

KÖZEPES ADOMÁNYOZÓK

SEGÉDLET CIVIL SZERVEZETEK SZÁMÁRA



Ahogy a nagy adományozókról szóló segédletben részletesebben is foglalkozunk a témával, a **filantrópia kultúrája alacsonyabb fejlettségi szinten van Magyarországon**, mint Nyugat-Európában és főleg Észak-Amerikában. A mindenkori gazdasági helyzet és az adakozással kapcsolatos kulturális berögződések, valamint a lassan változó attitűdök kihatnak a közepes méretű adományozásra is.

A nagy adományozókhoz hasonlóan, a **közepes adományozók sincsenek markánsan jelen** a civil szervezetek életében ma Magyarországon. Azoknál a szervezeteknél, ahol azonban mégis, a velük való munka sokszor a nagy adományozókkal végzett fundraising munkára hasonlít. Természetesen kezdetben ez nem probléma, de ha hosszú távon:

- egyre több közepes adományozót szeretnénk bevonni,
- és egy nagy adományozói bázist is szeretnénk kiépíteni,

ezen a gyakorlaton érdemes változtatni; és különálló, de „felfelé átjárható” csoportokként tekinteni a kis, közepes és nagy adományozókra.

MEKKORA EGY KÖZEPES ADOMÁNY?

Függően a szervezet méretétől, egy közepes adomány átlagosan a szervezet évi összes bevételének 1-5 százalékaival megegyező összeg. Egy közepes méretű szervezet esetében 2025-ben hozzávetőlegesen évi 500 ezer forint körüli összeget érthetünk rajta, de ez akár **2-300 ezer forinttól 1 millió forintig** is terjedhet.

Fontos hozzátennünk, hogy minél nagyobb szervezetről van szó, és minél több közepes és nagy adományozója van, annál magasabb összeget jelenthet egy közepes adomány is.



MIÉRT FONTOSAK A KÖZEPES ADOMÁNYOZÓK?

- ▶ A közepes adományozók általában nem a nagy adományozók pénzügyi lehetőségeivel rendelkeznek, de amennyiben sikeresen vonjuk be őket, támogatásaik összeadva **biztosabb forrást** jelenthetnek, mint akár egy-egy nagy adomány.
- ▶ A pénzügyi támogatás mellett – a kuratóriumi tagokhoz hasonlóan – pro bono munkával és a kapcsolatrendszerük megosztásával **további támogatást nyújthatnak** a szervezetünknek.

A kis, közepes és nagy adományokat egy **tölcserként** is elképzelhetjük, ahol bizonyos támogatókat igyekszünk kis adományozóból közepessé, közepesből pedig nagy adományozóvá „formálni”.

Természetesen nem minden adományozó tud „szintet lépni” közepes vagy nagy adományozóvá; ugyanakkor jól kiépített közepes adományozói program és bázis nélkül nem, vagy csak kivételes esetben fogunk tudni nagy adományozókat bevonni hosszútávon.

→ A közepes adományozásba fektetett munka megtérülése így, vagyis a jövőbeli nagy adományok formájában válhat akár hatványozottá is.



Ahhoz, hogy jobban megértsük, kik a közepes adományozók, az alábbi összehasonlítást hívhatjuk segítségül:

	MIKRO ÉS KIS ADOMÁNYOZÓ	KÖZEPES ADOMÁNYOZÓ	NAGY ADOMÁNYOZÓ
(Vélt) anyagi lehetőség	Átlagos jövedelem, kevés mozgástérrel	Pénzügyi stabilitás, nagy fokú rugalmassággal rendelkező egyének	Vagyonnal rendelkező egyének
Motiváció	Alkalmi érdeklődés és/vagy a helyzet teremtette nagyvonalúság	Célzott, érzékelhető eredmények egy számára fontos ügyben	Akár rendszerszintű változás elérése, kézzel fogható lenyomat hagyása
Kapcsolódás az ügyhöz	Lazább kapcsolódás az ügyhöz, általában erősebb a szervezethez	Magas tudatosság, az ügy mélyebb ismerete és/vagy közelebbi érintettség	Teljes mértékben sajátjának tekinti az ügyet
Befolyás vagy hatás a szervezetre	Elenyésző	Adományozók számától függően lehet korlátozott vagy akár jelentős is	Jelentős
A támogatással kapcsolatos döntés	Sokszor azonnali, rövid idő alatt meghozott	Végiggondolt, hetekig, hónapokig is tarthat	Hónapok vagy akár évek alatt érik meg

HOGYAN DOLGOZZUNK A KÖZEPES ADOMÁNYOZÓKKAL?



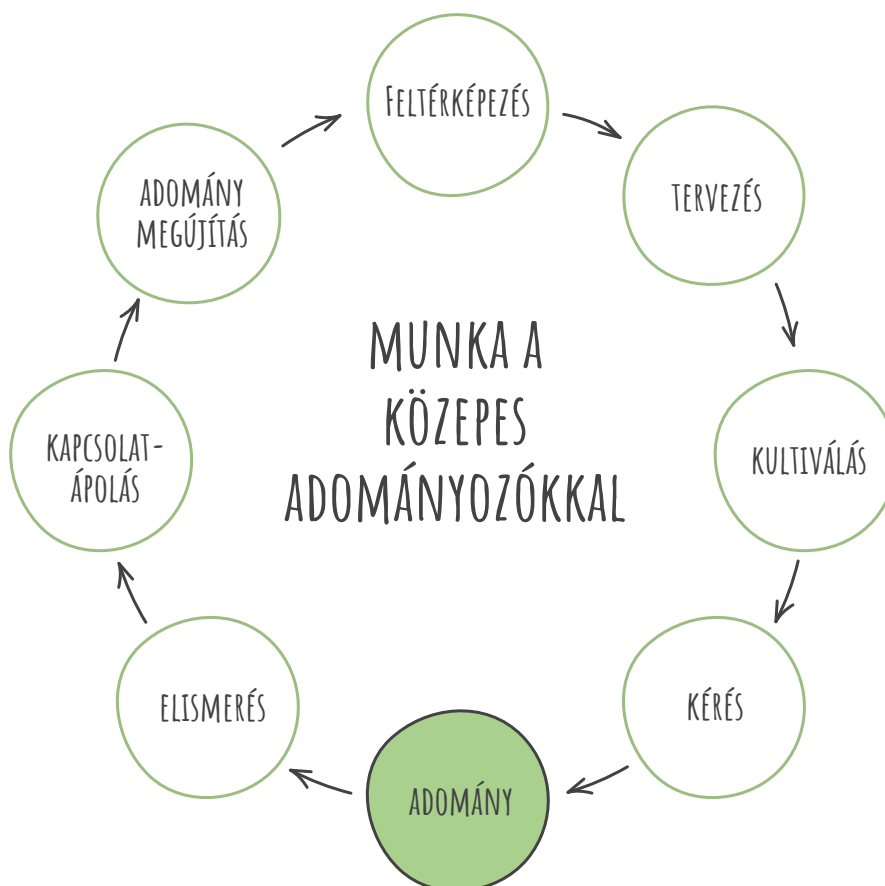
Ha most kezdünk bele ebbe a munkába, ez eleinte hasonló lesz, mintha nagy adományozókkal dolgoznánk. Vagyis:

- ▶ Folyamatos és gondosan megtervezett a **kapcsolatápolás**.
- ▶ Nagyfokú **személyesség** jellemzi az interakciókban és az elkészülő anyagokban.
- ▶ További **bevonódási lehetőségeket** is érdemes biztosítanunk.

Idővel, ha már kialakult egy stabil közepes adományozói bázisunk, és a közepes adományozók egy részét a nagy adományozás felé szeretnénk elmozdítani, érdemes lesz a fentiekből visszább lépni, és ezeket az eszközöket, megközelítéseket a nagy adományozókra fókuszálni. Egyfajta felmenő rendszert képzeljünk el, amely akár 3-4 évig is eltarthat.

Bárhol is tartunk a közepes adományozókkal való munkában, ne felejtsük, az egyik legfontosabb feltétel, hogy **jelentős fundraising kapacitást tudjunk befektetni**, bevonva a szervezeti és a képviseleti vezetőket is.

A közepes adományozókkal való munkát **hasonló ciklusban** érdemes terveznünk, **mint a nagy adományozókkal**:





FELTÉRKÉPEZÉS

Keressünk lehetséges utakat (potenciális donorokat) az **egyszeri vagy kis adományozók körében!** Fókuszáljunk azokra, akik az átlagosnál nagyobb összeggel támogattak minket, rendszeresen adnak, vagy azokra, akik a szervezetünk környezetében már évek óta aktívak, tudjuk, hogy fontos számukra az ügyünk. A potenciális közepes adományozók feltérképezéséhez (is) érdemes aktívan bevonni a szervezet kuratóriumát / elnökségét.



TERVEZÉS

A potenciális közepes adományozók számától és a korábbi kapcsolattartás jellegétől függően, tervezzük meg a velük való **kommunikációt és interakciókat**, legyen szó személyre szabott vagy csoportosabb érintkezésekről. Kiemelten fontos lesz az is, hogy **elnevezzük** a közepes adományozói programunkat és dedikáltan kommunikáljunk róla.



KULTIVÁLÁS

Biztosítsunk lehetőséget a (leendő) donorok számára az ügy, a munkánk, a szervezetünk mélyebb **megismerésére és megértésére**. Ne feledkezzünk meg a személyes élményekről, és biztosítsunk írásos anyagokat is. Mindeközben pedig érdemes nekünk is jobban megismernünk a donort.



KÉRÉS

Tudatosan gondoljuk végig, és egy személyes beszélgetés keretében világosan **fejazzük ki, mekkora támogatást kérünk**, illetve opcionálisan azt is, hogy azt **mire szeretnénk költeni**, és az milyen változást fog hozni. Ezt csak akkor érdemes megtenni, amikor mind a szervezet, mind pedig a támogató készen áll.



ADOMÁNY



ELISMERÉS

Ne feledkezzünk meg az elismerésről **személyesen, szélesebb körben és / vagy nyilvános platformokon** – ehhez vegyük figyelembe a támogató preferenciáját és a szervezeti kultúrát, szokásainkat is. Fontos a köszönet, de a hangsúlyt tegyük a **hatásra**: ez az, ami igazán motiváló az embereknek hosszú távon. Mindenképpen mondjuk köszönetet írásban és a támogatás mértékétől függően vonjuk be a szervezet képviselői vezetőit is a köszönetnyilvánításba. Ennek részeként adhatunk kisebb ajándékot, merch tárgyat, sajátkezűleg írt képeslapot, stb.



KAPCSOLATÁPOLÁS

A kapcsolatot ápoljuk **közvetlenül személyesen**; események vagy riportok és más írásos anyagok segítségével. Ezek során is próbáljuk meg bemutatni, hogy a donor által nyújtott támogatás milyen hatással (eredménnyel) volt a munkánkra. A személyes interakciók keretében akár találkozási lehetőséget is biztosíthatunk a célközönségeink tagjaival vagy egyéb érintettekkel.



ADOMÁNY MEGÚJÍTÁS

Ha minden korábbi lépést helyesen csináltunk; folyamatosan tartjuk és ápoljuk a kapcsolatot a támogatóval, akkor tudni fogjuk, hogy mikor kérjünk újra. Minden bizonnyal ennek a rendszerét is már átbeszéltük a támogatóval, de ha esetleg nem, a közepes adományozói programunk keretében kialakíthatunk egy **egységes éves menetrendet**. A közepes adományozók számának növekedésével és az adott donor első adománya után, a folytatásban rögzíthetjük és egységesíthetjük a kérés időpontját is.

→ A támogatás megújításához és a hosszútávú elköteleződéshez elengedhetetlen **a donor más szintű és módú bevonása** is. Gondolhatunk ez alatt:

- ▶ nagyköveti munkára,
- ▶ kapcsolatok megosztására és kapcsolatépítésre,
- ▶ fundraisingre,
- ▶ pro bono szakmai tanácsadásra.

Akárcsak az önkéntesek és a kuratóriumi vagy elnökségi tagok bevonásánál, itt is nekünk kell megtalálnunk az egyensúlyt, hogy az adott lehetőség vagy az elvégzendő feladat ténylegesen a **szervezeti szükségletekre válaszoljon**.