

a nem mérhető siker nyomában

A Bethesda Kórház Alapítvány a budapesti Bethesda Gyermekkórház mellett működő nonprofit szervezet, amelynek az a célja, hogy a kórház fejlesztésére adományokat, alternatív forrásokat gyűjtsön.

Az alapítvány 1992-ben jött létre, működési területét részben regionálisként határozza meg, ugyanakkor mondhatjuk országosnak is. A Bethesda az egyetlen gyermekórház Magyarországon, amely 100 %-ban a Református Egyház tulajdonában van.

Kiemelt feladatot ellátó működési területe a gyermek égés-sebészeti osztály, illetve a gyermek epilepsziával foglalkozó neurológia. Ez a két terület, ahonnan országosan ideszállítják a súlyosan beteg gyermekeket. Az összes többi osztályra a régióból, főleg Budapest és környékéről érkeznek a betegek.

Az országos 1 %-os kampányok listáján már harmadik éve a 14. helyen áll az alapítvány, annak ellenére, hogy a válság csökkentette az adományozó

kedvet minden területen. Ha ezt a tényt nézzük, akkor ez az eredmény sikeresnek számít. De ha azt, hogy az élbolyban lévő szervezetek mennyi felajánlást gyűjtenek, akkor vannak kétségeim a sikerességünkkel kapcsolatban – mondja Bencez János, az Alapítvány titkára.

Nehéz megmondani, hogyan is definiálhatjuk ezt a szót, mikor mondhatjuk magunkat sikeresnek? Összefoglalóan azt mondanám: Mivel céljaink jelentős részét az elmúlt években meg tudtuk valósítani, ezért szervezetünk tevékenységét eredményesnek minősítem. Terveink megvalósításához sikeresen gyűjtöttünk forrásokat.

Évente átlag tízezen irányítják 1 százalékukat hozzánk.

Ennek forint értéke 50-70 millió forint között mozog, miközben a kórházban évente kb. 110 ezer gyermeket látunk el. A legnagyobb felajánlásokat a daganatos betegségben szenvedő gyermekeknek gyűjtő szervezetek kapják (200-300 millió forint).

Kampányaink célközönségét három csoportra osztanám. Elsősorban azokat célozzuk meg, akik gyermekük, családtagjuk kezelése során kapcsolatba kerültek velünk.

Akiknek hozzátartozója nálunk gyógyult, véleményem szerint leginkább rájuk számíthatunk. Ők hálásak az intézménynek a gyógyulásért, azért a bánásmódért, amit itt tapasztaltak.

A második csoport, azok az egyházhoz kötődő magánszemélyek, akik „egyházi jellegű” alapítványt keresnek, és azt támogatják 1 %-kal és adományokkal. Náluk fontos az egyházi kötődés.

Az egyházon keresztül folytatott kampánynak van egy olyan hatása is, hogy akik 1 %-ot nem tudnak felajánlani – pl. a nyugdíjasok – ők adományt szoktak küldeni. Így az 1 %-os kampány egyéb adományokat is bevon.

Annak ellenére, hogy az év során külön gyűjtést nem szervezünk, mégis folyamatosan vannak felajánlásaink.

Korábban az alapítványok számára nem volt nyilvános, mennyi felajánlást kaptak és honnan, ez mindössze 4 éve van így. 2008-ban volt 9.200, 2009-ben 10.200, 2010-ben 9.700, 2011-ben 10.500 felajánlást kaptunk.

Rendszeresen hirdetünk az egyházi újságokban – a három történelmi egyház, a katolikus, református és evangélikus egyház országos lapjaiban.

Az 1 %-os kampány január elejétől május végéig tart, de ennek csúcsideje az adóbevallások leadásának határidejét megelőző néhány hét. Április-május hónapban egy A/5 méretű szóróanyagot is behúzzunk az újságokba. Ezzel többnyire a vallásukat gyakorló adózókat érjük el.

A harmadik csoport, a teljes adózó populáció. Célunk az, hogy olyan embereket is megszólítsunk, akik készítenek bevallást, de nem rendelkeznek adójuk egy százalékáról. Csak két szám: az adózóknak 55 %-a rendelkezik adója valamelyik 1 százalékáról. Közülük is, az alapítványok, ill. egyesületek javára csupán 45 % nyilatkozik.

Ezt a csoportot leginkább címzetlen levelek küldésével, illetve az elektronikus média segítségével próbáljuk elérni.

Készítünk egy írásos reklámanyagot, amit beteszünk egy borítékba, ezt aztán postai úton kézbesítjük. Nem névre szól ez a levél, hanem a postaládaszám nyilvántartás alapján küldjük ki. Ez nyilván pénzbe kerül, hiszen ki kell nyomtatni az anyagot és terhelődik rá postai költség is.

Van ezenkívül egy 25 másodperces kisfilmünk, amit igyekszünk elhelyezni olyan csatornáknál, amelyek nézettek, de nem kérnek túl magas árat. Idén a National Geographic, Echo TV, Nat Geo Wild, M1, M2, a Story 4, illetve a Story 5 televízió vetítette több alkalommal. Az is előfordul néha, hogy egy-egy terület üres marad, és akkor alkalmanként azt ingyen meg lehet kapni, de a jellemző az, hogy a médiafelületekért fizetnünk kell.

Több ismerősömtől hallottam, hogy Nyugat Európában, a közhasznú munkát végző szervezeteket úgy támogatják, hogy nagyon olcsón vagy ingyen jelenhetnek meg a különböző médiaorgánumban.

Nálunk ez sajnos nem teljesen így működik. Sok helyütt kapunk jelentős kedvezményeket reklámfelületek használatára, de ezek a költségek is igen magasak számunkra. Ingyen szinte sehol nem kapunk lehetőséget.

Interneten a kórház és az alapítvány önálló honlapján januártól májusig kint van a felhívásunk arra vonatkozólag, hogy ajánlják fel adójuk 1 %-át a Bethesda Kórház Alapítványnak. Jelen vagyunk a közösségi médiában is, indítottunk egy Facebookoldalt. De nem látjuk, hogy ez valóban eredményes-e.

Az, hogy megosztják, mondjuk egymillióan, az számomra még nem mérvadó. Az eredmény az lenne, ha a 10 ezres felajánlói szám megemelkedne, mondjuk 20 ezerre. A like-ok és megosztások a felajánlások számával nem köthetők össze, hiszen nem tudjuk, kik ők, fizetnek-e adót, és hogy valóban nekünk küldik el rendelkezésüket.

Bannereket is megpróbálunk elhelyezni olyan honlapokra, ahová olcsón elhelyezhetőek, illetve van úgy, hogy kapunk ingyenes, vagy jelentős kedvezménnyel felajánlást erre vonatkozóan.

Törekszünk arra, hogy a különböző keresőprogramokat optimalizáljuk azokra a fogalmakra, keresőszavakra, amelyek elvezetnek hozzánk.

Van egy rádiós spotunk, amelyet a Kosuth Rádió és az Info Rádió sugároz január és május között, két hullámban.

Szükségünk van a segítségére, mert

...ha azok a gyerekek, akik nálunk naponta megfordulnak, egymás vállára állnának, az Eiffel-torony tetejéig érnének.

három év alatt annyi géztekercset használunk el, hogy összeilleszthetve körbenérik a Földet.

...a sok gyógyult gyermekmosolyhoz még ezeknél is több dolog szükséges.

Mire fordítjuk Idén az 1% felajánlásokat?

- Országos Egéscentrumunk fejlesztésére
- A leromlott állapotban lévő anyaotthon épületének felújítási munkáira
- Eszköz- és anyagbeszerzésekre

Kérjük, adójának 1%-ával Ön is segítse idei céljaink elérését, hogy minél hamarabb, minél több gyermeket gyógyíthassunk jobb körülmények között! Köszönjük bizalmát!

Bethesda Kórház Alapítvány Adószámunk: 180 425 39-1-42

Levélben megkerestük a református gyülekezeteket, amelyben tájékoztatjuk őket a munkánkról, eredményeinkről.

A levelekhez melléeltünk egy plakátot is, amelyek kihelyezhetőek a gyülekezeti hirdetőtáblára az adóbevallás időszakában.

Látni lehet országsherte, hogy civil szervezetek óriásplakátokon hirdetik magukat, erre sajnos nekünk nincs pénzünk. Folyamatossá lehetne tenni a rádiós, televíziós megjelenéseket, a címzetlen leveleket is lehetne nagyobb területen kiküldeni, de ez is egyértelműen pénz kérdése.

Mennyi pénzt költhetünk a kampányra évente? A Kuratórium már évekkal ezelőtt úgy döntött, hogy a bevételünk maximum 10 %-át fordíthatjuk erre a célra.

Az eredmény nem mérhető objektíven, hiszen a honlap látogatójáról, vagy a Facebookon klikkelőről nem tudom, hogy utána mit tesz. Ha úgy működne, hogy kattint, elolvassa, aztán egy másik kattintással odarendeli az 1 %-ot, és ezt én is láthatnám, akkor tudnám így mérni.

Ezért is nehéz meghatározni a kampánystratégiát, hogy mi felé menjünk, ki az, akit meg lehet szólítani, aki érzékeny lehet arra, hogy mi súlyos beteg, sokszor élet és halál között lévő gyereket gyógyítunk – egyébként nincs mérőeszközünk.

Hogy miért tartom mégis sikeresnek a kampányunkat? Az alapítvány legfőbb célkitűzése: alternatív forrásteremtés a Bethesda Gyermekkórház fejlesztésére, a gyógyítás körülményeinek javítására.

Sikeres adománygyűjtésünknek köszönhető, hogy minden évben tudunk orvosi műszereket, eszközöket vásárolni, szakmai továbbképzéseket, gyermektáborokat támogatni, épületrekonstrukciókat, felújításokat finanszírozni.

Nem föltétlenül abban mérem a sikert, hogy mennyi az összeg, hanem abban, hogy folyamatosan van-e olyan forrás, amit fel tudunk használni a kitűzött céljaink megvalósítására.

Ma Magyarországon nagyon korlátozottan áll rendelkezésre pénz az egészségügy fejlesztésére.

Emiatt a rekonstrukciókat, új eszközök beszerzését, tudományos képzések megvalósítását leginkább az alapítványunk támogatásával tudjuk megvalósítani. Én ezt tartom igazi sikerünknek, igazi eredménynek.



2011. óta az
UNESCO Világörökség
listáján szerepel
a táncház módszer



a táncház napja

A Hagyományok Háza Baráti Köre Egyesület 2007. óta működik a Hagyományok Háza mellett, budapesti székhelyű szervezetként, de országos hatáskörrel – mondja Hont Angéla titkár, az egyesület egyik kezdeményezője és alapítója.



Célja a néphagyományok népszerűsítése, a Hagyományok Háza tevékenységének támogatása.

Ennek megfelelően szervezi a programjait is. A tagság több mint 150 fős, nekik szervez programokat az Egyesület, havonta ismeretterjesztő klubesteket, kirándulásokat olyan programokat ajánl, amelyek a népművészettel, néphagyománnyal foglalkoznak.

Vannak olyan programok, amelyek esetében kérjük a tagokat, hogy jöjjenek és vegyenek részt önkéntesként. Ilyen pl. a Hagyományok Házának nyílt hete, vagy a kitelepülések alkalmai, itt általában sokat segítenek.

A most bemutatott projekt a Táncház Napja, amelyet tavaly szerveztünk meg először, az első táncház 40 éves évfordulójára, hagyományteremtő szándékkal, minden évben az 1972. május 6-ai első táncház évfordulójához legközelebb eső szombatra.

A projekt lényege, hogy legyen egy olyan nap, amely arról szól, hogy mi a táncház mozgalom, hogyan lehet ehhez csatlakozni. Ez tehát egy népszerűsítő, ismeretterjesztő szabadtéri rendezvény. A budapesti programot magunk szervezzük, és kérjük, hogy mindenki a saját régiójában ilyen programokat kezdeményezzen.

Idén a Táncház Egyesület kapott erre támogatást a Magyar Művészeti Akadémiától, kimondottan vidéki helyszíneket szólítottak meg, ahol szintén szerveztek a Táncház Napjához kapcsolódó eseményeket. Erdélyben Sepsiszentgyörgyön, Felvidéken Pozsonyban, Magyarországon pedig Szegeden, Szarvason, Jászberényben, Nyíregyházán, és számos más vidéki helyszínen voltak rendezvények.

Néhány helyen spontán módon kapcsolódtak a Táncház Napjához, pl. Zalaegerszegen utcai táncos flashmobot és táncházat szerveztek, de tavaly New Yorkban is volt utcai táncház az eseményhez kapcsolódóan.

2011 óta az UNESCO Világörökség listáján szerepel a táncház módszer, a nemzeti kultúrák legjobb megőrzési gyakorlatai között, egy hungarikum, mely bevezethet minden érdeklődőt a magyar kulturális hagyományok világába.

A célközönség elsősorban azok, akik nem "táncházasok", akik nem ismerik, csak hallják a táncház találkozó hirdetését, de nem érzik magukhoz annyira

közel, hogy el is menjenek. Elsősorban azoknak szól, akik még nem ismerik a hagyományörzés e formáját.

A Táncház Napja egy egész napos ingyenes rendezvény, ahol ezt meg lehet nézni, ki lehet próbálni. Van ott ilyenkor tánc- és énektanítás, nemcsak magyar, hanem a Kárpát-medence népeinek kultúrájából is – idén pl. délszláv és cigány táncokat is tanítottunk –, és kézműves foglalkozás, hiszen a néphagyomány egy komplex dolog.

Ha kijött egy család, a gyerekek leülhetnek nemezelni vagy vesszőt fonni, voltak ügyességi népi játékok, a szülők, vagy akár az egész család beállhatott táncolni, délután mesemondás az Írók Boltjában, este táncház.

A tavalyi évben az Egyesületünk nyert az OTP-nél az Együttható projektben egy különdíjat. Ez a nyilvánosság, és az akkor kapott pénz adta a lehetőséget, hogy 2012-ben megrendezzük az első Táncház Napját.

Akkor készítettünk egy honlapot és akkor született meg a szervezet Facebook oldala is. Idén nagyon erősen támaszkodhattunk a tavaly született eredményre.

” A TÁNCHÁZ NAPJA EGY EGÉSZ NAPOS INGYENES RENDEZVÉNY, AHOL EZT MEG LEHET NÉZNI, KI LEHET PRÓBÁLNI.



Kialakult egy bázis, aki már hallott a rendezvényről, vagy részese volt, igyekeztünk őket is megszólítani.

Egy civil szervezet kommunikációjában manapság a legfontosabb az online kommunikáció, akár a honlap, akár egy direkt e-mail lista, akár a közösségi oldalak, mint a Facebook. Ezek útján tudjuk legkönnyebben eljuttatni az információkat. Ennek egyetlen hátránya talán az, hogy főként azokat érjük el, akik ismernek minket, illetve azoknak az ismerőseit.

Amivel az idei táncház meghirdetésében kitörtünk, az az elektronikus média, a televízió és a rádió. A rendezvényünk tavalyi népszerűsége sokat segített abban, hogy a közmédiában riportok, beharangozó beszélgetések, kisfilmek, klipek jelentek meg az eseményről teljesen ingyenesen.

Nagyon sokat segítettek az önkénteseink: egyikük kisfilmet készített a tavalyi anyagokból, az került fel a Youtube-ra, mások rendelkezésre bocsátották a tavalyi rendezvényen készült fényképeket, azokat is feltettük a honlapra, a Facebook oldalon posztoltuk.

A televízióban készült interjú Halmos Bélával és velem, ott is háttérként az önkéntesek által készített képek szerepeltek.

A közösség ereje segítette leginkább a kommunikációkat és a népszerűsítést – folytatta Hont Angéla. Nyomtattunk szórólapot is, a Táncház Találkozón osztottuk szét az első nagy adagot. A cél az volt, hogy tudjanak a rendezvényről, csatlakozzanak, vagy vidéki helyszíneken szervezzenek hasonlót.

A Táncház Napja előtti héten több olyan villámcsődületet is szerveztünk, ahol népszerűsítettük az eseményt, úgy, hogy két-két táncos és egy énekes összejött, spontán módon énekelve, táncolva mentünk az utcán. Erre sok járókelő felfigyelt: mi ez, kik ezek, mit akarnak? És természetesen nekik is osztogattunk szórólapot.

Az eredmény? Nem nagyon tudok pontos számokat mondani. Tény, hogy a honlapjaink látogatottsága megnőtt, a "Hagyomány. Éld bele magad" Táncház Napját megelőző posztjait 55-58 ezren, a Hagymányok Házáét több mint százezeren látták. A Facebookon jól látszott, hogyan ugrott meg a látogatók száma, és az ottani poszt is rávezetett a honlapra.

Az eredményesség itt elsősorban abban mutatkozik meg, hogy tavalyhoz képest többszöröződött a rendezvényhelyszínek száma, beszélnek róla, ott voltak sokan, sok rácsodálkozó visszajelzést kaptunk olyanoktól, akik eddig nem tudtak rólunk. Ezt igazi sikernek élem meg.

Olyan 3000 körülre becsüljük a budapesti Liszt Ferenc téri esemény résztvevőinek számát ezen az egyetlen napon. Országos adatot, sajnos, nem tudunk.

Remélem, hogy ez a szám még növekedni fog, ha minden évben – hagyományteremtő módon – megrendezzük a Táncház Napját.

Minden olyan szervezet számára járható a kommunikáció ezen útja, akik a közösség erejét és az önkéntességet tudják használni projektjeik népszerűsítésében.