






# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>15</b>
	O projektu	19
	Poděkování	21
	Zkratky	23
<b>2</b>	<b>Kontext fundraisingu ve Visegrádské čtyřce</b>	<b>27</b>
	Česká republika	29
	Maďarsko	37
	Polsko	43
	Slovensko	49
	Co bude dál?	55
<b>3</b>	<b>Základní výzvy pro fundraising v rozvojové a humanitární pomoci</b>	<b>59</b>
	Přímá participace Maďarska na pomoci Haiti po zemětřesení	65
	Adopce na dálku jako metoda fundraisingu – zkušenosti nadace Integra	73
	Klub přátel Člověka v tísni	81
	Aktivace významných dárců v britské rozvojové organizaci Womankind Worldwide	93

	Rozvojová organizace Sightsavers: fundraising založený na principu využití závětí _____	101
	Direct marketing: kampaň Světové společnosti na ochranu zvířat za ukončení chovu medvědů na odběr žluči _____	109
	Akce „Voda pro Súdán“: spolupráce mezi organizací Polská humanitární akce a společností Polskie Zdroje, polským distributorem balené minerální vody Cisowianka _____	121
<b>4</b>	<b>Podpůrné mechanismy a strategie mobilizace privátních prostředků</b>	<b>133</b>
	Partnerství s médii na příkladu AMREF Velká Británie _____	135
	Příslib veřejných médií v Polsku: Jak nový zákon pomáhá veřejně prospěšným organizacím využívat veřejná média _____	143
	Veřejná sbírka „Dobrá novina“ na Slovensku _____	149
	Vliv kampaní „1 % z daní“ na metody fundraisingu zacílené na fyzické osoby _____	159
	Koalice Za snadné dárcovství: sdílení zkušeností a spolupráce jako cesty k odstraňování překážek _____	171
<b>5</b>	<b>Fundraising v digitální společnosti propojené sítěmi</b>	<b>187</b>
	Projekt Skutečný dárek _____	191
	Kampaň Skvělá tabule _____	201
	Adoptujte dítě: internetová kampaň maďarské Nadace pro Afriku _____	209
	Digitální fundraising organizace Magna Deti v nůdži _____	219
	Případová studie nových médií: Merlin _____	227

## **6 Budování důvěryhodnosti nevládních organizací 237**



Transparentnost v komunikaci  
nevládních rozvojových organizací s dárci ----- 241



Zpětná vazba dárcům a její využití pro fundraising ----- 255



Krizová komunikace: případ selhání afrického partnera ----- 267



Rozvoj a zavedení nástrojů na zvýšení  
transparentnosti a odpovědnosti  
u nevládních organizací ----- 275

## **7 Transparentnost a etika 287**

Transparentnost vůči dárcům – náměty k diskusi ----- 289

Etika fundraisingu ve vztahu k příjemcům pomoci ----- 303

## **8 Slovo na závěr 319**

Zdroje a doporučená literatura ----- 321

Autoři ----- 329

Tematické okruhy a typy publikací PDCS ----- 335