



## Ringier Kiadó Kft. - KAPOCS: Karácsonyi Adományprogram Családoknak

A program a MAF Társadalmi Befektetések Díj 2013-as pályázatán a *MAF Legsikeresebb Partneri Együttműködések Kategóriában 1. helyezést*, a *MAF Az Év Társadalmi Befektetési Programja Kategóriában 2. helyezést* ért el, valamint a *MAF Leginnovatívabb Támogatói Program Kategóriában shortlist jelölést* kapott.

**A program időtartama:** 2008 óta minden évben októbertől decemberig

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

- pénz: 2008 óta 500 csomagot juttattunk el rászoruló családoknak tartós élelmiszerekkel és játékokkal 25.000.000 Ft értékben
- önkéntes munka: 110 fő önkéntes résztvevő segít a szállításban 1.094 órában, 2012-ben ehhez kapcsolódott: 17 fő önkéntes csomagoló munkája 7 órában, 25 fő önkéntes levélolvasó (előszűrés) 50 órában, 19 önkéntes további kollégáktól érkező ajándékok gyűjtése 4 órában
- szervezési költség: 3 fő szervező 560 órában, 3 fő zsűri 120 órában

**A program előzményei:**

A karácsonyi időszakban minden szerkesztőségünk rengeteg levelet kap támogatásra vonatkozó kérésekkel. A KAPOCS programmal ezekre szerettünk volna választ adni úgy, hogy nem valamely szervezetet, hanem közvetlenül a rászoruló családokat támogatjuk. A program lényege a kézzelfogható és hatékony segítségnyújtás: a kiválasztott családok számára ajándékcsomagokat juttatunk, amivel a karácsonyi ajándékozás és az étkezés nehézségeit szeretnénk megoldani.

**A program célja:**

A program legfontosabb célja, hogy bevonjuk mind munkatársainkat, mind olvasóinkat a jótékonyágba. A KAPOCS program mottója is erre hívja fel a figyelmet: "Mi visszük az ajándékot, írja meg kinek adjuk!". A programban bárki ajánlhat rászoruló családokat (önmagán kívül), így sokan, akik maguk is rossz körülmények között élnek, ezen a módon tudnak ajándékot adni szeretteiknek. Az évről-évre érkező egyre nagyobb levéláradat (összesen több mint 10.000 ajánlás) bizonyítja, hogy elértük a célunkat, és a minden évben bővülő, kollégákból álló szállítócsapat pedig igazolja, hogy munkatársaink is partnerek mindebben.

**Illeszkedés a vállalat támogatási stratégiájába:**

A Ringier-re jellemző, hogy kiemelkedő minőségű termékeket ad ki, minőségi újságírói színvonalat képvisel, és első osztályú szórakoztató tartalmakkal szolgál, ugyanakkor a napi 1,5 millió napilap olvasónak, a minden hónapban közel 2 millió magazinolvasónak és havi 3,5 millió egyedi látogatónak kínált tartalom mellett a Ringier sokkal többet képvisel. Felelősséget vállal az információk hitelességéért, a tisztességes üzleti magatartásért, a fontos társadalmi kérdések felvállalásáért és a társadalmi összefogás elősegítéséért és népszerűsítéséért, az emberek edukációjáért, az olvasáskultúra népszerűsítéséért. Így felelősségvállalási tevékenységébe tartozik többek közt az éves

szinten mintegy 200 millió forintnyi jótékony és kulturális támogatás, 1323 fiatal bevezetése a médiaszakma világába és a KAPOCS programunk is, amelynek keretében 100 rászoruló családot ajándékozunk meg minden évben. A KAPOCS 2008 óta a Ringier CSR tevékenységének zászlóshajója. Emellett évről-évre segítünk társadalmi és kulturális akciókat, programokat, alapítványokat és civil szervezeteket. Felülettámogatásainkkal évről-évre rengeteg nemes célt segítünk közvetíteni a közönséghez, támogatottjaink legtöbbször sok éve segítjük folyamatosan. A programok gyakran összefonódnak, és támogatottjainkból KAPOCS-ajánlók, KAPOCS-zsűritagok lesznek.

### A program leírása:

A KAPOCS Programban magánszemélyek és szervezetek egyaránt ajánlhatnak családokat oly módon, hogy levelet írnak a Ringier Kiadó címére saját adatok és az ajánlott család adatainak feltüntetésével. Ajánlóinkat arra kérjük, hogy írják le egy rövid beszámolóban, hogy miért az adott családot ajánlják figyelmünkbe, miért van a család nehéz helyzetben, hányan élnek a családban. A leveleket két szociális kérdésekben jártas Alapítvány (amelyeket a Ringier az adott vagy előző évben támogatott) képviselői, valamint a Ringier Kiadó főszerkesztői bírálják el és választják ki azt a 25-25 családot, akiknek kollégáink személyesen viszik ki az 5 millió forint összértékű ajándékcsoomagokat, a program 4 hete alatt mintegy 15.000 km-t megtéve.



### Innovativitás:

A KAPOCS Program legjelentősebb innovációja a Ringier Kiadó CSR tevékenységében, hogy a kollégákat vonja be a jótékonyba. A Kiadóban évről-évre egyre több munkatárs jelentkezik, hogy részt vegyen az akcióban, és úgy tapasztaljuk, hogy ez a megoldás mind az ő részükről, mind a támogatottak részéről nagyon pozitív megítélés alá esik. A három év tanulsága, hogy a személyes átadáson keresztül kollégáink közelebbről élték át magát az adományozást és a családok számára is egy plusz értéket jelentett a kollégák "kinyújtott keze".

A Kiadó CSR stratégiáját tekintve azzal szembesültünk, hogy a legtöbb program egy felülről jövő ötlet megvalósítása, hiányzik belőle a kollégák aktív részvétele és bevonódása. Erre problémára hiánypótlásként alkottuk meg a KAPOCS Programot, amelynek lényege éppen az "együtt adás". A KAPOCS egy olyan lehetőséget kínál, amivel minden önkéntes kolléga részt vehet a jótékonyban.

Egy másik probléma, hogy sokszor a szervezeteken keresztül adott adomány nem jut el azokhoz, akiknek a legnagyobb szüksége van rá. A KAPOCS-ban a csomagokat személyesen juttatjuk el, valamint éppen azok ajánlják a családokat, akik a közvetlen környezetükben élnek, a legjobban látják a közösségben élők helyzetét és reálisan ítélik meg azt.

A KAPOCS Program hatodik éve jelenti a Kiadó CSR tevékenységének gerincét. Már 2008-ban, az első évben is rengeteg pozitív visszajelzést, elismerést kaptunk partnereinktől, támogatottjainktól és

kollégáinktól, és ezt az ösztönzést vittük tovább, amikor a program egyre több fázisába vontunk be önkénteseket. 2012-ben az önkéntes munkatársak vállalták, hogy részt vesznek a program belső kommunikációjában: külön erre a célra létrehozott e-mail címről tájékoztató leveleket küldtek a program folyamán a kollégáknak arról, hogy mikor és mivel segíthetnek. Minden héten gyűjtést rendeztek, ahol könyveket, játékokat lehetett behozni a csomagok kiegészítésére. Ezekből hatalmas mennyiség érkezett. A munkatársak a levelek előszűrése során azt nézték, hogy az alapvető kritériumoknak, pl.: saját magát nem ajánlhatja, csak rászorultsági alapon kérhet - plazma tv nem ilyen - megfelelően a levél, valamint a csomagok összeállításába is bekapcsolódtak. Minden korábbi évnél több önkéntes vett részt a 2012-es KAPOCS Programban.

### **Partnerség:**

A KAPOCS Program az első évben partner nélkül zajlott, 2009-ben a Penny Markettel és 2010-től 2013-ig a TESCO Global Áruházak Zrt-vel működött együtt a Kiadó.

Partnereink közt kell említenünk a KAPOCS zsűrijében közreműködő alapítványokat is: Heim Pál Gyermekkórház, SOS Gyermekfalvak, Bátor Tábor Alapítvány, Szent Márton Gyermekmentő, Máltai Szeretetszolgálat, NIOK, Média Unió, Kesztyűgyár Közösségi Ház, és minden olyan állami és non-profit szervezetet, akik ajánlásaikkal segítették a legrászorulóbb családok kiválasztását.

A Ringier biztosította a szervezési hátteret, vagyis a program kommunikációját, az ajánlások begyűjtését és zsűrizését, a családok és az ajánlók értesítését, a csomagokba kerülő termékek logisztikáját, a kiszállítás útvonalainak megtervezését és beosztását és az összefoglaló kiadvány készítését. A Partner feladata a csomagokhoz az árukészlet biztosítása (2012-ben a termékek 50%-át jelentette), bekérése, összegyűjtése, koordinálása volt. Az együttműködés az ajándékok átadásában is megvalósult. A partner lokális szintű képviselője, vagyis az adott áruház vállalati "nagykövete", önkéntes munkatársaként részt vett az átadáson és saját hatáskörükben ki is egészítette a csomagokat saját ajándékokkal.

### **Eredmény, hatás:**

A KAPOCS kampány kb. egy hónapos időtartama alatt több mint 3 millió olvasónk és online látogatónk találkozhat az adományprogrammal, emellett külön megszólítjuk a hazai non-profit szervezeteket, önkormányzatokat is, hogy tapasztalataikkal segítsék a programot. Ezekről a szervezetektől (szociális munkásoktól, tanároktól, alapítványoktól) számos ajánlást kapunk rászoruló családokról. Éves szinten ez 2000 konkrét levelet, ajánlást jelent.

A program indulása óta 500 családnak segíttünk. A csomagok átadásánál csaknem minden alkalommal jelen vannak az ajánlók is, akik számára szintén nagy örömet jelent, hogy részt vehetnek a programban, így összességében több ezer érintettet érünk el az ajándékozással is.

Üzleti partnereinket folyamatosan tájékoztatjuk az akciónkról, az elmúlt években többen is csatlakoztak vagy magánemberként, vagy céges szinten felajánlásokkal a programhoz. Az elmúlt években egy állandó társ-partner, a Tesco csatlakozott az akciónkhoz.

A kollégák elérése is évről évre nő a programban való részvételi szándékkal együtt. Egyre több utat kell tervezni, míg az első évben 4-5 útra is ment ugyanaz a csapat, most ez 1-2 útra csökkent.

A KAPOCS Programban nem szervezeteket, hanem közvetlenül a rászoruló családokat támogatjuk. Számukra ez nem végleges megoldás az életszínvonal javításához, de elég ahhoz, hogy a karácsonyi időszakban meleg étel kerülhessen az asztalra, és a gyerekek (sok családban évek óta először)

ajándékot kaphassanak. Az egyenként 50 ezer forintos csomagok olyan alapvető élelmiszereket tartalmaznak nagy mennyiségben, mint liszt, cukor, olaj, tészta, szalámi, konzervek, amelyek ezekben a háztartásokban a legjobban használhatók, illetve tisztító- és tisztálkodó szereket, amelyekre ezek a családok nem mindig tudnak pénzt fordítani. A családok egyedi igényeit is figyelembe vesszük, például vittünk mosógépet, DVD lejátszót vagy éppen hintalovat is oda, ahol tudtuk, hogy ez a legnagyobb álmom, vagy erre van a legnagyobb szükség.

A KAPOCS Programban 2013-ig résztvevő önkéntes munkatársak száma 110 fő (többen - kb. 45 fő - már 2008 óta minden évben csatlakoznak), akik az ajándékcsomagok kiszállításában vettek részt összesen 1094 órában. Ezt 2012-ben kibővítettük, és a Ringier székházban játék és könyvgyűjtést szerveztünk, amelyre óriási mennyiségű plüssállat, mesekönyv, társasjáték, kifestő és egyéb játék érkezett. A kollégákat ebben az évben már bevontuk a szervezés két további fázisába is: a csomagolásba és a levelek előszűrésébe is. 17 fő segített 2012-ben a csomagolásban, 25-en vettek részt a levelek előszűrésében. A program operatív irányítását 3 fő szervező 560 órában végezte, és a menedzsmentből 3 fő, a zsűri tagjaiként 120 órában értékelte az ajánló leveleket. A KAPOCS legfontosabb hatása, hogy a Kiadóban ezzel a programmal indult el az önkéntesség, ami azóta már számos egyéb módon megnyilvánult. A kollégák hátrányos helyzetű, perifériára szorult családokkal találkoztak, és ezek a találkozások mély nyomot hagytak bennük. Sokan a KAPOCS-on túl is tovább támogatják a megismert családot és tartják a kapcsolatot velük. KAPOCS Magazinunkban szavakba is öntik élményeiket. A program kommunikációja során minden esetben az adott Ringier napilap vagy magazin logója/brandje alatt, ahhoz kapcsolva jelenik meg a hirdetés, ezért a KAPOCS Program hatására az adott termék reputációja pozitív irányban változott az olvasók körében. Ez közvetlenül mérhető azon, hogy az egyes brand-ek jellegére érkező levelek száma minden évben folyamatosan nő, és a szerkesztőségek számos pozitív elismerést kaptak olvasóiktól.

A vállalat működésére gyakorolt hatások közül a munkatársak lojalitása, és a program iránti elkötelezettsége a legfontosabb, amit kollégáink évről-évre fokozódó érdeklődése és az önkéntes jelentkezők száma mutat a legjobban.

#### **Kommunikáció:**

A program során évente felhasznált, listaaron több mint 60 millió forint összértékű hirdetési kampány sikerét az évről-évre egyre nagyobb számú ajánló levelek érkezése teszi kézzelfoghatóvá. Olvasóink október és december között minden lapunkból (Blikk, Vasárnapi Blikk, Blikk Nők, hot!, Nemzeti Sport, NSM, Képes Sport, Bravo, Bravo Girl, Buci Maci) és online oldalainkról értesülhettek az akcióról, valamint 2011-től televíziós és rádió spotok egészítették ki a KAPOCS kampányt. Kollégáinkat házon belül a minden évben kiadott KAPOCS Magazinnal tájékoztatjuk, amiben minden résztvevő, szervező és szállító megoszthatja gondolatait és élményeit a programmal kapcsolatban. Az írások szinte kivétel nélkül azt mutatják, milyen mélyen megérintette a munkatársainkat ez az élmény.

#### **Információk:**

- <http://www.pixter.hu/video?id=32073>
- [http://www.ringier.com/mg/vallalatunk/CSR/tarsadalmi\\_felelossegvallalas/kapocs](http://www.ringier.com/mg/vallalatunk/CSR/tarsadalmi_felelossegvallalas/kapocs)
- <https://www.facebook.com/kapocsprogram>
- <http://www.noltv.hu/video/3136.html>
- <http://www.noltv.hu/video/3137.html>