



International Children Aid Raised by United Sponsors

## **At stræbe efter profit og social engagement. Er det et paradox??**

Det er ikke noget nyt at firmaer er blevet bevidste om at socialt engagement er godt for deres image og derfor også godt for deres forretning. Det er ikke forkasteligt når profit orienterede firmaer giver en del af deres succes til personer med lav indkomst i vores samfund, selvom det ikke gøres kun af idealisme, men desuden også med den tanke at offentligheden sætter pris på dette "engagement om at være menneskelig eller generøs.

Et godt eksempel for det er velgøringskampagnen ICARUS (International Children Aid Raised by United Sponsors). Den er speciel fordi mange firmaer fra forskellige industrier og størrelser, er gået sammen om en kampagne der rejser penge eller fordele for en god sags tjeneste.

Kampagnen havde sin spæde start i 2001 da dens navn stadig var "Mobil fuer Kids" og var stiftet af det internationale transport- og logistik firma World Courier. Den gang blev den kun afholdt i Tyskland. I starten var det tænkt, at det "juleræs", med at give gaver til en lang række kunder, og det være sig alt lige fra kuglepenne til småkager – jo i virkeligheden ikke er ret brugbart for den enkelte og betyder en masse tid og penge. På dette tidspunkt kom en medarbejder fra World Courier frem til den konklusion sammen med kunderne at donere disse penge til et godt formål. Beslutningen om hvem der skulle modtage pengene blev foretaget meget hurtigt. På de 12 lokationer hvor World Courier er repræsenteret i Tyskland blev børneinstitutioner kontaktede og uden tøven valgt til at modtage donationerne. Institutionslederne blev spurgt på forhånd hvad børnene kunne tænke sig at få i gave til jul, og efter kort tid, modtog World Couriers hovedkontor en masse ønskelister. Derefter blev alt fra fjernsyn og fodboldmål til cykler samt computere købt. På en hel uges turne blev alle gaver leveret af managing director Klaus Hachmann. "Jeg havde ingen ide om hvad jeg skulle forvente" siger Hachmann i dag. "Min forestilling om børnenes institutioner var at det skulle være sovesale med 50 eller flere senge installeret og med en med striks nonne til at holde styr på børnene"

En rejse med dybe og informative indtryk startede hermed for ham. "Idag er der næsten ingen forældreløse i disse institutioner" siger Hachmann. "Børn har hjemme her når de ikke kan leve med deres familier pga. familiære og sociale problemer". Mange dramatiske historier blev hørt når Hachmann snakkede med personalet på institutionerne.

Da rejsen var ved at være slut blev Hachmann enig med sig selv om at det ikke var enden på hans rejse, men begyndelsen på et initiativ som bare skulle vokse i omfang og vigtighed frem til den dag i dag.

Efter mange diskussioner kom man omsider frem til at producere en årskalender. Børnene fik et motto og til den første kalender var "Det rareste sted i verden". Under guidning af det undervisende personale blev det diskuteret med børnene, hvad det personligt betød for dem og derefter begyndte de at tegne ud fra dette tema. Et par måneder senere ankom en masse tegninger, og de 12 bedste blev udvalgt til at skulle dekorere kalenderen. Efter dette begyndte arbejdet med at finde frivillige til at lave lay out, web-designe, en print-shop og en bogbinder blev fundet. Alle indvilgede i at producere kalenderen uden noget honorar.

Fra dette tidspunkt var World Courier ikke det eneste involverede firma i kampagnen, men pludseligt var 5 firmaer pludseligt involverede. Alle gik sammen og diskuterede hvordan man kunne tiltrække flere partnere. Det blev så besluttet, at ved køb af over 50 kalendere blev man sponsor på kampagnen. Dette engagement blev hædret med firmalogo på hjemmesiden samt på forsiden af kalenderen.

"I dag mere end 25 involverede" siger Hachmann. "Større og mindre, kendte og ukendte firmaer giver deres support til kampagnen. Siden 2008 blev kampagnen international. Den samme kampagne kører nu også i Danmark, Sverige og Tjekkiet. I 2009 vil endnu flere lande være med. Men den bedste ting er, at vi ikke giver gaver til vores kunder mere, men at de i stedet køber kalendere og på den måde hjælper børnene".  
ICARUS har rejst et beløb langt over 200.000,- € i donationer siden kampagnen startede.

De kunstneriske kalendere med 4 farvet printning kan købes via hjemmesiden [www.icarus-kids.com](http://www.icarus-kids.com)  
For en pris på 14,00 € pr. stk. for hver solgt enhed går 12,00 € direkte til børnene.

**Contact:**

World Courier Denmark ApS  
Peter Stelzner  
Avedoerholmen 96-98  
DK - 2650 Hvidovre (Copenhagen)  
Denmark  
Tel: +45 32 46 06 80  
Fax: +45 32 46 06 85  
Mail: [ops@worldcourier.dk](mailto:ops@worldcourier.dk)  
Web: [www.worldcourier.com](http://www.worldcourier.com)