

Češi jsou štedří dárci v krizích, ale dlouhodobá podpora chybí. Neziskovky to nyní chtějí změnit

28.7.2025 - Komerční sdělení | ČTK

Tři čtvrtiny Čechů starších třiceti let (76 %) mají pozitivní názor na dárcovství a více než polovina (54 %) alespoň občas skutečně na dobročinné účely přispěje. Ukazuje to aktuální výzkum Ipsos pro organizaci CARE a agenturu Konektor, který proběhl mezi 600 respondenty starších 30 let z velkých měst. Ale zatímco v náhlých humanitárních krizích dovedou být Češi velmi štedří, když dojde na pravidelné dárcovství, za Evropou zaostáváme. Pravidelný dar jedné preferované organizaci totiž posílá jen 8 % dotázaných.

Právě proto, že v Česku není pravidelné přispívání tolik rozvinuté, rozhodly se neziskové organizace začít oslovovat dárce přímo v ulicích. Inspirovaly se právě u svých evropských partnerů, kteří mají s touto formou kampaně dobré zkušenosti.

„Od našich partnerských organizací v Evropě víme, že často i více než polovinu svých příjmů získávají právě přímým oslovováním dárců ve veřejném prostoru. Tento kanál je silný nejen na západ od nás, ale třeba také v Pobaltí nebo v Chorvatsku,“ uvádí Vlastimil Nigrin z organizace Zdravotní Klaun.

Proč pravidelné dárcovství?

Pro neziskovky, a tedy i ty, komu pomáhají, jsou pravidelné, byť třeba i skromnější příspěvky opravdu darem z nebes. *„Pravidelná měsíční podpora umožňuje rozvoj dlouhodobých programů pomoci dětem a také okamžitou humanitární pomoc v případě přírodní katastrofy nebo válečného konfliktu. Díky Přátelům dětí (pravidelným dárcům) se tak dostane více dětí do školy, vyhloubíme více studen nebo více novorozenců zachráníme před podvýživou,“* vysvětluje Miroslav Svatoš z UNICEF.

Humanitární organizace navíc obvykle část pravidelných příspěvků ukládají do speciálního fondu rychlé pomoci. *„Díky němu pak můžeme v případě přírodní katastrofy nebo války část peněz okamžitě uvolnit a začít pomáhat opravdu v řádu hodin. Příkladem takové solidarity byly i loňské povodně na severní Moravě. Díky globální síle CARE jsme získali prostředky americké a německé CARE a mohli jsme opravit šest škol a školek v oblasti Jeseníků. Děti se tak mohly do tříd vrátit rychleji, než kdybychom teprve zahajovali sbírku nebo čekali na schválení dotace,“* uvádí konkrétní příklad Katarína Král, strategická ředitelka CARE ČR.

Tato organizace pomáhá v oblastech zasažených krizí i dlouhodobými projekty na odstranění chudoby, vždy přitom navíc klade důraz na rovnoprávnost žen a dívek. Prostředky od pravidelných dárců tak využije například na svých projektech na Ukrajině, v Sýrii nebo Etiopii.

Ambasadoři v ulicích

„V následujících týdnech se lidé mohou setkat s našimi ambasadory například u stanic veřejné dopravy. Nebudeme vybírat na konkrétní aktuální sbírku, ale chceme s lidmi mluvit o možnostech dlouhodobého dárcovství,“ doplňuje Katarína Král z CARE.

Miroslav Svatoš z organizace UNICEF (Dětský fond OSN), s jejímiž zástupci se také mohou lidé ve

veřejném prostranství setkat, pak zmiňuje výhodu, kterou má pravidelné přispívání pro samotné dárce. *„Lidé si zvolí organizaci, která je jim blízká a tu pak dlouhodobě podporují. Stačí tak, když si její důvěryhodnost a smysluplnost ověří na počátku a poté už mají jistotu, že jejich příspěvek bude opravdu efektivně využitý. Navíc organizace své pravidelné dárce nadstandardně informují o svých aktivitách, projektech i hospodaření, takže své dary můžete prověřit opravdu zblízka,“* vysvětluje.

Zmíněné neziskovky jsou si přitom vědomé, že lidé mohou mít k přímému oslovení na ulici určitou nedůvěru. Proto připravily několik rad, které by si každý, kdo se s ambasadory setká, měl prověřit.

Každý ambasador má průkaz se jménem organizace, jejím IČO, oficiálním telefonním číslem i odkazem na web. Nesmí na oslovené vytvářet žádný nátlak ani třeba ukazovat drastické fotky, které jsou proti lidské důstojnosti.

Pokud se s danou organizací setkáváte na ulici poprvé, je dobré se podívat na její webové stránky a ověřit, že obsahuje přehledné výroční zprávy, dlouhodobou historii organizace i její projekty. Skrze internetový vyhledávač si také můžete ověřit, zda se o jejích aktivitách píše v seriózních médiích. A samozřejmě musí být organizace dohledatelná v obchodním rejstříku.

Pokud se vám daná organizace líbí a důvěřujete jí, můžete se hned na místě s ambasadorem domluvit na výši pravidelného příspěvku. Vlastimil Nigrin ze Zdravotního Klauna uvádí konkrétní příklad, jak takové pravidelné dárcovství pomáhá:

„Pokud chceme dětským pacientům slíbit pravidelnou zábavu s klaunem třeba na rok dopředu, musíme mít stabilní příjem. A věříme, že česká společnost už dospěla do bodu, kdy se stejně jako jinde v Evropě pravidelné dárcovství stane součástí osobních a rodinných rozpočtů. Může jít třeba i o sto korun měsíčně, pro nás je hlavní to, že to bude podpora trvalá.“

Více o zmíněných organizacích na:

www.unicef.cz

www.zdravotniklaun.cz

www.care.cz

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/cesi-jsou-stedri-darci-v-krizich-ale-dlouhodobá-podpora-c-hybi-neziskovky-to-nyni-chteji-zmenit/2702806>