

SÍLA KOMUNITY: ROLE INDIVIDUÁLNÍHO DÁRCOVSTVÍ V OCHRANĚ PŘÍRODY

LUCIE HOŠKOVÁ

Mgr. LUCIE HOŠKOVÁ

V České společnosti ornitologické pracuje od roku 2002, od roku 2012 jako její první profesionální fundraiserka. Za 10 let vybudovala několikatisícovou dárcovskou komunitu i malý fundraisingový team. V současnosti zde působí také jako zástupkyně ředitele a vedoucí oddělení práce s veřejností, což odpovídá i jejímu zájmu o integrování fundraisingu do další činnosti organizace. Profesně ji nejvíce zajímá vztahový fundraising, tedy navazování vztahů se členy a dárci ČSO jejich další prohlubování.

Individuální dárcovství je v české ochraně přírody stále spíše doplňkovým zdrojem financování, přestože jeho význam nepochybně roste a například pro některé nevládní neziskové organizace je i zcela zásadní. V zahraničí se s využitím dárcovství pro ochranu přírody setkáváme mnohem častěji, a to dokonce i mimo nevládní sektor. Fundraisingové kampaně na ochranářské a výzkumné projekty tam kromě neziskových organizací pořádají i univerzity a jiné výzkumné organizace, muzea, zoologické nebo botanické zahrady. Asi nepřekvapí, že nejvíce příkladů takových institucí nalezneme v anglosaském světě – za všechny mohou jmenovat např. Natural History Museum a Royal Botanic Gardens ve Velké Británii nebo

Cornell Lab for Ornithology ve Spojených státech amerických.

Proto se určitě tímto článkem mohou inspirovat i organizace mimo neziskový sektor, i když právě jemu se budeme na následujících řádcích převážně věnovat. Příklady individuálního fundraisingu na ochranu přírody mimo neziskový sektor je v Česku totiž výrazně méně, i když i ty existují. Uvést lze například „DMSkovou“ iniciativu Národního parku České Švýcarsko na obnovu populace lososa obecného nebo zoologické zahrady s jejich programy adopce zvířat, ale i fundraisingem na záchranu volně žijících zvířat *in situ* (např. ZOO Praha úspěšně fundraisovala na pomoc volně žijícím zvířatům postiženým požáry v Austrálii; v ZOO Zlín prostřednictvím speciálního vstupného



Dárci ČSO nejčastěji darují na rozvoj ptačích parků (zde ptačí park Kosteliska).
Foto archiv Jihomoravské pobočky ČSO, fotopast.

4Nature můžete rozhodnout, který z programů na ochranu zvířat podpoříte ad.). Jsou to ovšem spíše výjimky. Nicméně i u neziskových organizací, kde je individuální fundraising mnohem více rozšířený, se výrazně liší míra využívání tohoto způsobu financování i schopnosti dary získávat a zejména pak udržovat dárcovskou základnu.

Obecně se většina nevládních organizací v Česku i v zahraničí z hlediska finančních zdrojů dlouhodobě opírá hlavně o granty, dotace, případně o firemní dary. Tento model však přináší značnou nejistotu a omezuje flexibilitu i stabilitu organizace. Individuální fundraising jako důležitá součást multizdrojového financování proto představuje klíčovou cestu k finanční stabilitě a nezávislosti, i když se stále potýká s řadou bariér. Přesto máme v Česku mnoho příkladů environmentálních nevládek, které mají s individuálním fundraisingem hluboké zkušenosti a je pro ně důležitým zdrojem příjmů. Například Green, peace financuje svoji činnost pouze z darů, Hnutí Duha má vytvořenou stabilní základnu trvalých dárců, o aktivitách České společnosti ornitologické, kde třináctým rokem vedu fundraising, budu podrobněji psát dále. Dárci přispívají České krajině na obnovu přírody pomocí pastvy velkých

kopytníků, Arnice na péči o stromy nebo na boj proti toxickým látkám okolo nás, ČSOP na programy Místo pro přírodu či Zvíře v nouzi, Čmeláku na výkupy pozemků v Novém Pralese. Mezi další organizace využívající individuální fundraising pro ochranu přírody a životního prostředí patří i Hnutí Brontosaurus, Nadace Partnerství nebo nově Člověk v tísni s jeho sbírkou Krajina v tísni a mnoho dalších, bohužel není v možnostech tohoto článku zmínit všechny.

DÁRCOVSTVÍ JE NA VZESTUPU

Hned na začátek uvedme velmi dobrou zprávu – individuální dárcovství v Česku dramaticky roste, jak potvrzuje nový výzkum realizovaný společností STEM pro Úřad vlády ČR s podporou Technologické agentury ČR. Analýza dat z daňových přiznání fyzických a právnických osob a dárcovských platform Darujme.cz a Donio.cz ukazuje, že za posledních deset let se objem darovaných prostředků uplatněných v daňových přiznáních téměř ztrojnásobil. Zatímco v roce 2012 činila tato částka 4,4 miliardy Kč, v roce 2022 už dosáhla 12,5 miliardy Kč (fyzické i právnické osoby). Samotné fyzické osoby v roce 2022 darovaly 4,1 miliardy Kč, přičemž reálná částka může dosahovat výše až 10 mld. Kč kvůli

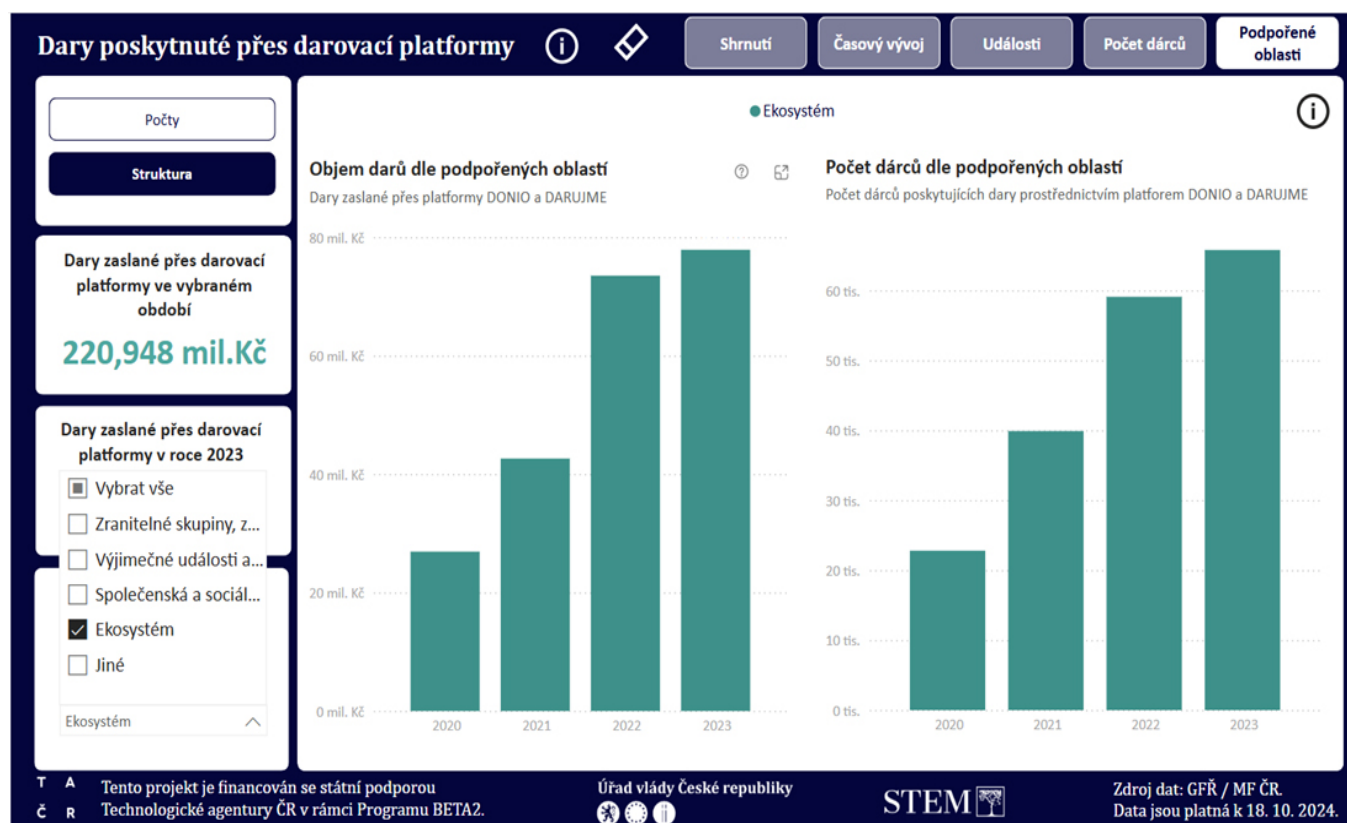
tomu, že data o dvou třetinách fyzických osob, jež podávají daňové přiznání prostřednictvím svého zaměstnavatele, nejsou dostupná.

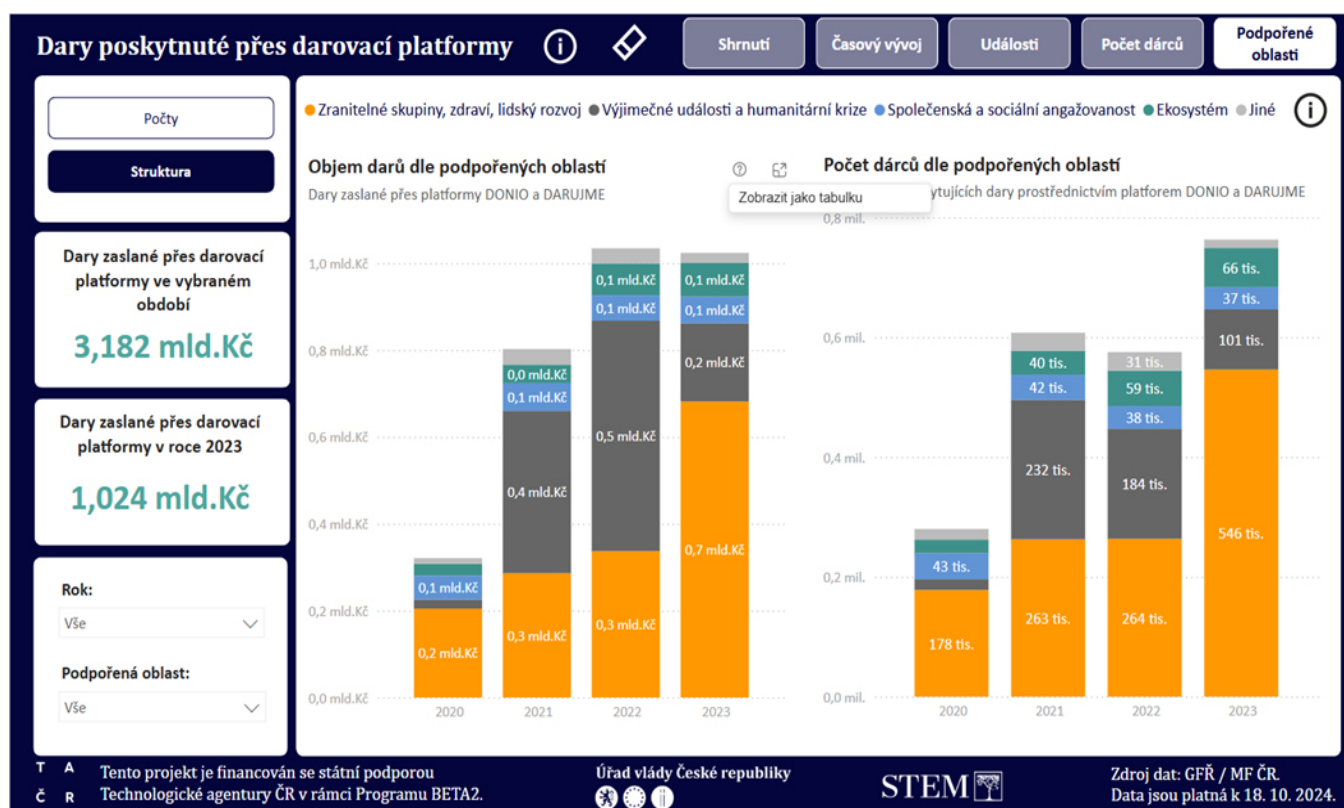
A jak je to tedy s dárcovstvím na ochranu životního prostředí? Určitý vzhled nám mohou poskytnout právě data ze dvou nejpožívanějších dárcovských platform Darujme.cz a Donio.cz.

V roce 2023 věnovalo přes tyto platformy 78 milionů Kč na ochranu zvířat a životního prostředí 66 tisíc dárců. Jedná se sice jen o necelých 8 % z celkových darů (které činily 1,024 mld. Kč), pozitivní ovšem je, že i v tomto sektoru můžeme sledovat nárůst objemu darovaných prostředků. Pro srovnání v roce 2020 věnovalo na ochranu zvířat a životního prostředí přibližně 23 tisíc dárců 27 mil. Kč.

Naprostá většina těchto darů prošla přes platformu Darujme.cz, kterou využívá opravdu mnoho environmentálních neziskovek. Na Donio.cz, i na další dárcovské platformě Znesnáze 21 najdeme zatím pouze několik málo výzev spojených s ochranou přírody a zvířat, příkladem může být např. záchrana zvěře před senosečí, podpora úklidových akcí v přírodě nebo psí útulky.

Tyto on-line platformy významně usnadňují proces darování, což je jeden z rozhodujících faktorů stojících za nárůstem





dárcovství. Poslední dobou přibývá také QR plateb. Mnoho organizací ještě používá i DMS – tedy dárcovské smsky, jejichž velkou nevýhodou je jejich anonymita a tím pádem nemožnost nastavit adekvátní péči o dárce. Ostatně obliba této dříve velmi oblíbené fundraisingové metody dlouhodobě spíše klesá.

PROČ VLASTNĚ ROZVÍJET DÁRCOVSTVÍ, KDYŽ MÁME K DISPOZICI GRANTY A DOTACE?

Nesporná výhoda dotací a grantů jsou často velké objemy peněz (v řádu až milionů či dokonce desítek milionů Kč), které se přes ně dají získat, samozřejmě, pokud umíte „napsat projekt“. Navíc ty „velké“ projekty bývají často víceleté, zajišťují tedy určitou jistotu, kdy organizace může plánovat na delší období. Díky tomu umožňují realizovat i specifické aktivity jako jsou dlouhodobé výzkumy, ochranná opatření, výstavba infrastruktury aj. Nicméně, jak asi každý ví, jsou také spjaté s přísnými pravidly, složitými schvalovacími procesy a velkou administrativní zátěží.

A také, jak můžeme vidět například u našich slovenských sousedů, po změně vládnoucích stran se může (ne)poskytování veřejných financí stát i bičem na nepohodlné nevládní organizace.

Oproti tomu právě individuální fundraising přináší větší nezávislost a flexibilitu.

Dary jednotlivců mohou být využity tam, kde jsou zrovna nejvíce potřeba, a to bez ohledu na právě vypsáná dotační témata. Odpadá zde nutnost předfinancování, naopak individuální dary samy mohou posloužit k předfinancování či spolufinancování projektů, poskytují rychlejší dostupnost financí, což umožňuje organizacím okamžitě reagovat na aktuální výzvy. Pravidelní dárce navíc přinášejí dlouhodobou finanční stabilitu, která pomáhá zmírňovat výkyvy v grantovém financování a usnadňuje plánování.

Největší výhodou individuálního fundraisingu je, z mého pohledu, možnost budování pevných vztahů s podporovateli a vytváření dárcovské komunity, o kterou se organizace může kdykoli opřít. Kromě finanční podpory přinášejí dárce (a u členských organizací samozřejmě i členové) mnoho dalších klíčových výhod, které posilují postavení a dopad „jejich“ neziskovek. Velká a aktivní členská a/nebo dárcovská základna zvyšuje důvěryhodnost organizace a dává jí silnější hlas při jednáních s úřady, politiky či firmami. Počet dárců a podporovatelů je zároveň ukazatelem společenského významu tématu, což může ovlivnit i zájem médií. Mnozí dárce se navíc

zapojují dobrovolnický, pomáhají s organizací akcí, chodí na brigády, šíří osvětu nebo se stávají ambasadory ochrany přírody ve svém okolí. Takto propojená komunita je pro organizaci nejen zdrojem financí, ale i klíčovým nástrojem pro prosazování změn.

V neposlední řadě pak dárcovská podpora a rozvíjející se vztahy s dárce přinášejí další motivaci pro zaměstnance, a to nejen fundraisingu, ale i odborníky věnující se tématům, na které jsou fundraisingové výzvy zaměřené. Mnohokrát jsem od kolegů po úspěšné kampani slyšela, jaká je to zavazující důvěra, kterou rozhodně nechtějí zklamat.

Ze všech těchto důvodů by individuální fundraising měl být součástí portfolia finančních příjmů (nejen) neziskových organizací. Ostatně, velmi dobře se doplňuje s grantovým financováním, kde je většinou potřeba kofinancování a nezářídka i předfinancování celého projektu. Psaní projektů a fundraisingových výzev lze tedy vhodně zkombinovat. Jen pozor na zcela jiný styl formulace textů v případě grantových žádostí a fundraisingových výzev. V ideálním případě by se „psaní projektů“ měli věnovat jiní lidé, než kteří pečují o dárce a organizují dárcovské kampaně. Dárcovské výzvy by měly být mnohem osobnější, víc



Exkurze na vykoupené lokality (zde ptačí park Mnišské louky) jsou pro dárce nejen odměnou, ale především tou nejlepší zpětnou vazbou. Foto Lucie Hošková

„chytat za srdce“ – však je nebudou číst úředníci nebo grantoví posuzovatelé, ale běžní lidé z celého spektra společnosti.

JAK ZAČÍT S INDIVIDUÁLNÍM FUNDRAISINGEM

Organizace, která to myslí s individuálním dárčovstvím vážně, musí nejprve sehnat vhodného fundraisera nebo tuto práci svěřit někomu zevnitř organizace. Dobrý individuální fundraiser by měl být především empatický a měl by umět navazovat a udržovat vztahy s dárči – naslouchat jim, chápat jejich motivace a umět s nimi komunikovat upřímně a s respektem. Důležitá je i schopnost vyprávět příběhy a přenášet emoce tak, aby dárce oslovil a vtáhl jej do tématu. Měl by být zároveň analytický – musí umět sledovat data, vyhodnocovat kampaně a přizpůsobovat strategie na základě výsledků. Hodí se i kreativita při vymýšlení kampaní a samozřejmě trpělivost a vytrvalost, protože budování důvěry trvá, ale vyplácí se. V každém případě musí být organizaci loajální, musí za ni „umět kopat“ a mělo by z něj číset nadšení pro věc.

Dobří fundraiseři jsou stále nedostatkové zboží, ale dobrou zprávou je, že jdou vychovat. Jednak v Česku existuje už několik vysokých škol, které nabízejí studium zaměřené na fundraising, často v kontextu neziskových organizací (např. VŠE, VŠEM nebo FHS). A pak si lze fundraisingové

vzdělání doplnit v rámci speciálních, i dlouhodobých kurzů pořádaných např. Českým centrem fundraisingu, Světem neziskovek nebo Nadací pro rozvoj občanské společnosti. Zajímavé workshopy o on-line fundraisingu pro zapojené organizace pořádá i platforma Darujme.cz.

Individuální fundraising nelze dělat bez kontaktů a čím více jich v organizaci máme, tím lépe. Samozřejmě jsou tím myšleny kontakty na osoby, které mají zájem o naši činnost. Mnoho organizací už více nebo méně kontaktů má (dosavadní členové, dobrovolníci, zákazníci, podporovatelé), ale vyplatí se zavést jejich systematický sběr. Základem jsou on-line formuláře na odběr newsletterů na webu a archy na sběr podpisů na akcích pro veřejnost. Pokud organizace pořádá petice, je to také vynikající zdroj kontaktů. Jen nikdy nezapomeňte dobře ošetřit souhlasy se zasíláním dalších informací. V České společnosti ornitologické jsou nejlepšími zdroji kontaktů projekty občanské vědy – lidé se účastní jednoduchých výzkumných projektů, do kterých dodávají svá pozorování a díky tomu můžeme nashromáždit skutečně velký objem dat – a také kontaktů. Typickým příkladem občanské vědy je Ptačí hodinka – zimní sčítání ptáků (nejen) na krmítkách, kterého se každoročně účastní více než 30 000 lidí.

Jak jednou máme kontakty, musíme o ně začít pečovat – posíláme jim novinky,

pozvánky na akce, informace o tom, co děláme. A ve správný čas, po důkladné přípravě, tyto kontakty použijeme jako adresáty fundraisingové kampaně, tedy je požádáme o dar. Žádost se většinou skládá z dobře připravených e-mailů doprovozených fotografiemi, videi, ale hlavně obsahujícími atraktivně vyprávěné příběhy. Takové, které v lidech vzbudí zájem být jejich součástí, pomoci dobré věci, podpořit změnu.

Prvním darem to ale nekončí, naopak jím teprve vše začíná. Naprostým základem je poděkování – to by mělo přijít co nejdříve po daru. Dále je potřeba dárce průběžně informovat o dopadech jejich podpory a tím udržovat jejich důvěru. Pokud to lze, je dobré dárčům (zejména těm významnějším) přímo ukázat, jak jejich dary pomohly – třeba je pozvat na exkurzi. A nezapomenout jim včas poslat potvrzení o daru, které si mohou uplatnit v daňovém přiznání.

Kromě e-mailů volí stále více organizací i možnost telefonického kontaktu, který je zvláště vhodný pro komunikaci s významnými dárči, ať už se jedná o žádost o dar nebo poděkování za poskytnutý dar. Často se telefundraising používá u žádostí o trvalý dar (tzv. konverze jednorázových dárců v dárce trvalé). V každém případě je jak telefon, tak osobní setkání skvělou příležitostí, jak dárce informovat, zeptat se ho na jeho názor, vtáhnout ho více do děje. A o to jde především – dárce totiž musíme vnímat jako partáky, spoluhráče, v žádném případě ne, jen jako zdroje financí. V tom je základ úspěšného individuálního fundraisingu.

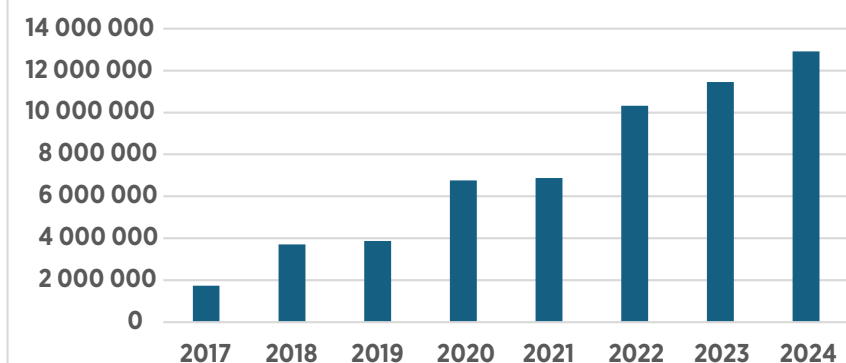
Konkrétní podobu a výsledky individuálního dárčovství pro ochranu přírody si můžeme ukázat na příkladu ČSO.

DÁRČOVSTVÍ V ČESKÉ SPOLEČNOSTI ORNITOLOGICKÉ – SPOLEČNĚ PRO PTÁKY A PRO LIDI

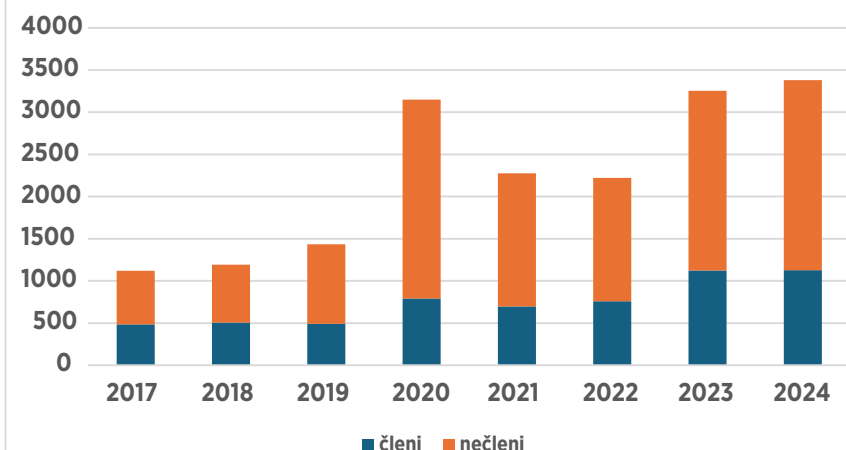
V ČSO hraje individuální fundraising důležitou roli. Je neodmyslitelnou součástí jejího multizdrojového financování, v roce 2023 představovaly individuální dary více než 20 % všech příjmů.

V souladu s celkovými trendy sledujeme v ČSO setrvalý nárůst dárčovství – od roku 2017 stoupl objem darů 7x a počet dárců se zvednul 3x. Rok 2024 byl nejúspěšnějším rokem z hlediska individuálního dárčovství ČSO, co se týče objemu darů, počtu darů i počtu dárců.

Objem darů v ČSO (Kč)



Počet dárců ČSO



Přibližně třetina dárců pochází z členské základny ČSO a dvě třetiny jsou nečlenové. Dárci pocházejí z celé České republiky, i když nejvíce jich je z Prahy a Středočeského kraje. Nicméně lokální zapojení je také důležité – například při zakládání ptačích parků vždy stoupne počet dárců z toho kraje, ve kterém nový ptačí park zakládáme.

V průběhu roku ČSO organizuje obvykle 3-4 různé fundraisingové kampaně. Tou obvykle největší bývá vánoční kampaň, což koresponduje nejen s celorepublikovými, ale i celosvětovými trendy – prosinec je z hlediska dárcovství jednoznačně nejúspěšnější měsíc.

Mezi oblíbená témata dárcovské podpory patří v ČSO ochrana sýčků a dalších ptáků zemědělské krajiny nebo podpora psí jednotky zaměřující se na vyhledávání otrávených návnad a jejich zvířecích obětí. Dary pomohly spolufinancovat i obnovené

a rozšířené vydání Pražského ptactva Věslava Wahla, významného ornitologa a bojovníka proti fašismu i komunismu. Individuální fundraising je důležitý i v případě projektů mezinárodního výzkumu a ochrany ptáků – v rámci programu Let o život ČSO z darů veřejnosti podporuje boj s nelegálním zabíjením stěhovavých ptáků ve Středomoří, v minulosti dary pomohly financovat přípravu a vydání druhého Evropského hnízdního atlasu anebo vydání prvního hnízdního atlasu Ukrajiny. Nejúspěšnějším fundraisingovým tématem ČSO je zcela jistě program budování ptačích parků, kdy darované peníze umožní vykoupit pozemky v ptačích parcích a zajistit správu těchto parků. Do ptačích parků směřuje cca 75 % všech darovaných prostředků. Téma výkupu pozemků do vlastnictví ČSO a zakládání nových ptačích parků dárcům prostě dává smysl, chtějí být součástí obnovy krajiny. A především už

s ČSO mají dobré zkušenosti – dary doposud pomohly založit sedm ptačích parků, dárči dostávají pravidelnou zpětnou vazbu, do ptačích parků se kdykoli mohou podívat ať už sami nebo v rámci mnoha organizovaných akcí pro veřejnost. Na vlastní oči vidí, že jejich dary jsou skutečně využité k obnově krajiny a jak příroda v ptačích parcích vzkvétá – ostatně v případě nejstaršího ptačího parku Josefovské louky už vzkvétá téměř dvacet let a výsledky jsou opravdu znát. V roce 2024 proběhly dvě kampaně na výkupy pozemků v nových ptačích parcích – nejprve se na jaře podařilo vybrat 2,25 mil. Kč na ptačí park Rzy. Během vánoční kampaně se pak dárči složili na spolufinancování ptačího parku Střimická výsypka částkou 5,7 mil. Kč, jednalo se tedy o nejúspěšnější dosavadní fundraisingovou kampaň ČSO.

ZDROJE JISTOTY V NEJISTÝCH ČASECH

Individuální fundraising má prostě v ochraně přírody obrovský potenciál – a dobrá zpráva je, že ho v Česku začínáme naplno objevovat. Už to není jen „hezký doplněk“, ale stává se zásadním pilířem financování mnoha environmentálních organizací. Stále víc lidí chce přírodě pomáhat aktivně, nejen slovy, a právě dar je pro mnohé tím nejsnazším a nejúčinnějším způsobem, jak se zapojit. Organizace, které se individuálnímu fundraisingu věnují s péčí a důvěrou v dárce, často získávají víc než jen finance – budují kolem sebe silnou komunitu lidí, kterým na přírodě záleží, zvyšují si nezávislost a stabilitu a získávají cennou motivaci pro svoji každodenní práci pro ochranu přírody. V době, kdy se přírodní prostředí potýká s bezprecedentními tlaky, je podpora jednotlivců nejen vítaná, ale naprosto klíčová. Proto má smysl individuálnímu fundraisingu věnovat pozornost, čas i péči. Právě to může být klíčem k větší odolnosti ochrannářských aktivit do budoucna.