

/ Társadalmi bázisépítés esettanulmányok

Lépesről lépésre az anyagi függetlenség felé

Romaversitas Alapítvány



A Romaversitas Alapítványt a felsőoktatásban tanuló roma fiatalok támogatására hozta létre egy romákból álló értelmiségi kör 1996-ban. Közösségi szervezatként hisznek abban, hogy hosszú távon kell a roma fiatalok oktatásába fektetni, mert ez vezet fenntartható és széleskörű társadalmi változáshoz. Ezért roma fiatalokat támogatnak készségeik megerősítésében, pozitív roma identitásuk megszilárdításában, egyetemi tanulmányaik megkezdésében és diplomájuk megszerzésében. Az alábbiakban Paskó Ildikó, a szervezet oktatási igazgatója osztja meg tapasztalatait.

A Romaversitas társadalmi bázisépítés projektje részben a Nyílt Társadalom Alapítványok, Nyílt Társadalom Kezdeményezés Európáért (OSIFE) támogatásában valósult meg. A NIOK Alapítvány az OSIFE partnereként 2017 óta nyújt komplex támogatást (mentorálás, tanácsadás, tapasztalatcsere, képzések) a Társadalmi Bázisépítés programban támogatott szervezeteknek. Ez az esettanulmány a NIOK és az OSIFE partnerségének keretében jött létre.

Egy lábon állás mint kockázat

A Romaversitas Alapítvány egyik legfontosabb kihívása az egy támogatótól való függés volt, ami több mint egy évtizeden át jellemezte a szervezet működését, és jelentett folyamatos működési kockázatot. Ráadásul a főtámogatónk egy stratégiai átalakulás miatt eldöntötte, hogy kivonul az országból, ami teljesen kiszámíthatatlanná tette az ebből a forrásból érkező támogatásokat.

A Romaversitas történetében a társadalmi bázisépítési projekt volt az első alkalom, amikor lehetőség nyílt arra, hogy a legnagyobb fejlődési lemaradásunkat – az egy adományozótól való függőséget – felszámoljuk, és **új utakat találhassunk a forrásteremtésben adománygyűjtési stratégiánk felülvizsgálatával, új adománygyűjtési módszerek megismerésével és bevezetésével, és a társadalmi bázisunk megerősítésével.**

Láthatóbbá vált a szervezetünk

Annak, hogy a forrásaink diverzifikálásába kezdhessünk, nélkülözhetetlen feltétele volt **az arculatunk és a szervezeti kommunikáció teljes megújítása**, hiszen ezek nélkül nem válhattunk volna láthatóvá a lehetséges támogatók számára. **Létrehoztunk egy új arculatot, kommunikációs stratégiát, részletes éves kommunikációs terveket készítettünk és valósítottunk meg**, ezáltal jelentősen növelve a láthatóságunkat.

A kommunikációs megújulás, például a **rendszeres és tartalmas hírlevél**, amelyben a szervezeten belül folyó szakmai munkáról tudósítunk fotókkal, videókkal, már önmagában is növelte a támogatók és támogatások számát. Folyamatosan dolgoztunk a NIOK társadalmi bázisépítés programjában elérhető tanácsadókkal, a konzultációk alapján alakítottuk ki az egymásra épülő lépéseket, és a gyakorlatban teszteltük ezeket.

Új utak a forrásteremtésben

Első lépésben egy már korábban is használt módszert alkalmaztunk, **rendszeres, szezonális (tavaszi és téli) közösségi adománygyűjtő akciókat indítottunk az Adjúkossze.hu felületén.** Itt sokat segített a korábbi tanácsadói konzultációk alkalmával elsajátított tudás és készségek. Már a korábbi kampányok is nagyon jól sikerültek: 2016 óta az éves közösségi gyűjtéseinken jellemzően 650 ezer Ft körüli összeget adtak össze az adományozók. A járvány alatt indított „Célegyenesben – Krízisalap roma diákoknak” című kampány azonban minden várakozásunkat felülmúlta, és több mint 2,7 millió forintot gyűjtöttünk, köszönhetően a jól megtalált üzenetnek, amely a járványhelyzet miatt különösen aktuális is volt. Azóta még két akciót indítottunk, amelyek újabb tapasztalatokkal szolgáltak számunkra, például a donorok támogatási lépcsőire vonatkozóan: amint **sikerült a közösségi adománygyűjtéseken megjelenő eseti támogatók számára újabb felületeket biztosítanunk (pl. állandó támogatási lehetőség),** ők már nem jelentek meg az újabb Adjúkossze-kampányok alkalmával. Így a következő közösségi kampányban ugyan visszaesett az összeggyűjtött adomány mértéke – viszont jelentősen több állandó támogatónk és rendszeres támogatásunk lett.

A járvány alatt indított „Célegyenesben – Krízisalap roma diákoknak” című kampány minden várakozásunkat felülmúlta.

CÉLEGYENESBEN

**TÁMOGASS EGYETEMI VIZSGÁKRA ÉS
ÉRETTSÉGIRE KÉSZÜLŐ ROMA DIÁKOKAT!**

ROMA
VERSITAS

Ezután az 1%-os felajánlások növelését tűztük ki célul, amit összekötöttünk a vállalati támogatók bevonását megalapozó kampányunkkal. **Összegyűjtöttük azokat a vállalatokat, akikhez volt bármilyen személyes vagy szervezeti kapcsolódási pontunk,** és azzal kerestük meg őket, hogy kérjék meg alkalmazottaikat, hogy a Romaversitas-nak ajánlják fel adójuk 1%-át. Ez egyrészt jelentősen növelte az 1%-os felajánlások összegét, a korábbi szint 2,5-szeresére, másrészt apropót adott a vállalatok megkeresésére.

Ezeket a vállalati kapcsolatokat tovább építve „Legyél biztos pont a roma fiatalok oktatásában” című kampányunkban mind a vállalatoknak, mind az ott dolgozók közösségeinek **lehetőséget ajánlottunk egy fiatal egy tanéves támogatására,** amivel azóta már több vállalat és magánszemély is élt.

A vállalatokkal párhuzamosan megkerestük régi, rendszeres támogatóinkat, szövetségeseinket és a témára érzékeny ismerőseinket, és arra kértük őket, hogy **szervezzenek támogatói csapatokat maguk körül** - ezt a módszert követes adománygyűjtésként is ismerhetitek - és vállalják ők is egy fiatal egy tanéves támogatásának költségét. Ennek a kampánynak a keretében már több mint 30 embert sikerült bevonni az állandó támogatóink közé.

Mindezek eredményeképpen jelentősen bővült a támogatói bázisunk mind az egyéni támogatók, mind a vállalatok körében, olyannyira, hogy a projekt végére a **korábbi fő támogató segítségével nélkül önállóan, csak hazai forrásokra alapozva tudtuk elindítani oktatási programunk következő tanévet.**

HR kihívások

A kommunikációs és forrásteremtési területen folyamatos változásokat éltünk meg az elmúlt években. Első körben egy, a versenyszférából érkező vezető integrálása jelentett kihívást, aki azonban rövid idő után visszatért a versenyszférába. Ezután a megvalósítói szintre kerestünk szakembereket, de ők csak részben tudták betölteni a területen keletkezett űrt. Végül az oktatási igazgató vette át a kommunikációs és forrásteremtési feladatok koordinálását, és a megvalósítási feladatok egy részét is. Ez igazi sikernek bizonyult, hiszen nagyon hitelesen és hatékonyan tudja képviselni a szervezetet ezen a területen is, az oktatási program évtizedes tapasztalataira építve. Azonban a két párhuzamos feladat jelentősen meghaladja a fenntartható terhelés mértékét.

Tanulságok

- / Számunkra az egyik legnagyobb tanulság, hogy egy **elkötelezett, szakmailag felkészült, a szervezetet jól ismerő munkatárs bevonása a kommunikációs és forrásteremtési feladatok vezetésébe és/vagy kivitelezésébe** lehet, hogy hatékonyabb megoldás, mint egy külsős szakértő integrálása a szervezetbe.
- / Az elmúlt két év tapasztalata egyértelműen alátámasztotta azt a kezdeti hipotézisünket, hogy **a stabil kommunikációs alapok elengedhetetlenek a sikeres forrásteremtés elkezdéséhez.**
- / Nálunk nagyon hatékonyan működött, amikor sikerült **egy adománygyűjtési tevékenységet több különböző támogatói célcsoport párhuzamos eléréséhez** használni (pl. növelni tudtuk az 1%-os, vállalati és magánadományozói bázisunkat, egymásra felfűzve a különböző megkereséseket, lásd fentebb).
- / Végül, de nem utolsó sorban megtanultuk, hogy soha ne induljunk útnak, ne kezdjünk fejlesztésbe megfelelő kísérők nélkül egyetlen területen sem, hiszen a projekt által biztosított **szakmai támogatás és tanácsadók** nélkül nem tartanánk ott, ahol most tartunk.

