

## IFUA Horváth & Partners Kft. – „Segítsünk a szaktudásunkkal, másokkal is összefogva!”

A program a MAF Társadalmi Befektetések Díj 2013-as pályázatán a *MAF Legsikeresebb Partneri Együttműködések Kategóriában 2. helyezést* ért el, valamint a *MAF Az Év Társadalmi Befektetési Programja Kategóriában shortlist jelölést* kapott.

**A program időtartama:** előkészítés 2008, indítás: 2009, azóta folyamatos

**A programra fordított támogatás a pályázat benyújtásáig:**

- pénz: 15.020.000 Ft
- természetben: teljes irodai infrastruktúra biztosítása (iroda, laptop, nyomtatás, ásványvíz stb.) 1.800.000 Ft értékben (cég költségvetésének adott soraiból létszám alapján arányosítva)
- önkéntes munka: 40 kolléga 3939 órában (ez piaci tanácsadói napi díjakkal kalkulálva 74,7 M lenne, önköltségen kb. harmada; cég létszáma ~80 fő), 8 vezető 536 órában (ez piaci tanácsadói napi díjakkal kalkulálva 15 M lenne, önköltségen kb. harmada)
- szervezési költségek: tanácsadási szaktudás és név rendelkezésre bocsátása (hozzáférés szakmai anyagokhoz, részvétel belső képzéseken, névhasználat - nem számszerűsíthető)

**A program előzményei:**

Nyilvánvaló volt, hogy hazánk társadalmi mutatói elszomorítóak, fizikai és mentális egészségügyi problémákkal, szemléletmódbeli, értékrendi válsággal küszködünk (EU és OECD országok között sereghajtóak vagyunk pl. várható élettartam, alkohol, dohányzás, boldogság tekintetében).

Emellett az alapítóknak személyes tapasztalatai voltak a nonprofit szervezetek rossz működéséről, és a további konzultációk (pl. Küllői Péter, Héjj Tibor) is megerősítették, hogy ötletünk hiánypótló és kiemelten hasznos.

**A program célja:**

Célunk elsősorban az égető társadalmi problémáinkra való hatásos válasz adása volt. Mindezt szaktudásunkra építve, a korábbi – ad-hoc jellegű - támogatási gyakorlatunkat átgondoltabbá téve, újszerűen, másokkal összefogva és társadalmilag érzékelhető nagyságrendben kívántuk megtenni.

Természetesen PR szempontok is szerepet játszottak, másodlagos módon (de csak a PR nem indokolta volna például önálló, közhasznú nonprofit szervezet létrehozását és fenntartását IFUA Nonprofit Partner néven).

**Illeszkedés a vállalat támogatási stratégiájába:**

Cégünk vállalatok, állami és önkormányzati szervezetek hatékonyabbá tételével foglalkozik, ez az alapkompenciánk, ezért kértek fel minket az elmúlt 20 év során mintegy 2000 projektre. Ezt a hatékonyságjavítási tudást tesszük elérhetővé a civileknek: a segítőköt segítjük. Emellett más cégeket

is segítünk, munkatársaikat felkészítjük, hogy ne csak kerítésfestéssel, hanem szaktudásukkal is önkéntesek lehessenek. A 2009-ben indult program, immár önálló szervezet formájában, folyamatos működéssel a cég támogatási stratégiájának legfőbb és központi elemévé vált. Emellett néhány eseti támogatás is előfordul, például Civil Licit részvétel (eddig 2 alkalom, 2-2 sikeres licit).

### A program leírása:

Hazánk égető társadalmi problémákkal küzd; mindez a gazdasági fejlődést is jelentősen nehezíti. A problémák kezelésében a civil szervezeteknek kulcsszerepük van, de a magas elkötelezettség ellenére gyakran nem értenek eléggé a menedzsmenthez, így a forrásokat lényegesen rosszabbul használják fel. Ezért az IFUA Nonprofit Partner ingyenes képzéseket és tanácsadást biztosít (stratégiaalkotás, pénzügyek rendbetétele stb.), olyan módszertannal, amely az üzleti világban jól bevált, de a nonprofitok számára nem elérhető. 4 év alatt 12 neves szervezetet tettünk hatékonyabbá: Bódvalenke, KézenFogva, Levegő Munkacsoport, NIOK, Romani Design, stb.

Nagy hangsúlyt fektetünk az együttműködésre, egyéb szervezetek, vállalatok szakmai és anyagi bevonására is.

A támogatottak kiválasztásának folyamata: 1) jelentkezési lap beadása 2) személyes találkozó(k) 3) szakmai partnerekkel konzultáció 4) ügyvezető javaslatlétéle 5) alapítók döntése 6) projekt.

Kiemelt szempontok: fókusz területekbe illeszkedés; várható társadalmi hatás (ha segítünk, várhatóan mennyivel lesznek eredményesebbek); elkötelezettség (megvalósításban való részvételre, későbbi továbbvitelre). A társadalmi hasznosság az elsődleges, nem a PR, ezért nem népszerű, de értékes területeket is felvállalunk.



A falu jövőjéről való közös gondolkodás a falu képviselőivel (2010. június - Budapest)



Fogadj el program kamionja, amely az országot járja már hat éve; eddig 65 településen járt már. - A KézenFogva Alapítványt 2010 óta segítjük, immár a 7. projekt keretében.



A KézenFogva Alapítvány szakembereket is képez - a velünk való közös munka e tevékenységük eredményességének növeléséhez is hozzájárul.

### Innovativitás:

Több szempontból is egyedülállónak tekinthető a program hazánkban;

- A) önálló, közhasznú, nonprofit szervezetet hoztunk létre
- B) üzleti módszertanokat jól ismerő, de nonprofitokra szakosodott, a nonprofitok problémáit, nyelvét értő kollégák működnek közre a programban
- C) a máshol néha elérhető 5-8 nap helyett szervezetenként akár 50 napot is biztosítunk a tanácsadásra
- D) módszertan átadása is cél (halászni tanítani)
- E) külső önkénteseket is bevonunk
- F) kiterjedt együttműködést építünk (cégekkel, szervezetekkel, állammal).

A program civil szervezetek szerepére épít a társadalmi problémák kezelésében, a társadalmi tőke erősítésében. Egy együttműködésen alapuló, cégen belüli CSR kezdeményezésen túlmutató modell kialakítása és bevezetése, amely a civil szervezetek hatékonysági problémáit nem a szokásos módon, vagyis nonprofit tanácsadók bevonásával, hanem az üzleti szektor módszertanaira és szakembereinek tapasztalataira építve segít megoldani. (A nonprofitokat segítő tanácsadók jellemzően nonprofit háttérből jönnek, az üzleti módszertanokkal csak részben vannak tisztában, általában nem "edződtek" üzleti projekteken, pedig kellene - forrás: KézenFogva.)

A nem pénzbeli támogatások a siker legfontosabb elemei voltak, mert ilyen volumenű kezdeményezéshez nagyon hasznos, alapvető a nemzetközi tanácsadó cég tudása (üzleti életben "edződött" tanácsadók, elérhető szakmai anyagok, konzultációs lehetőség adott szakterületek vezetőivel), elismertsége (kulcs ügyfelek megnyeréséhez és együttműködésekhez elsődlegesen az induláskor), kapcsolatrendszere (partnerek bevonása), egyetemi háttere (Corvinus), infrastruktúrája (irodai környezet), valamint gyakornokai (operatív besegítés).

### **Partnerség:**

A partnerségek legfőbb célja a kompetenciák bevonása volt. Amellett, hogy kezdetektől az együttműködésekre törekedtünk, a nonprofit szektor jobb megismerése után a partnerek köre egyre bővült, az együttműködések célirányosabbak lettek. Felismertük azt is, hogy aktívabban kell kommunikálnunk feléjük (pl. hírlevél beindítása 9 hónapja), és igényeiket, szempontjaikat is jobban meg kell ismerni.

A program során megvalósult partnerségek;

- Tanácsadó Testület létrehozása (elismert hazai és külföldi szakemberek nonprofit és üzleti életből: pl. Pasquale Ferraro, Jerry Twombly, Kiss Ulrich SJ, Chikán Attila - stratégiai szintű tanácsok, szakmai konzultáció lehetősége, nemzetközi tapasztalatok becsatornázása, nevük adása)
- kapcsolatfelvétel meghatározó hazai szervezetekkel (pl. Common Purpose, DemNet, Magyar Adományozói Fórum, Brit Kereskedelmi Kamara - bemutatkozás, lehetséges együttműködések kialakítása)
- újságírók
- hazai szakmai együttműködések (FLOW csoport - 2 ügyfelünk vezetői coachingja; Nonprofit Információs és Oktató Központ - megállapodás közös képzésekről, projektekről)
- Erste good.bee + Open Society Institute - Romani Design közös segítése)
- nemzetközi szakmai együttműködések (Action Planning, Nagy-Britannia piacvezető nonprofit tanácsadó cége - 3 hónapos londoni tanulmányút 2012-ben, EU Consult, nonprofit tanácsadókat tömörítő nemzetközi szervezet - kapcsolatfelvétel)
- CSR munkacsoport részvételek (KÖVET CSR munkacsoport vezetés, Hungarian Business Leaders Forum)
- cégek (támogatás)
- egyetemi együttműködések (Corvinus - projektbemutató előadások tartása hallgatók és kollégák önkéntessége projektjeinkben; CEU és SOTE - előadások)
- minisztérium (dr. Latorcai Csaba, civil ügyekért felelős hely. államtitkár - együttműködés)
- egyéb (külső önkéntesek, konzultáció korábbi ügyfeleinkkel).

## Eredmény, hatás:

Hatékonyabb szervezetek jobb minőségű szolgáltatásokat kínálnak, több rászorulóknak segítenek. 4 év - 12 szervezet - átlag 40 munkanap; ill. 13 képzés - 350 fő. Eredményeket a végén és általában 1-2-3 év elteltével is kérdőív segítségével mérjük (számszerű és leíró jelleggel), néha videóinterjú is készül.

Példák:

- A Zrínyi Miklós Gimnázium a projekt előtt nem tudott indítani hátrányos helyzetűeknek osztályt, a projekt után túljelentkezés volt.
- Az EDYN 1 munkatárs 3 éves bérét nyerte el az elkészült stratégiát bemutatva az EU-nak.
- KézenFogva: 3 óra helyett 5 perc alatt megvan a keresett iktatott irat.
- Crescendo: a stratégiában megjelölt fő kockázat (1 nagy támogatótól való függés) pár hónappal később beigazolódt, a támogató visszalépett, azonban a szervezet erre már felkészült, további támogatók toborzása már folyamatban volt.
- A Levegő Munkacsoport számára tavaly elkészült új stratégia számos módon növeli a társadalmi hatást: 1. átgondoltabb szakmai célokat tartalmaz (priorizálás, fókuszálás a legnagyobb potenciálú részterületekre, eddigi hibák felismerése és tudatosítása, cselekvési terv) 2. hatékonyabb szervezeti háttérrel ad (felelősök rendszere, teljesítményértékelés, tudatosabb operatív tervezés) 3. erősíti a finanszírozási háttérrel (több lábra állás, tervezettség erősítése).

Közvetetten nagyon sok ember életére hatunk, az általunk segítettek érintettjeinek száma jelentős: Levegő Munkacsoport- 2 millió lakos, KézenFogva Alapítvány - 577 ezer fogyatékos ember, hajléktalanok - 20-30 ezer fő Budapesten, stb. A vezetőkön túl 40 munkatárs vesz részt a programban, összesen 4351 órában. Legfontosabb hatása mindenkinél egyértelműen személyes volt: sokkal érzékenyebbé váltak a társadalmi problémák iránt, és a nehézségekkel való közvetlen szembesülés megváltoztatta a kisebbségekről, fogyatékosokkal élőkről, sőt, a nonprofitokról kialakított véleményüket is. A Romani Design projekt után a kolléga jelezte, a szervezetnél is szeretne önkéntes lenni. Crescendo projektet önkéntesünk immár nonprofit területen szeretne dolgozni, kulturális szervezeteket segíteni.

## Kommunikáció:

Elsődlegesen az ügyet elősegítő, költségtakarékos kommunikáció az alábbi célokkal (és csatornákkal): ügyfelek megnyerése ("szájreklám", honlap, Facebook, kisvideók, konferencia részvétel, média megjelenések, hírlevelek stb.), önkéntesek toborzása (hírlevél, honlap) és támogatók szerzése (médiamegjelenések, hírlevél, kisvideók, személyes látogatások, KÖVET és HBLF CSR munkacsoport tagságok, tájékoztató anyagok).

- Hírlevél: 3 rövid hírből álló hírlevél kb. 250 címzettel (szimpatizánsok, volt ügyfelek, potenciális támogatók).
- Médiamegjelenések: Figyelő, Heti Válasz, Klubrádió, KÖVET Lépések, Mária Rádió, Népszabadság, Zalai Hírlap, OzoneNetwork stb.;
- Kisvideók: ügyfelekkel a projekt után forgatott 2-4 perces interjúk az eredményekről (3 db).

## Információk:

- <http://www.nonprofitpartner.hu>
- <http://facebook.com/nonprofitpartner>
- <https://www.youtube.com/user/ifuanonprofit>