

NAGY ADOMÁNYOZÓK

SEGÉDLET CIVIL SZERVEZETEK SZÁMÁRA



Még ha a szervezetünkben már foglalkoztunk is nagy adományozókkal, vagy ha épp most kezdenénk bele ebbe a munkába, akkor is fontos tudatosítanunk néhány gondolatot a magyarországi vagy akár tágabb régiós kontextussal kapcsolatban.

Összehasonlítva az Egyesült Államokkal vagy Nyugat-Európával, **Magyarország lényegesen más pályát járt és jár be** a XX. és a XXI. században is.

Az ország **gyökeresen különböző strukturális gazdasági helyzete** nagyban befolyásolja a civil társadalom és a nonprofit szektor alakulását is. A filantrópia kultúrája pedig ebben különösen érintett. Az egyértelmű politikai, illetve gazdasági feltételek mellett az adakozás (és a kérés) kultúrája is nagyban összefügg még:

- ▶ a társadalmi attitűdökkel,
- ▶ a nyilvánosság(ok) mindenkori állapotával és a társadalmi ügyek tematizáltságával.

Ellentétben tehát a mikro- vagy kis adományozói fundraisinggel, a nagy (és bizonyos esetekben a közepes) adományozókkal való munka egyben **úttörő, kísérletező és tanulási munka is**.

Ha mindezeket tudatosítjuk:

- ▶ valóságghűbb képet fogunk tudni kapni nem csak a környezetről, de a szervezetünkhöz kapcsolható közepes és nagy adományozói potenciálról,
- ▶ és a terveinket, elvárásainkat is ezekhez fogjuk tudni igazítani.

FONTOS

Éppen azért, mert általában a magyarországi szervezetekhez kapcsolódó nagy adományozói réteg még kevésbé alakult ki, fontosnak tartjuk, hogy több helyen is egyszerre említsük a közepes és nagy adományokat.

→ Ennek megfelelően, a szervezetünkben is érdemes úgy gondolkodni, hogy ugyanazt a munkát, amelyet a nagy adományozókkal képzelünk el, „felmenő rendszerben”, vagyis eleinte a közepes adományozókkal végezzük el.



A kis, közepes és nagy adományozók fejlődését egy **tölcsérben** is elképzelhetjük, legalábbis fordított módon:



➔ Hiszen minden nagy adományozó korábban közepes adományozó, azelőtt pedig akár kis adományozó is volt. És minden közepes adományozó korábban kis adományozóként kezdte a támogatását.

Vagyis a legritkább esetben fog megjelenni egy nagy (vagy akár közepes) adományozó a szervezetünk látóterében mindenféle előzmény nélkül.

MI A NAGY ADOMÁNY?

- ▶ A szervezetünk számára **jelentős mértékű** vagy akár **transzformatív** támogatási összeg.
- ▶ **Magánembertől** vagy magánemberektől (pl. család) érkezik, akikkel minden bizonnyal régebb óta ápol kapcsolatot a szervezetünk.
- ▶ A támogatótól és a megállapodástól függően, ez lehet valamilyen **konkrét tevékenységre**, projektre, fejlesztésre allokált összeg **vagy szabadon felhasználható** is.

MEKKORA EGY NAGY ADOMÁNY?

Függően a szervezet méretétől, egy nagy adomány átlagosan **a szervezet évi összes bevételének 5-10 százalékával** megegyező összeg. Egy közepes méretű szervezet esetében 2025-ben hozzávetőlegesen évi 1 millió forint feletti összeget érthetünk rajta.

➔ **De** fontos leszögezni:

Ha csupán az összeget néznénk, ami az egyik szervezetnek közepes méretű, a másiknak már nagy adomány, ami az egyiknek már közepes, a másiknak még kis adomány.

Főleg eleinte tehát nem csak az összeg fogja meghatározni, hogy közepes vagy nagy adományról beszélünk, hanem a kapcsolat jellege is a támogatóval, annak intenzitása és a befektetett kapacitás.



Amikor a szervezetben erről gondolkodunk, két szempontot érdemes figyelembe vennünk. Az egyik az **adományozó perspektívája**, a másik pedig a **saját szempontunk**, mint szervezet. (A további kontextus és az összehasonlíthatóság kedvéért a táblázatban egyszerre jelenítettük meg a közepes és a nagy adományozót.)

ADOMÁNYOZÓ

	KÖZEPES ADOMÁNYOZÓ	NAGY ADOMÁNYOZÓ
(Vélt) anyagi lehetőség	Pénzügyi stabilitás, nagy fokú rugalmassággal rendelkező egyének	Vagyonnal rendelkező egyének
Motiváció	Célzott, érzékelhető eredmények egy számára fontos ügyben	Akár rendszerszintű változás elérése, kézzel fogható lenyomat hagyása
Kapcsolódás az ügghöz	Magas tudatosság, az ügy mélyebb ismerete és/vagy közelebbi érintettség	Teljes mértékben sajátjának tekinti az ügyet
Befolyás vagy hatás a szervezetre	Adományozók számától függően lehet korlátozott vagy akár jelentős is	Jelentős
A támogatással kapcsolatos döntés	Végiggondolt, hetekig, hónapokig is tarthat	Hónapok vagy akár évek alatt érik meg

SZERVEZET

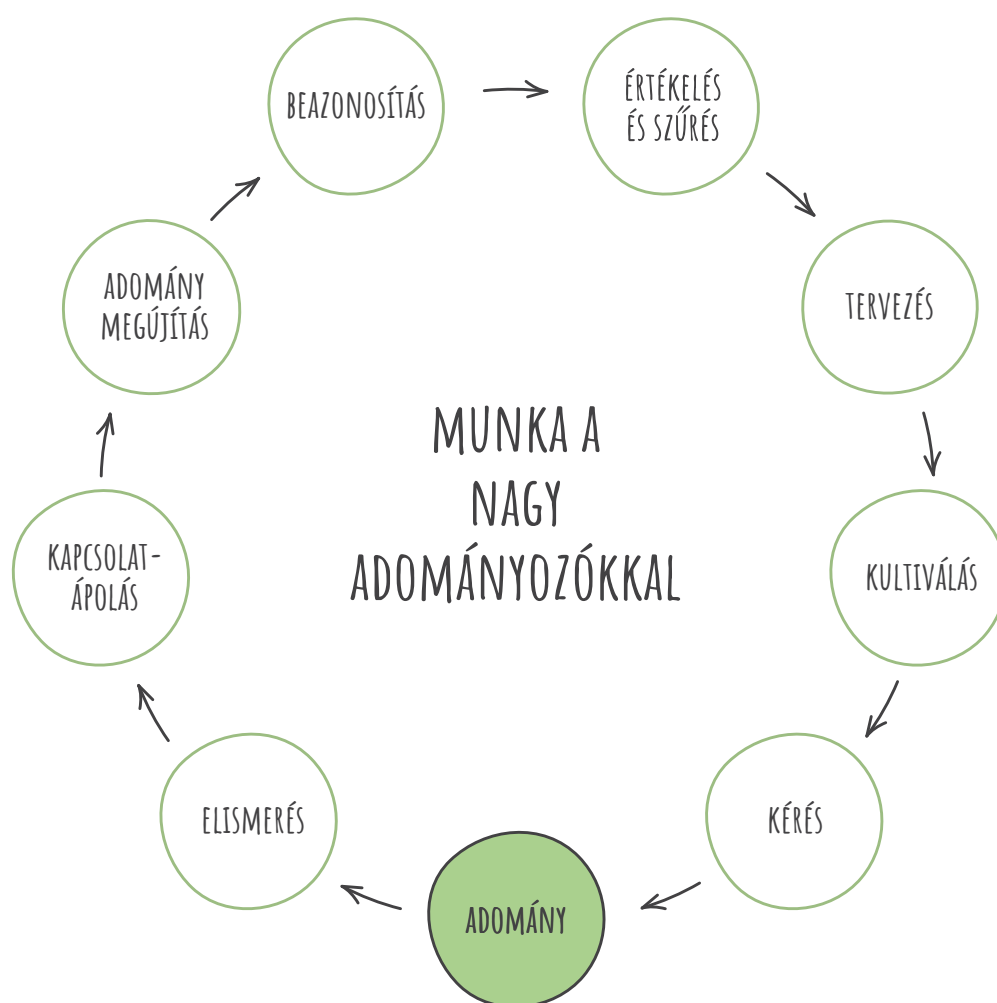
	KÖZEPES ADOMÁNYOZÓ	NAGY ADOMÁNYOZÓ
Felület, mód, ahogy elérjük	Már meglévő kis adományozókból személyes csatornák építésén keresztül, valamint digitális eszközökön keresztül	Közepes adományozókból, a személyes kapcsolat elmélyítésével
Kultiválás vagy kapcsolatépítés	A támogatók számától függően, részben automatizált pl. hírlevél; nagyobb részben személyre szabott	Teljes mértékben személyes és személyre szabott, a támogató igényeire építve
Szükséges kapacitás és a befektetett munka jellege	Személyre szabott eszközök, valamint kapcsolódó állandó kommunikációs és fundraising kapacitás. Fundraiser vagy fundraising csapat, a szervezeti vezető alkalmankénti becsatlakozásával	Jelentős és stabil fundraising kapacitás, leginkább csapat; a szervezet vezetőjének és képviseleti vezetőinek részvételével



A nagy adományozókkal való munkát érdemes **ciklikusan** elképzelni, és tudatosítani, hogy a munka nem egyszeri, hanem folyamatos. Ha még csak most kezdünk bele, érdemes először csak **előkészíteni** ezt a munkát.

→ Mindezt a **szervezeti feltételek megteremtésével érdemes megalapozni**. Amennyiben nem most kezdjük a munkát, akkor is érdemes lehet az alábbiakra ismételten időt fordítani:

- ▶ meglévő szakmai stratégia, kidolgozott stratégiai célokkal
- ▶ ezekhez igazodó tevékenységek
- ▶ időben végzett pénzügyi tervezés, realisztikus költségvetések és egyéb tervek
- ▶ jól működő kommunikációs felületek, világos, egyszerű és vonzó üzenetekkel
- ▶ kidolgozott case for support, vagyis az a kommunikáció, amely koncentrálja a fenti komponenseket és választ ad néhány alapkérdésre
- ▶ elegendő forrásteremtési kapacitás (forrásteremtési munkatárs(ak), a szervezet vezetője, kuratóriumi vagy elnökségi tagok) és világos felelősségek, feladatok a csapaton belül



CASE FOR SUPPORT

Minden fundraising anyagunk alapja lehet, mely válaszol az alábbi 5 kérdésre:

- Mi az a probléma / igény / hiány, amelyre választ ad a szervezetünk?
- Hogyan tesszük mindezt?
- Miért éppen a mi szervezetünk a legalkalmasabb erre?
- Mit és mekkora összegben támogat a leendő donor? (eltérő donoroként)
- Mi fog változni a támogatásával – milyen eredményhez vagy hatáshoz járul hozzá?



BEAZONOSÍTÁS

Lehetséges donorok beazonosítása, **akik számára fontos lehet az ügyünk** vagy már egyébként is kapcsolódnak a szervezethez. Esetleg támogatóink vagy más hasonló ügyeket már támogatnak.



ÉRTÉKELÉS ÉS SZŰRÉS

Az így összegyűjtött lehetséges **adományozók körének szűkítése**. Vagyis értékelésük és/vagy osztályozásuk az alapján, hogy mennyire kapcsolódnak az ügghöz és mekkora lehetőségük van egy nagyobb adománnyra.



TERVEZÉS

A konkrét út felvázolása, hogy az adott potenciális nagy adományozót milyen konkrét üzenettel, **hogyan, mikor és ki által fogjuk megkeresni**.



KAPCSOLATTEREMTÉS ÉS KULTIVÁLÁS

A kapcsolat (tovább)építése, **a donor még jobb megértése**. Mi fontos neki? Milyen hatással szeretne lenni a szervezetre? Milyen további munkára van szükség a kérésünk előtt (információ, kapcsolódás, élmény stb.)?



KÉRÉS

Egy személyes beszélgetés keretében **világosan kifejezzük, mekkora támogatást kérünk**, illetve opcionálisan azt is, hogy 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

MI TÖRTÉNIK, HA NEMET MOND A TÁMOGATÓ?

Először is ne vegyük személyesnek, minden bizonnyal nem nekünk szólt a NEM. Lehet, hogy nem volt jól időzítve a kérés, lehet, hogy nem volt megfelelő az összeg, nem volt megfelelő a tevékenység / projekt, amire a támogatást kértük. Először is **tárjuk fel az okokat**, és próbáljunk meg azon dolgozni (a támogató segítségével), hogy hogyan lehet a NEM-ből IGEN. (Ha mégis rajtunk múlt a NEM, próbáljuk megérteni, hogy milyen szerepünk volt benne, és hogy hogyan tudjuk a jövőben elkerülni a hasonló hibákat.)



ELISMERÉS

A támogató elismerése személyesen, szélesebb körben és / vagy nyilvános platformokon – figyelembe véve az ő preferenciáját és a szervezeti kultúrát, szokásainkat is. Fontos a köszönet, de **a hangsúlyt tegyük a hatásra**: ez az, ami igazán motiváló az emberek számára hosszú távon.



KAPCSOLATÁPOLÁS (STEWARDSHIP)

Mely során **további lehetőségeket biztosítunk** a támogatónak, figyelembe véve az ő preferenciáját és szem előtt tartva a szervezeti lehetőségeinket. Ezek lehetnek beszélgetések a szervezet vezetőivel, találkozások a célközönségeink tagjaival vagy egyéb aktivitások, amelyek mélyítik az elköteleződést és segíteni fogják az újbóli támogatást.



ADOMÁNY MEGÚJÍTÁS

Ha minden korábbi lépést helyesen csináltunk; folyamatosan tartjuk és ápoljuk a kapcsolatot a támogatóval, akkor **tudni fogjuk, hogy mikor kérjünk újra**. Ez hasonlóan fog történni az első kéréshez, annyi különbséggel, hogy az útja már bejáratottabb lesz.

Mindez a ciklikus munka egyáltalán nem magától értetődő, jelentős kapacitást és energia befektetést igényel bármely szervezet részéről. A fentiekben például nem is tematizáltuk az **idő kérdését, mint döntő mennyiségi tényezőt** (értsd: mennyi időt, energiát és meddig fektetünk egy-egy kapcsolatba, ha azt látjuk, hogy egy adott pontig nem „konvertálódott” pénzügyi támogatásba).

Éppen ezért is nagyon fontos, hogy a forrásteremtési munka tervezésekor gondoljunk arra, hogy mik az emberi erőforrás feltételei ennek a munkának. A lista természetesen bővíthető, de jó kiindulás lehet a KIK kérdéshez, vagyis hogy **kik vesznek részt ebben a munkában:**

- a szervezet vezetője
- a forrásteremtési vezető
- fundraiser(ek) / adományszervező(k)
- kommunikációs munkatársak
- pénzügyi munkatársak
- **+ képviseleti vezetők**

A KÉPVISELETI VEZETŐK SZEREPE

Még ha a magyarországi civil szervezetek jelentős részénél ez nem is bevett gyakorlat, a kuratóriumi vagy elnökségi tagoknak **kiemelt szerepük** kell, hogy legyen a nagy (és akár a közepes) adományozókkal való munkában. Gondolhatunk itt a kapcsolatrendszerük megosztására, a kapcsolatépítésre és ápolásra, az elismerésre vagy akár a konfliktusos helyzetek megoldására. Mindezt pedig úgy, hogy ők maguk is elkötelezett pénzügyi támogatói a szervezetnek. (Lásd erről még: [HR és csapat](#) / [Képviseleti vezetők](#).)

ETIKAI MEGFONTOLÁSOK ÉS AZ EGYENSÚLY(OK) MEGTARTÁSA

A nagy adományokkal kapcsolatos etikai megfontolások mind a szervezet, mind pedig a donor oldaláról felmerülhetnek. Bár mi csak a saját részünket tudjuk kontrollálni, fontos újra és újra emlékeztetni magunkat:

- ▶ A forrásteremtés elsősorban nem a pénzről, hanem a **kapcsolatokról szól**.
- ▶ A támogatóval való kapcsolatnak **bizalmon és együttműködésen** kell alapulnia.
- ▶ Nem eladni akarunk valamit a támogatónak, hanem **lehetőséget biztosítani** számára, hogy bekapcsolódjon a missziónk megvalósításába.
- ▶ Miközben érvényes az ismert forrásteremtési tétel, miszerint embereknek adnak emberek, mi nem magunknak kérünk, és a **támogató nem nekünk adja a pénzét**; hanem a szervezetnek vagy még inkább az ügynek.

Emiatt (is) **kiemelten fontos** minden kommunikációnkban:

- az őszinteség;
- az átláthatóság;
- hogy valós számokkal dolgozzunk;
- és hogy ne tegyünk be nem tartható ígéreteket.

Ami az adományozót illeti, bizonyos viselkedések okozhatnak számunkra nehéz vagy akár kifejezetten problémás helyzeteket is. Fontos, hogy ezeket észben tartsuk, és mindig időben kezeljük őket:

1. „TÚL NAGY” HATÁS A SZERVEZETRE

Miközben szeretnénk a támogató bevonódását erősíteni, fontos, hogy az ő egyéni vágyai, céljai, ötletei ne írják felül a szervezeti missziót. A támogatónak való feltétlen megfelelési vágyat mindig érdemes elkerülnünk, hiszen könnyen **felboríthatja a stratégiai irányokat** vagy akár a konkrét munkánkat is.

2. SZAKMAISÁG – SZEMÉLYESSÉG EGYENSÚLY MEGTARTÁSA

A szervezet számára világos és egyértelmű, hogy a támogatóval való kapcsolatunk egy szakmai kapcsolat, de nem biztos, hogy ez fordítva is így van. **A támogatónak lehetnek akár egyéb szándékai**, személyesebb motivációi is; ahol a pénz, befolyás és a vélt vagy valós hatalmi helyzet tovább nehezítik ezt a dinamikát. Még ha egy ilyen jellegű elcsúszás nem is a mi felelősségünk, a magunk részéről igyekezzünk végig a szakmaiság medrében tartani a támogatóval való kapcsolatot.

Mindkét típusú egyensúlyozás **érzékeny és komplex munka**, sőt a szakmaiság-személyesség egyensúlyának felborulása akár súlyosabb esetekhez is vezethet. De bármennyire is problémás az éppen kialakult helyzet, mindenképpen fontos, hogy a szervezetünknek legyenek aktív kuratóriumi vagy elnökségi tagjai, akiket bevonhatunk ezek feloldásába.