky... v hromadné korespondenci.

Způsob komunikace

Osobní komunikace telefonem jednou za rok.

Informování o činnosti střediska zpravodajem.

Dopisy pro tento segment bez složenek a požadavků.

Požadavek

Tito dárci posílají pravidelnou částku. Požádáme je o jeden dar navíc v roce 2003 a to na opravdu potřebnou potřebu.

Plán servisu

Nejprve se osobním způsobem (dopis + telefon) dárců zeptáme jak chtějí být informováni. Dle přání dárce se bude odvíjet další plán v čase minimálně však takto:

1. kontakt, zaslat zpravodaj s osobním dopisem mezitím telefonický kontakt
2. kontakt, výroční zpráva zaslat s pozvánkou na Den Přátel BETLÉMA a na Dni Přátel předat odznak nebo poslat.
3. kontakt zaslat zaslat pozvánku na aukci s osobním dopisem a žádostí o dar navíc
4. kontakt zpravodaj s osobním dopisem, , na vánoce přání

3. Termín realizace

celý rok

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

čas, telefon, papíry, obálky

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Fundraiser 1 týden.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Trvalý	ks/týdnů	Kč
plat	1	4 154
telefon	18	189
papíry	36	36
tisk	36	108
obálky	18	18
poštovné	18	115
Celkem		4 620

Poštovné je kalkulováno také ve zpravodaji, přání a pozvánka jinde.

7. Plánovaný přínos popsání fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Lepší spokojenost a vztah dárců ke středisku.

Příjem od této skupiny 62 000 Kč.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat? (viz bod 7.)

Příjem od této skupiny zjistíme z databáze při čtvrtletní analýze.

Spokojenost z dotazníku ve zpravodaji.

2.1.1.6 Plán pro segment Vícenásobní dárci

2. Popis plánované fundraisingové aktivity

Cílová skupina:

Jde o dárcce kteří již dali opakovaně a jsou aktivní tj. přispěli v posledních 2 letech. K 31.10.2002 jich máme 497. Z toho těch, kteří podporují středisko více než 3 roky 65.

Záměr

Tuto skupinu je třeba dobře ošetřit a část dárců posunout dále v dárcovské pyramidě. Dosud jsme dárcce v dopise vyzívali k platbě raději z účtu než složenkou. Přibližně 150 dárců platí z účtu. Skupinu je třeba dále rozdělit podle posledních došlých plateb na čtvrtletí. V každém čtvrtletí oslovit cíleně tento podsegment, ostatním podsegmentům zaslat jen zpravodaj.

Způsob komunikace

Segmentované dopisy. Nezasílat složenky plátcům z účtu. Informovat zpravodajem.

Požadavek

Dárcce, kteří posílají z účtu a posílají více než 1 dar ročně požádáme o trvalý příkaz, většinu dárců tohoto segmentu požádáme zvýšení daru, 50 Dárců s vyšším darem požádáme o dar navíc.

Plán servisu

1. kontakt, zaslat zpravodaj s anketou
2. kontakt, zaslat výroční zprávu s žádostí a složenkou (nebo bez pro podsegment posílající z účtu) a s pozvánkou na Den Přátel BETLÉMA, na Dni Přátel předat odznak nebo zaslat.
3. kontakt zaslat Pozvánku na aukci se segmentovým dopisem,
4. kontakt zpravodaj, (nad 1000Kč za 2 roky nebo do 80 km od Klobouk), na vánoce přání

Do tohoto plánu servisu budou každé čtvrtletí naskakovat další vícenásobní dárci z prvodárců.

3. Termín realizace

celý rok

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

čas, telefon, papíry, obálky

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Oba fundraiseři vždy týden každé čtvrtletí tj. celkem 18 týdnů.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Kalkulace obsahuje náklady na cílenou komunikaci. Odznak, poštovné, přání, pozvánka apod. jsou kalkulována v příslušných aktivitách jinde.

Vícenásobní	ks/týdnů	Kč
plat	8	28 350
papíry	994	497
tisk	994	1242,5
složenky	994	398
poštovné		se zpravodajem
Celkem		30 487

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Příjem od této skupiny plánujeme ve výši 293 000 Kč

Získání 10 dárců trvalým příkazem, 20 darů navíc a u 100 lidí zvýšení částky.

Lepší spokojenost a vztah dárců ke středisku.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat? (viz bod 7.)

Příjem od této skupiny zjistíme z databáze při čtvrtletní analýze. Úspěšnost oslovení jednotlivých segmentů dopisy - % odezvy, výše odezvy, příjmy a náklady, zisk a návratnost, nejvyšší, průměrný a nejnižší dar, dar na dopis.

Spokojenost z dotazníku ve zpravodaji.

2.1.1.7 Plán pro segment Prvodárci

2. Popis plánované fundraisingové aktivity

Cílová skupina:

Jde o dárce které jsme v poslední době nějakým způsobem získali, tj. již přispěli a jsou aktivní tj. přispěli v posledních 2 letech. K 31.10.2002 jich máme 222.

Záměr

Od této skupiny je třeba vhodně získat druhý dar. Skupinu je třeba dále rozdělit podle posledních došlých plateb na čtvrtletí. V každém čtvrtletí oslovit cíleně tento podsegment, ostatním podsegmentům zaslat jen zpravodaj (případně výroční zprávu).

Způsob komunikace

Segmentované dopisy. Nezasílat složenky plátcům z účtu. Informovat zpravodajem.

Požadavek

Získat dárce pro opakování daru (tj. každoroční „členský“ dar).

Plán servisu (příklad pro dárce který přispěl v 3. čtvrtletí předchozího roku poprvé)

1. kontakt, zaslat zpravodaj s anketou
2. kontakt, zaslat výroční zprávu a s pozvánkou na Den Přátel BETLÉMA, na Dni Přátel předat odznak nebo zaslat.
3. kontakt zaslat pozvánku na aukci (nad 1000Kč za 2 roky nebo do 80 km od Klobouk) se segmentovým dopisem,
4. kontakt zpravodaj,

Do tohoto plánu servisu budou každé čtvrtletí naskakovat další vícenásobní dárce z prvodárců.

3. Termín realizace

celý rok

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

čas, telefon, papíry, obálky

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Oba fundraiseri vždy týden každé čtvrtletí tj. celkem 18 týdnů.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Kalkulace obsahuje náklady na cílenou komunikaci. Odznak, poštovné, přání, pozvánka apod. jsou kalkulována v příslušných aktivitách jinde.

Prvodárci	ks/týdnů	Kč
plat	2	7 088
papíry	222	111
tisk	222	555
složenky	222	89
poštovné		se zpravodajem
Celkem		7 842

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Příjem od této skupiny 40 000 Kč. Počítáme, že se nám podaří získat nejméně u 60% opakovaný dar tj. od 130 dárců.

Lepší spokojenost a vztah dárců ke středisku.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat? (viz bod 7.)

Příjem od této skupiny i počet dárců zjistíme z databáze.

Spokojenost z dotazníku ve zpravodaji.

2.1.1.8 Plán pro segment Neaktivní dárci

2. Popis plánované fundraisingové aktivity

Cílová skupina:

Jde o dárcce, kteří v minulosti darovali, ale nejsou aktivní, nepřispěli v posledních 2 letech. Jejich počet se pohybuje okolo 200.

Záměr

Od této skupiny je třeba vhodně opět dar. Rádi bychom je získali opět pro přátelství s BETLÉMEM a nabídli jim stát se členy Kruhu přátel Betléma a zasílání Zpravodaje. Bude to poslední nabídka, jinak nebudeme již schopni jim zasílat materiály.

Způsob komunikace

Segmentovaný dopis. Nezasílat složenky plátcům z účtu.

Požadavek

Viz záměr

Plán servisu

Zaslat se zpravodajem, v kterém bude informace o založení KRUHU PŘÁTEL nabídku stát se členem, pokud zašlou dar.

3. Termín realizace

březen

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

čas, telefon, papíry, obálky

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Jeden fundraiser týden.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Neaktivní	ks/týdnů	Kč
plat	1	2 700
papíry	200	100
tisk	200	500
poštovné	200	1 280
složenky	200	80
Celkem		4 660

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Příjem od této skupiny 10 000 Kč. Počítáme, že se nám podaří získat alespoň 50 dárců, tj. 24%.
Lepší spokojenost a vztah dárců ke středisku.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?

Příjem od této skupiny i počet dárců zjistíme z databáze. Vyhodnotíme v květnu.
Spokojenost z dotazníku ve zpravodaji.

2.1.1.9 Kruh Přátel BETLÉMA

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Kruh Přátel vznikl v roce 1991, kdy se uskutečnilo jedno setkání Přátel BETLÉMA. Nepodařilo se jej však uvést v život a dále se již nic nedělo.

Kruh Přátel BETLÉMA bude společenstvím přátel, kteří mají ke středisku vztah. Kruh bude nástrojem pro lepší vztah dárců a střediska a větší vzájemnou sounáležitost. Středisko se bude o přátele lépe starat a dárci budou více „uvnitř“ organizace.

Založení Oznámíme v prvním zpravodaji. Budou se konat Dny Přátel BETLÉMA. První setkání se uskuteční v červnu 2003. Setkání budou neformální, v rámci setkání bude prohlídka některého zařízení střediska, společný oběd (přátelé= klienti, zaměstnanci a dárci) a potom diskuze s představením managementu, klientů.... Členové Kruhu na setkání dostanou odznáček s logem střediska a nápisem Kruh Přátel BETLÉMA. Odznáčky necháme vyrobit. Kdo nepřijede, tomu je pošleme.

3. Termín realizace

duben oznámení

září Den Přátel BETLÉMA

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

Odznaky.

Zorganizovat setkání, prostory máme, obědy pro dárce objednáme ve škole.

Tiskové náplně, papíry, obálky

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho Počítáme, že zadání výroby odznaků, výběr adresátů, příprava a odeslání pozvánky a návratky (v zásilce s VZ) a příprava Dne Přátel zabere 4 týdny práce jednoho fundraisera. (Na organizaci se budou podílet i zaměstnanci BETLÉMA, což nekalkulujeme)

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

položka	Kč	ks/týdnů
1000 ks odznaků	15 000	15
Den Přátel BETLÉMA		
obědy á 40	2 000	50
mzda	13 500	4
papíry pozvánky s návratkou	400	800
tisk pozvánky s návratkou	2 000	800
obálky pozv. + na odznáčky	2300	800
poštovné pozv. + odz. těm co nepřijedou	8 320	800
telefon	300	
Celkem Den Přátel BETLÉMA	28 820	

Celkem Kruh Přátel BETLÉMA	43 820	
-----------------------------------	---------------	--

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity

Finanční přínosy budou, ale nelze je vysledovat, objeví se v části práce se segmenty dárců.

Na obědě bude umístěna kasička pro dobrovolný příspěvek na úhradu nákladů výnos asi 5000 Kč.

Nefinanční přínos

Zlepší se náš přístup k dárcům, budou spokojenější a budou znát lépe středisko.

Budeme vědět o našich dárcích. Zvýší se vzájemná loajalita.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?

Zvýšenou spokojenost dárců poznáme podle ankety na Dni Přátel. Vyhodnotíme ji hned.

2.1.1.10 Výroční zpráva

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Cílová skupina:

Stávající dárci, včetně organizací a církví, dobrovolníci, bývalí zaměstnanci, VIP. Okolo 2000 adresátů. Společně s výroční zprávou napíšeme organizacím žádací dopisy a připojíme následnou telefonní kampaň, kde se ptáme, zda dopis dostali a nechtějí se na něco zeptat. Dárcům lidem napíšeme dopisy nebo bez dopisu viz. kapitoly práce se segmenty stávajících dárců.

3. Termín realizace

srpen 2003

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

počítač, tiskárnu, papíry, obálky apod.

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho Výroční zprávu napíše ředitel, tisk dopisů a související kampaň fundraiseři, dobrovolníci – zaměstnanci a klienti balení do obálek. Tisk výroční zprávy platí sponzor.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

položka	Kč
platy 2x3 týdny	21 262,5
poštovné	20 000,0
papíry, obálky	2 750,0
náplně	2 600,0
složinky	800,0
Celkem	46 612,5

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Finanční příjem 250 000,0 Kč od organizací, příjem od individuálních dárců je kalkulován v jednotlivých segmentech.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat? (viz bod 7.)

Podle specifických symbolů na složenkách zjistíme v databázi, zda jsme skutečně získali cílenou částku.

2.1.2 Noví dárci

2.1.2.1 Direct marketingová kampaň

2. Popis plánované fundraisingové aktivity –

Cílová skupina:

Doposud jsme cílovou skupinu vybírali podle lokality, na kterou jsme zaměřili i propagační podporu. Rádi bychom vyzkoušeli výběr cílové skupiny podle profesního klíče. Skupina Privátní lékaři a stomatologové je responsivní na téma lidé s postižením. Nakoupíme adresy z regionu v počtu 2000 adresátů.

Profesionalizace

V posledních dvou letech jsme prováděli direct mailové kampaně sami svými silami. Rádi bychom posunuli naši práci dále směrem k vyšší kvalitě. Proto chceme využít služeb direct mailové agentury. Předpokládáme, že spoluprací můžeme hodně naučit. Úspěšná realizace také bude předpokladem zvýšení počtu oslovených adresátů nyní i do budoucna. Sami jsme zatím oslovovali skupinu v počtu okolo 1000 osob. Spolupráce s agenturou umožní již nyní tuto skupinu zvýšit na 2000.

Zásilka

Společně připravíme zásilku, kterou agentura vytiskne a rozešle. Bude obsahovat dopis s žádostí, leták a složenku.

Telefonní podpora

Mailovou kampaň podpoříme následnými telefonáty. Sami bychom zvládli obtelefonovat maximálně 500 osob. Ve spolupráci s agenturou vyzkoušíme vzorek 500 lidí, pokud se osvědčí, zkusíme obtelefonovat co největší počet adresátů, nejméně však dvě třetiny z celkového počtu.

3. Termín realizace

duben 2003

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

letáky, složenký, telefon, direct mailovou agenturu

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Jeden fundraiser 3 týdny.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Položka	Kč	ks/týdny
platy	20 250	5
složenký	800	2000
letáky	8 000	2000
telef popl	2 625	500
DM agentura	49 225	120
díky	1 068	
Celkem	81 968	

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Finanční příjem 96000 Kč. Nových 120 dárců. Profesionalizace práce, naučení se lepší telefonní podpoře.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat? (viz bod 7.)

Podle specifických symbolů na složenkách zjistíme v databázi, zda jsme skutečně získali cílenou částku a počet dárců. V analýze budeme hodnotit tyto ukazatele, a to pro obtelefonované, neobtelefonované adresáty a celkem: počet a % odezvy, výše odezvy, příjmy a náklady, zisk a návratnost, nejvyšší, průměrný a nejnižší dar, dar na dopis.. Vyhodnotíme po měsíci a pak po 3 měsících.

2.1.2.2 Nastartování fundraisingu na internetu

2. Popis plánované fundraisingové aktivity

Od roku 1999 máme internetové stránky na adrese <http://betlem.diakonieccce.cz>. Zatím sloužili k informování veřejnosti a jako podpora fundraisingu – potencionální dárce jsme odkazovali že více informací najdou na našich stránkách.

K cílenému získávání dárců jsme zatím nepřistoupili. Po získání podnětů na školení Nadace VIA chceme začít získávat dárce přes webovou stránku a dále s nimi internetem komunikovat.

Profesionalizace stránek

Dosavadní stránky jsme si vytvořili sami. Jsou sice hezké, ale nemají profesionální vzhled a také nejsme schopni sledovat překotný vývoj nástrojů tvorby internetových stránek. Neumíme také vytvořit nástroje pro komunikaci s návštěvníky. Změníme obsah úvodní stránky a stránky na získávání dárců, ostatní obsah zůstane stejný. Design si necháme udělat od profesionální firmy. Aktualizaci obsahu bychom si dělali sami. FTP přístupem přidáme text.

Získávání dárců

Zásadním krokem je vytvoření stránky, na které bude návštěvníkovi umožněno připojit se a stát se dárce. Bude tam jednoduše popsáno na co může přispět a formulář pro výběr platebního mechanismu. Vzhledem k nemožnosti v našich podmínkách zřejmě zaslání výroční zprávy se složenkou. Důležité je že díky formuláři získáme kontakt.

Propagace stránky

Důležité bude přilákat na stránku návštěvníky. Stránku budeme propagovat:

- Na internetu

Necháme si vytvořit zároveň se stránkami reklamní banner

Výměna bannerů – v systému BillBoard máme již naspořeno 17807 kreditů a dalších 20000 kreditů dokoupíme. Reklamní banner necháme zobrazovat na vybraných serverech. Také necháme náš banner přístupný na našich stránkách, aby si jej mohli návštěvníci umístit na své stránky a tím nás podpořit.

Výměna odkazů – s dalšími organizacemi.

Registrace na dalších vyhledávačích a katalozích, kde ještě nejsme zaregistrováni provede najatá firma.

- Mimo internet

Na všech našich propagačních materiálech (VZ, pohlednice, direct mail kampaně) je uvedena adresa stránek. V korespondenci dopisem i emailem uvádíme adresu stránek.

3. Termín realizace

v létě vypracujeme ve spolupráci se Spiralis obsah nových stránek a v září zadáme výrobu stránek

po vyrobení spustíme průběžnou reklamní kampaň a budeme čekat na návštěvníky a odpovídat na reakce a děkovat

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

Počítač s přístupem na internet

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho Jeden fundraiser 3 týdny

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Položka	Kč
plat 3týdny	13162,5
firma smlouva na rok	15000
reklama na webu	4000
telefony (internet a kontakt s firmou)	3000
Celkem	35162,5

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Získáme od 30 dárců 14000 Kč.

Budeme mít jejich mailové adresy a komunikovat s nimi.

Zvýšíme sessions – počet návštěvníků našich stránek o 100% tj. z průměrného denního počtu 4,81 návštěvníků na 9,62 návštěvníků.

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?
(viz bod 7.)

Aktivita bude úspěšná, pokud získáme plánovaný přínos. Vyhodnocovat budeme průběžně, zda se z internetu avizované dary skutečně objevují na účtu, tj. v databázi.

Návštěvnost sledujeme službou NaVrcholu, kde jsou všechny statistické údaje přehledně zpracovány.

2.1.2.3 Direct marketingová kampaň Vánoční Pohlednice**2. Popis plánované fundraisingové aktivity –****Cílová skupina:**

Doposud jsme cílovou skupinu vybírali podle lokality, na kterou jsme zaměřili i propagační podporu. Rádi bychom vyzkoušeli výběr cílové skupiny podle profesního klíče. Skupina Privátní lékaři a stomatologové je responsivní na téma lidé s postižením. Nakoupíme adresy z regionu v počtu 2500 adresátů.

Mediální podpora:

Pohlednice rozešleme v období, kdy se v regionálních médiích bude psát o aukci.

3. Termín realizace

listopad 2003

4. Co budete k realizaci fundraisingové aktivity potřebovat

pohlednice, složenky, telefon, direct mailovou agenturu

5. Kdo se bude na realizaci fundraisingové aktivity podílet a jak dlouho

Dva fundraiseři 2 týdny.

6. Podrobná kalkulace nákladů podle položek

Počítáme s náklady 58 513 Kč

7. Plánovaný přínos popsané fundraisingové aktivity – finanční i nefinanční

Příjmy plánujeme ve výši 54 000 Kč a počítáme se získáním 100 nových dárců..

8. Jak budete získané výstupy zpracovávat a jak budete tuto aktivitu vyhodnocovat?
(viz bod 7.)

Podle specifických symbolů na složenkách zjistíme v databázi, zda jsme skutečně získali cílenou částku a počet dárců. V analýze budeme hodnotit tyto ukazatele, adresáty a celkem: počet a % odezvy, výše odezvy, příjmy a náklady, zisk a návratnost, nejvyšší, průměrný a nejnižší dar, dar na dopis.. Vyhodnotíme po 3 měsících.

2.1.2.4 Další aktivity pro dárce:

Benefiční listopadová aukce – je nástrojem pro lokální vesnický fundraising. Cílovou skupinou jsou podnikatelé a zástupci firem z okolí a dále lidé z regionu. Dražíme výrobky našich klientů, výtěžek dražby byl loni 52 100 Kč. Zúčastnilo se 150 lidí. Na aukci předáváme děkovné listy našim nejlepším dárcům. Počítáme s náklady ve výši 43 500 Kč a výnosem 169 000 Kč. Nadace Divoké Husy zdvojnásobí výtěžek.

2.2 Ostatní zdroje.

2.2.1 Organizace

V roce 2003 se budeme obracet především na organizace, které nás již podpořili. Jejich počet je 196. Na nové firmy se budeme obracet jen s žádostí o dar z jejich sortimentu, pokud jej budeme potřebovat. Celkem plánujeme od organizací získat 390 000 Kč. Postup je stejný jako v případě Dárců – členů Kruhu Přátel viz. kapitola Plán pro segment Vícenásobní dárci

Od církví plánujeme získat 90 000 Kč. Budeme postupovat již popsáním způsobem – viz kapitola práce se stávajícími dárci.

2.2.2 Granty a dotace

Plánujeme vytipovat nadace, které podporují sociální sektor a napsat projekty které mají šanci uspět ve vypsaných grantových řízeních. Odebíráme od ICN grantový kalendář, kde se dozvídáme uzávěrky nadací. Chceme získat celkem 420 tis. Kč v grantových řízeních.

Psaní projektů se bude věnovat jeden fundraiser a vedoucí odloučeného pracoviště Mgr. Jiří Svoboda.

2.2.3 Ostatní zdroje

velmi stručně uvádíme pouze, jaké to jsou a kolik z nich zhruba plánujeme získat.

zdroj	Kč
Vlastní činnost (hlavní i vedlejší)	2 650 000
Úřady práce	140 000
Zahraniční dary	450 000
Ostatní	170 000

3 ČASOVÝ HARMONOGRAM AKTIVIT V ROCE 2003

MĚSÍC:

I II III IV V VI VII VIII IX X XI XII

FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY:

1 Běžný servis	X	x	x	X	X	x	X	x	x	X	x	x
2 Zázemí	x											
3 Zpravodaj			x	X	X						x	X
4 Zlepšení práce se segmenty stávajících dárců		X	X		X			X			X	
5 Kruh Přatel BETLÉMA							x		X	X		
6 Výroční zpráva + firmy								X				
7 Direct mail kampaň					X							
8 Internetový fundraising							X					
9 Zaměstnanci firmy									X			
10 Další aktivity pro dárce										x	X	X

pozn. malý křížek x znamená menší vyřízení, časovou náročnost aktivity, velký křížek X větší náročnost,

4 LIDSKÉ ZDROJE

Uveďte počet placených zaměstnanců, do závorky připojte počet dobrovolníků.

Např.: servis příznivcům a dárcům - 0,5 (2) ... čili zaměstnanec na půl úvazku a dva dobrovolníci

Poznámky:

1) pokud počet pracovníků kolísá, odhadněte průměr za rok

2) pokud nejde o plný úvazek, uveďte desetinné číslo (např. finance - 0,5)

3) pokud některý prac. zastává víc funkcí, rozepište podle toho, kolik času které z nich věnuje.

Např.: ředitel je zároveň fundraiserem a tiskovým mluvčím: vedení - 0,5, FR -0,25, PR - 0,25

ROK:	2002	2003	2004	2005
Programy a vlastní činnost (jednotlivé programy podle I – Programové aktivity)	39	38	38	39
Domov Betlém	24	24	24	24
Domov Narnie	11	10	10	11
Škola	0	0	0	0
Stavba	4	4	4	4
Administrativa	3	3	3,3	3,3
vedení organizace	0,8	0,8	0,8	0,8
finance a účetnictví	1,6	1,6	1,9	1,9
ostatní administrativa	0,6	0,6	0,6	0,6
Práce s veřejností, dárči a sponzory	1,2	2	2	2
fundraising	0,8	1,1	1,1	1,1
servis příznivcům a dárcům	0,2	0,6	0,6	0,6
public relations, media	0,2	0,3	0,3	0,3
Celkem placených zaměstnanců	43,2	43	43,3	44,3
Celkem dobrovolníků	20	20	20	20

5 SOUHRNNÉ ÚDAJE

		skutečnost 2001	odhad 2002	plán 2003	plán 2004	plán 2005
	PŘÍJMY v Kč					
1	Celkový příjem v Kč	9 652 482	10 200 000	9 870 000	10 010 000	10 500 000
2	Dary jednotlivců v Kč celkem	765 633	860 000	1 080 000	1 240 000	1 380 000
3	dary anonymní (nerozlišené podle jmen dárců)	16 030	35 000	50 000	80 000	80 000
4	dary od známých dárců (příznivců, členů)	749 603	825 000	1 030 000	1 160 000	1 300 000
5	Dary organizací, firem a podnikatelů v Kč celkem	232 409	370 000	390 000	410 000	450 000
6	Dary církví	44 446	225 000	90 000	100 000	110 000
7	Zahraniční dary	694 445	698 000	450 000	450 000	400 000
8	Příjmy z vlastní činnosti v Kč	2 193 382	2 312 000	2 650 000	2 740 000	2 750 000
9	Granty, dotace a ostatní příjmy v Kč celkem	5 722 167	5 735 000	5 210 000	5 070 000	5 410 000
10	z toho relativně jisté, „nárokové“, příjmy	4 768 800	4 248 000	4 480 000	4 650 000	4 750 000
11	ostatní granty, dotace a příjmy	953 367	1 487 000	730 000	650 000	660 000
	Příjmy – analýza					
12	Počet známých dárců (příznivců a členů), kteří organizaci přispěli za poslední 2 roky	510	795	1 040	1 240	1 440
13	Dary od jednotlivců (řádek 2) jako % z celkového příjmu (řádek 1)	7,9%	8,4%	10,9%	12,4%	13,1%
14	Příjmy od známých dárců (řádek 4) jako % z celkového příjmu (řádek 1)	7,8%	8,1%	10,4%	11,6%	12,4%
15	Dary firem (řádek 5) jako % z celkového příjmu (řádek 1)	2,4%	3,6%	4,0%	4,1%	4,3%
16	Dary církví (řádek 6) jako % z celkového příjmu	0,5%	2,2%	0,9%	1,0%	1,0%
17	Zahraniční dary (řádek 7) jako % z celkového příjmu	7,2%	6,8%	4,6%	4,5%	3,8%
18	Příjmy z vlastní činnosti (řádek 8) jako % z celkového příjmu (řádek 1)	22,7%	22,7%	26,8%	27,4%	26,2%
19	Jiné relativně jisté příjmy (řádek 10) jako % z celkového příjmu (řádek 1)	49,4%	41,6%	45,4%	46,5%	45,2%
20	Součet řádků 14+16+17+18+19	87,5%	81,5%	88,1%	90,9%	88,7%
	VÝDAJE	9 630 066	10 200 000	9 870 000	10 010 000	10 500 000
21	Celkové výdaje v Kč	9 630 066	10 200 000	9 870 000	10 010 000	10 500 000
22	Programy, včetně příslušných mzdových nákladů	7 651 919	8 030 469	8 130 000	8 215 000	8 590 000
23	Administrativa, včetně příslušných mzdových nákladů	929 163	918 000	980 000	1 010 000	1 090 000
24	Mimofádné náklady - mimo běžný rozpočet	462 996	749 531	0	0	0
25	Fundraising a PR, včetně příslušných mzdových nákladů***	439 035	450 000	700 000	720 000	750 000
26	Investice do rozvoje organizace (tj. např. nákup počítačů, vzdělávání pracovníků atp.)	146 953	52 000	60 000	65 000	70 000
	Výdaje – analýza					
27	Výdaje na programy jako % z celkových výdajů	79,5%	78,7%	82,4%	82,1%	81,8%
28	Výdaje na administrativu jako % celkových výdajů	9,6%	9,0%	9,9%	10,1%	10,4%
29	Mimofádné náklady jako % celkových výdajů	4,8%	7,3%	0,0%	0,0%	0,0%
30	Výdaje na fundraising a PR jako % celkových výdajů	4,6%	4,4%	7,1%	7,2%	7,1%
31	Výdaje na rozvoj org. jako % celkových výdajů	1,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%
	LIDSKÉ ZDROJE (nejde-li o celé úvazky, použijte desetinné číslo)					
32	Celkem placených zaměstnanců	41,0	43,2	43,0	43,3	44,3
33	z toho programy	37,0	39,0	38,0	38,0	39,0
34	z toho administrativa	3,0	3,0	3,0	3,3	3,3
35	z toho fundraising a PR	1,0	1,2	2,0	2,0	2,0
36	Počet dobrovolníků **	19	20	20	20	20

* anonymní dary jsou uvedeny pouze od neznámých dárců, pokud známe jméno ale ne adresu, nepovažujeme dar za anonymní.

** Dobrovolníci = mladí lidé a studenti pomáhající o prázdninách bezplatně s pečováním v Domovech "Betlém" a "Narnie"

***V roce 2002 došlo k poklesu nákladů na fundraising kvůli dlouhodobé nemoci fundraisera, v 2003 jsou už fundrasieři 2

Obsah

1	FUNDRAISINGOVÁ STRATEGIE, ORGANIZACE FUNDRAISINGU	1
1.1	FUNDRAISINGOVÁ STRATEGIE	1
1.2	SWOT ANALÝZA	1
1.3	DLOUHODOBÉ FUNDRAISINGOVÉ CÍLE	2
1.4	KONKRÉTNÍ DÍLČÍ FUNDRAISINGOVÉ CÍLE PRO ROK 2003:	2
1.4.1	<i>CÍLE FINANČNÍ</i>	2
1.4.2	<i>CÍLE NEFINANČNÍ</i>	2
1.4.3	<i>Změny ve srovnání s minulostí</i>	3
1.5	KDY A JAK MÍNÍTE PLNĚNÍ FUNDRAISINGOVÝCH CÍLŮ VYHODNOCOVAT	3
1.6	SKLADBA ZDROJŮ V PŘÍJMECH	4
1.7	JAK JE FUNDRAISING VE VAŠÍ ORGANIZACI ZAJIŠŤOVÁN	4
1.8	SYSTÉM PRÁCE S DÁRCI A SLUŽEB POSKYTOVANÝCH DÁRCŮM:	4
1.8.1	<i>Databáze</i>	4
1.8.2	<i>Servis</i>	4
2	FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY V ROCE 2003	5
2.1	DARY OD JEDNOTLIVCŮ	5
2.1.1	<i>Stávající dárce</i>	5
2.1.1.1	Běžný servis stávajícím dárům	5
2.1.1.2	Zpravodaj Betlémská hvězda	6
2.1.1.3	Implementace systému, pravidel práce a zlepšení komunikace se stávajícími dárce dle segmentů, ZÁZEMÍ	8
2.1.1.4	Plán pro segment Hlavní dárce	10
2.1.1.5	Plán pro segment Dárce trvalým příkazem	11
2.1.1.6	Plán pro segment Vícenásobní dárce	12
2.1.1.7	Plán pro segment Prvodárce	13
2.1.1.8	Plán pro segment Neaktivní dárce	14
2.1.1.9	Kruh Přátel BETLÉMA	15
2.1.1.10	Výroční zpráva	16
2.1.2	<i>Noví dárce</i>	17
2.1.2.1	Direct marketingová kampaň	17
2.1.2.2	Nastartování fundraisingu na internetu	18
2.1.2.3	Direct marketingová kampaň Vánoční Pohlednice	19
2.1.2.4	Další aktivity pro dárce:	19
2.2	OSTATNÍ ZDROJE	20
2.2.1	<i>Organizace</i>	20
2.2.2	<i>Granty a dotace</i>	20
2.2.3	<i>Ostatní zdroje</i>	20
3	ČASOVÝ HARMONOGRAM AKTIVIT V ROCE 2003	21
4	LIDSKÉ ZDROJE	22
5	SOUHRNNÉ ÚDAJE	23

...mít tak schopnost postarat se sám o sebe...

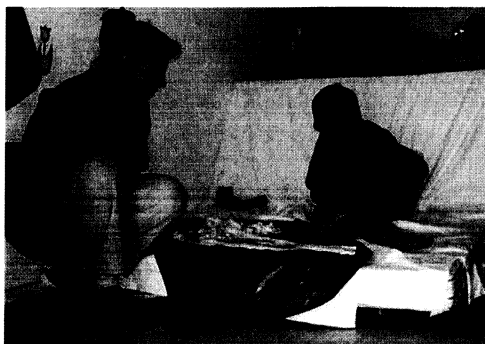


PRO DŮSTOJNÝ ŽIVOT S TĚŽKÝM ZDRAVOTNÍM POSTIŽENÍM

V Kloboukách u Brna, 18.6.2003

v našem Domově „Betlém“ žijí lidé s těžkým tělesným postižením – kvadruplegií. Ve Vaší praxi se s takovými pacienty jistě setkáváte.

Třeba Tomáš M. má roztroušenou sklerózu ve stadiu, kdy není schopen zvládat základní úkony sebeobsluhy ani sám nepohne hlavou. Než přišel Tomáš k nám na „Betlém“, 5 let neopustil svůj byt v Brně. Poté prošel třemi LDN a jedním domovem důchodců, kde posazený na vozíku u okna trávil den pozorováním oblohy. Tato zařízení prostě nemají personální kapacitu postarat se všestranně o lidi v pokročilém stadiu nemoci jako jsou: sklerosa multiplex, syringomyelie, Friedreichova choroba či DMO různých forem.



*Za pomoci
ergoterapeutky
mohou zažít
radost z tvorby
a pocit
„být užitečný“*



*Díky svým
asistentům
a asistentkám
se mohou
účastnit života
ve společnosti*

Právě těmto lidem s nejtěžším zdravotním postižením pomáháme žít „normální“ život. Co je k tomu potřeba? Zejména člověk, který jim nahradí nehybné ruce a nohy! Proto má každý obyvatel Domova „Betlém“ svého osobního asistenta, který mu po celý den pomáhá podle jeho potřeb.

Jak můžete vidět z grafu v přiloženém letáku, stát uhradí sotva polovinu této nákladné péče. Proto jsou velmi důležité dary od firem a jednotlivců. Každá pomoc nás „zdravých“ je krůčkem k samostatnému a naplněnému životu handicapovaných lidí. Těchto krůčků - učiněných jednotlivými dárci a dobrovolníky - si nesmírně vážíme.

Jako lékař víte nejlépe, jaký je život lidí s těžkým tělesným postižením bez náležité pomoci. Proto se na Vás s důvěrou obracíme s žádostí o pomoc formou dobrovolného finančního daru. Váš příspěvek 500,- Kč zajistí našim obyvatelům asistenta na 1 den a 3500,- Kč na celý týden... Budeme Vám však velmi vděční za dar v jakékoli výši, který můžete poslat z účtu nebo složenkou na účet **1381506359/0800**.

Děkujeme Vám za Váš čas věnovaný přečtení tohoto dopisu. A přikládáme malou pozornost – pohlednici, na které je vidět hezký výsledek pracovní terapie našich obyvatel.

S pozdravem Pokoj Vám

Petr Hejl
ředitel Diakonie ČCE - střediska BETLÉM

P.S. Každému dárci posíláme osobní poděkování. Dary nad 1000,- Kč je možné odečíst od základu daně a po skončení roku Vám zašleme potvrzení o přijetí daru pro daňové účely.

Dotazníkový průzkum: Jací jsou dárci střediska BETLÉM?

1. Kolik je Vám let? Je mi

- méně než 30 let?.....☐
mezi 30 a 50?.....☐
mezi 50 a 70?.....☐
více než 70 let?.....☐

2. Dokončil/a jsem

- základní školu.....☐
střední odborné učiliště.....☐
střední školu.....☐
vysokou školu☐

3. V zaměstnání vykonávám

- manuální práci..... ☐
intelektuální práci..... ☐

4. Jsem v důchodu

- a stále ještě pracuji.....☐
a již nepracuji.....☐

5. Pracuji/pracoval jsem v oblasti

- zdravotnictví.....☐
služeb.....☐
průmyslu☐

- školství.....☐
obchodu.....☐
zemědělství.....☐

jiné (vypište jaké).....

6. Jsem ve vedení firmy/organizace

- ano.....☐
ne.....☐

7. Mám děti

- ano.....☐
ne.....☐

8. Posíláte dary jenom středisku BETLÉM?

- ano.....☐
ne, posílám dary i jiným organizacím ... ☐

9. Jste

- věřící křesťan/ka.....☐
jiného vyznání.....☐
bez vyznání.....☐

10. O středisku BETLÉM jste se dozvěděl/a

- v církvi☐
z televize.....☐
od známých.....☐

- z tisku.....☐
z rozhlasu☐
dopisem z Betléma☐

jinak (napište jak).....

11. Jste spokojen/a s informacemi, které Vám zasíláme ve Výroční zprávě, ve Zpravodaji „Betlémská hvězda“ a v dalších materiálech?

- ☐ jsem spokojen/a ☐ nejsem spokojen/a
☐ jsem spokojen/a, ale chybí mi informace o (vypište).....

12. Vyhovuje Vám podoba Zpravodaje, který jste právě dostali?

- ☐ ano
☐ ne, navrhoval/a bych tyto změny

(vypište).....

13. Kolik tištěných zásilek od nás chcete ročně dostávat?

- ☐ pouze jednu (tj. pouze Výroční zprávu)
☐ tři (tj. Výroční zprávu a 2 x Zpravodaj „Betlémská hvězda“)
-

14. Chtěl/a byste dostávat Zpravodaj nebo jiné informace formou e-mailové zprávy, případně telefonem? Pokud ano, vyplňte napište svůj email, případně telefonní číslo

- ☐ můj email
☐ moje telefonní číslo
-

15. Slyšel/a jste o tom, že středisko BETLÉM získalo dar formou odkazu ze závěti?

ano☐ ne☐

16. Uvažujete o tom, že i Vy byste mohl/a středisku BETLÉM dát dar stejnou formou?

ano☐ ne☐

17. Chtěl/a byste jako člen Kruhu přátel BETLÉMA získávat další dárce a šířit dobré jméno střediska BETLÉM?

- ☐ ano, a abych to mohl/a udělat, chci zaslat tyto informační materiály:
letáček: ks
pohlednice: ks
výroční zprávu: ks
☐ ne
-

19. Pokud jste na předešlou otázku odpověděl „ano“ nebo nesouhlasí-li Vaše jméno a adresa, vyplňte, prosím

Jméno a příjmení:

Město, ulice, číslo popisné:

PSČ:

20. Chcete od nás pravidelně po skončení roku zasílat potvrzení o přijetí daru, pro účely odečtu ze základu daně z příjmů?

ano☐ ne☐

20. Jiná sdělení:

.....

.....

DĚKUJEME, ŽE JSTE VĚNOVAL/A SVŮJ ČAS VYPLNĚNÍ DOTAZNÍKU!

Zpráva o FR za rok 2003

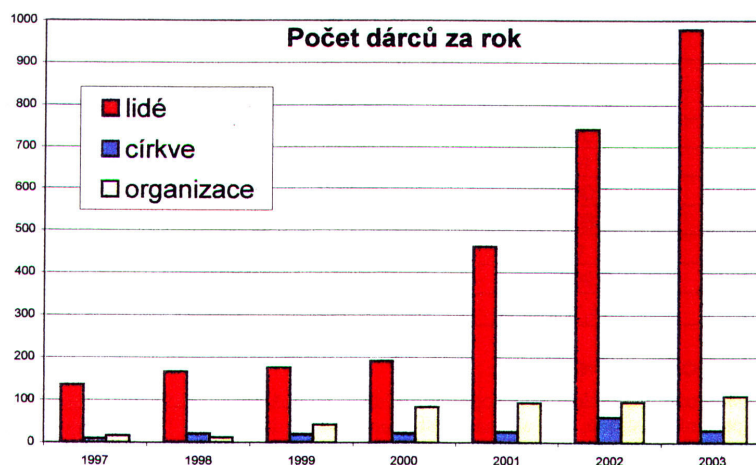
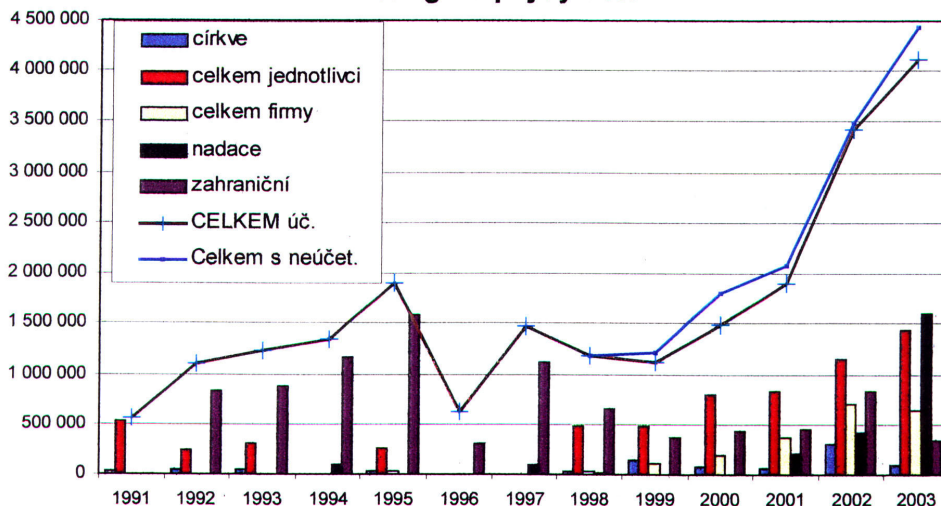
1 Celkové hodnocení:

Výsledek - FR příjmy 2003

	Finanční	Věcné	reklama	Celkem	Dárců	Z toho stávající	Nový	neúčt. věcné
Lidi	1 402 255	35 000		1 437 255	979	454	525	nevyčísleno
Církvě	95 908			95 908	29	22	7	
Nadace	1 579 305	17 400		1 596 705	11	7	4	
Firmy	476 506	168 917	268 148	913 571	98	69	29	65924
Celkem	3 553 974	221 317	268 148	4 043 439	1 117	552	565	65924
Náklady na FR a PR	829 685							
Zisk	3 213 754							
Návratnost	4,87							

Dosažené příjmy vzrostly o 942 tis. Kč, tj. o 27% oproti roku 2002. Velkou mírou se na tom podílí získání grantu z programu EU Phare (realizujeme projekt na zlepšení fundraisingu, public relations a strategického plánování), zatím jsme obdrželi platbu 946 tis. Kč. Naopak o 69% poklesli dary církví na obvyklou výši (v loňském roce přispěly na požár) a také zahraniční příjmy klesli o 59%. Příjmy od lidí a firem vzrostly o 25% a 24%. Fundraising ovlivnili v prvním pololetí negativně krádeže počítačů a dlouhodobé onemocnění. V září pak nastala výměna asistentky fundraisingu.

Fundraisingové příjmy v Kč



2 Práce s individuálními dárci

2.1 Stávající dárci

Dary 2003 – bez mzdových nákladů!!!	Hlavní dárce	Dárce trvalým příkazem	Vícenásobní dárce	Prvodárce	Neaktuální dárce	Celkem
Celkově osloveno	15	11	417	469	74	986
Dárce – počet	14	11	274	153	2	454
Dárce - % z celku	93,3%	100%	66%	32,6%	2,7%	46,0%
Příjmy celkem	538 800	35 700	309 241	120 095	500	1 004 336
Průměrný dar	38 486	3 245	1 129	785	250	2 212
Nejnižší dar	500	400	100	30	200	30
Nevyšší dar	100 000	9 600	15 500	8 000	300	100 000
Náklady celkem	5 354	946	27 522	20 822	1 332	55 976
Náklady na jednotku	356,9	86,0	66,0	44,4	18,0	56,8
Čistý příjem	533 446	34 754	281 719	99 273	-832	948 360
Návratnost investic	101	38	11	5,8	0,4	17,9

Poznámka: mimoto jsme ještě získali 20700 Kč od 7 stávajících dárců nezařazených do žádné z této skupiny, jedná se o starší věcné dárce.

Povedlo se nám zavést systematickou práci se stávajícími dárci, segmentovaný přístup k dárům, nosným nástrojem je zpravodaj, zvýšila se efektivita práce s dárci. Výsledek je více než milion od stávajících dárců. Zvláštní pozornost zasluhuje největší dárce střediska, ke kterým přistupujeme individuálně.

Podařilo se uvést v život **Kruh přátel BETLÉMA**. Členové Kruhu jsou naši hlavní cílovou skupinou, díky Kruhu se o ně lépe staráme a posiluje se vzájemný vztah. V září dostali členové spolu s VZ klíčenku a pozvánku na setkání - Den přátel BETLÉMA, které bylo příjemnou akcí. Kruh budeme chtít použít jako pobídku k opakovanému darování. Nečlenům nabídneme, po roce od doby kdy darovali, členství s žádostí o opakovaný dar.

Zpravodaj Betlémská hvězda – podařilo se vydat dvě kvalitní čísla. Nechali jsme si ho navrhnout a vytisknout v tiskárně, je to lepší, než to dělat na koleně v kanceláři. Rozesílání zpravodaje se stalo účinným nástrojem PR a kostrou práce se stávajícími dárci. Spolu se zpravodaji a VZ posíláme vybraným skupinám žádací dopisy a složenky.

2.2 Získávání nových dárců

Podařilo se získat 525 nových dárců a rozšířit tak dárcovskou základnu o polovinu.

2.2.1 Direct marketing – lékaři

V červnu jsme rozeslali ve spolupráci s DM agenturou 2500 dopisů s žádostí o příspěvek na péči o vozíčkáře z Domova Betlém lékařům z Jihomoravského kraje. Část adresátů obvolala agentura, malou část my. Akce se vyplatila, získali jsme 114 dárců a čistý zisk činil 50 tis. Kč

	Obtelef. agenturou	Obtel. ag. + doposláno	Neobtelef.	Obtelef. námi	Celkem
Celkově osloveno	449	99	1 872	80	2 500
Dárce – počet	33	5	70	6	114
Dárce - % z celku	7,35%	5,05%	3,74%	7,50%	4,56%
Příjmy celkem	34 705	14 500	109 711	8 000	152 416
Průměrný dar	1 052	2 900	1 567	1 333	1 337
Nejnižší dar	100	500	50	500	50
Nevyšší dar	5 000	10 000	5 000	3 000	5 000
Náklady celkem	30 800	7 781	60 700	3 890	103 171
Náklady na jednotku	69	79	32	49	41
Čistý příjem	3 905	6 719	49 011	4 110	49 245
Návratnost investic	1,13	1,86	1,81	2,06	1,48

2.2.2 Direct mail Vánoční pohlednice

V listopadu před aukcí jsme rozeslali pohlednice a dopisem spojeným se složenkou s žádostí o příspěvek na ergoterapii, rozeslali jsme je těsně před aukcí, v době, kdy se o nás psalo v novinách. Adresáty byli lidé z Jihomoravského kraje – lékaři a lidé s vyšší kupní silou.

konec 2003

						náklady			
adresátů	skupina	počet	Kč	dárci %	prům dar	na zásilku	celkem	zisk	návratnost
984	dárců nově získaných lékařů	109	75 172	11,08%	690	19,50	19 185	55 987	3,92
	z toho dříve získaní lékaři	1	2 000		2 000		0		
304	žena vyšší KS Schober	9	4 350	2,96%	483	23,14	7 035	-2 685	0,62
1247	ostatní od Schober	117	38 741	9,38%	331	24,38	30 396	8 345	1,27
2535	Celkem	236	118 263	9,31%	501	22,33	56 616	61 647	2,09

2.2.3 Roznesení pohlednic poštou na všechny domácnosti

	Kč	darů	Osloveno cca	náklady	+/-	% odpovědí	prům. dar	min	max
Klobouky	8000	40	800	10394,69	-2394,69	5,00%	200	100	500
Vel. Host.	4200	22	180	2338,806	1861,194	12,22%	190,9091	50	500
Celkem	12200	62	980	12733,5	-533,5	6,33%	196,7742		

Zásilka - Obálka s balíčkem pohlednic, dopisem a složenkou. Ke konci roku byl výsledek ztráta 533 Kč, ale další dary už přišli, takže se akce vyplatila.

3 Firmy a nadace

Auto - Na jaře, leden – březen, jsme získávali prostředky na koupi vozu Škoda Fabia pro Domov Betlém. Oslovili jsme firmy sdružené v Okresní hospodářské komoře, ale s malým úspěchem, dále jsme oslovili firmy které nám již darovali. Získali jsme 237 tis. Kč formou reklamy i daru od 16 firem, další tři poskytli věcná plnění. Na koupi auta se použila i část grantu od Rotary klubu 200 tis. Kč. Vůz jsme koupili na leasing s akontací 148 tis Kč.

Firmy a Nadace - kontaktujeme především ty, s kterými již byl navázán kontakt. Pracujeme podobně jako s individuálními dárci.

4 Aukce

Na sobotní večer se do hotelu Centro v Hustopečích sjelo 165 účastníků dobročinné aukce. Čestným hostem večera byl hejtmán Jihomoravského kraje Ing. Stanislav Juránek a patronát nad aukcí převzali starosta Hustopeč Ing. Jiří Teplý a starosta Klobouk u Brna Ing. Jindřich Koubek.

Pan hejtmán pozdravil přítomné oslovením „Milá rodino“ a opravdu celý večer provázela tradičně příjemná rodinná atmosféra. K sváteční náladě přispěli svými písněmi sourozenci Ulrychovi.

Do dražby bylo přichystáno 56 exponátů. Více než polovinu tvořili výrobky obyvatel střediska, dále se dražila darovaná umělecká díla a několik lahví špičkových archivních vín. Aukci vtipně vedl licitátor Miroslav Strouhal a ceny stoupali vzhůru. Výsledek dražby předčil všechna očekávání a výsledná suma za všechna díla dosáhla 238 300 Kč. Je to více než dvojnásobek loňského výtěžku. Dražba se konala potěší a každý rok se výtěžek zdvojnásobil, což je pěkná tradice.

výnosy		Kč
výtěžek dražby		238 300
z toho v hotovosti		145 800
přijde na účet		92 500
Vstupné		16 500
drobný prodej		9 660
Šatna		344
Reklama		23 000
Celkem		287 804

Nadace Divoké husy 37 500

Celkem 325 304

Náklady 47 tis. Kč zisk 278 tis. Kč

5 Ostatní aktivity

Veřejná sbírka – povolili nám ji a máme kasičku v samoobsluze u Bálka, chystáme další.

Internet – Pravidelně aktualizujeme českou verzi stránek a občas posíláme zpravodajský e-mail. Před vánocemi se podařilo poslat email s přáním, informacemi a žádostí o příspěvek, na jehož základě jsme získali 120 tisíc Kč.

6 Publicita - PR

Medializováno bylo: informace o získání grantu z EU – Phare, akce na získání auta, konání Dne Přátel a aukce, a nakonec v prosinci medializace kolem špatné finanční situace. Internetové stránky navštěvovalo přes 6 návštěvníků denně.

Vážená paní
Jana Vařachová
Žerotínova 301
686 01 Uherské Hradiště

V Kloboukách u Brna 13.1.2005

Vážená paní Vařachová,

přijměte, prosím, srdečný pozdrav z BETLÉMA. Mnohokrát Vám děkujeme za dar, který jsme od Vás přijali

27.12.2004 200 Kč

Děkujeme, že umožňujete obyvatelům Domova „Betlém“ a dětem z Domova „Narnie“ žít lidsky důstojný život.

Poslední zprávy z Betléma a Narnie:

Od prosince mají obyvatelé Betléma možnost v rámci rehabilitace využívat pojízdnou infralampu. Vánoce v Betlémě a Narnii byly i díky několika sponzorským darům klidné a veselé. Vylosovali jsme si verš pro rok 2005: Filipským 4,7 –

A pokoj Boží, převyšující každé pomýšlení, bude střežit vaše srdce i mysl v Kristu Ježíši.

Radost nám udělal výsledek 4. Společenského večera s dobročinnou aukcí konaného v sobotu 20.listopadu v hotelu Centro v Hustopečích. Celková vydražená suma dosáhla rekordních 338 300 Kč. Připočítáme-li k této částce 2 nadační příspěvky ve výši 140 000 Kč, příjmy ze vstupného a z prodeje drobných věcí, získáme úžasných **546 817 Kč**. Částka je určena na výstavbu chráněného bydlení Domov Arkénie pro 7 klientů, kteří doposud žijí v Domově Narnie. Z výtěžku jsme již zakoupili pozemek pro Domov Arkénie v ceně 250 000 Kč.

Na našich stránkách www.betlem.org, naleznete fotogalerie z aukce, novinové články, fotky pozemku a architektonické studie Domova Arkénie a další zajímavosti ze života střediska. Naleznete zde také zhodnocení roku 2004 a pojednání o naší situaci na začátku roku 2005, kdy nám hrozí, že budeme do příchodu dotace z kraje bez prostředků. Peníze dostaneme, až se schválí krajský rozpočet.

Přikládáme ještě také kalendárek jako malé P.F. přání.



S přátelským pozdravem
Zdeněk Říha, vedoucí fundraisingu a PR

Speciální škola pro děti z „Narnie“

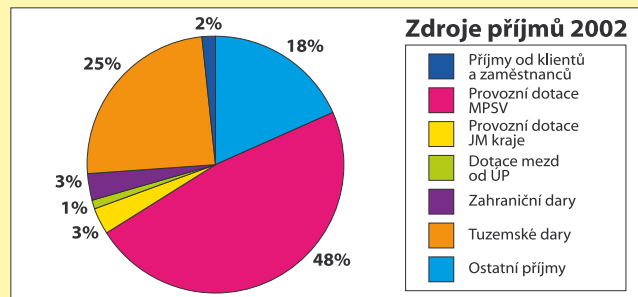
- Od září 2000 se mohou děti z „Narnie“ vzdělávat ve škole, která je odloučeným pracovištěm Speciálních škol v Hustopečích. Toto pracoviště je umístěno v budově bývalé mateřské školy, kterou nám pronajala obec Morkůvky a kterou středisko díky darům firem i jednotlivců úspěšně zrekonstruovalo.
- Děti jsou rozděleny do dvou tříd podle svého postižení. Pedagogové pracují s dětmi individuálně na základě vzdělávacích plánů. Máme k dispozici učebny rozumové a řečové výchovy, hudební a smyslové výchovy, výtvarné výchovy, cvičnou kuchyňku a dřevodílnu. Jedna velká místnost je upravena pro potřeby žáků s těžkým kombinovaným postižením, druhá slouží čtyřem žákům s autismem.

Dům následné péče

- Děti z „Narnie“ pomalu odrůstají a stávají se z nich dospělí lidé s mentálním postižením. Připravujeme proto projekt Domu následné péče, který starším „dětem“ umožní žít dále v místě, které mají rády a kde našly svůj domov.
- V novém domově chceme vytvořit malé společenství po vzoru komunity Archa, kde budou naši obyvatelé žít a pracovat spolu se svými asistenty. Budou mít přitom zaměstnání v hospodářství a v chráněné dílně, budou chovat zvířata, obdělávat zahrádku apod. V dílně budou za pomoci školených pracovníků vyrábět drobné ruční předměty.
- Aby se projekt Domu následné péče mohl uskutečnit, potřebujeme získat nemalé prostředky na jeho výstavbu a vybavení. Prosíme o Vaši podporu...

Financování

- Sociální činnost střediska BETLÉM jako neziskové organizace je financována z různých zdrojů:



- Důležitým zdrojem jsou příspěvky dárců, které využíváme zejména pro zajištění péče a zlepšení kvality života našich obyvatel. Dále na opravy budov a nákup vybavení, na které nám stát nepřispívá. Každému dárci zasíláme poděkování, protože i sebemenší dar pomůže a je pro naše klienty velkou radostí.
- Dary je možno zasílat na číslo účtu: 1381506359/0800.

Diakonie ČCE – středisko BETLÉM

Císařova 27, 691 72 Klobouky u Brna
www.betlem.org
Ředitel Petr Hejl, DiS. – 519 419 848
betlem@diakoniecce.cz
Vnější vztahy Ing. Zdeněk Říha – 519 419 977
zdenek.riha@betlem.org

Domov „Betlém“ Vedoucí Dagmar Čechová
Císařova 27, 691 72 Klobouky
519 419 489 – dasa.c@quick.cz

Domov „Narnie“ Vedoucí Dušan Kalvach
691 72 Morkůvky 129
519 423 195 – narnie@diakoniecce.cz

Speciální škola Vedoucí Mgr. Jiří Svoboda
691 72 Morkůvky 224
519 423 221 – betlem.skola@sol.cz



Diakonie ČCE – středisko BETLÉM

Středisko BETLÉM bylo založeno 7. 3. 1990 jako zvláštní zařízení Českobratrské církve evangelické (ČCE) pro křesťanskou sociální službu. Stalo se tak vůbec prvním nestátním zařízením tohoto typu. Od 1. 12. 1991 patří BETLÉM do svazku středisek Diakonie ČCE, kterých je bezmála 30 v celé ČR. Posláním BETLÉMA je poskytovat domov a láskyplnou péči dospělým lidem a dětem s vážným zdravotním postižením, a to v rámci křesťanské komunity rodinného charakteru. Poskytované sociální služby jsou kvalifikované a všestranné, jejich hlavním cílem je umožnit handicapovanému člověku prožít plnohodnotný a naplněný život.

BETLÉM má úzký vztah k evangelickému sboru v Kloboukách, který středisku dlouhodobě pronajímá budovy a pozemky potřebné k jeho činnosti. Tento sbor také volí devítileté představenstvo, které je vrcholným orgánem střediska a jehož předsedou je evangelický farář Jiří Gruber.

Jako pečovatelé a pečovatelky pracují v BETLÉMě členové více křesťanských církví. Během společného života v ekleziálním společenství poznáváme, že to, co nás ve víře rozděluje, není zdaleka tak důležité, jako to, co nás spojuje. Po celý rok přijíždějí také mnozí dobrovolníci, aby okusili život ve společenství a pomohli v pečování i jinak...



Domov „Betlém“ v Kloboukách

- V roce 1987 stát překvapivě vrátil sboru ČCE v Kloboukách majetek, který několik desítek let užíval. Šlo o dům a přilehlé pozemky manželů Odstrčilových, kteří je formou nadace v roce 1929 odkázali evangelické církvi pro službu potřebným. Po rekonstrukci Odstrčilovy vily financované z tuzemských i zahraničních darů a díky práci mnoha dobrovolníků byl „Betlém“ 8. 12. 1990 slavnostně otevřen.
- V Domově „Betlém“ poskytujeme trvalé ubytování a komplexní sociální péči 9-10 dospělým lidem s těžkým tělesným postižením. Péči uskutečňujeme formou osobní asistence, tj. každý obyvatel a host má svého asistenta či asistentku, kteří s nimi tráví celý den. Pomáhají jim s hygienou, oblékáním, doprovází je na procházky a nákupy, čtou jim, píší za ně dopisy atd.
- Dalším lidem se zdravotním postižením poskytujeme v „Betlémě“ 1-3 týdenní hostovské pobyty. Všem obyvatelům i hostům nabízíme ergoterapii a rehabilitaci, možnost vycházek a výletů, duchovních a kulturních akcí.
- V rámci společného života mají handicapovaní obyvatelé i jejich asistenti rovná práva. Společně rozhodují např. o přijímání nových pracovníků a obyvatel, o plánování různých akcí a o utváření života a služby v „Betlémě“.

Domov „Narnie“ v Morkůvkách

- V říjnu 1992 odešli tři pracovníci „Betléma“ do obce Morkůvky, aby tam v bývalé evangelické škole založili domov pro děti s mentálním postižením. Jeho původní kapacita pro 3-4 děti nedostačovala potřebám v regionu. Proto jsme v roce 1993 zahájili přístavbu „Narnie“ financovanou zejména ze zahraničních darů. Přístavba byla slavnostně otevřena 3. 11. 1997. Kapacita „Narnie“ se rozšířila na 12 ubytovaných dětí a podmínky jejich života se podstatně zlepšily.
- Domov „Narnie“ poskytuje komplexní sociální a výchovnou péči dětem s mentálním a kombinovaným postižením. Kromě prázdnin je „Narnie“ v provozu každý týden od pondělí do pátku. Společně s dětmi se zde učíme vytvářet opravdový domov – místo bezpečí, pokoje, radosti a nepředstírané lásky.
- V „Narnii“ se staráme o děti, které vyžadují individuální přístup. Klademe důraz na odbornost a promyšlenost péče, na specifické potřeby dětí, na celkovou rehabilitaci. S dětmi pracují vychovatelé, pedagogové a další odborní pracovníci, externě spolupracujeme s dalšími odborníky a lékaři





Diakonie ČCE – středisko BETLÉM

Diakonie ČCE – středisko BETLÉM, se sídlem v Kloboukách u Brna, je jedním z prvních středisek Diakonie Českobratrské církve evangelické.

Posláním BETLÉMA je poskytovat domov a láskyplnou péči dospělým lidem a dětem s vážným zdravotním postižením, a to v rámci křesťanské komunity rodinného charakteru. Poskytované sociální služby jsou kvalifikované a všestranné, jejich hlavním cílem je umožnit prožít handicapovanému člověku plnohodnotný a naplněný život.

Posláním ekumenické komunity BETLÉMA je poukázat činem i slovem na radostnou zvěst o Boží lásce, zjevené v životě, smrti a vzkříšení Ježíše Krista.

Vážení přátelé BETLÉMA,

po roce se opět setkáváme nad stránkami Zpravodaje Betlémská hvězda. Protože se mezitím mnoho událo, přidali jsme tentokrát ještě jeden list. Další číslo zpravodaje chystáme na září, kdy bychom také chtěli uskutečnit druhé setkání Přátel BETLÉMA spojené s oslavami 15. výročí BETLÉMA.

V tomto zpravodaji jsme zařadili novou rubriku o „našich“ pěstounkách. Je to takové zvláštní požehnání, že si již čtyři bývalé zaměstnankyně BETLÉMA vzaly do pěstounské péče celkem šest dětí se zdravotním postižením. Tři z těchto pěstounek přímo podporujeme a pomáháme jim praktickou, morální i hmotnou podporou. Jejich těžce handicapované děti nacházejí ve středisku i odbornou pomoc a speciální vzdělávání. Dvě pěstounky se svými dětmi navíc bydlí za nízké nájemné v našich domech – v domě Konvalinka v Kloboukách a v domku na Vrbici (o jehož nových obyvatelkách si můžete přečíst článek na následující straně). Mnozí z vás přispěli na opravu domku Konvalinka. Do konce roku jste nám na tuto akci poslali více než potřebnou částku 290 tisíc, za což Vám srdečně děkujeme. Protože jsme se do plánované rekonstrukce Konvalinky nestihli pustit ještě na podzim, museli jsme investici přesunout na jaro 2005, kdy bude snad lepší počasí (aby se mj. dala vyměnit kompleť celá střecha).

Rád bych Vás také poprosil: máte-li svou emailovou adresu, dejte nám ji na vědomí. Budeme pak moci komunikovat levněji a rychleji. Na našich internetových stránkách www.betlem.org najdete v levém spodním rohu pod odkazem odběr novinek malý formulárek, kam můžete svůj email napsat a přihlásit se tak k odběru novinek z BETLÉMSKÉ krajiny – vícekrát za rok se tak dozvíte o aktuálním dění v našem středisku a našich dalších plánech. A nejen kvůli tomu bych Vás rád pozval na naše internetové stránky - jsou nyní úplně nové a najdete tam podstatně více informací a fotografií než je možné zveřejnit ve Zpravodaji.

Prosíme Vás o vyplnění a zaslání (zdarma) příloženého korespondenčního lístku, kde můžete uvést svůj email, návrhy a připomínky.

Nakonec Vás srdečně zvou k poslechu pořadu Rendez-vous Českého rozhlasu Brno dne 9.3. od 15 do 16 hodin, kdy bude vyslán v přímém přenosu rozhovor redaktorky Marcely Vandrové s předsedou představenstva střediska BETLÉM farářem Jiřím Gruberem a ředitelem Petrem Hejlem.

Ing. Zdeněk Říha,
vnější vztahy a fundraising

Dar z nebes – nový domov pro Sárú

Jak jsme Vás již informovali ve zpravodaji č.2, darovali v srpnu 2003 manželé Kočbíovi Diakonii ČCE starší domek v obci Vrbice. Rádi jsme tento nádherný dar přijali z jejich rukou jako z rukou Božích a hledali nejvhodnější použití, protože možností bylo několik. Domek byl ihned obyvatelný a tak jsme ho bezprostředně nabídli všem pracovníkům střediska i celé Diakonii pro rekreační pobyty za režijní náklady. V květnu 2004 jsme vyměnili starou střešní krytinu za novou včetně laťování, opravili vlhké zdi



Sylva a Sára před novým domovem

sanačními omítkami a vymalovali celý domek nákladem 75 tis. Kč, které pro tento účel laskavě darovali dárci BETLÉMA.

Během roku 2004 se ukázalo, že domek není k odpočinku pracovníků téměř vůbec využíván ani v letních měsících a další zimu bude neobydlený dům chátrat a vlhnout. Loni na podzim se však na nás obrátila naše bývalá pracovnice Sylva Blažková, zda by se poblíž Klobouk nenašel vhodný podnájem pro ni a její osvojenou holčičku Sárú s těžkým kombinovaným postižením. Právě dostala výpověď z bytu v Brně. A tak jsme s pomocí neváhali a nabídli jí

domek na Vrbici. I když tento domek není úplně vhodný pro malou vozičkárku kvůli bariérové koupelně, Sylvě se domek líbil. Proto jsme ji ho prozatímne od 1.12.2004 do 30.6.2005 pronajali. Před uplynutím této doby představenstvo střediska společně s pěstounkou vyhodnotí situaci a zvážíme možnost prodloužení nájemní smlouvy na delší dobu. Pokud by k tomu došlo, bylo by nutné odstranit bariéry v koupelně.

Jsme vděční Bohu za to, že nám dává příležitost skrze podporu laskavých lidí naplňovat poslání našeho střediska v oblasti podpory pěstounek, Sylva Blažková je již třetí pěstounkou, kterou středisko v jejím poslání podporuje.

Rádi bychom Vám nabídli možnost navrhnout jméno pro domek na Vrbici, kde bydlí Sylva se Sárú. Použít můžete přiložený korespondenční lístek nebo poslat email na info@betlem.org.

Děkujeme.

Sára





Radek Veselý: Návštěva akademika

„Pojedeme do Habrovan navštívit Mariana s Radimem, chceš jet s námi?“ vypustil z úst oblaka kouře Čenda.

Expedice nabyla slibného názvu – Raračen. Zikmund a Hanzelka se vezli světem Tatrou 603, my to zvládneme Škodou Fabia, s nálepkami sponzorů. Tak se i stalo.

Ono čtvrtéční odpoledne jsme vyjeli zkratkou přes Dambořice. Návštěva malíře mnou cloumá i při jízdě. Ukáže nám nové kresby. Zavede nás do ateliéru. Nevím, co víc si přát.

Čenda točí volantem na zámecký dvorek, kde nás zdraví vozičkář Marian, klátíce divoce rukama. Prsty na nich hýří zbytky barev, což dává výjevu dokonalou naději.

Následuje krkolomný stisk ruky, představení staronové přítelkyně a pozvání ke shlédnutí ateliéru.

Konečně jsme doma, pomyslný úder zasáhl hlavickou.

+ + + + +

V ateliéru tvořeném dílnou se šesti okny, bylo světla habaděj. Nic nebránilo rozmachu malířova štětce. Marian kvapně listoval náčrtníkem. Co z něj vypadne? Po chvíli nám ukázal dvě rusovlásky. Následovala bruneta.

„Mariane,“ ptám se „a nějakou zlatovlásku nemáš?“

Marian počal bleskurychle listovat skicákem. Pojednou se jeho ústa rozštěbila úsměvem, v němž byla i skrytá radost z vlastní tvorby.

„To je Zuzka,“ vykřikl dojatě a v tu chvíli byl v sedmém nebi. Ruka se mu chvěla dojetím, když obrázek vytrhával z náčrtníku. Byl jsem pln očekávání. Správně nažhavený.

+ + + + +

Přede mnou se objevila brunátná tvář typu HOMO NEANDRTALIS s vytřeštěnými očima. Chvilí zírám beze slov, Radim zalomí rukama. Čenda mlčí. Já si mimoděk vzpomenu na krásný Zuzanin úsměv. Vše říkající.

„To že má být, ... ale vždyť, přece ...,“ zanechám plýtvání slovy.

Tahy štětcem bývají různé. Mnohdy předčí i naše očekávání a někdy jdou až za ně. Členové expedice Raračen se měli k odchodu. I mistr akademik se někdy utne.

Radek Veselý,
obyvatel Domova Betlém
listopad 2004



Radek se svým dílem (hrou Vrhcáby), které na aukci vydražil hejtman za 2 500 Kč

Ze života Betléma

Velikonoce a mytí nohou

Na Zelený čtvrtek jsme se shromáždili ke vzpomínkovému setkání, kdy jsme si připomínali to, že i náš Pán Ježíš Kristus přišel, aby se stal služebníkem všech. Rozlosovali jsme se a sobě navzájem – jako výraz úcty a pokory – myli nohy.



Vlastička a Zdenička

Američtí misionáři na Betlémě

V týdnu od devátého srpna jsme na Betlémě prožili pět krásných a programem nabytých dnů. V pondělí v devět hodin začal ranní chvilkou, která trvala mimořádně hodinu, misijní program pěti středoškolských učitelů z katolické školy v Los Angeles. Ve středu jejich řady rozšířil ještě otec Norman, který na stejné škole působí jako kněz. Otec Norman byl veselá kopa, ale ve všech zanechal hluboký duchovní dojem. Ale i tělo si přišlo na své – jeden den jsme na grilu připravovali voňavé kotlety a druhý zas na něm opékali masovou směs na originál americké hamburgery.



Beseda na zahradě

Den v klášteře

V úterý 19. října jsme se vypravili do kláštera Porta Coeli v Předklášteří u Tišnova, kde žijí, pra-

cuji a modlí se sestry cisterciáčky. A zde s nimi jako kandidátka jedna naše bývalá pracovnice. Program byl pestrý. Po přivítání a seznámení nás sestra Vojtěcha provedla areálem kláštera, samozřejmě mimo klauzuru, a potom jsme v klášterní zahradě trhali jablka, která jsme si s sebou odvezli, tak je ještě nyní jíme.

Rehaprotex

Tradičním podzimním výletem je veletrh rehabilitační techniky a kompenzačních pomůcek Rehaprotex, který se letos konal od 2. do 4. listopadu 2004. Ti z našich obyvatel, kteří chtěli prozkoumat co nového současný trh nabízí, se zúčastnili.

Inzeráty a doplnění pečovateli

Asi nejen inzeráty a letáky, kterými sháníme nové zájemce, ale i Boží požehnání nám na listopad připravilo bohatou ženu nových zájemců o pomoc našim handicapovaným obyvatelům a službu v Betlémě. Snad každý týden přišel někdo na zkoušku či se jen podívat. Proto jsme po několika dlouhých letech personální nouze doplnili tým pečovateli i pečovatelek na optimální počet. Díky Bohu za to!

Psycho

Po delší době se v únoru konalo setkání, které pracovně označujeme „PSYCHO“. Jedná se o společný rozhovor, který vede dvojice zkušených psychologů. První setkání mají vždy asistenti a asistentky a druhé vozíčkáři a vozíčkářky. Tento způsob sdílení pod dohledem psychologa, kterému se odborně říká externí supervize, je pro nás, kteří většinu času trávíme na Betlémě, velmi důležitý a působí jako prevence proti syndromu vyhoření!

Sezení s psychology





„Svou zodpovědnost si raději nepřipouštím,“ říká pedagog Jiří Svoboda

O svém životě, pobytu ve Francii a práci učitele mentálně postižených dětí vypráví v následujícím rozhovoru vedoucí detašovaného pracoviště Speciálních škol Hustopeče a pracovník Domova Narnie v Morkůvkách Mgr. Jiří Svoboda.

Jirko, v roce 1992 jsi maturoval na Střední průmyslové škole strojnické. Poté následovalo studium sociálního práva a speciální pedagogiky na Evangelické akademii v Brně. Dost velký „kotrmelec“. Co tě přimělo tak zásadním způsobem změnit své zaměření?

Někdy ve věku sedmnácti let mi začalo docházet, že technika není všechno. Uvědomil jsem si, že existují i věci jaksi hlubší – lidské. Tehdy jsem se rozhodl, že techniku, stroje opustím a vrhnu se humanitním směrem. Studium na Evangelické akademii jsem chtěl odstartovat případně vysok školské studium podobného zaměření.

Před nástupem na vysokou školu jsi však trávil rok v komunitě Archa ve Francii.

Ano. Byla to velká zkušenost. Ani ne tak profesionálně, jako životně. Ve věku dvaceti let jsem byl daleko od domova a bez valné znalosti jazyka. Tam jsem poprvé zakusil, jaké to je řídit si svůj život sám.

Co si mám představit pod komunitou Archa?

Společenství lidí žijících s mentálně postiženými dospělými klienty. Denní režim v komunitě byl stále stejný. Práce však byla poměrně náročná. Začínalo se v sedm hodin. Dopoledne jsem trávil coby „žena v domácnosti“ úklidem, praním, žehlením, zatímco jiní asistenti byli s klienty v terapeutických dílnách.

Obědvali jsme společně a po obědě jsem obstarával nákupy a připravoval večeři. Ta byla vždy v půl osmé. Večery jsem opět trávil ve společnosti našich klientů. Každý čtvrtek jsem měl volno. Velmi jsem si volného času vážil a vždy jsem se snažil co nejvíce jej využít. Učil jsem se jazyk, fotografoval, psal dopisy a tak....

Po návratu z Francie jsi začal studovat speciální pedagogiku na Masarykově univerzitě v Brně. Čerpáš ze studia dodnes?

Studium mě bavilo. Ale je pravdou, že praktická příprava pro povolání trochu pokulhávala. V práci jsem to později pocítoval, ale potřebné znalosti jsem si doplnil účasti na různých odborných kurzech. V našem oboru se člověk stále učí. Děti neustále zkoumáme a zkoušíme, jak s nimi pracovat.

Praxi jsi získal až po ukončení studia na vysoké škole. Kde přesně pracuješ a co vlastně děláš?

Jeden rok jsem pracoval v Domově Narnie. Snažili jsme se pro toto zařízení zřídit speciální školské pracoviště. Nakonec se to podařilo a v roce 2000 jsme v Morkůvkách ve spolupráci se Speciálními školami Hustopeče otevřeli pomocnou školu - detašované pracoviště Speciálních škol. Tam dodnes pracuji jako učitel a vedoucí. Ještě malým úvazkem se podílím na činnosti Narnie.

Jirko, mohl bys nám přiblížit jak probíhá výuka s postiženými dětmi?

Já mám třídu pěti autistických dětí ve věku od deseti do osmnácti let. Prostory pro výuku představují několik malých, speciálně vybavených učeben pro individuální výuku a jednu velkou centrální místnost, která je přizpůsobena ke strukturovanému

učení. To je stěžejní metoda výuky dětí postižených autismem.

U těchto dětí rozvíjíme především různé dovednosti. Jejich předměty jsou rozumová a smyslová výchova, výtvarná a pracovní výchova, hudebně pohybová výchova a rehabilitační tělesná výchova. O autistech se říká, že nikoho neobtěžují – mají svůj svět. Ale najdou se mezi nimi výjimky. Máme v našem kolektivu jednoho chlapce, který naopak vyhledává společnost a neustále někoho vybízí ke komunikaci a hře.

Jestli ti to nevadí, pojďme se teď chvíli bavit o pocitu zodpovědnosti a stresu.

Zodpovědnost mám, ale radši si to moc nepřipouštím. Za dobu pěti let, co tuhle práci dělám, jsem zjistil, že člověk je z práce unavený tehdy, když zapadne do stereotypu činnosti. Univerzálním lékem proti vyhoření a stresu podle mě je, když člověk stále něco nového vymýšlí a posouvá tak svou práci i sám sebe někam dopředu.

Promiň, ale ani já se nemohu ubránit jedné obligátní otázce. Jaká je spolupráce s Ministerstvem školství? Je k vám stát štědrý?

Nějaké výhody mám. Ale mnohem víc než ke školství spíš k sociální politice. Stát přispívá hlavně svým organizacím a zařízením. Naše školské pracoviště funguje na základě úzké spolupráce se střediskem BETLÉM a tak dobře vím, že BETLÉM jako církevní nezisková organizace nikdy neví, jestli dostane peníze na další rok a kolik. Navíc stát posílá peníze až v dubnu a období od ledna do dubna je vždy obtížné. Mnohdy se neví, kde vzít v těch měsících na jídlo, topení, elektřinu a o platech pro zaměstnance nemluvě.

Ve školství se v současné době řeší také otázka ukončení působnosti pracovníků vojenské civilní služby, kteří i nám vydatně pomáhali. Peníze dostáváme na dva pedagogické pracovníky pro jednu třídu do šesti žáků. U dětí s autismem či s kombino-

vaným postižením na vozíku to však nestačí. Ideální stav by byl jeden dospělý na jedno dítě, optimální čtyři na pět postižených. Toto však stát není schopen po zrušení civilní služby zajistit. V plenkách je funkce tzv. asistenta pedagoga, o kterého nás od ledna přibýlo.

Je známo, že tento druh práce je náročný a mnohdy vyžaduje plné nasazení. Jak to snáší tvá rodina?

Můj otec je na mě hrdý. I když v době, kdy jsem opouštěl strojírenství, jsme měli nějaké neshody. Manželka je spokojená a snaží se mne podporovat, jen by byla někdy ráda, kdybych měl tak tříhodinovou pracovní dobu a zbytek dne si s ní povídal – je totiž dost dnů, kdy se vidíme krátce.

Máš nějaké zvláštní přání?

Přál bych si, aby všem vydrželo zdraví a optimismus. Dětem moc přeji, aby se jim dařilo a měly usnadněný život. Diakonii ČCE – středisku BETLÉM přeji zejména, ať se mu daří práce na novém projektu, zřízení chráněného bydlení Arkénie pro dospělé a dospívající „dětí“ s mentálním postižením z Narnie. Na to teď hodně myslím a v rámci svých možností na tomto projektu spolupracuji.

Děkuji za rozhovor

Rozmlouvala Radka Samsonová

(redakčně upraveno)

Jirka při výuce





Ze života Narnie a školy

V době prázdnin trávily v Domově Narnie dvě pěstounské rodiny s dětmi 14-ti denní prázdninovou dovolenou.

Pod hlavičkou Speciálních škol Hustopeče začala v Domově Narnie fungovat 1. září 2004 třída speciální mateřské školy pro pět dětí. Hned na začátku školního roku, 6. září odjela většina dětí z Narnie s pracovníky do Chorvatska k moři. Tento ozdravný pobyt – finančně podpořený Moravskými naftovými doly, a. s., se moc vydařil. Můžete si o tom přečíst na výstřižku z novin. V říjnu jsme zase byli s dětmi na výletě v ZOO Lešná, naše děti mají totiž zvířata hodně rády a v kontaktu s nimi nemusí řešit problémy s komunikací prostřednictvím slov. Na konci října se také část pracovníků Narnie a školy zúčastnila výletu do Novohradských hor,

- učitelé ze Speciálních škol v Břeclavi,
- dva pracovníci Speciálních škol Mikulov a dva pracovníci sdružení Biliculum, kteří přijeli s cílem seznámit se blíže s tím, jak spolupracují Speciální školy Hustopeče a Domov Narnie
- návštěvníci z evangelického sboru z Gubenu v Německu
- rehabilitační pracovníce ze stacionáře Neumanova, Brno (konzultovali jsme rehabilitační techniky).

Před vánoci jsme měli 4 adventní setkání, která opět vedl kloboucký farář Luděk Korpa, který se na zkoušku ujal duchovní péče o pracovníky Narnie. Soutěžili jsme na skokanském mítinku Hustopečská laťka v kategorii vozičkáři a vyhráli pěkné ceny. V lednu jsme zahájili činnost tkalcovské dílny. Je to již třetí dílna, dětem se budou dovednosti hodit v dalším životě v chráněném bydlení.



... u moře

kde v klášteře servitů proběhl i duchovní program pod vedením evangelického kazatele Ludka Korpy.

Dvakrát navštívilo pět dětí speciálního očního lékaře v Praze, který dokáže vyšetřit i dítě, které nekomunikuje a u kterého my nepoznáme, jestli a jak vidí. A protože blíže se žádný odborník nevyskytuje, stojí tyhle jednodenní zájezdy do Prahy zato: návrat po desáté hodině večer je spíše pravidlem.

Do Morkůvek přijíždí také mnoho návštěv, v posledních době např.:

- dvě celodenní exkurze studentů spec. pedagogiky z Brna,



...v moři barev



...v tkalcovské dílně

Sněhové prázdniny



Autorka s děvčaty bobují...

Takto bych nazvala týdenní pobyt se čtyřmi dětmi z Domova Narnie ve škole v přírodě v Nekoři. Je to rekreační oblast v Orlických horách, kde je v zimě opravdový ráj lyžařů a milovníků zimních radovánek. Organizovali to čtyři speciální školy Břeclavska.

Tento pobyt se konal od 4. do 11. února a opravdu jsme si to všichni užili! Vzali jsme s sebou jedny lyže, ale moc jsme nelyžovali, jeli na nich pou-

ze dva odvážlivci – Kuba a Eva. Sníh jsme využili k sáňkování, bobování, koulování a všeobecně jsme se na něm vyřádili k radosti celé naší bandy. Získali jsme i pár fotek, ale nejlepší chvíle jsme samozřejmě nezachytili. Důležité je, co si odnesli děti a my dospělí ve vzpomínkách.

Díky Bohu a tomu, že Narnie spolupracuje se Speciálními školami Hustopeče jsme zážitků získali dost a dost. Odměnou nám byl šťastný úsměv našich dětí ve dne a jejich spokojeně unavená, oddechující tělčka v noci.

Těšíme se zase za rok...

Za všechny Eva T.



Naše banda



...Joža sáňkuje...



... a Kuba se šel klouzat



Náš nový projekt – Chráněné bydlení Arkénie

Děti, které jsme do Domova Narnie v Morkůvkách přijímali v předškolním věku, dospívají a některé překročily hranici 18-ti let věku... Domov Narnie však svým uspořádáním a poskytovanými službami potřebám těchto klientů již neodpovídá. Dospělí klienti Narnie potřebují žít životem rodinného typu s vyšší mírou samostatnosti a možností zapojit se do péče o domácnost, do práce v terapeutických dílnách a účastnit se dalších společenských aktivit. Rodiče těchto dospělých „děti“ by zároveň péči o ně rádi předali našemu středisku v mnohem větší míře, než jim Domov Narnie může poskytnout.

Proto připravujeme v Morkůvkách vybudování Chráněného bydlení Arkénie. Chceme zde vytvořit malé společenství po vzoru komunity Archa, kde bude sedm dospělých obyvatelů s mentálním postižením žít a pracovat spolu se svými asistenty. Jejich počet vždy doplní jeden podobně postižený host na krátkodobém pobytu. Všichni klienti Arkénie budou mít přitom zaměstnání v dílnách a na za-

hradě, budou chovat drobné zvířectvo, obdělávat zahrádku apod.

Projekt vybudování Chráněného bydlení Arkénie a jeho otevření do roku 2008 je prioritou dalšího rozvoje střediska. Dospělým klientům Narnie tím zajistíme potřebnou sociální péči v obci Morkůvky, která je jim důvěrně známá a stala se pro ně druhým domovem. Jiné řešení se stejně nenabízí: v našem regionu totiž žádné vhodné zařízení pro dospělé lidi s mentálním postižením neexistuje. Přejít již dospělých obyvatel Narnie do Chráněného bydlení Arkénie navíc umožní přijetí nových dětských klientů do Domova Narnie, jejichž rodiče na tuto možnost již netrpělivě čekají.

Díky výtěžku aukce, daru 500 000 Kč od jednoho výjimečného dárcce a grantům Nadace Racek a Nadace Divoké Husy jsme na projekt Arkénie shromáždili již 1.024 tis. Kč. Z těchto peněz jsme zakoupili pozemek v ceně 250 tisíc Kč, který jsme na podzim vyklidili (demolice starých rozpa-

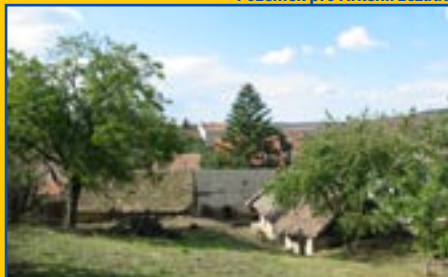
Pro vybudování Arkénie jsme již našli a zakoupili pozemek v Morkůvkách, na fotografii je čelní pohled na zchátralé selské stavení určené k demolici



jících se budov nás teprve čeká). V listopadu jsme ze tří architektonických studií možné podoby objektu Arkénie vybrali tu nejvhodnější, která se nyní rozpracovává pro účely územního a stavebního řízení. V tento čas (únor 2005) také ve spolupráci s grantovou agenturou Eurovision intenzivně pracujeme na tvorbě složité žádosti o podporu projektu ze Strukturálních fondů EU (SROP 3.1). Pokud Budeme úspěšní, můžeme od EU získat 72 % celkových nákladů, 18 % přidá ministerstvo pro místní rozvoj a 10% tvoří náš podíl na financování. Celkové náklady na vybudování a vybavení Chráněného bydlení Arkénie dosáhnou podle nejnovějšího rozpočtu částky více než 17 mil. Kč...

Naše spoluúčast bude tedy tvořit cca 1,7 mil. Kč s tím, že výdaje na nákup pozemku, výběr studie a demolici starých budov nemohou být součástí celkových nákladů projektu pro EU. Z toho plyne, že pro Arkénii budeme v průběhu příštích měsíců a let potřebovat získat ještě min. 1 mil. Kč vlastních prostředků. A protože peníze netiskneme ani nic nevyrábíme, zbývá nám věřit v podporu našich laskavých dárců.

Pozemek pro Arkénii zezadu



Pohled do dvora Arkénie

Pohled na Arkénii z perspektivy





4. Společenský večer s dobročinnou aukcí přinesl rekordní výsledek

Na sobotní večer 20. listopadu se do hotelu Centro v Hustopečích sjelo 126 účastníků dobročinné aukce. Čestným hostem večera byl hejtman Jihomoravského kraje Ing. Stanislav Juránek a patronát nad aukcí společně převzali starosta města Hustopeče Ing. Jiří Teplý a starosta Klobouk u Brna Ing. Jindřich Koubek.

Pan hejtman pozdravil přítomné již tradičním oslovením „Milá rodino“ a opravdu celý večer provázela opět příjemná rodinná atmosféra. K sváteční náladě přispěl vyprávěním herec Lubomír Kostelka a svými písněmi Cimbálová muzika Vonica z Krumvíře.

Do dražby bylo přichystáno 60 exponátů. Více než polovinu tvořily výrobky obyvatel střediska, dále se dražila darovaná umělecká díla a několik lahvi špičkových archivních vín. Aukci opět vtipně vedl skvělý licitátor Miroslav Strouhal a ceny stoupaly vzhůru. Za nejvyšší sumu 25 000 Kč byly vydraženy Květináče se suchými květy od Pavlinky z Domova Narnie. Velká dražební bitva se také strhla o tkaný kobereček obyvatelky Domova Betlém Zdenky Nagyové, která jej vyráběla po celý rok. Prodal se za 20 000 Kč. Stejně velká cena a velký boj byl o dřevorezbu Vinař od Josefa Zelinky ze Šitbořic.

Nejštědřejší dražitel si odnesl díla za rovných 100 000 Kč. Výsledek dražby předčil všechna očekávání a výsledná suma za všechna díla dosáhla 338 300 Kč. Je to přesně o sto tisíc více než loni. K výtěžku aukce pak ještě 100 000 Kč přidala Nadace Racek a 40 000 Kč Nadace Divoké husy.

Celkový výnos večera spolu s příjmem ze vstupného a z prodeje drobných předmětů dosáhl rekordních 546 817 Kč.

Tři exponáty do dražby věnovaly Speciální školy Hustopeče, které se střediskem BETLÉM úzce spolupracují. Získaly tak 18 500 Kč, které věnují na ozdravný pobyt svých žáků u moře. BETLÉM použije výtěžek večera na první etapu výstavby nového Domova Arkénie, především na nákup pozemku, jeho první úpravu a projektové práce.



Výstavka exponátů aukce



Chlapec s výrobkem



Hlavním sponzorem večera byl Pramos a.s. partnerem IVK s.r.o., tiskárna Halpprint s.r.o., víno poskytl Vinium a.s. a Hotel Centro prostory.



Ve víru dražby

Cimbálová muzika Vonica z Krumvíře zahrála i k rautu

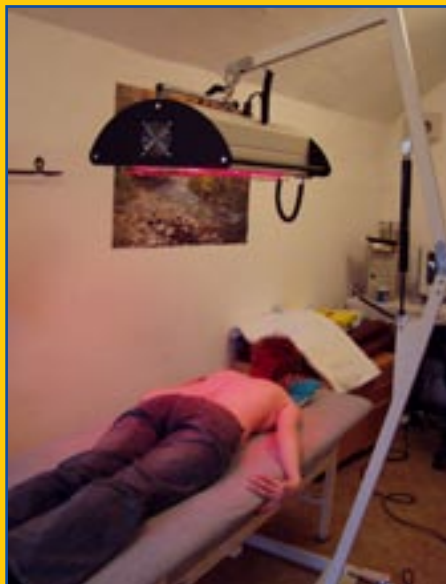




Co jsme ještě dostali ...

Kromě výše zmíněného půlmilionového daru dárce, který si nepřeje být jmenován, jsme dostali ještě jeden výjimečný dar - 200 tisíc Kč pro Domov Betlém od společnosti FIDES AGRO, spol. s r.o. Jednatel této společnosti MVDr. Ivo Paulík se přitom stal opravdovým přítelem našeho střediska a navázal s námi opravdu osobní vztahy... Nejvíce darů od lidí i firem jsme dostali v prosinci 2004, kdy nás podpořili například: společnosti AGRIS s. r.o., Fosfa akciová společnost, MAUTING s.r.o., Joyce ČR s.r.o., Lékárna SALVIA s. r.o. a další. Díky této vánoční štědrosti jsme mohli zajistit provoz střediska a vyplatit mzdy za prosinec a leden.

Zajímavý dar jsme dostali od Nadace duhová energie, která měla na veletrhu v Brně stánek, kde lidé šlapali na duhovém kole a podle toho, kolik energie našlapali pro nás, tolik peněz nadace věnovala našemu středisku.



Infralampa zahřeje a uvolní

a co pořídili z Vašich darů

Také díky Vaším darům jsme v roce 2004 poskytl 17 hostům 265 dnů hostovských pobytů v Domově Betlém.

V lednu jsou využili pracovníky technického úseku k opravě obytných sklepů Domova Betlém. Podařilo se nám opravit tři obytné „sklepy“ a ten největší „sklep“ prodělává přeměnu na místo pro rehabilitaci (stávající prostory byly příliš stísněné). Zde nám ještě chybí dodělat dřevěné zádveři. Obyvatelé Domova Betlém mohou využít při rehabilitaci infralampu, na kterou nám přispěly Nadace Olgy Havlové – Výbor dobré vůle, Nadace Nadaných, Nadace Zdraví pro Moravu a BVV a.s.

V Morkůvkách v domečku Na Plácku (kde bydlí vychovatelé) jsme provedli kanalizační přípojku, elektroinstalaci a ústřední topení nákladem 83 tisíc

Kč. Pěknou částku jsme přitom ušetřili díky daru kotle od Thermoney spol. s r.o. a radiátorů od a.s. KORADO.

V součinnosti s místní odbornou firmou TOMIK jsme v roce 2004 provedli montáž elektrického protipožárního systému v domech Betlém a Narnie. Tato spolupráce nám pomohla zajistit oba domovy před požárem a ušetřit zhruba 30 % finančních nákladů oproti nabídkám kompletní instalace firmou.

Za všechny dary a podporu děkujeme. Seznam dárců za rok 2004 naleznete na www.betlem.org.

Jak nám můžete pomoci?

- finančně:
 - trvalou platbou na náš účet 1381506359/0800
 - složenkou (můžeme Vám zaslat)
 - hotově u nás ve středisku, nebo-li: přijďte se do BETLÉMA podívat
- věcnými dary, službami zdarma nebo slevou
- šířením povědomí o středisku, napište si o letáček, zpravodaj nebo pohlednice
- dobrovolnickou práci
- modlitbami a přímlovami
- odkazem v závěti
- uspořádejte ve svém okolí sbírku ve prospěch BETLÉMA. Můžete například umístit kasičku v obchodě. Sbírkou zaštitíme a dodáme vše potřebné (povolení, kasičku, ...). Nebo můžete uspořádat mimořádnou sbírku u příležitosti nějaké společenské události – třeba tombolu na plese.



Magda kreslí Noemovu archu



Zdenička při tkání

Co potřebujeme nyní nejvíce?

- vydržet s penězi do až do konce března, kdy bychom měli dostat první část dotaci od Jihomoravského kraje – finanční pomoc dárců nám umožní neodkládat výplaty pracovníků za únor až do této doby...
- pořídit v Narnii a Betlémě nutné zázemí odpovídající novým hygienickým normám, tj. zejména vybudovat oddělené šatny a hygienická zařízení pro kuchařky, místnosti pro hrubou přípravu zeleniny a doplnit samotné kuchyňské prostory o různá zařízení (další nerezové dřezy, oddělené stoly pro přípravu různých pokrmů, ledničky, bezdotykové baterie apod.)

- Věcné potřeby: kvalitní kuchyňský robot, ruční mixér, 19" monitor k PC aby naši postižení dobře viděli, kancelářský papír, elektronické varhánky, malinký mrazák se šuplíky, rehabilitační míče, peřiny, které se dají prát na vysokou teplotu.

... radost



[illegible][illegible]

Usually found in herds of 10-20; tame, docile, possesses a sweet, milky odor. Milked for milk, also killed for tanning, to get hides for clothing. Fleas (all) found on back with some maggots, or have scabies about ear, hind and front. No ill signs of domestication evident in the stock of workers on the hills.

[illegible]

Spokenword style played out at a

[illegible]

Prof. Dr. Tamer
gölcüoğlu (Demir) Nurettin



Priloga 1: Preglednica 1.1 – Preglednica o razpisih za leto 2014

WITTENBERG says, "I don't know if it's a good idea to have a 'no-kill' shelter, but I think it's a good idea to have a shelter that can help animals find homes. I think that's the best way to deal with the problem of animal overpopulation."

the 1990s, the industry has been hit hard by a combination of factors. The most significant is the decline in the number of new entrants, which has led to a consolidation of the market. This has resulted in a loss of competition and a corresponding increase in prices. Another major factor is the decline in the number of new entrants, which has led to a consolidation of the market. This has resulted in a loss of competition and a corresponding increase in prices. Another major factor is the decline in the number of new entrants, which has led to a consolidation of the market. This has resulted in a loss of competition and a corresponding increase in prices.

Verkkoliikenne nousi 2004
Suomen Internetin käyttö on lisääntynyt voimakkaasti viime vuosien aikana. Vuonna 2004 verkkoliikenteen määrä Suomessa kasvoi 10 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Kasvua on havaittavissa myös muissa Pohjoismaissa. Suomessa verkkoliikenteen määrä on kuitenkin edelleen huomattavasti pienempi kuin esimerkiksi Ruotsissa tai Norjassa.



Lebanon: Kossella juri de Beyrouth raid

Moravský Jih a Břeclavsko o aukci

[illegible]

„Pane, ne



A doua: sunt încă
demonstrat pe gura din-
te alții, scrie și citește activamente
opiniunile, mai puțin, decât de
pe timpurile?

[illegible]

ptid, please go to pubchem.ncbi.nlm.nih.gov

Als *unvergleichbarste* hat die ungleichheit der ungleichheiten zwischen den 200.000 in Deutschland in 1890 an dem Jahre vertriehen worden, nachdem die ungleichheiten zwischen den 200.000 in 1880 und die ungleichheiten zwischen den 200.000 in 1870 in 1860 in 1850 in 1840 in 1830 in 1820 in 1810 in 1800 in 1790 in 1780 in 1770 in 1760 in 1750 in 1740 in 1730 in 1720 in 1710 in 1700 in 1690 in 1680 in 1670 in 1660 in 1650 in 1640 in 1630 in 1620 in 1610 in 1600 in 1590 in 1580 in 1570 in 1560 in 1550 in 1540 in 1530 in 1520 in 1510 in 1500 in 1490 in 1480 in 1470 in 1460 in 1450 in 1440 in 1430 in 1420 in 1410 in 1400 in 1390 in 1380 in 1370 in 1360 in 1350 in 1340 in 1330 in 1320 in 1310 in 1300 in 1290 in 1280 in 1270 in 1260 in 1250 in 1240 in 1230 in 1220 in 1210 in 1200 in 1190 in 1180 in 1170 in 1160 in 1150 in 1140 in 1130 in 1120 in 1110 in 1100 in 1090 in 1080 in 1070 in 1060 in 1050 in 1040 in 1030 in 1020 in 1010 in 1000 in 990 in 980 in 970 in 960 in 950 in 940 in 930 in 920 in 910 in 900 in 890 in 880 in 870 in 860 in 850 in 840 in 830 in 820 in 810 in 800 in 790 in 780 in 770 in 760 in 750 in 740 in 730 in 720 in 710 in 700 in 690 in 680 in 670 in 660 in 650 in 640 in 630 in 620 in 610 in 600 in 590 in 580 in 570 in 560 in 550 in 540 in 530 in 520 in 510 in 500 in 490 in 480 in 470 in 460 in 450 in 440 in 430 in 420 in 410 in 400 in 390 in 380 in 370 in 360 in 350 in 340 in 330 in 320 in 310 in 300 in 290 in 280 in 270 in 260 in 250 in 240 in 230 in 220 in 210 in 200 in 190 in 180 in 170 in 160 in 150 in 140 in 130 in 120 in 110 in 100 in 90 in 80 in 70 in 60 in 50 in 40 in 30 in 20 in 10 in 0 in -10 in -20 in -30 in -40 in -50 in -60 in -70 in -80 in -90 in -100 in -110 in -120 in -130 in -140 in -150 in -160 in -170 in -180 in -190 in -200 in -210 in -220 in -230 in -240 in -250 in -260 in -270 in -280 in -290 in -300 in -310 in -320 in -330 in -340 in -350 in -360 in -370 in -380 in -390 in -400 in -410 in -420 in -430 in -440 in -450 in -460 in -470 in -480 in -490 in -500 in -510 in -520 in -530 in -540 in -550 in -560 in -570 in -580 in -590 in -600 in -610 in -620 in -630 in -640 in -650 in -660 in -670 in -680 in -690 in -700 in -710 in -720 in -730 in -740 in -750 in -760 in -770 in -780 in -790 in -800 in -810 in -820 in -830 in -840 in -850 in -860 in -870 in -880 in -890 in -900 in -910 in -920 in -930 in -940 in -950 in -960 in -970 in -980 in -990 in -1000 in -1010 in -1020 in -1030 in -1040 in -1050 in -1060 in -1070 in -1080 in -1090 in -1100 in -1110 in -1120 in -1130 in -1140 in -1150 in -1160 in -1170 in -1180 in -1190 in -1200 in -1210 in -1220 in -1230 in -1240 in -1250 in -1260 in -1270 in -1280 in -1290 in -1300 in -1310 in -1320 in -1330 in -1340 in -1350 in -1360 in -1370 in -1380 in -1390 in -1400 in -1410 in -1420 in -1430 in -1440 in -1450 in -1460 in -1470 in -1480 in -1490 in -1500 in -1510 in -1520 in -1530 in -1540 in -1550 in -1560 in -1570 in -1580 in -1590 in -1600 in -1610 in -1620 in -1630 in -1640 in -1650 in -1660 in -1670 in -1680 in -1690 in -1700 in -1710 in -1720 in -1730 in -1740 in -1750 in -1760 in -1770 in -1780 in -1790 in -1800 in -1810 in -1820 in -1830 in -1840 in -1850 in -1860 in -1870 in -1880 in -1890 in -1900 in -1910 in -1920 in -1930 in -1940 in -1950 in -1960 in -1970 in -1980 in -1990 in -2000 in -2010 in -2020 in -2030 in -2040 in -2050 in -2060 in -2070 in -2080 in -2090 in -2100 in -2110 in -2120 in -2130 in -2140 in -2150 in -2160 in -2170 in -2180 in -2190 in -2200 in -2210 in -2220 in -2230 in -2240 in -2250 in -2260 in -2270 in -2280 in -2290 in -2300 in -2310 in -2320 in -2330 in -2340 in -2350 in -2360 in -2370 in -2380 in -2390 in -2400 in -2410 in -2420 in -2430 in -2440 in -2450 in -2460 in -2470 in -2480 in -2490 in -2500 in -2510 in -2520 in -2530 in -2540 in -2550 in -2560 in -2570 in -2580 in -2590 in -2600 in -2610 in -2620 in -2630 in -2640 in -2650 in -2660 in -2670 in -2680 in -2690 in -2700 in -2710 in -2720 in -2730 in -2740 in -2750 in -2760 in -2770 in -2780 in -2790 in -2800 in -2810 in -2820 in -2830 in -2840 in -2850 in -2860 in -2870 in -2880 in -2890 in -2900 in -2910 in -2920 in -2930 in -2940 in -2950 in -2960 in -2970 in -2980 in -2990 in -3000 in -3010 in -3020 in -3030 in -3040 in -3050 in -3060 in -3070 in -3080 in -3090 in -3100 in -3110 in -3120 in -3130 in -3140 in -3150 in -3160 in -3170 in -3180 in -3190 in -3200 in -3210 in -3220 in -3230 in -3240 in -3250 in -3260 in -3270 in -3280 in -3290 in -3300 in -3310 in -3320 in -3330 in -3340 in -3350 in -3360 in -3370 in -3380 in -3390 in -3400 in -3410 in -3420 in -3430 in -3440 in -3450 in -3460 in -3470 in -3480 in -3490 in -3500 in -3510 in -3520 in -3530 in -3540 in -3550 in -3560 in -3570 in -3580 in -3590 in -3600 in -3610 in -3620 in -3630 in -3640 in -3650 in -3660 in -3670 in -3680 in -3690 in -3700 in -3710 in -3720 in -3730 in -3740 in -3750 in -3760 in -3770 in -3780 in -3790 in -3800 in -3810 in -3820 in -3830 in -3840 in -3850 in -3860 in -3870 in -3880 in -3890 in -3900 in -3910 in -3920 in -3930 in -3940 in -3950 in -3960 in -3970 in -3980 in -3990 in -4000 in -4010 in -4020 in -4030 in -4040 in -4050 in -4060 in -4070 in -4080 in -4090 in -4100 in -4110 in -4120 in -4130 in -4140 in -4150 in -4160 in -4170 in -4180 in -4190 in -4200 in -4210 in -4220 in -4230 in -4240 in -4250 in -4260 in -4270 in -4280 in -4290 in -4300 in -4310 in -4320 in -4330 in -4340 in -4350 in -4360 in -4370 in -4380 in -4390 in -4400 in -4410 in -4420 in -4430 in -4440 in -4450 in -4460 in -4470 in -4480 in -4490 in -4500 in -4510 in -4520 in -4530 in -4540 in -4550 in -4560 in -4570 in -4580 in -4590 in -4600 in -4610 in -4620 in -4630 in -4640 in -4650 in -4660 in -4670 in -4680 in -4690 in -4700 in -4710 in -4720 in -4730 in -4740 in -4750 in -4760 in -4770 in -4780 in -4790 in -4800 in -4810 in -4820 in -4830 in -4840 in -4850 in -4860 in -4870 in -4880 in -4890 in -4900 in -4910 in -4920 in -4930 in -4940 in -4950 in -4960 in -4970 in -4980 in -4990 in -5000 in -5010 in -5020 in -5030 in -5040 in -5050 in -5060 in -5070 in -5080 in -5090 in -5100 in -5110 in -5120 in -5130 in -5140 in -5150 in -5160 in -5170 in

Also, in prior studies, despite the fact that the observed neural network activity that corresponds to a subject's self-reported subjective emotional state is not necessarily the same as the true emotional state, that subject's self-reported state is a more accurate estimate of the true emotional state than the neural activity itself. Thus, the neural activity is a noisy representation of the true emotional state, and the subject's self-reported state is a more accurate representation of the true emotional state than the neural activity itself.

[illegible]

Študijski programi, ki so namenjeni študentom, ki želijo pridobiti izobrazbo na področju strokovne informatike, so namenjeni študentom, ki želijo pridobiti izobrazbo na področju strokovne informatike, ki je potrebna za delo v strokovni informatiki. Študenti, ki želijo pridobiti izobrazbo na področju strokovne informatike, morajo biti študenti, ki želijo pridobiti izobrazbo na področju strokovne informatike, ki je potrebna za delo v strokovni informatiki.

[illegible]

PHALLI JOURNAL 10

[illegible]

Week-Long Supply Management

[illegible][illegible]

16



**Zpravodaj přátel
BETLÉMA**

Diakonie 
ČESKOBRATRSKÉ CÍRKVE EVANGELICKÉ

Betlémská hvězda

**Biblické heslo Domova Betlém na rok 2005
Filipským 4,7:**

„A pokoj Boží,
převyšující každé pomyšlení,
bude střežit vaše srdce i mysl v Kristu Ježíši.“

Z OBSAHU:

Dar z nebes – nový domov pro Sárku

Návštěva akademika

Ze života Narnie a školy

Sněhové prázdniny

Společenský večer s dobročinnou aukcí přinesl rekordní výsledek

A co jsme pořídili z vašich darů

Březen 2005

www.betlem.org