

Nowy zawód na Pomorzu

- Fundraiser to osoba, która nie pozyskuje pieniędzy dla siebie, ale na dany cel i dla danej organizacji i potrafi robić to w sposób skuteczny i etyczny - mówi Maria Olszewska*

MAGDALENA HAJDYSZ: Co to jest fundraising i dlaczego ma obcojęzyczną nazwę?

MARIA OLSZEWSKA: Fundraising, to proces pozyskiwania funduszy na działalność charytatywną (społeczną, kulturalną, edukację, naukę, ekologię itp.), prowadzoną przez organizację działającą na rzecz wspólnego dobra. Nazwa jest międzynarodowa, w takim brzmieniu używa się jej na całym świecie, więc i Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu nie chciało w tej kwestii odróżniać się od innych krajów. Dlatego właśnie nie zmienimy nazwy na przykład na taką, którą zarząd zaproponował nam w mailu na prima aprilis, czyli Polskie Stowarzyszenie do Spraw Pozyskiwania Funduszy.

Gdzie pojawiła się idea fundraisingu?

- Kolebką fundraisingu są Stany Zjednoczone. Tam wszelkie instytucje są nauczone samodzielnie pozyskiwać środki na własną działalność. Polityka państw europejskich jest bardziej opiekuńcza i instytucje nie są tu tak samodzielne. W USA wszystkie instytucje - od samorządów, poprzez szkoły, uniwersytety, muzea, filharmonie czy teatry - mają rozbudowane metody pozyskiwania środków i kontaktowania się ze swoimi odbiorcami, którzy są zaproszeni do ich współtworzenia. Tam tradycja „zrzucania się” na tego typu działalność jest już bardzo silna. W Polsce wiele organizacji pozarządowych liczy niemal wyłącznie na roczne dofinansowanie od samorządu bądź na grant z Unii Europejskiej i funkcjonują, aż im się te fundusze skończą. Sta-

ramy się więc uczyć także organizacje, by dbały o zdyswersyfikowanie swoich źródeł finansowania. Dzięki temu zyskają większą wolność, ale też poprawia „relacje” ze swoimi odbiorcami.

Kim jest fundraiser? Pasjonatem, społecznikiem, psychologiem biznesu, czy może to całkiem normalny zawód?

- Wszystkim po trochu. Fundraiser, to osoba, która nie pozyskuje pieniędzy dla siebie, ale na dany cel i dla danej organizacji, i potrafi robić to w sposób skuteczny i etyczny. Jego praca ma cechy wspólne z pracą w reklamie czy marketingu, ale polega głównie na przekonaniu innych, że warto uczestniczyć w danym projekcie również finansowo. Na pewno wymaga to dużego zaangażowania i przekonania co do wartości danego przedsięwzięcia. Tak naprawdę żadne wynagrodzenie nie rekompensuje stresu, jaki np. przeżywa fundraiser, który zbiera pieniądze na przeszczep dla dwóch osób, a wie, że wystarczy ich tylko dla jednej.

Co masz na myśli, mówiąc etyczny?

- Wszystko zależy od motywacji, jaką ma dana osoba i dana organizacja. Jeśli mamy jakiś szlachetny cel - czy to będzie piękna wystawa malarstwa, zorganizowanie przedstawienia, czy zbiórka pieniędzy dla nieuleczalnie chorych dzieci, motywacja fundaisera powinno być wyłącznie zbranie jak największej ilości pieniędzy na ten cel dla danej organizacji. Jednocześnie warunki pracy fundaisera muszą być przejrzyste - organizacja, dla której pracuje, powinna zapewnić mu utrzymanie, czyli godziwe zarobki, których wysokość nie powinna, jak w działach sprzedaży, stano-



Maria Olszewska założyła pierwszy Klub Fundaisera na Pomorzu

wić procentu od ilości zdobytych przez niego środków. Dzięki temu nie będzie sfrustrowany i nie odejdzie po dwóch tygodniach do biznesu, gdzie mu dużo lepiej zapłacą. Będzie miał energię i przestrzeń do działania. To postrzegam jako etyczną relację. Jeśli ktoś chce zapoznać się głębiej z tym tematem, na stronie Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu jest zamieszczony Kodeks Etyczny Fundraisingu.

W Polsce Stowarzyszenie Fundraisingu działa już od pięciu lat. Jak to u nas funkcjonuje? Czy fundraiserzy np. nie muszą się bać, że nie dostaną wypłaty, jeśli wysokość zdobytych przez nich środków nie będzie wystarczająca?

- W odpowiedzi podam przykład Fundacji „Mimo wszystko” Anny Dymnej, któ-

ra zaczęła od zera, a obecnie jest jedną z największych w kraju i zatrudnia cały sztab fundraiserów, z których wielu należy do naszego stowarzyszenia. Co do pensji, jako stowarzyszenie radzimy organizacjom, które zatrudniają osoby od pozyskiwania funduszy, i fundraiserom, żeby nie umawiali się na procent od uzyskanych pieniędzy. Grozi to bardzo kontrowersyjną dla wszystkich stron sytuacją. Sponsor wycofa się z dalszej współpracy, ponieważ nie będzie zadowolony, że np. 10 proc. z przekazanych przez niego 100 tys. zł poszło w prywatne ręce fundaisera. Organizacja, która mogłaby z pożytkiem zagospodarować tę sumę, musi oddać ją swojemu pracownikowi. Z punktu widzenia fundaisera może to wyglądać lepiej, ale trzeba pamiętać, że przygotowanie pierwszej dobrej kampanii fundraisingowej zajmuje sporo czasu - czasem nawet od trzech miesięcy do kilku lat. Jeśli nie otrzymuje pensji, to przez ten czas nic nie zarobi.

Czyli po jakim czasie praca fundaisera powinna się organizacji zwrócić?

- Czasem nawet już po miesiącu. Wszystko zależy od przygotowania danej organizacji, czyli przede wszystkim od narzędzi, z którymi fundraiser zaczyna pracę - strony internetowej, profesjonalnego logo. Ważny jest też dobry kontakt z zarządem i szybki przepływ informacji. To są idealne warunki, które nie zawsze są spełnione. Do tego trzeba przygotować plan i kampanię fundraisingową. Nie jest więc uczciwe, żeby przez ten czas dopóki taka osoba nie zacznie „przynosić pieniędzy”, nic nie zarabiała.

Podsumujmy: dlaczego warto zatrudnić fundaisera?

- Ponieważ jest to osoba przygotowana do tego, żeby pomnażać fundusze danej organizacji i utrzymywać dobre relacje między organizacją a darczyńcami. Podam przykład z fundraisingu kultury - jeżeli np. artysta zajmuje się pozyskiwaniem pieniędzy na swoje działania, spektakl czy wystawę itp., to siłą rzeczy nie skupia się na tym, żeby malować, odbywać próby, koncentrować się na pracy. Cierpi na tym jego sztuka. Poza tym nie każdy umie utrzymać profesjonalne relacje ze sponsorami. To ludzie biznesu, potrzebują od nas szybkiej i konkretnej informacji. Poza tym ciężko pracują na zdobywanie pieniędzy, więc jeśli się nimi z kimś dzieli, chcą wie-

dzieć, co się z tymi pieniędzmi dzieje - czyli szybkiego i regularnego raportowania. Trzeba o nich dbać. Pewne rzeczy wydarzają się tylko dzięki ich pieniądзом i oni muszą o tym wiedzieć.

A co jeśli fundraiser się nie sprawdzi?

- Zostały właśnie wydane pierwsze polskie certyfikaty fundaisera. Są one pewnego rodzaju gwarantem, że ludzie, którzy się nimi legitymują, zostali profesjonalnie przeszkoleni i nabyte umiejętności sprawdzili w praktyce. Żeby otrzymać taki certyfikat, trzeba nie tylko przejść wiele godzin szkoleń i zdać egzamin, ale też zrealizować konkretny projekt pozyskiwania funduszy na rzecz swojej (czy wybranej) organizacji. Myślę, że to takie samo ryzyko, jak w przypadku zatrudnienia każdego nowego pracownika. Aby pozbawić ludzi tego rodzaju wątpliwości, staramy się lobbować na rzecz zawodu fundaisera, budować ten rynek pracy w Polsce i wspierać ten zawód. Misją PSF jest, by każda organizacja w Polsce miała swojego fundaisera.

Tak zrodziła się idea założenia Klubu Fundaisera na Pomorzu...

- Pierwsze z cyklu spotkanie I Klubu Fundaisera na Pomorzu odbyło się 14 kwietnia. Tym samym Trójmiasto dołączyło do innych miast, gdzie odbywają się tego typu spotkania. Myślę, że na Pomorzu dzieje się wiele inspirujących rzeczy, jeśli chodzi o fundraising i działalność charytatywną. Mam nadzieję, że niedługo środowisko fundraiserów będzie tu na tyle zintegrowane, żeby organizować coś więcej niż tylko spotkania. ●

*** MARIA OLSZEWSKA** - absolwentka

Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Członek Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu. Jeden z pierwszych w Polsce fundraiserów z Polskim Certyfikatem Fundaisera - ukończyła roczny kurs, w ramach którego zrealizowała plan pozyskiwania funduszy i zorganizowała autorski projekt Granie w Barbakanie dla Muzeum Historycznego Miasta Krakowa. Od lutego mieszka w Trójmieście, gdzie przeprowadziła się, żeby współpracować jako menedżer i fundraiser przy projektach trójmiejskiej artystki i choreograf Bożeny Eltermann i Teatru Cynda. Organizatorka I Klubu Fundaisera na Pomorzu.