

SVĚT

INFORMACE PRO VÁS INFORMACE O VÁS

NEZISKOVÉK

SPECIÁL

ČTĚTE NA WWW.SVETNEZISKOVEK.CZ / ODEBÍREJTE NEWSLETTER / INFORMUJTE O SOBĚ



Milí přátelé,
NGO Market slaví osmnáctiny! Letošní oslavu občanského sektoru jsme tematicky zabalili do „Cesty úspěšnou neziskovou

organizací“. Také náš veletrh prošel za uplynulé roky dlouhou cestou a my máme radost, že do období plnoletosti vstupuje ve výborné kondici. Podařilo se nám vybudovat unikátní platformu pro setkávání a vzájemné sdílení zkušeností nejen napříč neziskovým sektorem, ale také mezi neziskovými organizacemi a byznysem. Budeme rádi, když i letos budete z NGO Marketu odcházet s dobrým pocitem z čerstvě nabytých znalostí, nových kontaktů a inspirace.

Naším dlouhodobým cílem je i do budoucna přispívat k posilování sebevědomí a úspěchu neziskových organizací, ale také pomoci firmám a společnostem z komerčního světa zorientovat se v tom neziskovém. Chceme je podpořit v hledání silného neziskového partnera a ukázat nejrůznější dárcovské a dobročinné projekty, do kterých se mohou zapojit. Právě na ně bude letos na veletrhu čekat více než 200 vystavovatelů se svými prezentacemi. Jako inspiraci v rámci doprovodného programu ukážeme i úspěšné projekty, které vznikly v rámci komerčního sektoru nebo s jeho výraznou podporou. Nezapomínáme ani na širokou veřejnost a věříme, že i letos si na NGO Market najde cestu. Nepochybuji, že společně opět vytvoříme úžasnou atmosféru!

—
Jakub Klepal
ředitel Nadace Forum 2000

Z OBSAHU

JAK NA CSR?

Chcete patřit k odpovědným firmám? Nepřehlédněte patero donátorů na **straně 4**.

DITA PŘIKRYLOVÁ: VYLEPŠOVÁNÍM SVÍČKY ŽÁROVKU NEVYROBÍTE

Nerada čeká a miluje, když se věci hýbou. Jak se povedlo rozpochybovat veleúspěšnou organizaci Czechitas ajtače, která v osmadvaceti stojí na žebříčku 25 TOP žen Česka? Recept na štěstí podle Dity P. z IT hledejte **na straně 5 a 6**.



4 BROUCI DO HLAVY NEZISKOVÉMU SEKTORU

Neziskový sektor v ohrožení? A nebo na počátku nové éry? Nalistujte **stranu 3** a čtěte, čemu se v roce 2017 otevřít, jak už za žádnou cenu nepřemýšlet a proč by to neziskovky s tím dobrem měly začít myslet vážně.

CO ZNAMENÁ BYZNYS PRO NEZISK?

Je potřeba obstat v komerčním světě? Na pouti za soběstačností to prostě jinak nepůjde. Proč by si neziskovky měly umět sáhnout na „zisk“ a co můžou firmám nabídnout? Čtěte názory na **straně 9**.

NEZISKOVKY NA CESTĚ ZA ÚSPĚCHEM



Plnoletost NGO Marketu nesmí zůstat bez řádné oslavy. Nachystali jsme pro vás proto na letošní maratón setkávání a poznávání pár skutečných lahůdek. Na své cestě Forem Karlín směrem k úspěšné neziskovce byste je neměli nechat bez povšimnutí!

V nabídce odborných přednášek a poradenství jsme otevřeli dveře moderním technologiím, proaktivní komunikaci nebo zodpovědnému přístupu k lidským zdrojům.

Zjistěte, jak fungují zásady osvědčeného fundraisingu, ale i to, že to všechno jde dělat úplně jinak. Objevte inovativní marketingové postupy a držte krok s trendy. Seznamte se i s atraktivní problematikou start-upů – můžou fungovat v neziskovém sektoru?

„Cesta“ se vine i celým číslem Světa neziskovek. Ponořte se do příběhů úspěšných, inspirujte se jimi a zůstaňte otevření novým příležitostem – povedou vás na cestě k úspěchu!

—
Tomáš Bouška
koordinátor NGO Marketu 2017
Nadace Forum 2000

—
Libor Marek
partner odborného programu NGO Marketu
Nadace Neziskovky.cz

WWW.NGOMARKET.CZ




**FORUM
2000**

Již 20 let s vámi 

www.FORUM2000.cz #Forum2000

4 BROUCI DO HLAVY NEZISKOVÉMU SEKTORU ANEB O ČEM PŘEMÝŠLET V ROCE 2017

Populismus, vlna odpovědnosti, strategická partnerství, nové přístupy k financování, ale i nová konkurence. S čím se budeme muset poprat? A jsme na to připraveni?

1. Nejvyšší čas opustit bubliny

S rostoucím populismem u nás i ve světě sílí také tlak na neziskový sektor. Aby přežily, organizace se musí umět prosadit a obhájit svou roli ve společnosti. Aktivní komunikace se světem a schopnost dokázat, že jsme žádoucím prvkem občanské společnosti a staráme se o oblasti, které nejsou prioritou státu ani byznysu, je na místě více než kdy dříve. Jak na to? Prvním a zásadním krokem je otevřít se – vystoupit z bubliny a ukázat, že děláme skvělé věci! Rozvíjíme partnerství s dalšími aktéry z různých sektorů, ale i z nezisku samotného. Proč se dívat na ostatní neziskovky jako na konkurenty, když se dohromady můžeme doplňovat? S negativní náladou ve společnosti nic nekontrastuje lépe než spolupráce.

2. Příliv čerstvých hlav

Mladí lidé, kteří mají zahraniční zkušenost ze studií, s prací na dobrovolnických projektech, případně i zahraniční firemní praxi, mají vyšší nároky na efektivní, inspirativní a inovativní prostředí – do

neziskového sektoru přichází významná posila! Vedle toho opouštějí zaběhnuté koleje velkých korporací zkušení manažeři a manažerky, kteří prahnou po smysluplné práci s dopadem. To, co si s sebou přináší, je úžasnou příležitostí k našemu rozvoji. Noví lidé, nové cesty – svou energii a zkušenostmi, mnohdy s dobrými kontakty z byznysu a ze zahraničí, začínají své sociální podnikání, nebo zakládají nové organizace. Ty jsou dravější a progresivnější, snáze a dřív v oboru vyniknou. Konkurence pro stávající ryby ve vodě?

3. Nové pohledy na financování

Diverzifikace zdrojů a rozvoj individuálního fundraisingu – věčné téma a v tomto roce to nebude jinak. Díky sociálnímu podnikání nebo novým službám se navíc neziskové organizace mohou rozvíjet i mimo formuláře grantových žádostí. Sílí tím tlak na proměnu přemýšlení obecně. Organizace pouze čerpající peníze na své projekty ustupují těm, které vytvářejí hodnoty. Jen takové si najdou dlouhodobou podporu od dárců, nebo se stanou plnohodnotnými dodavateli služeb.

Pokud se ale dokážou o své místo poprat. Návod je jednoduchý – nepřestat se rozvíjet! Velkým impulsem k inovacím neziskovek jsou už teď konkurenční technologické firmy. Ty právě díky inovacím a dobře spočítanému byznysovému modelu snadno dokážou neziskovky nahradit a převrátit tak celý segment, třeba v sociálních službách nebo zdravotnictví, vzhůru nohama.

4. Na cestě k udržitelnosti

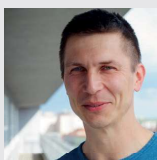
Neziskovky mají „vykonávat dobro“. Chovají se ale samy odpovědně? Sílí důraz na udržitelnost a efektivní nakládání se zdroji se ostře promítá i do nároků, které na neziskovky kladou jejich podporovatelé. A nejde už jen o transparentní využití financí, ale třeba o samotný chod kanceláře. Udržitelně vyrobené výrobky, férově pěstované potraviny, úsporné technologie, využívání hromadné dopravy nebo ekologizace automobilů, pokud je organizace ke svému účelu potřebuje, nekážeme vodu se sklenkou vína v ruce? I reportování udržitelnosti by se postupně mělo stát standardem.

—
Libor Marek
zástupce ředitele
Nadace Neziskovky.cz

JAKÝM VÝZVÁM BUDE ČELIT NEZISKOVÝ SEKTOR V ROCE 2017?

ANKETA

Za dlouhodobou výzvu považují udržitelný rozvoj a s tím související míru nezávislosti na grantech. Vzrůstá důležitost rychle reagovat na měnící se společenské klima a potřeby. Mění se financování veřejně prospěšných projektů, také v souvislosti s technologickým rozvojem. Organizace, které chtějí zdravě fungovat, se musí zaměřit na fundraising, příjmy od soukromých osob a tam, kde je to možné, i z vlastního podnikání, aby posílily míru flexibility a nezávislosti. Zároveň cítím nárůst polarizace ve společnosti a s tím související snahy o ostrakizaci občanského sektoru. To je nezdravé pro rozvoj celé ČR.



Ondřej Zapletal
ředitel Nadace Depositum Bonum

Navzdory tomu, že za poslední dvě desetiletí neziskový sektor prošel zásadním rozvojem, čeká nás v nejbližší budoucnosti řada výzev. Tu největší stále spatřuji ve věčně a právem diskutovaném stabilním a vícezdrojovém financování. Je to důležitý předpoklad pro dobré fungování neziskových organizací. Vnímám to jako výzvu nejen pro nás, zástupce neziskových organizací. V nadcházejících letech také vystoupí do popředí téma všeobecně dostupných potřebných sociálních služeb, vzdělávání jejich pracovníků, nebo práce s veřejností nad tabuizovanými tématy.



Monika Granja
ředitelka VDV – Nadace Olgy Havlové

Řada neziskovek, a Nadace Via není výjimkou, se v posledních letech snaží lépe porozumět dopadům své práce. Stoupají i nároky dárců – a to je dobře. Mnohem častěji se setkáváme s tím, že dárci uvažují v dlouhodobějším horizontu a strategičtěji. Chtějí lépe rozumět dopadům darů, které do dobročinných projektů investují. Filantropie už v Česku zapustila kořeny a řada byznysmenů, firem i obyčejných lidí považuje darování za samozřejmost. Tématem pro další roky už tak není jen „darovat“, ale „darovat dobře“.



Jiří Bárta
ředitel Nadace Via

5 VĚCÍ, KTERÉ BYSTE MĚLI VĚDĚT, NEŽ SE VRHNETE NA CSR



Možná zvažujete, že byste se pustili do vod společenské odpovědnosti a začali podporovat některý z neziskových projektů. Jak ale začít? Kterou oblast si vybrat? Jak nastavit formu podpory, aby spolupráce fungovala?

Myšlenka stát se společensky odpovědnou firmou rozhodně není od věci. Řeší ji hojně malé lokální firmy, ale i velké korporace. Budete prospěšní a zároveň svou firmu nebo značku poměrně efektivně vyprofilujete na veřejnosti. CSR je totiž v dnešní době považována také za zajímavý nástroj marketingové komunikace. Co všechno je dobré si promyslet, než se do toho pustíte?

1. Podporujte, co je vám blízké

Oblastí, které můžete podpořit, je mnoho. Jen na NGO Marketu letos vystavuje na 220 subjektů. Volte proto taková témata, která budou co nejvíce v souladu s činností vaší společnosti. Budete tak lépe zapamatovatelní. Například ŠKODA AUTO dlouhodobě podporuje mimo jiné bezpečnost silničního provozu, vzdělávací organizace Czechitas zase s Microsoftem učí v rámci projektu Akademie programování děti programovat.

2. Vybírejte tam, kde není obsazeno

Vyberte si to, na co se zapomíná. Vaše pomoc tak nejen padne na úrodnou půdu, ale také se snadno vymezíte vůči konkurenci. Výborným příkladem je například Nadační fond J&T, který se rozhodl podporovat náhradní rodinnou péči. Společnost KEYNOTE se zase zabývá podporou seniorů, kteří mnohdy také zůstávají stranou pozornosti.

3. Buďte lokální

Pro své aktivity najdete podporu snáze, pokud se zaměříte na svůj region a budete pracovat s místní sounáležitostí. Zkuste se zamyslet nad podporou některého z lokálních projektů. Pro velké společnosti platí totéž v celorepublikovém kontextu. Veřejnost, včetně případných donorů totiž lépe vnímá věci, které jsou jí geograficky blízké. Rodinnému pivovaru Bernard se to v Humpolci a okolí daří na jedničku.

4. Dělejte to jinak

Zkuste něco kreativního, třeba s pomocí moderních technologií. Lépe se dostanete do povědomí a zvýšíte své šance na získání příznivců. Ty pak do projektu aktivně zapojte – marketingový tah k nezaplacení! Skvělou službu provedou aplikace, které těžší dobro z počtu ušlých kroků nebo uběhnutých kilometrů. Nápad s kbelíkem studené vody, který obletěl svět, netřeba představovat. U nás je však takových kampaní stále pomálu a na svůj boom teprve čekají.

5. Stanovte si cíl

Promyslete, s čím do neziskové oblasti vstupujete, co od toho očekáváte a stanovte si skutečné a měřitelné cíle. Vědět, za čím jdete, je důležité, abyste udrželi směr. První výsledky posílí smysl vašich aktivit a pomůžou například s motivací vašich zaměstnanců, aby měli chuť se zapojit.

Roman Pacvoň
koordinátor PR a médií
Nadace Forum 2000



A poslední rada na závěr – volte také srdcem. Protože věc, pro kterou se dokážete nadchnout, vám přirozeně bude dávat smysl. Pro CSR to platí dvojnásob. Třeba si ten „váš neziskový projekt“ najdete na NGO Marketu. Je z čeho vybírat!

KLASICKÉ BENEFICE UŽ JSOU PASSÉ

ROZHOVOR



Jak se dostat na obrazovky? Hlavním mediálním partnerem NGO Marketu je opět Česká televize. A ne náhodou, k neziskovým projektům je to prostě táhne. Podle čeho se rozhodují, koho podpoří? Tisková mluvčí a vedoucí komunikace ČT Alžběta Plívová prozradila, proč v televizi musí hledat nové cesty a čím je opravdu zaujmete.

Jaký z charitativních projektů, které ČT podporuje, vás v poslední době nejvíce zaujal?

To neřeknu. Ne že bych nechtěla, ale prostě to říct nelze. ČT se věnuje velkým i malým projektům, tradičním i inovativním, osvětovým i těm ryze fundraisingovým. Osobně mě zaujme v podstatě cokoli, co funguje. Považuji neziskový sektor za extrémně důležitou součást společnosti, která neustále obnovuje náš hodnotový

system. Připomíná věci, na které je často pohodlnější nemyslet. Z části znepokojuje – a to je hrozně užitečné. Bavi mě, že v dnešní době se klidně může rozhodnout parta pár lidí, že chce třeba zvýšit povědomí o kožních onemocněních, a díky současným možnostem jejich snaha může mít reálný efekt.

Co musí mít projekt, aby jej ČT podpořila? Podle čeho vybíráte?

Dostáváme obrovské množství žádostí, ale nemůžeme bohužel pomoci všem, leckdy rozhodne to, že se kampaň do vysílání prostě nevejde. Na procesu výběru se podílí hodně lidí, každý posuzuje trochu jiný parametr. Základem je vždy kvalita kampaně – efektivita pomoci či osvěty, dobré fungování celé organizace, promyšlená strategie. Když „darujeme“ vysílací prostor, chceme, aby byl využit co nejlépe. Není to žádná věda. Stojíme o to samé, co autoři kampaní – aby projekty oslovily co nejvíc diváků a měly skutečný společenský dopad.

Používá ČT v podpoře neziskového sektoru nějak inovativní postupy? Nové formáty?

Vysílání nelze donekonečna nafukovat, a tak pořád hledáme nové cesty. Povedlo se nám dostat neziskové spoty i na internet – před iVysílání. Začali jsme také intenzivněji pracovat s jednotlivými redakcemi a dramaturgy. Veřejně prospěšné projekty tak dostávají daleko větší prostor i ve standardních pořadech. Přišli jsme také s adopcí pořadů – divácky úspěšný formát, jako jsou třeba Zázraky přírody nebo StarDance, propojíme s konkrétní neziskovkou. Je to náhrada za klasické benefice, které už v televizi moc nefungují – stále hůře se motivují diváci k podpoře formou DMS. Adopce je jednodušší, levnější a efektivnější. Z toho máme fakt radost!

otázky: **Redakce**

**Měníme se, ale zůstáváme stejní –
– pořád máme něco nového!**

**NADACE
NEZISKOVKY.CZ**

**GRANTOVÝ
DIÁŘ**

Zrovna teď spouštíme grantový diář.

Chytrý nástroj pro neziskovky. Sleduje pro vás aktuální grantové a dotační výzvy. Všechny granty, které vás zajímají – přehledně na jednom místě www.grantovydiar.cz

JSME FIRMA JAKO KAŽDÁ JINÁ, ZA NAŠE AJŤAČKY CHTĚJÍ FIRMY PLATIT



Dita Příkrylová si vždycky myslela, že IT je i pro holky. Věří tomu pořád a díky jejím Czechitas se šíří myšlenka mezi ajťačky jako mexická vlna. Proč jsou tak úspěšné? Čtete, jak se vypořádala s raketovým růstem své neziskovky, na čem to všechno stojí a taky čím se platí za úspěch.

Proč Czechitas uspěly? Co děláte jinak?

Nemáme recept na štěstí, ale pár ingrediencí, které spolu prostě dobře fungují.

Nejhodnotnější je jasná a ambiciózní vize, která ale není alibistická. Náš žene touha řešit společenský problém nedostatku žen v IT a nízké IT gramotnosti u žen. Řešení jsme postavily jako „produkt“, klasicky ohodnocený v tržních cenách. Jinými slovy, za naše absolventky, nové talenty v IT, jsou firmy ochotny platit. Takže naše organizace začíná být nezávislá a škálovatelná. Důležitý je taky dobrý tým. Různé osobnosti, které dávají do své práce hlavu i srdce, mají pochopení pro neziskový sektor i pro byznys. A taky naše kultura – emoční identita naší organizace nás prodává dál.

Vaše vlastní cesta začala v mezinárodní konzultační firmě. Co jste se tam naučila?

Velice rychle jsem si v korporaci uvědomila, že nedokážu sedět na místě. Neumím čekat na výsledek, nedokážu věci dělat podle předem připravených postupů bez možnosti jejich optimalizace. Miluju, když se věci hýbou. Zkušenost z firmy jsem si uvědomila ve chvíli, kdy jsme začínaly jednat s velkými hráči na trhu, jako je Microsoft, Konica Minolta, Google, Avast apod. Moc

mi pomohlo, že jsem chápala, jak probíhají interní procesy. Naučila jsem se být trpělivá.

Czechitas vznikaly jako bokovka, kdy se to přehouplo v práci na plný úvazek?

Riziko spojené se založením organizace a vstup do podnikání jsem podstoupila ve chvíli, kdy mi tahle bokovka začala v kalendáři zaplňovat místo pro mou hlavní práci. Ve firmě jsem nejdřív dostala neplacené volno – na chvíli, pak na delší. Postupně jsem snižovala úvazek, až jsem se vrhla do Czechitas naplno. Věřila jsem tomu. Věřila jsem, že jednou dokážeme zaplatit lidi a otevřít si vlastní kancelář.

„S úspěchem nám roste sebevědomí, ale hlavně zodpovědnost. Lidi nám věří.“

Kdy jste si řekla, že se vám daří úspěšně růst?

Když jsem viděla, že se moje předtuchy vyplňují. S prvním zaměstnaným člověkem, s prvním větším projektem nad milion korun. Dnes jsme schopny alespoň drobně zaplatit i lektory a dobrovolníky

a financovat chod celé organizace. Troufily jsme si do zahraničí, na další cílové skupiny ve vzdělávání, na větší a větší hráče na IT trhu. S úspěchem nám roste sebevědomí, ale hlavně zodpovědnost. Zodpovědnost za naplnění naší vize. Lidi nám věří.

Proč jsou Czechitas neziskovka? V úvahu by určitě přicházela i vzdělávací nebo konzultační společnost, růst pod silným byznys partnerem.

Czechitas je nezávislá platforma. Neváže se k žádné konkrétní technologii ani k technologickému partnerovi. Chci, aby to tak zůstalo, abychom si vždycky mohly určit, co chceme. Abychom mohly rychle reagovat na změny na trhu IT i vzdělávání. Jako neziskovka chceme zisk investovat do osvěty a dalších aktivit, které zvětšují komunitu v ČR i za hranicemi. Jinak jsme firma jako každá jiná.

Jako jedny z mála v Evropě jste uspěly v grantovém řízení Google na svůj další rozvoj a chcete expandovat do zahraničí. Co pro to ještě budete muset udělat?

Grant od Google.org jsme získaly na vytvoření a realizaci našeho prvního tříměsíčního kurzu datové analytiky, který ženy bez předchozích zkušeností připraví na kariéru v IT. V březnu nám skončil první běh v Praze, 15. 5. startujeme v Brně. Do dvou let chceme Digitálních akademií vyrobit deset. Není to jednoduché, snažíme se vytvořit úplně nový koncept, který



Kdo je Dita Prikrylová?



- Založila neziskovou organizaci Czechitas, která vzdělává a inspiruje ženy v IT.
- Sama informatiku vystudovala, později pracovala jako IT risk konzultant a datový analytik v Ernst & Young.
- S Czechitas získala ocenění Social Impact Award 2015, jako jediná organizace střední a východní Evropy obdržely Local Love Grant od Google.org.
- V ústavu 6D Academy se věnuje digitálnímu vzdělávání vrcholového managementu, v Akademii programování zase učitelům a dětem.
- Patří mezi inovátory NewEurope100 podle Visegrad Fund a Financial Times. Je držitelkou ceny European Citizen Prize.
- V roce 2016 se usadila v žebříčku „30 pod 30“ a také mezi 75 nejvlivnějšími ženami ČR podle Forbes.
- Letos byla zařazena mezi 25 TOP žen v Hospodářských novinách a získala cenu Community Service Award v Texasu od SXSW.com.

propojuje firmy z praxe se studenty. Než bude taková Akademie perfektní, musíme se toho ještě hodně naučit. Potřebujeme získat víc odborníků na vzdělávání. Expanze do zahraničí stojí na finanční podpoře zahraničních partnerů a zapálených tamních lidech. Musíme vybudovat lokální týmy, které zvládnou Czechitas vést. Teď se o to snažíme v Německu.

Czechitas dost staví na expertním dobrovolnictví lektorů, jak se v tomhle vyvíjíte?

Dobrovolnictví lektorů a koučů je stále základním stavebním kamenem organizace.

Musíme si ale už vybírat kvalitní lidi, co mají nejen znalosti, ale umí je taky předávat dál. Musí zároveň sdílet naši vizi a hodnoty. Nově se snažíme zapojovat lektory z organizací, se kterými spolupracujeme na bázi ročního partnerství. Už si vybíráme jen firmy, které se aktivně podílejí na výuce a prezentují svou kulturu. Propojování absolventek do firem je pak přirozenější.

Každý nový projekt během vývoje zaběhne do slepé uličky – jak to máte vy?

Chyby jsou základním předpokladem úspěchu. Nejvíce se toho na nich totiž naučíte. Ve výsledku nejde vůbec o chyby,

ale o ponaučení, která si z nich vezmete. Je důležité nebát se zkoušet věci! Když to nefunguje podle plánu, vraťte se prostě zpátky a zkuste to jinak. Žádná inovace nikdy nevznikla z ničeho jen tak na místě – kontinuálním zlepšováním ze svíčky žárovku prostě nevyrobíte

Děkujeme za rozhovor!

otázky: **Redakce**

(NE)STÁRNEME! PROJEKT O TÉMATU, NA KTERÉ SE ČASTO ZAPOMÍNÁ

Stárnutí populace je celosvětovým fenoménem, se kterým se potýkají zejména ekonomicky vyspělé země. Například Evropané se nikdy nedoživali vyššího věku. Zároveň s tím se ale v Evropě rodí stále méně dětí. V důsledku toho se velmi brzy zvýší podíl Evropanů v důchodovém věku. Kolem roku 2060 budou připadat na jednoho člověka staršího 65 let pouze dva pracující. Z dlouhodobého hlediska se jedná o problém, který může mít výrazně negativní celospolečenské dopady.

Projekt (ne)stárneme! se snaží poukázat na tyto problémy, rozproudí o nich konstruktivní debatu a napomocí k vytvoření takových podmínek, kdy demografické změny budou využity ve prospěch společnosti. Projekt je společnou iniciativou neziskové organizace Centrum aktivního stárnutí a společnosti KEYNOTE.

Zatím nejvýznamnější akcí projektu byla mezinárodní konference Stárnutí populace: výzvy a příležitosti, která se uskutečnila 3.–4. února 2017 v Praze s cílem zvýšit povědomí o problematice stárnutí a vytvořit platformu sdružující zájmové skupiny, které se zabývají problematikou ve střední Evropě. Na konferenci mimo jiné vystoupili finský profesor Juhani Ilmarinen, uznávaný odborník na age management,

prof. Jan Holčík, expert na sociální lékařství, nebo Dr. Alexandre Sidorenko, bývalý vedoucí programu OSN zaměřeného na stárnutí populace. Váženým hostem byla ministryně práce a sociálních věcí Michaela Marksová, která poskytla konferenci záštitu.

Během konference byla firmě Gumotex předána cena za chytrý a inovativní přístup k age managementu na pracovišti. Zástupce oceněné firmy převzal cenu z rukou Taťány Gregor Kuchařové, předsedkyně správní rady Nadace Taťány Kuchařové – Krása pomoci. Problematice stárnutí a demografických změn se bude projekt (ne)stárneme! i nadále věnovat.

Martin Špáta
Keynote

CESTA PROTI PŘEDSUDKŮM? OBUJTE POHORY



V Nadačním fondu J&T si vybrali cestu dost trnitou. Téma pěstounské péče, kterému se dlouhodobě věnují, je totiž opředen mnoha mýty a předsudky. Že šířit povědomí o roli pěstounů v české společnosti není žádný med, vysvětluje v následujícím rozhovoru ředitelka Marie Oktábcová.



Hlavním posláním Nadačního fondu J&T je podpora pěstounské péče. Proč jste si vybrali zrovna tuto oblast?

Poslání nadačního fondu je širší, našimi tématy jsou obecně domov a rodina, ale máte pravdu, že podpora pěstounské péče je jedním z těch hlavních. Chceme, aby děti mohly vyrůstat v rodině, a pokud to ze závažných důvodů nejde v té původní, tak by měly být v rodině náhradní. Víme, že dětství je důležitá součást života člověka. Pokud dítě není milováno, nemá „své“ lidi, nenaučí se, že svět je dobré a bezpečné místo k životu, tak si následky nese většinou celý život.

S podporou pěstounské péče jste začali už v roce 2004. Jak se vám na dosavadní cestě šlape?

Máme už velký kus za sebou, ale do cíle je ještě daleko – momentálně to vypadá na náročný terén a pohory. Pozitivní je, že počet pěstounů roste. Počet dětí umístovaných do náhradních rodin (oproti ústavům) také. V roce 2013 vešla v platnost novela zákona SPOD, která posílila institut

pěstounské péče na přechodnou dobu, zavedla nárok na služby pro pěstouny aj.

Jakým způsobem k pozitivním změnám přispíváte?

Před novelou jsme například iniciovali kampaň Odsouzení. cz, kdy jsme upozorňovali na nevyhovující systém péče o ohrožené děti. V současné době šíříme edukačně-náborovou kampaň Hledáme rodiče. Víme, že děti patří do rodiny. Proto oslovujeme vhodné zájemce o náhradní rodinnou péči, vysvětlujeme rozdíly mezi osvojením a pěstounskou péčí. Být pěstounem je záslužné a náročné poslání. Lidé, kteří se rozhodli darovat lásku a porozumění, si zaslouží náš respekt.

„Nejvíce prostředků z veřejných zdrojů jde do ústavů, do prevence minimum. Což je paradox.“

Výsledky se zdají pozitivní, proč ty pohory?

Bohužel se stále nedaří sjednotit systém, který se zabývá ohroženými dětmi. Velkým problémem je nedostatečná pomoc a podpora rodin s dětmi, tak aby děti z rodin

nemusely vůbec odejít nebo být odebrány. Chybí ambulantní služby, terénní sociální pracovníci... Malé děti stále končí v ústavních zařízeních, ačkoliv víme, že právě pro ně je pobyt v institucích zcela nevhodný. Systém péče o ohrožené děti je roztržštěný (minimálně MPSV, MŠMT, MZ), z hlediska financování špatně nastaven. Nejvíce prostředků z veřejných zdrojů jde do ústavů, do prevence minimum. Což je paradox.

Od počátku musíte bojovat s předsudky společnosti vůči pěstounské péči, které jsou podpořené také silnou pozicí dětské ústavní péče v České republice. Změnilo se v tomto ohledu něco za posledních šest let?

Ve společnosti je stále řada mýtů a předsudků, proto i v rámci kampaně Hledáme rodiče ukazujeme příklady dobré praxe. Zprostředkováváme příběhy pěstounských rodin. Všem rodinám, které se rozhodnou jít s kůží na trh, děkujeme! Není lehké vyvracet neustále nějaké nepravdy či polopравdy. Nejčastější iluze je ta, že se pěstouni starají o děti pro peníze. Představte si, mít každý den 24 hodinovou službu za 8000 korun hrubého měsíčně. Myslím, že jsou snadnější způsoby, jak si vydělat.

A co říkají partneři, donoři a veřejnost na téma pěstounské péče? Změnil se jejich přístup?

Naši partneři a donoři reagují stále dobře! Tak nevím, asi máme ty osvěcené, kteří si uvědomují, že děti mají být v rodině, nikoli v ústavu. Jinak jsme vděční za každého, komu není téma lhostejné – podpořit naši práci každý může finančním příspěvkem, službou nebo nákupem předmětů z našeho e-shopu – výtěžek jde právě na podporu pěstounské péče.

Děkujeme za rozhovor!

otázky: Redakce

**HLEDÁME
RODIČE.cz**

NEZISKOVKA V KOMERČNÍM SVĚTĚ? ZAMĚŘTE SE NA ZÁKAZNÍKA



Maturus dělá skvělou grafiku a trénuje v ní ostatní. Za jejich výsledky stojí kreativní lidi s handicapem. Když zjistili, že závislost na grantech není ta správná cesta, odvážně vyrazili jinudy – směrem za finanční nezávislostí. Proč je kritické umět říct, kdo jste a co děláte? A co sami museli změnit, aby se dokázali podívat na svět byznysovými očima?

Do vínků dostal Maturus startovací finanční podporu Nadace Jedličkova ústavu, která ho v roce 2010 založila, a její agendu novoročenek. Provozní náklady pokryly v prvních letech státní příspěvky, evropské fondy, firemní granty, dary, dále výtěžky z prodeje grafiky. Od začátku ale bylo zřejmé, že z nejistých grantů nelze žít napořád. V Maturu se rozhodli postavit na vlastní nohy – vykročit z čistě neziskových vod a vydat se do byznysu. I přesto, že řada jejich zákazníků jsou neziskovky.

„Vedle našeho zaměření na spokojeného zaměstnance – tedy naši cílovou skupinu – jsme se začali více orientovat i na spokojeného zákazníka. Protože jenom ten se vrátí a dá nám opět práci,“ vysvětluje Jitka Čechová, ředitelka Maturu. Co na tom bylo nejtěžší? „Získat důvěru. Zbavit potenciálního zadavatele práce předsudků a obav. Při kontaktu s velkým firmami jsme naráželi na jejich špatnou zkušenost se spolehlivostí neziskovek. Ta se týkala hlavně složité komunikace, nedodržování termínů a špatné kvality služeb. Když se nám podařilo firmu ujistit, že vše proběhne profesionálně, byla naše veřejně prospěšná činnost už jen skvělým bonusem,“ dodává.

„Obecně platí, že neziskovka by měla mít jasně formulované poslání a vize. A je jedno, zda komunikuje s firmou jako potenciálním zákazníkem, nebo dárcem“

Na cestě k soběstačnosti

Komunikace s komerčním světem znamená naučit se používat „jejich jazyk“. Dokázat výsledek činnosti vyhodnocovat, kvantifikovat. Obecně platí, že neziskovka by měla mít jasně formulované poslání a vize. A je jedno, zda komunikuje s firmou jako potenciálním zákazníkem, nebo dárcem. Vyplatí se občas se zastavit a rekapitulovat. Proč jste tady, co děláte a kam kráčíte. A co jste schopni a ochotni pro to udělat. „Získali jsme vyšší sebevědomí. I když máme různé handicap, můžeme svou práci měnit svět. Smyslem firmy je generovat zisk. My chceme ukázat, že práce lidí s postižením může být stejně kvalitní jako práce tzv. zdravých,“ uzavírá Jitka Čechová nadšeně. A jak to máte vy?

—
Jitka Čechová
ředitelka, Maturus, o. p. s.

JAKOU ROLI HRAJE BYZNYS V PODPOŘE NEZISKOVEK A ROZVOJI UDRŽITELNOSTI?

ANKETA

Partnerství napříč sektory je pro udržitelný rozvoj klíčové. Shoduje se na tom i OSN a do nových Cílů udržitelného rozvoje poprvé ve velkém zapojuje i soukromý sektor. Ač se tato spolupráce často redukuje na financování, potenciál je mnohem větší. Poradenství, společné projekty nebo lokalizace globálních politik udržitelnosti – nezisk má byznysu co nabídnout. Na příkladech z Česka i světa čím dál častěji vidíme, že si to firmy uvědomují a neziskové organizace jsou jim v jejich udržitelných aktivitách důležitým partnerem.



—
Markéta Šetinová
Business Development Manager,
Asociace společenské
odpovědnosti

V čem je tato spolupráce přínosná pro neziskovky, je asi jasné: umožňuje jim naplňovat jejich poslání, pokud jde o spolupráci dlouhodobou, dává jim prostor pro rozvoj. Nejedná se ale o jednostrannou záležitost. Firmám, pokud s neziskovým sektorem spolupracují smysluplně, pomáhá tato spolupráce zdůraznit hodnoty, na kterých stojí jejich firemní filozofie nebo značka, dotvářet a upevňovat firemní kulturu nebo nabídnout zajímavou přidanou hodnotu svým zaměstnancům, klientům nebo zákazníkům.



—
Lukáš Novák
předseda správní rady
Nadace Maturus.cz

VZDĚLÁVÁNÍ JE KLÍČEM K ÚSPĚCHU KAŽDÉ SPOLEČNOSTI



Jaký vztah má k neziskovému sektoru největší průmyslový podnik v České republice? Jde to dohromady? ŠKODA AUTO, a. s. se stala jedním z partnerů letošního NGO Marketu a hrdě se k neziskovkám hlásí. Co pro ně znamená společenská odpovědnost a o co se snaží ve společnosti? Ptali jsme se Michala Kadery, vedoucího vnějších vztahů ŠKODA AUTO, a. s.

Jak vybíráte oblast, do které směřujete vaši podporu?

V rámci naší strategie společenské odpovědnosti máme čtyři hlavní priority, kterými jsou dopravní bezpečnost, technické vzdělávání, bezbariérová mobilita a péče o děti. Navíc se věnujeme také dvěma regionálním prioritám, tedy péči o zaměstnance a podpoře regionů. Snažíme se propagovat strategickou společenskou odpovědnost – princip, kdy naše aktivity přímo souvisí s naším „core businessem“, vycházejí ze stanovených priorit, naplňují sociální i ekonomický benefit a mají hmatatelný dopad. Bez strategického řízení by aktivity ztrácely význam a podpora by byla roztržštěná.

Co musí mít neziskový projekt, abyste jej mohli podpořit?

V našem případě si klíčové projekty vytváříme nebo hledáme sami. Musí zapadat do priorit naší strategie, mít hlubší dopad a potenciál

růstu. V rámci grantových schémat ale také ročně finančně podporujeme desítky projektů municipalit, škol, neziskových organizací nebo zaměstnanců.

„Spolupracujeme s desítkami mateřských, základních, středních a vysokých škol s cílem zvýšit zájem o technické vzdělávání a jeho kvalitu.“

Z jakých oblastí k vám přichází největší počet žádostí o podporu?

V rámci grantových projektů nám největší počet žádostí přichází do programu „Tady jsem doma“, ve kterém jsou podporovány projekty kulturní, komunitní, ale i sportovní. Jedná se o logickou linku mezi naším působením v regionech a potřebami těchto regionů. Mimo to se setkáváme třeba

s řadou žádostí na podporu technického vzdělávání a pomoc znevýhodněným.

Soustřeďujete se také na vzdělávací aktivity. Proč a s jakým výsledkem?

Jsmo přesvědčeni, že vzdělávání je klíčem k úspěchu každé společnosti. Proto realizujeme řadu projektů zaměřených právě na vzdělávání, zejména to technické. Již 90 let provozujeme vlastní střední odborné učiliště a od roku 2000 také vlastní vysokou školu. Krom toho jsme se před lety vrhli do podpory rozvoje učitelů základních škol prostřednictvím projektu „Věda má budoucnost“. Spolupracujeme s desítkami mateřských, základních, středních a vysokých škol s cílem zvýšit zájem o technické vzdělávání a jeho kvalitu.

Co jste schopni školám nabídnout?

Co se týče mateřských škol, jde například o projekt „Mladí designéři“ podporující tvořivost dětí, v případě základních škol pomáháme s materiálním vybavením a s rozvojem učitelů. Středním odborným školám nabízíme studentské praxe nebo materiální vybavení, z vysokých škol jde o mix odborných pracovních stáží, vedení diplomových prací nebo i spolupráci v oblasti výzkumu. Výše zmíněnými grantovými programy pak motivujeme samotné školy k vymýšlení zajímavých projektů.

Děkujeme za rozhovor!

otázky: **Redakce**



CESTA ÚSPĚŠNÉ NEZISKOVÉ ORGANIZACE ZNÁTE SVOJE LIDI?



Za každou aktivitou neziskové organizace hledej člověka – tak by se dalo shrnout to nejdůležitější na cestě k úspěšné neziskové organizaci. Bez lidí a řádné péče o ně totiž nikdy stabilní organizaci nepostavíte. Víte, kdo jsou vaši lidé a co pro sebe můžete udělat?

1. Zapojte správní a dozorčí orgány

Každá nezisková organizace má své správní a dozorčí orgány. Přemýšlejte o tom, jak vám tito lidé mohou svou expertizou pomoci k růstu organizace a jejímu rozvoji. Působí ve svých firmách? Otevřete si s nimi cestu k firemním dárcům. Využijte pro-bono expertizy jejich kolegů, od marketingu, přes finanční řízení, až po právo. Přemýšlejte společně nad aktivitami nad rámec povinností ze stanov – oddanější dobrovolníky nenajdete, využijte této příležitosti pro organizaci.

2. Investujte do týmu maximum

Vaši lidé jsou základ. Kolik ale investujete do jejich motivace, růstu, rozvoje a také odpočinku? Odchod zkušených lidí a jejich nahrazování novými není jen o ztrátě know-how, ale také o nutné investici do nalezení a zapojení jejich nástupců. Investujte do lidí! Do jejich osobního rozvoje, do posílení jejich role v organizaci. Podporujte jejich inovativnost a motivaci, ptejte se jich na názor, naslouchejte jim. Nechte je růst s organizací a organizaci s nimi.

3. Najděte si své dobrovolníky

Dobrovolníci nejsou zadarmo! Dávají vám svůj čas, vy do nich na oplátku musíte investovat své kapacity, případně i finanční prostředky. Ty se vám ale mnohonásobně vrátí při kvalitním managementu a dobrovolnické strategii. Řeč není jen o manuálním dobrovolnictví, ale i o krátkodobém a dlouhodobém expertním dobrovolnictví,

českých i zahraničních stáží. Je kapacita vašeho týmu nedostatečná? Rozhlédněte se kolem sebe – lidé vám rádi dají svůj čas, když je dokážete oslovit! Buďte vždy připraveni s nabídkou, musíte vědět, co potřebujete.

4. Budujte silné vztahy s podporovateli

Nezáleží na tom, jestli vás podporují individuální malí dárci, velcí individuální donoři, nebo instituce – základem úspěchu je umět si s nimi vybudovat kvalitní dlouhodobé vztahy. Být transparentní, otevření, proaktivní. Jedině tak dosáhne vaše organizace na stabilní finanční zázemí, se kterým už dokáže překonat ledajaké krize.

—
Libor Marek

zástupce ředitele, Nadace Neziskovky.cz

CO BYLO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ NA VAŠÍ CESTĚ ZA ÚSPĚCHEM?

ANKETA

Vyplácí se riskovat. Jít si svou vlastní cestou a dělat věci jinak. Nikdy neděláme to, co už udělal někdo před námi. Před lety jsme na naší cestě uskutečnili velký krok. Opustili jistotu zaměstnání. Jen garáž, stolek, telefon, notebook. Neměli jsme nic než vízi a nadšení. Dnes za námi stojí společnosti jako ČEZ, Metrostav, Preciosa, Lenovo, Česká pojišťovna. Můžeme dělat projekty pro stovky lidí a rozdávat zážitky a radost. Pokud ráno otevřete oči a těšíte se, co přinese nový den, je to správná cesta. Musíte to milovat!



—
Tomáš Pchálek

média a marketing, Cesta za snem, z. s.

Za pět let, co jsme tu, se nám podařilo získat přes tři sta příznivců, kteří nám pomáhají zdolávat různá úskalí. A to nejen při realizaci našich projektů, zvláště jednáních na úřadech, ale i v terénu. Ti jsou pro nás to nejdůležitější! Všem, kteří nás v činnosti podporují, proto moc děkujeme. Jsme rádi, že i drobné neúspěchy na „naší cestě“ nás i naše příznivce neodradily. A tak po ní můžeme, všichni bez rozdílu, kráčet dál a tuto stále nedocenenou barokní památku si užívat. Za pár let s ní oslavíme tři sta let!



—
Kateřina Pařízková

předsedkyně spolku, Poutní cesta Háječek, z. s.

Naše cesta začala tam, kde si přejeme, aby také končila. Doma. Několik přátel se v obývacím pokoji nad konvicí čaje odhodlalo k pár krokům, aby pomohli lepší péči o umírající lidi v naší zemi. Nešlo by to bez sponzorů, dárců a všech těch, kterým téma není lhostejné. Z původních tří zaměstnanců je nás teď víc než šedesát! Není to vždy jednoduché, ale neztrácíme odhodlání. To, že těžce nemocné děti a dospělí mohou umírat doma s péčí, kterou potřebují, je pro nás ten největší úspěch!



—
Jakub Peřina

webový redaktor, Cesta domů, z. ú.

Děkujeme partnerům NGO Marketu 2017.

Hlavní partneři Nadace Forum 2000

Jyllands-Posten



Partneři

**FORUM
KARLÍN**



**Městská část
Praha 8**



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



NADAČNÍ FOND
RODINY ORLICKÝCH



Taipei Economic and Cultural Office, Prague

CSR partneři



**ČESKÁ
SPORITELNA**



**Nadace
Depositum
Bonum**

EUROCENTRA



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**



MAPOTIC

Nadace O₂



**Evropa
pro občany**

Úřad vlády České republiky



Hlavní mediální partner



Mediální partneři



PROPAMÁTKY
INTERNETOVÝ PORTÁL



RESPEKT