



International Children Aid Raised by United Sponsors

Usilování o zisk a sociální závazky v jednu chvíli. Je to paradox?

Není to nic nového, že si společnosti uvědomily, že sociální závazek je dobrý pro jejich image a tudíž také dobrý pro jejich obchod. Je vcelku běžné, když se firmy - běžně orientované výhradně na zisk - podělí o svůj úspěch s lidmi z prostředí nízkých příjmů. Samozřejmě to není pouze idealismem. Mimoto se očekává a je kalkulováno s tím, že veřejnost ocení hodnotu tohoto závazku, neboť je lidský a šlechetný.

Jeden dobrý příklad pro tuto věc je charitativní kampaň ICARUS (International Children Aid Raised by United Sponsors). Je to něco speciálního, protože v tomto projektu se mnoho společností z rozdílných průmyslových oblastí a rozdílných velikostí spojilo dohromady pro společnou kampaň, jejímž cílem je dobrá věc - pomoci penězně i nepenězně těm, kteří to potřebují.

Původně vznikla tato kampaň v roce 2001, kdy se jmenovala „Mobile for Kids“ a byla založena mezinárodní přepravní a logistickou společností World Courier. Konala se pouze v Německu. Na počátku byla myšlenka, že běžný zvyk dát dárek velkému počtu zákazníků – od psacích per po diáře – není pro nikoho příliš užitečná a příprava stojí mnoho času a finančních prostředků. World Courier tedy dospěl po dohodě s klienty k závěru, že bude lepší tyto prostředky zužitkovat vhodnějším způsobem. Rozhodnutí, kdo obdrží výtěžek, bylo velice rychlé. Ve dvanácti místech, kde je společnost zastoupena v Německu byly kontaktovány dětské domovy, které byly bez zaváhání zvoleny jako příjemci darů. Ředitelé byli v předstihu dotázáni, co by se dětem líbilo k Vánocům a zanedlouho se přání dostalo do hlavního stanu společnosti World Courier. Následně byly zakoupeny dary od televizoru do společenské místnosti, fotbalových branek přes jízdní kola, počítačové hry, po kompletní vybavení dětské herny a ještě mnoho dalších. Během týdenní cesty po všech domovech byly ředitelem Klausem Hachmannem doručeny všechny dary.

„ Nevěděl jsem, co mě tam čeká.“ Říká dnes Hachmann. „Myslel jsem si, že v dětských domovech jsou ložnice pro padesát dětí a striktní vychovatelé, kteří na vše dohlížejí.“

Začal o celé věci hluboce přemýšlet: „Dnes již v těchto ústavech nežijí skoro žádní sirotci“, říká Hachmann. „ Spíše se jedná o děti, které nemohou žít se svými rodinami v důsledku rodinných nebo sociálních problémů.“ Při svých rozhovorech se zaměstnanci domovů slyšel mnoho - často velmi dramatických - příběhů. Na konci své cesty byl přesvědčený, že to vzhledem k důležitosti problému nebyla poslední činnost tohoto druhu, ale pouze počátek celé iniciativy.

Po mnoha diskusích spojených s tímto prvním krokem vznikla myšlenka vyrobit kalendář. Dětem bylo zadáno motto – pro první kalendář to bylo „Nejkrásnější místo na světě“. Pod vedením vyškolených zaměstnanců bylo společně s dětmi prodiskutováno, co pro ně osobně toto téma znamená a poté děti začaly malovat obrázky. O několik měsíců později jich byly shromážděny stovky z nichž bylo vybráno dvanáct nejlepších pro vytvoření kalendáře. Poté začalo hledání dobrovolníků, kteří by mohli pomoci, grafiků, webových designérů, tiskáren a knihařů, kteří byli ochotni bezplatně kalendář vyrobit.

Od tohoto okamžiku již nebyl World Courier jediný iniciátor, ale náhle bylo zahrnuto do této kampaně pět společností, které se spojily a započaly diskusi, jak získat více partnerů. Zástupci oněch pěti společností rozhodli, že každý, kdo zakoupí padesát a více kalendářů, bude

jmenován sponzorem. Tento závazek bude odměněný vložení jejich loga na webové stránky www.icarus-kids.com, stejně tak jako vytištěním loga na titulní stranu kalendáře.

„Dnes už máme více než 25 spoluiniciátorů celé akce“, říká Hachmann. „Větší i menší, věhlasné i neznámé společnosti, které podporují kampaň. Od roku 2008 se navíc stala mezinárodní. Tato kampaň se nyní koná i v Dánsku, Švédsku a České republice a od roku 2009 se zapojí i další země. Nejlepší na této věci je ale princip, že místo dávání dáreků zákazníkům, si oni sami kalendáře kupují a tím pomáhají dětem.“ Od doby, kdy byl založen, přinesl projekt ICARUS dětským domovům celkový obnos více než 200.000 EUR.

Umělecký kalendář vytištěný ve čtyřech barvách můžete zakoupit skrze domovskou stránku www.icarus-kids.com za cenu 342,- Kč za kus z nichž celých 293,- Kč bude po skončení kampaně použito přímo pro děti.

Kontakt:

World Courier Czech Republic s.r.o.

České družiny 9 / 1671

Praha 6

160 00 Česká republika

koordinátorka projektu pro ČR :

Kateřina Doležalová

tel. +420 233113611

mail. kdolezalova@worldcourier.cz