

Umění darovat 24

Pomáhejte promyšleně
filantropie pro malé
a střední firmy



Šéfredaktorka: Jitka Taussiková
Vedoucí projektu a spoluautorka publikace: Monika Tomíčková
Redakce: Zdeněk Mihalco, Jitka Taussiková, Monika Tomíčková, Michaela Kreuterová, Anna Pedretti, Pavel Trantina, Marie Zemanová, Monika Skopalová, Antonie Doležalová, Jan Delong
Editorka: Jitka Taussiková, Monika Tomíčková
Grafický design: Jakub Šolín
Korektura: Lucie Nečasová, Eva Belzová
Fotografie k rozhovorům: Jan Faulner
Foto architektura: Spolek 400 ASA, PROKŠ PŘIKRYL ARCHITEKTI, Martin Polák, Matěj Doležel, Viola Hertlová, BoysPlayNice Photography, Úřad vlády ČR
Tiskárna: PBTisk, a. s.

Vydala Nadace Via v roce 2024.
www.nadacevia.cz

Zobrazená umělecká díla věnovali autoři do Dobročinné aukce Nadace Via v roce 2023.

Vydavatel:



Hlavní partner:



Partneři:



Hlavní mediální partneři:



Úvodní slovo
Zdeněk Mihalco

- 1** Filantropická anketa
- 3** Rok 2023 ve filantropii
- 8** Je potřeba, aby se potkaly srdce a hlava – rozhovor s Martinem Vohánkou
Zdeněk Mihalco
- 13** Jak darují zaměstnanci
Anna Pedretti
- 18** Dát čas a dát respekt – rozhovor s Digismoothie a Domovem sv. Anežky
Jitka Taussiková a Monika Tomíčková
- 23** Kroky k filantropii
Monika Tomíčková
- 28** Chci být tou, která rozhoduje, co podpoří. Proto jsem si vybrala byznys – rozhovor s Radanou Brábníkovou
Jan Delong
- 31** Jak darovat efektivně a kdy založit vlastní organizaci
Michaela Kreuterová
- 33** Štědrot v regionech
Monika Skopalová
- 38** Projev lásky k bližnímu je starý jako lidstvo samo – rozhovor s Antoníí Doležalovou
Jitka Taussiková
- 43** Strakovka aneb Příběh jedné nadace
Antonie Doležalová
- 47** Pravidelné vs. jednorázové dary – anketa
- 50** Dlouhodobý horizont a vzdělávání jsou nejdůležitější – rozhovor s Tomášem Cajthamlem
Jitka Taussiková
- 52** Víte, že dobrovolníci ušetří společnosti miliardy ročně?
Pavel Trantina
- 53** Filantropie a ESG – souvisí spolu?
Marie Zemanová
- 57** Daňová uznatelnost darů: Podpora dobrého skutku s benefitem pro firmy
Staněk, Tomíček & Partners
- 59** Opero – místo pro setkávání i inspiraci
- 61** Zachráněné industriální památky



Abychom dobře a správně pomáhali, musíme poslouchat srdce i rozum. Tak lze shrnout přístup Martina Vohánky k darování. Přístup byznysmena, který patří k vůdčím postavám české filantropie.

První dar je často spojený s tím, co nám říká cit. S tím, co je spojené s naším dětstvím. S místem, ke kterému máme vztah. Filantropie, doslova „lásky k člověku“, je přirozeně propojená s emocemi. Ke skutečné filantropii však patří také odpovědnost a dlouhodobý plán. Jedině tak může být pomoc trvalá a smysluplná. Jinými slovy, jediné tak lze opravdu něco změnit. Ale jak si vybrat tu správnou cestu v pomoci druhým? Vždyť možností je tolik... Na následujících stranách najdete řadu inspirativních příkladů českých podnikatelů, tipů od odborníků i zkušeností.

V Nadaci Via, která se zabývá šířením filantropie už přes dvacet šest let, bychom letos rádi provedli cestou darování poprvé vás: majitele, majitelky a vedoucí v malých a středních firmách. Právě Vaše pomoc v místě, kde firma působí, či podpora dobročinnosti je totiž zásadní pro dobrý život nás všech. Děkujeme, že jste s námi na filantropické cestě.

Zdeněk Mihalco
ředitel Nadace Via

1. Co nebo kdo vás osobně k filantropii inspiruje? 2. Jak nejlépe může začít firma s filantropií?



Tomáš Jindříšek
Managing Partner agentury DFMC

1. Nejvíce mě inspirují lídři a lídryně firem, kteří provozují filantropii aktivní, kteří investují nejen finanční částky, ale i své zdroje, čas a také srdce. Lidé napříč zemí, pro které není filantropie jen jakýsi odpustek, ale přirozenou součástí podnikání. Občanská společnost je definovaná jako souhrn nevládních organizací a institucí, které projevují zájmy a vůli občanů. Věřím, že díky čím dál aktivnějším lidem se i firmy stávají základním pilířem občanské společnosti a mění svět kolem nás.

2. Doporučuji zamyslet se nad tím, co je vám blízké a co považujete za důležité. Není možné dělat vše a často poslouchám frustrace podnikatelů, kteří podporují hodně projektů, od hasičů po pečovatelskou službu. Filantropie je jako dobré jídlo. Někdo má rád rafinované projekty, někdo preferuje jednodušší věci s okamžitým dopadem. Osobně doporučuji zvolit téma související s podnikáním firmy nebo lokalitou, kde působíte. Je skvělé, když není pomoc jen o finanční podpoře, ale i o aktivním zapojení lidí ve firmě. Nicméně hlavní je především začít. Leccos člověk objeví za chodu.



Ondřej Krátký
spoluzakladatel a bývalý ředitel Lifago

1. Inspiruje mě princip, že víc než jen vlastníma rukama a hlavou změním něco tak, že ovlivním ostatní, aby i oni násobili můj vlastní dopad. I proto podporuji Muzespodnikat.cz, protože právě podnikavým mladým lidem kolikrát stačí trocha inspirace, aby si věřili, že mohou ovlivnit budoucí podobu Česka. Filantropie je taková cesta k širšímu pozitivnímu vlivu na společnost.

2. Nevím, jak nejlépe, ale mně funguje, když můžu jako vedoucí postava firmy být příkladem pro ostatní. Paleta nástrojů, jak moc firma může pomáhat svému okolí, je opravdu široká, ale důležité je někde začít a vybrat si oblast, kde pomáhat může.



Lucia Brinzanik
manažerka komunikace a vnějších vztahů Nadace RSJ

1. Mám štěstí, že jsem inspirací obklopená. Inspirují mě lidé z vedení RSJ, kteří se před deseti lety rozhodli založit Nadaci RSJ. Filantropii staví na dlouhodobosti, vytrvalosti a důvěře v lidi. Část svého výtěžku vrací do české společnosti, aby ji zlepšovali a zároveň motivovali okolí k darování. Inspirují mě kolegyně a kolegové, protože se na dárcovských aktivitách podílejí. Neméně mě inspirují mí dvanáctiletí synové, kteří se angažují v dobročinnosti ve škole a v komunitě, kde vyrůstají. U nich vidím, že filantropii vnímají jako přirozenou součást lidského bytí.

2. Nejdůležitější krok je začít. Nezkoumat příliš dlouho, jak na to, ale začít. Vyberte si organizaci, které věříte a díky které pomáháte tam, kde vám to dává smysl, podpořte aktivitu ve svém okolí, kde uvidíte přímý dopad. Zlepšovat můžete průběžně. Byla by škoda odkládat dárcovství na později jen proto, že na něj ve firmě ještě nemáte zavedený proces. Za inspirací se můžete podívat i do jiné firmy, která se filantropii věnuje delší dobu a už systém má.



Pavel Příkryl
spoluzakladatel Opero, předseda správní rady Nadace OSF

1. Češi jsou premianti v darování, když je třeba rychle reagovat. Opravdové filantropie je u nás zatím spíše pomálu. Ne z nedostatku zdrojů, ale kvůli tomu, že dělat ji správně je dřina. Vnímám filantropii jako dlouhodobé a systematické přispívání k řešení složitějšího problému, podpoře nějaké oblasti lidské činnosti. Lidmi a firmami, kteří si takové téma dokázali vybrat a léta ho svou podporou posouvat, bychom se měli inspirovat. Jsou totiž ochotni utratit nejen peníze, ale i energii, sociální kapitál a čas do něčeho užitečného pro společnost.

2. První úkol by měl být říci si témata, která mě jako majitele firmy zajímají. Je to ochrana demokracie? Biodiverzita? Senioři? A pak se v daném tématu a jeho řešení začít orientovat. V ČR existují tisíce organizací zabývajících se stovkami témat a chci-li udělat efektivní výsledek, musím se zapojit do ekosystému daného tématu. Pochopit, co a kdo už řeší, jaké jsou trendy, omezení. Pak začít pomalu s podporou a mít cíl vydržet léta, protože za noc a s jedním darem se žádné téma nikam zásadně neposune.



Dagmar Goldmannová
ředitelka Via Clarita

1. Momenty, kdy si uvědomuji, že mám velká privilegia daná tím, kde jsem se narodila a že jsem zdravá. Z minulosti moje krátká zkušenost ještě z dob střední školy, kdy jsem chodila v rámci stáže dělat asistentku dětem s handicapem do Jedličkova ústavu. Setkání s lidmi, kteří neměli moc štěstí. Několik let práce na nejrozličnějších humanitárních projektech v zahraničí. Ze současnosti pak setkávání s lidmi, kteří se chtějí podělit o svůj úspěch a vracet jej společnosti. S lidmi, kteří hledají bílá místa a nefunkčnosti systému, není jim to jedno a chtějí jej vylepšit.

2. Podívat se kolem sebe v místě, kde podnikám, zeptat se svých zaměstnanců, partnerů, dodavatelů nebo klientů, která témata je zajímají nebo která už třeba sami podporují. Zapojit zaměstnance do rozhodování, koho ve svém okolí podpořit. Začít po menších krůčcích a zkoušet, co dává největší smysl a přináší radost ze spolupráce.



Alexandra Kala
zakladatelka a majitelka Profimed

1. Pomocí filantropie můžeme podporovat společnost a pilíře demokracie, která je stále velmi křehká. Kultura byla vždy základem svobody projevu, stejně tak mladí lidé potřebují naši podporu a prostor pro mezigenerační výměnu názorů. Naše zdravotnictví je v neudržitelném stavu, proto podporuji organizace prosazující digitalizaci, inovaci, prevenci a změnu ve financování. Mělo by být samozřejmé, že firmy i jednotlivci podporují organizace, které přispívají k vyšší kvalitě života a rozvoji společnosti. Máme kolem sebe mnoho osobností, které jsou nám vzorem svou velkorysostí. Měli bychom se inspirovat a podle svých možností se angažovat. Myslím si, že v této zemi to umíme.

2. Pomáhejte v oboru, kterému rozumíte a máte ho rádi. Budete dobře identifikovat potřeby i vhodný rozsah pomoci. Vaše pomoc bude efektivní a budete ji schopni rozvíjet. Oblast, která potřebuje podporu, potřebuje také pochopení a budování vztahu se svými podporovateli. To může pomoci realizovat i dlouhodobé projekty. Důležité je prostě začít.

/ Rok 2023 ve filantropii

Filantropie v Česku se rok od roku posouvá. Níže najdete některé z nejzajímavějších trendů v darování a události, které vzbudily největší zájem dárců.

Největší počin českého dárcovství

Pomoc Ukrajině a válečným uprchlíkům se stala historicky největším českým filantropickým počinem. Celková odhadovaná výše darů se pohybuje okolo 6 miliard korun, nejvíce lidé přispěli organizaci Člověk v tísni, jejíž pomoc se přímo na Ukrajině dotkla již zhruba 1,6 milionu lidí. Pomoc Ukrajině přinesla také jeden nový fenomén, a to crowdfunding na zbraně a materiál na pomoc ukrajinským vojákům. V rámci projektu Dárek pro Putina lidé přispěli k 1. únoru 2024 takřka 670 milionů korun. Probíhají sbírky na drony nebo helikoptéry. Do projektu se zapojilo přes 200 tisíc dárců.

Darování v mimořádných situacích

Nejen válka na Ukrajině nebo obrovské sbírky pro Moravu zasaženou tornádem. Češi si zvykli darovat ve velkém při mimořádných událostech a míra zapojení patří k největším v Evropě. Přes 70 milionů korun lidé přispěli Nadačnímu fondu Univerzity Karlovy na pomoc rodinám obětí předvánočního útoku střelce. Češi se semkli také při výběru financí na léčbu těžce nemocného Martina, který trpí vzácným onemocněním. Přispěli zhruba 150 milionů korun. Do sbírek se významně zapojují influenceři, mezi nejvlivnější patří Nikol Leitgeb, která pomohla vybrat na dobročinnost až 200 milionů korun a založila vlastní nadační fond.

Pravidelné dárcovství má zásadní prospěch

Pravidelné dárcovství, které je základem pro dlouhodobou práci nevládních dobročinných organizací, zatím v Česku nedosahuje takové úrovně jako v některých filantropicky vyspělejších zemích (Kanada, Velká Británie). Z dat platformy Darujme.cz nicméně plyne, že meziročně vzrostlo pravidelné dárcovství přes tuto platformu o 10 procent. Pravidelných dárců přispívajících dobročinným organizacím, které využívají tuto platformu, bylo loni přes 42 tisíc. S růstem pravidelného dárcovství souvisí postupná profesionalizace organizací, které

zlepšují péči o dárců a informují je o využívání darů a dopadech své práce.

Pomoc v místě, kde žijeme

Jak může firma dlouhodobě a systematicky pomáhat v místě a regionu, kde sama působí? Jednou z možností je vznik dárcovského fondu, který spravuje a administrativně zaštiťuje některá z nadací. Tento model je běžný například ve Velké Británii, kde tamní nadace spravují stovky takovýchto místních fondů. První podobné aktivity vznikají také v Česku. Do černošického komunitního fondu přispívají místní dárci a následně rada vybrané peníze rozdělí mezi projekty lokálních organizací a aktivních občanů z Černošic a okolí, které prospívají komunitě. Téma bylo mimo jiné také součástí filantropického večera s podtitulem Filantropie a spolupráce pořádaného v březnu loňského roku Nadací Via.

Sbírka na počest zemřelému

Ve Velké Británii jsou běžné také vzpomínkové sbírky. Ty jsou zaštitěné rodinou zemřelého a vybrané peníze putují na téma, které bylo v jeho životě důležité. V roce 2023 zorganizovala na stránkách Darujme.cz takovou sbírku rodina diplomata Martina Povejšila, výtěžek šel na pomoc Ukrajině prostřednictvím organizace Post Bellum. Do sbírky a kampaně se zapojila také řada významných osobností a diplomatů včetně například ministra zahraničí Jana Lipavského. Výtěžek přesáhl 830 tisíc korun.

Dostupné bydlení pro potřebné

V Česku žije 83 tisíc lidí, kteří se vážně potýkají s tím, že si nemohou dovolit důstojné bydlení. Jedním z inovativních přístupů k řešení tohoto problému je vznik Fondu dostupného bydlení, který funguje druhým rokem. Fond za pomoci půjček od drobných věřitelů nakupuje byty, které pronajímá lidem, již je potřebují. Z vybraného nájemného pak fond

splácí dluh i s úroky. Do fondu lze přispět také darem. Bydlení fond poskytuje zejména lidem Ústeckého kraje, s vytypováním potřebných pomáhá partnerská sociální služba. Stanovený férový nájem respektuje finanční možnosti nájemce na straně jedné a závazky vůči věřiteli na straně druhé. Aktuálně je součástí fondu asi dvacet bytů.

Ocenění za vědu a filantropii

Hana Dvořáková se svým manželem Dalimilem stojí za založením Nadace Experientia podporující mladé chemiky. Hana Dvořáková byla spolupracovnicí Antonína Holého, který vyvinul celosvětově používaná antivirotika. Díky tomu získali manželé Dvořákové velký objem financí, které se jako jedni z prvních v Česku rozhodli vložit do své nadace. V říjnu loňského roku prezident Petr Pavel ocenil Hanu Dvořákovou medailí za zásluhy. Mezi oceněnými byla mimo jiné také další osobnost nevládního sektoru, bývalá ředitelka Nadace Charty 77 Božena Jirků.

Darování založené na důvěře

„Evropa, kterou chceme, pro svět, který potřebujeme.“ Tak zněl podtitul loňské konference v chorvatském Šibeniku pořádané organizací Philea, která se zabývá filantropií. Zúčastnilo se jí přes 700 zástupců evropských nadací a dalších nevládních organizací. Hlavním tématem bylo řešení současných evropských krizí včetně dopadů války na Ukrajině a změn

klimatu. Mezi nejčastěji zmiňované trendy patřila tzv. *trust-based filantropie*, tedy filantropie založená na důvěře, která dárcům ukazuje, jak prospěšné je darovat s důvěrou, tedy zavázat se k dlouhodobé podpoře bez konkrétních požadavků. Dobročinným organizacím to umožní lepší plánování, zvýší jejich stabilitu a v konečném důsledku to přinese také větší společenský prospěch.

Nejteplejší rok v historii

Rok 2023 byl na planetě nejteplejším v historii a ve světě přibývá nadací, pro které je změna klimatu hlavním tématem podpory. Jako klíčové si toto téma postupně stanovují přední světové filantropové, jako například Bill Gates nebo také Jeff Bezos, který klimatickou změnu označil za „největší hrozbu pro naši planetu“. Nově vznikají nejrůznější platformy či třeba sociální síť Chilli propojující všechny, kteří chtějí ovlivnit změnu klimatu. V Česku zatím není mnoho velkých organizací, které by se tématu věnovaly, mezi zavedené patří například brněnská Nadace Partnerství. Věcné informace a data včetně analýz, jaké bude mít změna klimatu dopady na Česko, pak přináší projekt Fakta o klimatu. Z firem se dobročinnosti v této oblasti začala věnovat kupříkladu skupina JRD, která založila Fond pro udržitelný život podporující udržitelnost života a krajiny.



Daniel Suška: Sleep Off Sleep, 2022, 10/44, umělecký síťotisk, 50 x 70 cm



Čestmír Suška: Útes, 2020, 19/45, litografie, 35 × 28 cm

„Člověk je zrozen k vzájemné pomoci.“
Seneca



Martin Vohánka

V roce 1995 založil společnost W.A.G. známou pod obchodní značkou Eurowag, která v Evropě patří mezi přední poskytovatele platebních řešení a mobility pro mezinárodní dopravní společnosti. Firma zaměstnává bezmála 2 000 lidí a část zisku firmy každoročně rozdělují na dobročinnost sami zaměstnanci. V roce 2016 Martin Vohánka spolu-založil Nadaci BLÍŽKSOBĚ, která podporuje organizace a jednotlivce v tématech rozvoje vzdělávání a rozvoje aktivní občanské společnosti a demokracie. Je jedním z iniciátorů výzvy k 2. ekonomické transformaci a spoluzakladatelem Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky.

Je potřeba, aby se potkaly srdce a hlava

Text: Zdeněk Mihalco / Foto: Jan Faulkner

„Kultura podnikání je produkt sám o sobě,“ říká byznysmen a zakladatel firmy W.A.G. (Eurowag) Martin Vohánka, který patří k vůdčím osobnostem rychle se rozvíjející filantropie v Česku. V obsáhlém rozhovoru s ředitelem Nadace Via Zdeňkem Mihalcem hovoří o svých byznysových a filantropických začátcích a o tom, co prospěšného může majitel a jeho firma udělat pro celou společnost.

Sedíme v krásném prostoru s výhledem na Prahu, pod střechou sídla Eurowagu. Kromě neskutečného výhledu tady máte třeba i včelí úly. Proč?

Inspiroval mě kamarád, který mi jednou celé hodiny vyprávěl o včelách. Fascinovalo mě, jak moudrý organismus to je. Slyšel jsem o včelích úlech třeba na střeše Národního divadla a zjistil jsem, že je možné včelařit ve městě. Poprosil jsem tedy kamaráda, aby mi pomohl a věnoval mi dva úly. Včely jsou symbolem pracovitosti a spolupráce a med je zhmotněním jejich píle. Takže ve firmě dáváme skleničku našeho střešního medu nejlepším zaměstnancům, kteří jsou reprezentanty firemních hodnot, tyto hodnoty žijí a jsou inspirací pro ostatní. Spolupráce je to, co dělá člověka člověkem. Máme čtyři firemní hodnoty a jedna z nich je právě týmová spolupráce.

Pojďme se vrátit na úplný začátek. Rok 1995, první kancelář v Mostě. Co vám tehdy říkalo slovo filantropie?

Vůbec nic, a to ze dvou důvodů. Jednak společnost i byznys tehdy žily úplně jinými tématy. Celá ekonomika, celá země se nově utvářely. Vše se měnilo, spousta věcí byla nestálých a neměli jsme know-how. Nebyl internet, přístup k informacím byl velmi omezený. Takže neexistoval vnější stimul, který by mi řekl, že něco jako filantropie existuje.

Druhá věc je, a to se týkalo mě a řekl bych i každého mladého podnikatele a člověka, že v prvních letech osobní samostatnosti se snažíme zorientovat. Kdo jsme, co umíme, co neumíme. Vyrovnat se se svými vlastnostmi a pochopit se, abychom mohli jít dál. Podnikatelé tehdy neměli na co navázat, nebyly tu rodinné byznysy. Všichni se soustředili na to, aby „přežili“, aby vybudovali firmy. Ale to se postupně s rostoucím věkem podnikatelů i s dobou měnilo. Přišel internet, cestovali jsme,

byli jsme více konfrontováni se světem. A současně jsme už měli i zdroje pro to, abychom se mohli začít zamýšlet nad tím, jak je smysluplně využívat.

Co bylo hlavním impulzem u vás osobně?

Najednou si člověk uvědomí, že to, co vytváří ve firmě, už nezávisí jenom na jeho šikovnosti a šikovnosti jeho spolupracovníků. Ale že závisíme na tom, v jakém ekosystému podnikáme a žijeme, jestli máme dostatek šikovných lidí na pracovním trhu, jestli když někdo onemocní, tak je o něj postaráno, jestli jsme součástí demokratických institucí vytvářejících férové prostředí a podobně. V ten moment si člověk uvědomí, že by bylo dobré nejenom konzumovat, co takové prostředí nabízí, ale že by mu měl pomáhat.

Pamatujete si svůj první dar?

Nevzpomenu si na úplně první spontánní dar, ale když už bych to mohl nazvat dobročinností nebo filantropií, byl to příspěvek naší firmy organizaci, která řeší jeden z důsledků negativního dopadu našeho odvětví. Ta organizace se stará o rodiny, které přišly o tatínka při výkonu funkce řidiče, jinak řečeno – tatínek zemřel při autonehodě. To nám přišlo přirozené. Děláme spousty pozitivních věcí, ale každé odvětví má svá slabá místa.

Dětství jste strávil v lokalitě, která nemá tak dobrý zvuk, v Mostě. Propisuje se toto místo a jeho specifika do vaší dobročinnosti a podnikání?

Nepřímo asi ano. Minimálně v tom, že když přišla revoluce, bylo mi čtrnáct. Oba rodiče byli aktivní komunisti, takže pro moji rodinu to byl kolaps, nejistota a obrovská změna.

A právě ta určitá vyprázdňenost místa i doby, absence jakýchkoli vnějších prostředků včetně peněz způsobily mou otevřenost. To pro mě bylo formativní. I dnes samozřejmě jezdím do Mostu, navštěvuji maminku a kamarády a vidím rozdíly. I díky tomu si uvědomuji, že žiji v určité bublině a že všem se nedaří stejně. Vidím nevyřešené problémy, u kterých stojí za to, abych se pokusil přispět k jejich řešení.

Vnitřní nastavení, dětství, dospívání, touhy. Znamená to, že impulzy pro to, jak a čemu budu pomáhat, jsou podle vás emoce a srdce?

Naprosto. Právě to bychom uvnitř nás měli hledat. Co je to, co s námi pohne, co nás donutí udělat něco mimořádného pro lidi, které neznáme. Ve mně to je zájem o společnost. Z toho také vyvěrají má témata pro podporu – svoboda, demokracie, společnost. A také to, co je pro to vše předpokladem, tedy proměna vzdělávání.

V jednu chvíli jste nabyl dojmu, že je potřeba pomoc systematizovat. Vznikla Nadace BLÍŽKSOBĚ. Kdy jste si řekli, že je třeba dát filantropii jasný směr, myšlenku, strategii a založit nadaci?

Už jsem zmínil, že autentická, kvalitní, dlouhodobá filantropie vychází ze srdce. Ale aby byla efektivní a cílená a měla dopad, musí se k tomu přidat hlava, mozek, ratio. V tom máme jako podnikatelé výhodu. Tyto návyky jsem získal v byznysu, protože jinak by můj byznys nebyl životaschopný. K tomu patří i podívat se, jak to funguje jinde. Poučit se z chyb ostatních. Zajímat se, jak nastavit správně procesy. Jak definovat cíle. Všechny tyto zásady byznysového světa jsou ve filantropii relevantní.

Setkal jsem se mnoha s lidmi, kteří darují hodně peněz a jsou skuteční srdcaři. Snaží se proniknout do svých témat. Měli skvělý nápad, ale zbytečně ztratili spoustu energie, peněz a někdy přišla i deziluze, protože výsledek se nedostavil. Měli totiž ostych připustit si, že i dobročinnost by měla mít nějakou štábní kulturu. Měli ostych použít své byznysové dovednosti. Pro největší dopad pomoci je potřeba, aby se potkaly srdce a hlava. Proto bych rád vybídl všechny, kteří o filantropii uvažují, aby přemýšleli v obou dimenzích.

Jak velký byl tedy Eurowag, když jste nadaci zakládali? A proč zrovna BLÍŽKSOBĚ? Cítím v tom symboliku spolupráce, vztahů...

To už se firma rozrůstala a měla zhruba čtyři sta zaměstnanců. Čím dál víc žijeme ve světě symbolů, protože symbol je určitá zkratka ve složité době. S názvem jsme si dali práci proto, že jsme chtěli, aby vyjádřil podstatu a reprezentoval hlavní

témata nadace. Vedle podpory vzdělávání je tím cílem snaha, abychom se respektovali, dokázali spolu žít v pokoji, dokázali si pomáhat a nacházeli přitom pocit naplnění.

V jednu chvíli se tedy vaše firemní filantropie odděluje od té osobní. Do jaké míry spolu tyto dvě roviny souzní a kde jsou naopak rozdíly?

Myslím si, že v případě rodinných firem nebo začínajících podnikatelů, kteří mají stoprocentní kontrolu ve firmě, je formální i obsahový překryv mezi osobní a firemní filantropií v pořádku. Než abychom na začátku ztratili příliš energie s formou a strukturou, je dobré prostě začít. Následně můžeme přemýšlet, jak vše dál profesionalizovat.

Nadace má smysl až od určité velikosti. U mě ten okamžik, kdy jsem musel oddělit osobní a firemní společenskou odpovědnost, nastal, když do firmy vstoupil americký investiční fond s třiceti procenty vlastnictví. Už jsem necítil mandát, že mé osobní preference ve filantropii jsou jednoduše přenositelné do nové vlastnické struktury. A proto vznikla Nadace BLÍŽKSOBĚ. Současně jsme ve firmě, už s trochu jinou optikou, vypracovali nový koncept firemní dobročinnosti. Ten je pak jasnou zprávou, že produktem firmy by rozhodně neměl být jenom zisk, ale celá řada dalších pozitivních dopadů. Koneknců to máme i v našem souboru čtyř firemních hodnot. Ve zkratce tomu říkáme „Buď dobrým člověkem!“

To je dost vzletný pojem. Ale co vše si pod tím můžeme představit? V čem všem může být firma společensky odpovědná kromě darování samého?

Základní poučka zní, že firmy existují proto, aby dělaly nějakou systematickou ekonomickou činnost za účelem vytváření zisků. Ale k tomu je tady ještě celá řada dalších dopadů, řekneme produktů podnikání. Tím nejbližším po vytváření zisku je férové placení daní a neschovávání se za daňové ráje. Je to také inspirování okolí. Inspirování našich kolegů. To, jak se chováme k menším dodavatelům. Jak se obecně chováme, když se nikdo nedívá, jak říkal Komenský. V případě firem to je například přístup k environmentální oblasti. Celý svět se hýbe a mluví o udržitelnosti. Můžeme být pasivní, vyčkávat na regulaci a předpisy, na to, až nás někdo dotlačí k akci, anebo skutečně přemýšlíme nad udržitelností a životy druhých, nečekáme a hledáme cesty, jak k řešení problémů aktivně přispět. Přijmeme tu odpovědnost?

Zároveň je součástí firmy spousta dalších lidí, zaměstnanců, spolupracovníků...

Ano, často se mluví o firemní kultuře jako o nástroji ke zvýšení výkonnosti. Je pravda, že když je kultura ve firmě dobrá, je

tam jasná korelace s výkonností. Ale přeci kultura je produkt sám o sobě!

Jako majitel a člen vedení můžu ovlivnit to, jakým způsobem nastavím kulturu ve firmě. Jestli zaměstnanci firmy odcházejí každý den domů frustrovaní, je s nimi špatně zacházeno, panuje atmosféra strachu, anebo naopak pracují na něčem smysluplném, vědí, že jsou doceněni a když se něco přihodí na pracovišti, není to přehlíženo.

V Eurowagu dnes pracuje dva tisíce lidí a každý z těch dvou tisíců lidí má nějakou rodinu a blízké, kam chtěl nechtěl své zážitky z práce přenáší. Řekneme tři až čtyři lidi. Takže ovlivňuji emoce, každodenní prožívání až osmi tisíc lidí. No není to obrovská příležitost, jak vytvářet pozitivní hodnotu, není to obrovský produkt firmy?

Nepochybně bychom mohli najít další příklady.

Přesně tak, další na seznamu, a on je skutečně dlouhý, může být rozvoj zaměstnanců. Také o rozvoji zaměstnanců se přemýšlí za účelem zvýšení zisku firmy. Ale není skvělým produktem to, že zaměstnanec, který jednoho dne opustí po pěti nebo sedmi letech firmu, je lepším profesionálem i lepším člověkem? Není to úžasný příspěvek firmy celé společnosti?

Jak tedy v Eurowagu konkrétně prolínáte darování s kulturou firmy a zapojujete zaměstnance?

Ve W.A.G. jsme se zamýšleli nad následující otázkou. Operujeme v osmnácti zemích Evropy, ale jak dobročinnost vlastně distribuovat? Jak to udělat, abychom prospěch firmy nerozdělovali jen v České republice? Hledali jsme proto nějaký vhodný klíč. V první řadě jsme se obrátili na naše Country Managery a na lokální týmy.

Bylo to těžké, protože každý prožívá dobročinnost jinak, každý považuje za důležité něco jiného. Když jsem se snažil přenášet svou představu o dobročinnosti, často jsem u manažerů narážel. Lidé z jednotlivých zemí to nevzali za vlastní. Nakonec jsme došli k systému, že procento z firemního zisku vydělíme počtem zaměstnanců, každý zaměstnanec dostane určitou částku a rozhodne se sám, jakým způsobem ji na dobročinnost využije.

Máte k tomu speciální zaměstnaneckou aplikaci, prostřednictvím které lidé zvolí, komu svůj podíl ze zisku darují. Na co vše mohou zaměstnanci darovat?

Je zcela na nich, kam peníze darují. Škála je široká od řekneme UNICEFu po paní, která žije v sousedství a je v těžké životní situaci. Zaměstnance žádáme o jedinou věc – aby se písem-

nou formou zamysleli nad tím, kde daná částka peněz, obvykle několik stovek euro, vytvoří největší prospěch.

Tím jsme vyřešili nejenom problém s férovou alokací našich dobročinných prostředků, ale současně v praxi demonstrovali jednu z našich hodnot – důvěru jako základ efektivní spolupráce. Nechali jsme zkrátka s důvěrou zaměstnance rozhodnout, jak firma rozdělí část zisku. V mnoha případech to bylo poprvé, kdy se lidé zamysleli nad tím, jak někoho obdarovat a co má smysl.

Kolik zaměstnanců se do takovéhohoto nestandardního rozdělování zisku zapojuje?

Má to obrovský úspěch, máme osmdesátiprocentní participaci zaměstnanců, což je výjimečné číslo ve srovnání s jinými programy, které firmy v oblasti společenské odpovědnosti dělají. Co mi osobně udělalo největší radost, je, že celá řada lidí pokračuje nad rámec rozpočtu, který jsme jim dali my. Jsou tací, kteří v darování pokračují z osobních zdrojů.

To je zcela inovativní filantropický firemní model, patrně jedinečný v celé Evropě. Je vidět, že o filantropii hodně přemýšlíte, inspirujete se v zahraničí, což vyžaduje spoustu času. Jak to všechno spojit, abyste to osobně zvládli a zároveň, aby bylo pořád dost času na vedení firmy?

Ono se to vrací ke zmíněné profesionalizaci, k ratiu. A i tady jsem si musel říct, že každý aspekt mého života musí dostat férový díl z mého času a pozornosti. Do firmy proto dávám osmdesát procent času a dvacet procent věnuji filantropii. Bylo by jednoduché nechat se pohltit filantropií, která se může stát tak trochu drogou. Stejně tak je jednoduché vyhořet ve firemním světě.

Dnes, když tady sedíme, je pátek a pátky se snažím věnovat filantropii. Samozřejmě se mi to přelévá, ale snažím se vědomě udržet onen poměr, aby firma dostala férový díl, protože nejsem jen významný akcionář, ale především naplno fungující generální ředitel.

Když se podíváte pár let do budoucnosti, jaký by byl váš filantropický sen? Vidíte tu zatím nepopsané potřebné téma či oblast, která je hodna velké podpory?

Ty nápady přicházejí pořád, zaplatpánbůh. A to je na tom to krásné, že i v této oblasti člověk může uplatnit kreativitu, včetně zkušeností, které získal jinde. Je dobré zmínit, že filantropie v Česku velmi pokročila. Mám obrovskou radost, když vidím čísla, jak u nás filantropie roste, a to nad mírou inflace. Filantropie v zemi zraje také svou promyšleností.

I podle dat, která máme k dispozici v Nadaci Via, je filantropie v Česku na trvalém vzestupu. Vzniká spousta nových dobročinných projektů. Přibývají dárci, kteří darují pravidelně, promyšleněji, s větším dopadem. Vidíte při svých cestách rozdíl oproti jiným zemím Evropy?

Začali jsme se v poslední době dívat do zahraničí a opravdu vidíme, že z bloku východoevropských a středoevropských zemí je v Česku filantropie možná nejdál. To je nesmírně pozitivní zpráva pro Českou republiku a můžeme na to být právem hrdí.

Ale stejně tak platí, že když se podíváme na některé země směrem na západ, jsou tam filantropické modely a vyzrálost, které nás mohou inspirovat. V řadě zemí jsou nadace mnohem stabilnější, protože jsou vybavené takzvaným nadačním jměním – kapitálem. Tedy majetkem, který nadace investují s tím, že výdělek z oněch investic reprezentuje objem jejich podpory. To je velký rozdíl oproti běžné praxi v Česku, kdy i velcí donátoři to, co vydělají, hned darují – jak já říkám – jako průtokový ohřívač.

To však vyvolává otázky udržitelnosti, když příjmy vyschnou. Proto můj sen je, že tady budeme mít víc lidí, kteří prodají firmu či nabydou majetek a vloží prostředky do kapitálu nadací. Díky tomu zajistíme jejich dlouhodobou udržitelnost. Tím dáme jistotu podporovaným organizacím a iniciativám občanské společnosti, které mnohdy na privátních darech závisí. Že to není jen podpora na rok či dva, ale že s dárci mohou počítat i za deset dvacet let. To bych přál české filantropii a doufám, že se to jednou podaří také mně.

Je to dnes jedna z vašich motivací v podnikání? Říkáte si: „Jednou po mně snad něco zůstane“?

Ano. Myslím si, že přemýšlení o hlubším smyslu toho, co děláme, kam to vede, co je cílem, o smyslu peněz nevyjímaje, je náš nejdůležitější úkol v životě. Pokud se dnes zamýšlím nad smysluplností toho, co Eurovag generuje, a specificky o vytvořeném zisku, tak rozhodně vidím největší smysl v pomáhání druhým.

filantropie

Výraz *filantropie*, z řeckého *filein* (milovat) a *anthrōpos* (člověk), znamená láska k člověku. Ve starém Řecku se dobročinnost považovala za nejvyšší projev civilizace. Činit dobro mělo být zásadním smyslem lidského bytí.



Martin Janecký: Untitled, 2023, ručně tvarované sklo, kov, výška se stojanem 40 cm

Jak darují zaměstnanci

Anna Pedretti, manažerka partnerských projektů a fondů v Nadaci Via

Způsobů, jak veřejné aktivity podpořit, je mnoho. Mezi nejčastější formy firemní filantropie patří darování finančních prostředků, zajištění věcných darů a věnování času nebo know-how.

Klíčem k úspěchu promyšlené firemní strategie je aktivní zapojení všech spolupracovníků. Dle četných studií jsou zaměstnanci, kteří se sami dlouhodobě podílí na veřejně prospěšných aktivitách svého zaměstnavatele, výhrou pro obě strany. Společné „darování“ v jakékoli formě má pozitivní vliv na zaměstnaneckou loajalitu, pracovní nasazení a tím i přímý dopad na výkon a konkurenceschopnost firmy.

Příkladem mohou být zaměstnanecké sbírky, tedy zmíněné darování finančních prostředků. Online platformy, jako je například Darujme.cz Nadace Via, jsou jedním z populárních způsobů, jak zaměstnance zapojit. Doporučují se i firemním partnerům, kteří se společensky odpovědnými aktivitami teprve začínají a chtějí si nejprve „otestovat terén“.

Ale i zde je třeba promyšlený citlivý přístup a správně zvolená interní komunikace. Ať už se rozhodnete podpořit jakékoli téma, účel nebo organizaci, ukažte svým lidem, že vás jejich názor opravdu zajímá. Diskutujte s nimi o tom, jaké hodnoty chcete společně jako firma podporovat, a pak je nechte spolurozhodnout. Například společnost JRD, která začala stavět „zdravé domovy“, se spolu se zástupci svých zaměstnanců rozhodla, že projekty, které podpoří, budou vázány výhradně na ochranu životního prostředí a ekologii. U Nadace Via dokonce pro tento záměr zřídila i vlastní Fond udržitelného rozvoje. Výběr konkrétních organizací, na jejichž podporu byla nakonec vytvořena kampaň na portále Darujme.cz, ovlivňují zaměstnanci svými hlasy. Výtěžek sbírek, do nichž sami přispívají, pak firma zdvojnásobí (tzv. matching).

Je běžné, že i forma zaměstnanecké filantropie se časem vyvíjí. V pojišťovně Kooperativa si před lety oblíbili vánoční darovací kampaň, kdy si zaměstnanci jednotlivých regionálních poboček pokaždé zvolili organizaci ve svém okolí, zjistili její potřeby a společně do kasičky sbírali drobné na věcný dar, který firma rovněž finančně podpořila. Často se jednalo o dětský domov nebo místní sanatorium apod. Dar, například novou ledničku, jim pak osobně před svátky dovezli a slavnostně předali. Bohulibá idea, ale logistické peklo. Před dvěma lety jsme tak společně převedli kampaň do online

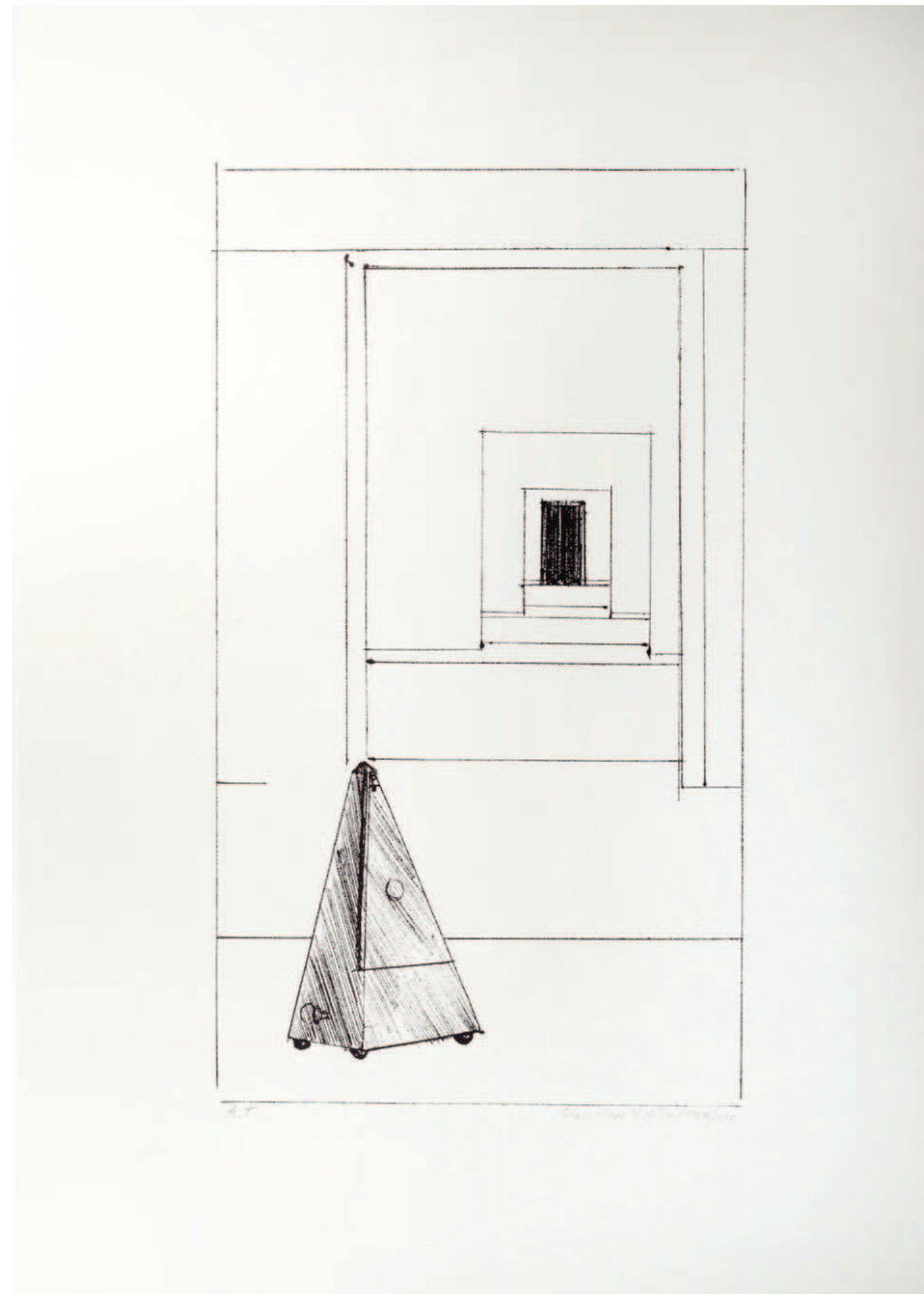
prostředí, kde se na jedné webové stránce pod firemní identitou přehledně potká kolekce organizací vybraných pobočkami. Vše transparentně, pod jedním odkazem, vizuálně atraktivně, na dva kliky a s okamžitým potvrzením o daru.

Podobně si Vánoce oblíbila i česká pobočka společnosti PwC, která rovněž uznala, že součástí úspěchu je aktivní zapojení zaměstnanců už ve fázi počáteční nominace. Pracovníci firmy zde nevybírají organizace, nýbrž konkrétní příběhy ze svého bezprostředního okolí (ovdovělá samoživitelka, rodina s handicapovaným dítětem apod.). Vedení firmy příběhy rovněž podporuje, a to jednorázovým příhozem těsně před odstartováním kampaně.

Darované finanční prostředky nemusí nutně pocházet z kapes zaměstnanců. Příkladem je společnost Eurowag, která každoročně poskytne procento ze zisku firmy na dobročinné účely. Každý zaměstnanec má pak k dispozici konkrétní sumu firemních peněz, které buď může věnovat příjemci prostřednictvím online nominace, nebo si jednoduše vybere z nominací svých kolegů. Celému procesu slouží speciálně vyvinutá aplikace firemního dárcovství, která se po letech již rozšířila do několika zemí a jazykových mutací dle působnosti poboček firmy Eurowag.

Jako ve všem snažení, ani první kroky ve firemní filantropii nemusí přinést okamžitý výsledek. Důležité je začít, hledat cesty a zvažovat dlouhodobý horizont. Úspěchy našich partnerů ukazují, že trpělivost přináší ovoce. Každý rok se tak mohou těšit z toho, jak jim opět narostl nejen celkový výtěžek, ale především počet zapojených kolegů.

O co tedy ve firemním dárcovství jde? Ve výsledku nezáleží tolik na tom, co darujete, jestli peníze, věc nebo pošlete svého experta, aby neziskovce pomohl s nastavením online marketingu. Jde o to, zda řešení, které zvolíte, bude dávat smysl v kontextu vašich cílů, hodnot a zda bude v souladu s firemním DNA. A to tvoří oni, vaši spolupracovníci.





„Samo přijetí nepostačuje; nestačí rozdat obložené housky, pokud zároveň s nimi neposkytnu možnost naučit se, jak stát na vlastních nohou. Dobročinnost, charita, která ponechá potřebného člověka v jeho původním stavu, je nedostatečná.“

papež František



Digismoothie se zabývá vývojem softwaru a internetových obchodů na platformě Shopify. Jejich aplikace používá více než 12 000 klientů z celého světa. V rámci své hodnoty Giving Back se starají o e-shop a marketing Domova sv. Anežky.

Domov sv. Anežky je obecně prospěšná společnost, jejímž posláním je podpora a pomoc lidem se zdravotním postižením, aby se snáze začlenili do běžného života, mohli žít samostatný, soběstačný a důstojný život s odpovídajícím sociálním postavením a naplněnými potřebami užitečnosti a potřebnosti.

Zleva: Jana Fohlerová, Maxim Drkoš, Zdenka Burešová, Václav Běťák, Tomáš Janů, Michal Marek

Dát čas a dát respekt

Text: Jitka Taussiková a Monika Tomíčková | Foto: Jan Faulner

Jak si může našlápnutá digitální firma rozumět se sociálním podnikem z malého města, jenž zaměstnává handicapované, a jak se jim společně podařilo několikanásobně zvednout tržby e-shopu, který sociální podnik provozuje, se dočtete v rozhovoru, k němuž jsme přizvali hlavní aktéry této inspirativní spolupráce. Za Domov sv. Anežky: Václav Běťák, ředitel; Zdenka Burešová, vedoucí vztahů s veřejností; za Digismoothie: Tomáš Janů, Co-Founder; Michal Marek, Co-Founder.

Jak došlo ke spolupráci mezi Digismoothie a Domovem sv. Anežky?

Tomáš: Spolupracovali jsme s Nadací Via a využívali platformu Darujme.cz. Časem nám nadace představila program, který umožňuje propojit firmu s konkrétní neziskovou organizací a spolupracovat s ní napřímo a dlouhodobě. Často nějaká firma pomáhá tím, co sama dělá. Například stavební firma může pomoci s rekonstrukcí a podobně. Tím, že podnikáme v e-commerce, tedy rozumíme tomu, jak se prodávají věci na internetu, nám dávalo smysl najít organizaci, která něco produkuje a prodává online.

Organizace Domov sv. Anežky nám byla moc sympatická. Jednak v tom, co dělají, a jednak v tom, že prodej výrobků z jejich dílen generuje část příjmu, který využívají pro fungování celé organizace. To nám přišlo skvělé. Vzhledem k tomu, že měli e-shop, se kterým bychom jim dokázali pomoci, to byla jasná shoda. A to i lidská. Václav se Zdenkou jsou v jedné věci a obchodu velcí profesionálové. Pamatuji si, že jsme jim měli poslat krátké představení. Tak jsme si dali záležet a poslali pěkný one-pager, zpátky jsme pak dostali také krásný one-pager. Tehdy jsme si řekli, že to je super, že jsme na stejné vlně. Cítili jsme, že to klapne, a od té doby můžu říci, že jsme i kamarádi.

Vašek: Já můžu potvrdit, že to byla láska na první pohled. My se Zdenkou máme rádi smysl pro humor, tak jsme si říkali, že musíme odpovědět stejně. Teď jsme opravdu na jedné straně partneri a na druhé straně za tu dobu už také kamarádi. Online marketing jsme skutečně neuměli a měli jsme v něm hromadu mezer. A najednou přišli holky a kluci z Digismoothie a moc nám s tím pomohli. Nejen, že nám udělali nový e-shop, postavili novou platformu, ale také zjednodušili celý proces nakupování u nás. Rapidně se nám zvedly tržby. Vydělávali jsme nějakých dvacet pět tisíc korun měsíčně a teď jsme na sto padesáti. Před Vánoci jsme měli tržbu dokonce

skoro dvě stě tisíc korun. Ale chvíli trvalo, než se vše vystavělo, a je za tím hodně práce. Vůbec jsem si to předem nedovedl představit, protože se dělaly nové fotografie i nové texty. Ale ovoce to přineslo, protože Digismoothie to prostě umí. A nezůstali jsme jenom u téhle spolupráce. Byli jsme hrozně rádi, když se přijeli podívat, jak to u nás chodí. A dodnes k nám jezdí na dobrovolnické dny, pomáhají se zahradou a podobně. Jednou se nám v jednom z objektů pokazil kotel a najednou netopil celý dům, ve kterém poskytujeme sociální služby. To byl průšvih a nový kotel stál šedesát tisíc korun, které jsme neměli. Zavola jsem tady klukům a ti mi je prostě poslali. Takže podpora je i takováto. Nejen v tom, co umí nejlépe, ale i finanční. Když je nám nejhůř, tak můžeme zavolat kamarádům z Prahy.

Letos k nám z Digismoothie přišel i ježíšek. Dostali jsme nové florbalové hole a další sportovní vybavení, protože se už znají i s našimi klienty a hry hrají společně. Snad každý zaměstnanec Digismoothie něco koupil a byli jsme v Praze na vánočním večírku. Už to dávno není na bázi našeho přátelství tady s kluky, ale je to přátelství mezi zaměstnanci Digismoothie a klienty Domova sv. Anežky.

Když se vrátíme na úplný začátek. Giving Back – tedy poskytování pomoci druhým na základě vlastního úspěchu – má Digismoothie v základních hodnotách firmy. Co bylo prvním impulzem, kdy jste začali uvažovat o tom, že byste někomu pomáhali?

Michal: S Tomášem jsme pracovali v Avastu, kde to bylo součástí firemní kultury. Asi všichni znají Avast Foundation nebo Nadaci rodiny Vlčkových. To nás, myslím si, skvěle připravilo. Když jsme začali růst, uvědomili jsme si potřebu přenést dále styl naší práce a to, jakým způsobem fungujeme uvnitř a vně naší firmy. Vytvořili jsme set hodnot a jednou z nich je právě Giving Back. Na začátku jsme se snažili hledat projekty, které bychom podporovali finančně, ale časem nám víc a víc

docházelo, že je pro nás důležité najít v pomoci také trochu jiný rozměr. Chtěli jsme pomáhat nejenom penězi, ale i časem a naším know-how, tak aby se na tom mohli podílet všichni v Digismoothie.

Tomáš: Naprosto souhlasím s Michalem, že tento způsob přemýšlení v nás vybudoval Avast a jsem mu za to opravdu vděčný. Komerční firmy mohou pomáhat neziskovkám i formou konzultací. Problém podle mě je, že konzultace si vyslechnete, ale v neziskovce pak často není nikdo, kdo by tyto rady implementoval nebo využil. Nastavili jsme si tedy pravidlo, že vybraná neziskovka musí mít aspoň malý e-shop, se kterým budeme umět pomoci.

Co si z této spolupráce odnesl Domov sv. Anežky, vaši zaměstnanci, případně i klienti?

Zdenka: Všichni vnímáme ten finanční rozměr a přínos. To je pro neziskovku samozřejmě hodně důležité, protože tím, co vyděláme, pokrýváme naši sociální činnost. Jak říkal Tomáš, i my jsme předtím konzultovali spoustu věcí, ale v Digismoothie tu práci pro nás reálně udělali. Podstatné bylo třeba i to, že nám řekli, že prodáváme levně a máme zdražit. Od začátku to máme nastavené jako prodej kvalitních produktů, za kterými nikdo nemusí vidět, že je vyrobili lidé s postižením. Prodáváme kvalitní výrobky a poskytujeme kvalitní sociální služby. To je základní kámen našeho sociálního podnikání. I v tom nám celý tým Digismoothie pomohl, protože celou dobu říkali: „Děláte to dobře.“ Ale i teď je pořád co posouvat, už máme domluvené schůzky s lidmi, kteří nám pomohou s designem a procesem výroby.

Kluci vidí do střev našeho e-shopu, to znamená, že jsme s nimi řešili i výrobní náklady a marže. Nemluví nám do toho, jaké máme dělat deky, jestli máme dělat hrnky zelené nebo modré, ale dívají se na finanční složku. Než jsme se potkali, účastnili jsme se projektů různých nadací, mentoringu nebo marketingového poradenství a různých školení, ale problém neziskových a sociálních organizací je opravdu v tom, že všichni jsou přetížení.

Od chvíle, kdy začala pandemie covidu-19, jsme věděli, že v onlinu jsme hrozně pozadu. Předtím jsme se účastnili zejména trhů, což v době pandemie úplně umřelo a nám vypadl obrovský kus příjmů. Bylo jasné, že to musíme vyřešit online a že to neděláme dobře. Ale u nás člověk řeší věci, které hoří každý den, a na tohle nikdy nebyl čas.

Když přišli kluci a celý tým Digismoothie, tak nejenom, že nám ukázali, jak by to mohlo fungovat, ale pak to celé reálně udělali. Požádali o data a ubrali nám obrovský kus práce. Zajistili třeba i to, že faktury se generují a posílají automaticky.

Kolegyni ubyla spousta práce a máme menší chybovost. To jsou věci, u kterých nás dříve ani nenapadlo, že s e-shopem také souvisí. Do sociální sféry většinou nepřijdou vystudovaní marketéři. Nyní jsme ve fázi, že když cokoli potřebujeme, něco nefunguje, obracíme se přímo na členy týmu. Už to celé neleží na nás, máme na to experty.

Michal: Spolupráce by nefungovala tak dobře, pokud by v Domově sv. Anežky nebyli tak skvělí lidé a jejich produkty neměly takový potenciál k dalšímu rozvoji. Na toto jsme měli určitě i štěstí. Tohle je teprve začátek. Teď jsme někde na levelu jedna z deseti. I naše firma se stále rozvíjí a když získáme novou expertizu, tak ji můžeme promítnout i do této pomoci.

Stojí zde proti sobě digitální a řekněme handmade svět čili inovace versus tradice. Ale společné máte to, že chcete měnit svět k lepšímu. I vaše zájmy jsou podobné, například kvalitní péče o klienta. Jakou možnost mají vaši zaměstnanci strávit v rámci svého pracovního úvazku čas prací pro tento neziskový projekt? Máte to nějak nastaveno?

Michal: Jsme ještě pořád něco mezi start-upem a korporací. Máme divizi, která se zaměřuje specificky na e-shopy, a podstatné je, že k Domovu sv. Anežky přistupujeme jako k běžnému projektu, jako ke klientovi. Jejich e-shop má úplně stejnou váhu jako ostatní komerční projekty, protože jinak by se to neposouvalo tak rychle.

Tomáš: Celá naše firma k tomu přispívá, i vývojář, který je v zahraničí a vůbec Domov sv. Anežky nezná. Už jen to, že se soustředí na svoji práci, těm ostatním umožňuje najít si čas pro neziskový projekt. Ruku k dílu tedy skutečně přidávají všichni v naší organizaci, ať už přímo, nebo prostřednictvím své práce na jiných projektech.

Vašek: Kluci zde mluvili o jejich firemní kultuře a když k nám přijede kdokoli z Digismoothie, jenom se to potvrdí. Naši klienti s postižením se hned chtějí objímat, někdo hodně mluví a oni s nimi dokážou strávit půl hodiny povídáním si o jejich tématech, třeba o oblíbené kapele nebo čemkoli jiném. Pro naše klienty je to pozdvižení a opravdu se na ně vždycky těší. Teď máme naplánované, že příště, až přijedu, nebudeme tolik pracovat, ale půjdeme si zahrát florbal nebo si zakopat.

Zdenka: Zatím s žádnou firmou jsme neměli takový styl spolupráce. Vždy se něco zdlouhavě řešilo přes e-mail, ale tady s celým týmem komunikujeme přes rychlou platformu a kdykoli máme problém nebo nápad, řešíme to prakticky okamžitě. S Digismoothie jsme navíc nikdy nezažili paternalistickou pozici, kdy by nám řekli: „My vám vysvětlíme, jak se to správně dělá, máte to blbě.“ Naopak řekli jen: „Kdybyste chtěli,

máme tady super kolegyni na texty, můžete s ní probrat, jak byste se chtěli prezentovat, dá vám nějaké rady.“

Vašek: Jak jsem říkal na začátku, opravdu nám kryjí záda. Když nám vypadne e-shop, zavoláme a je to opravené během chvilky. Nikdo neřekne, že se na to podívá za dva dny, protože teď má hromadu svojí práce. Jak říkal Tom, jsme jako jejich klienti a ten servis je špičkový. Když máte partnera, který vám za prvé poradí a za druhé tu práci i reálně udělá, to je výhra.

Co byste poradili malé nebo střední firmě, která by chtěla začít dělat něco smysluplného tak, aby to ladilo s jejím podnikáním a zapadlo to do sebe podobně jako u vás?

Tomáš: Určitě bych doporučil spolupráci s Nadací Via a využití jejich platformy, která propojuje neziskové organizace a podniky. Protože nás by upřímně nikdy nenapadlo jet do Domova sv. Anežky nebo do jiné organizace a říct jim, že jim pomůžeme s online marketingem a e-shopem. A ani nevím, jak by se na to ta neziskovka dívala.

Vašek: Důležité je to slovíčko propojení, protože my jsme teď opravdu velice silně propojení. Přibrali nás do svojí digitální rodiny a my jsme je přibrali do té naší sociální. Sociální podnikání se bez podpory lidí kolem dá dělat jen hrozně těžko.

Jak je vaše zkušenost s jinými firmami, které vám pomáhají? Co třeba nemají dělat nebo co je zavedený, ale mylný způsob pomoci?

Zdenka: Chyba je čekat výsledky hned. Čekat, že to na tu organizaci bude mít okamžitý dopad. Jsme v kontaktu s jinými sociálními podniky a neziskovkami a ve všech platí to samé, lidí v nich jsou přetížení. Když jim někdo něco poradí, nejsou schopni implementovat to hned, protože každodenní sociální práce je příliš.

To, že nám holky a kluci z Digismoothie dali čas, bylo důležité. Do spuštění e-shopu to byl třeba rok, možná i trošičku déle. A mohli nám po půl roce říct: „Hej, vy se neposouváte, my si najdeme někoho jiného.“ Ale dali nám prostor a nechali nás postupně se v tom zapracovat, osvojit si nové kompetence. Protože kdyby odešli po půl roce, skoro nikam by nás to neposunulo. Je super, když chce někdo přijít a pomoci, ale musí počítat s tím, že na druhé straně je neziskovka. Pořád má ten samý provoz, co měla předtím, a nové věci bude přidávat po pěti, sedmi nebo deseti procentech. Ten efekt se projeví za dlouho, protože to není start-up, který má drive, ale jsou to lidi, kteří už svůj balík věcí táhnou.

Někdy si naplánujeme, že budeme mít v pondělí online schůzku a pak musíme řešit akutní problém a odložíme to. Ale

nikdo nám nikdy nevyčetl, že se to posunulo o čtrnáct dní, nebo i o měsíc.

Zmiňujete, že jste naráželi na jiné tempo práce. Jaké to pro vás bylo, když jste museli čekat, než se něco stane, počítali jste s tím? Bylo něco, co se nepovedlo na obou stranách a z čeho jste se poučili?

Tomáš: My jsme přesně nevěděli, v čem je ten zádrhel. Dohodli jsme se na tom, že bude nový e-shop, a už to trvalo mnohonásobně déle, než když se pracuje pro běžného klienta. Říkali jsme si, jestli už třeba oni nad námi nezlomili hůl, jestli pořád máme tu důvěru, jestli je pořád vůle ke spolupráci. Ale naprosto to chápu, protože pro spoustu organizací je těžké vyměnit zavedený systém za nový. Je však důležité vybudovat si vzájemnou důvěru a hlavně dát lidem kontext, aby chápali, proč se to děje a v čem to bude lepší. A netlačít na ně, jak říkala Zdenka. Dát jim ten čas.

Zdenka: Dát čas a dát respekt. Opravdu to nikdy nebyli ti Pražáci, co nám přišli říct, jak to děláme blbě. Vždycky nabízeli možnosti. A celková komunikace s jejich týmem je stále velmi příjemná v tom, že i věci, které ještě pořád nemáme doladěné, všichni komunikují neutrálně. A to ve smyslu „tohle bychom ještě mohli“ a ne ve smyslu „máte to tam blbě, kdy už to konečně uděláte“. Je to opravdu hodně vospělá partnerská komunikace.

Jsme zvyklí na to, že nám někdo nabídne pro naše klienty staré oblečení nebo vysloužilou pračku. Dostáváme vyřazený nábytek z korporátu, jsme zvyklí na model „pro vás je to ještě dobré“. Ale tady jsou všichni hrozně pečliví, mají nesmírný smysl pro detail a nic není jako „nějak se to udělá“, jak jsme byli zvyklí z dřívějšíka. Jejich přístup je naopak „zasloužíte si dobré a nové věci“.

Tomáš: Pro nás je cílem, aby Domov sv. Anežky dosáhl finanční soběstačnosti díky prodeji svých produktů a také, aby byli samostatní i ve správě e-shopu. Chceme dojít do situace, kdy už všechno zvládnou a my budeme jezdit už jenom pracovat manuálně na zahradě.

Michal: Proto je pro nás důležité posouvat jejich organizaci i po znalostní stránce.

Říkali jste, že jste na levelu jedna. Jakou máte další vizi?

Michal: Co se týče e-shopu, jsme na začátku v tom, jak vypadá a jak se používá. Ale potenciálem jsou další trhy a také vývoj produktů jako takový. I když už teď jsou výrobky kvalitní a pěkné.

Tomáš: Myslíme si, že pokud chceme s Domovem sv. Anežky dokázat něco fakt velkého, musíme pokračovat ve stejném tempu a nepolevit. Je také super vidět, že i někoho inspirujeme. Ostatní neziskové organizace třeba uvidí, že se dá uživit i tímhle způsobem a nemusí být závislé jen na příspěvcích.

Vašek: Jsem rád, že vznikl tenhle rozhovor, a kdyby se náš příběh dokázal dostat dál do světa, může inspirovat další firmy a podnikatele k tomu, aby podpořili sociální svět. Nemusí být sociální, může být třeba ekologický. A když teď vyvstává otázka ESG firem, můžeme být vzorný příklad toho, jak spolupráce mezi start-upem či korporátem a neziskovou organizací dokáže fungovat. Protože já jsem z té spolupráce nadšený, děsím se levelu deset a zároveň se na něj těším. A věřím klukům, že to půjde. Na závěr bych chtěl poděkovat Nadaci Via, protože díky ní se to celé stalo, za to velké díky.

Václav Běťák

Ředitel Domova sv. Anežky, který skrze sociální služby a zaměstnávání podporuje lidi se znevýhodněním na jejich cestě k samostatnému životu. Působí také jako předseda Deklarace odpovědného podnikání zaměřující se na podporu a propagaci sociálních podniků v Česku.

Zdenka Burešová

V českém neziskovém sektoru se pohybuje od roku 2010. Nyní pracuje v Domově sv. Anežky, dříve působila například ve Sdružení Neratov. Řadu let se věnovala výzkumu médií a žurnalistice, sociální služby a podnikání si ji ale přitáhly zpět.

Tomáš Janů

Spoluzakladatel softwarové společnosti Digismoothie, která se specializuje na vývoj e-commerce aplikací a online obchodů. Své pracovní zkušenosti nabyt ve společnostech Google a Avast. Ve druhé jmenované si také osvojil to, že prosperující firma by měla pomáhat společnosti nad rámec svých povinností. Podobné smýšlení nyní aplikují s Michalem i v Digismoothie, kde je Giving Back jednou ze základních firemních hodnot.

Michal Marek

Po studiu na Univerzitě Hradec Králové začal pracovat ve společnosti Avast. Později spoluzaložil společnost Digismoothie, která vyvíjí software a jejími klienty jsou firmy z celého světa. Chuť pomáhat těm, kteří to potřebují, a zejména aktivní formou, je vlastnost, která lidi ve firmě spojuje.

NGO nebo NNO

Non-governmental Organization – nestátní nezisková organizace

Zkratka obvykle označuje dobrovolnou skupinu nebo instituci se sociálním posláním, která funguje nezávisle na vládě.

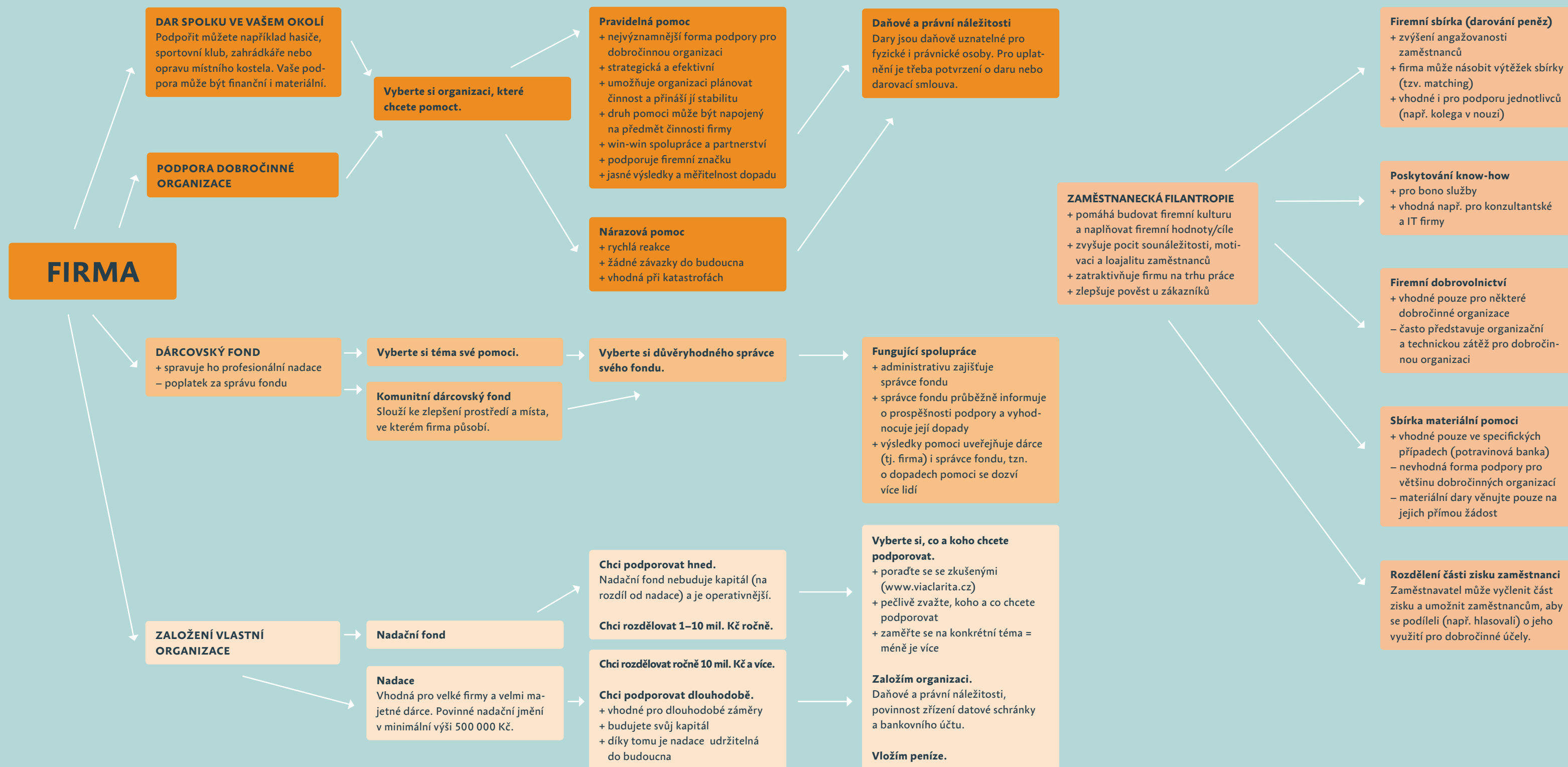
V Česku nejde o oficiální právní termín ani právní formu či status právnické osoby, ale o termín, který je již

do značné míry ustálený ve společensko-ekonomických textech, sebeoznačení organizací i praxi veřejné správy.



Jakub Berdych Karpelis a Karel Štědrý: Váza unnamed, 2022, ručně foukané křišťálové sklo, obtisk, 34 × 19 cm

/ Kroky k filantropii





František Skála: Pokušení sv. Antonína, 2022, vícebarevná litografie, 38 x 19 cm

„Můžeš-li pomoci, pak pomoz.
Pokud ne, alespoň neškod.“
Dalajláma



Radana Brábníková
obchodní a marketingová ředitelka
společnosti Gamin

Vystudovala práva se zaměřením na neziskový sektor a lidská práva, ale rozhodla se věnovat podnikání, které zahrnuje prodej přístrojů a technologií pro povrchové úpravy a profesní vzdělávání lakýrníků. Aktivní je také v projektech a spin-offech Virtubea nebo SteelOva. Radana je předsedkyní správní rady Nadačního fondu Gamin, na jehož založení se podílela Via Clarita.

Chci být tou, která rozhoduje, co podpoří. Proto jsem si vybrala byznys

Text: Jan Delong | Foto: Jan Faulkner

Sídlo společnosti Gamin působí v zástavbě rodinných domů v městské části Slezská Ostrava nenápadně. Na první pohled tak může působit i Radana Brábníková, která je obchodní a marketingovou ředitelkou Gaminu. Je však také srdcem, duší a motorem dobročinných aktivit firmy. Gamin i Radana mají za sebou v oblasti filantropie důležitý milník – založení firemního nadačního fondu.

Gamin je malá společnost o dvaceti zaměstnancích, která působí v oblasti povrchových úprav od 90. let. Prodej přístrojů a technologií pro povrchové úpravy a profesní vzdělávání lakýrníků nejsou to, co byste si na první dobrou spojili s Radanou Brábníkovou, vystudovanou právničkou.

„Na úplném začátku byl turistický oddíl, do kterého jsme chodila. Vedl ho Vláda Neumann, můj současný společník v Gaminu,“ říká a pokračuje příběhem, který trochu připomíná scénář hollywoodského filmu: *„Můj tehdejší kluk, se kterým jsem chodila a který byl samozřejmě ze stejného oddílu jako já, začal v Gaminu pracovat. A já tam i díky němu ve druháku na gymnáziu nastoupila jako uklízečka a pak jako pomoc v některých projektech. Tak jsem do toho oboru a tématu vešla a v podstatě už neodešla.“*

Součástí Gaminu zůstala i během studií práv. Nejprve v Olomouci, pak i na budapeštské Central European University se zaměřením na neziskový sektor a lidská práva. V hlavním městě Maďarska přišel zásadní okamžik v jejím přemýšlení o vlastní budoucnosti. Zatímco její spolužáci měli namířeno do neziskovek a NGO, ve kterých se chystali prakticky řešit velké společenské problémy a výzvy, Radana si uvědomila, že touto cestou jít nechce: *„Studium mě obrovsky obohatilo, ale paradoxně jsem ze školy odcházela s tím, že jestli něco nechci, tak pracovat v nezisku. Chtěla jsem být tím, kdo umí peníze nejen „utratit“, ale také vydělat. Díky tomu může rozhodovat, jak s nimi naloží, co přesně podpoří. Také jsem si uvědomila, že pokud se neumíme postarat sami o sebe, tak těžko pomůžeme ostatním.“*

Podnikáním a všemi projekty, kterých je součástí (např. spin-offy Virtubea nebo SteelOva), se vine pomyslná nit – chuť tvořit komunitu a této komunitě pomáhat. Ať už jde o lidi pohybující se v průmyslu, nebo o Moravskoslezský kraj, kde se Radana narodila a kde žije. Tato nit se stává silnější a výraznější, čím více se blížíme hlavnímu tématu našeho povídání, kterým je filantropie.

Radano, byla byste schopná říct, kde se ve vás vzala chuť pomáhat?

Abych byla upřímná, nikdy jsem nad tím nepřemýšlela. Řekla bych, že je to kombinace různých faktorů, momentů, lidí, které člověk na cestě životem potká. Zřejmě v tom hraje roli i nějaká genetická predispozice. Silným momentem pro mě bylo narození dětí. Člověk si najednou uvědomí, že tady není sám za sebe, ale má zodpovědnost i za někoho dalšího, kdo se bez vás a vaší péče neobejde. Člověka a jeho osobnost také formují různá traumata. To jsem si uvědomila v době, kdy jsem procházela náročným životním obdobím, během kterého jsem zjistila, jak všechno to, co musí člověk v životě překonat, ho posílí a určitým způsobem nasměruje.

Co vás tedy nasměrovalo k filantropii? Byl to nějaký silný zážitek, příběh, setkání?

Bylo to setkání s Vládou Neumannem a turistický oddíl. Bude to asi znít jako klišé, ale ti lidé, které jsem v oddílu potkala, a všechno to, co jsme zažili a dodnes zažíváme třeba v létě s dětmi na táborech, mi dalo opravdu hodně. A mám štěstí, že jsme s Vládou nejen obchodní partneři, ale také přátelé. A jsou to i další lidé, kteří mi ukázali, jak důležité je pomáhat. Třeba kamarádka, která založila hospic ve Vrchlabí, má tři děti a věnuje čas lidem v podhorských vesnicích, kteří chtějí umřít doma. Takoví lidé, jejich odhodlání, energie a čas, který dávají druhým, ukazují cestu k filantropii nejen mně, ale i ostatním. A motivují mě dát aspoň kousek, protože když se kousky spojí, nakonec dokážeme velké věci.

Tím se dostáváme i ke Gaminu, protože vaše dobročinné aktivity jsou s firmou spojené. Na letošních Cestách filantropie v Ostravě, kde jste se podělila o své zkušenosti s propojováním filantropie a byznysu, jste mimo jiné zmínila, že jste nejprve začali s pomocí uvnitř Gaminu. O co nebo o koho se jednalo?

Jedním z prvních projektů, které jsme podpořili, bylo ostravské centrum Čtyřlístek, které pomáhá naší kolegyni s péčí o těžce tělesně postiženou dceru. Tento projekt podporujeme do dneška. A je úžasné vidět, jaký pokrok v péči udělali. Z té, řekněme, ústavní se Čtyřlístek posunul k formě komunitního bydlení v domcích, kde klienti mohou fungovat v rámci

možností jako v běžném životě. Lidé, kteří tam pracují a kteří se o handicapované starají, si zaslouží obrovský obdiv. Na základě této zkušenosti jsme se v Gaminu zaměřili na ty, kteří si o pomoc neumí říct. V době, kdy jsme začínali, nebylo Donio, Darujme nebo další platformy. Založit sbírku nebylo tak jednoduché jako dnes. A protože nejsme nějaká extrémně bohatá firma, snažili jsme se do toho vtahovat i ostatní. Zjistili jsme, že je dokážeme pozitivně ovlivnit. Takže když jsme přišli za dalšími firmami a řekli jim, že bychom rádi podpořili určitý projekt nebo příběh, tak ty peníze skutečně darovaly společně s námi. Samy by možná podporu neposkytly, ale díky nám se k tomu odhodlaly.

Znamená to, že kdyby za těmi lidmi nebo firmami přišel někdo z konkrétní neziskové organizace a o pomoc si řekl, tak spíš neuspěje?

Myslím si, že to tak může být. Vidím v tom dva důležité aspekty. Ten první je, že pokud nežádáme podporu pro vlastní projekt, tak v tom nemáme tolik emocí. Druhý aspekt je již zmiňovaná důvěra. Když za potenciálním dárcem přicházíme my jako firma nebo konkrétní lidé, tak má jistotu, že ten projekt už někdo prověřil a v podpoře vidí smysl.

Vybavil se mi příběh, kdy jsem byla na „druhé straně“ a ve školce, kam chodila dcera, jsem zakládala spolek. Měl minimální rozpočet, kolem deseti tisíc korun ročně, a přesto se našel jeden tatínek, který mi při zakládání řekl, že je to jenom proto, abych ve spolku vyprala peníze a že tím sleduji nějaké vlastní obohacení. Byla to pro mě důležitá zkušenost a uvědomila jsem si, že i kdybych se snažila sebevíc, tak se vždycky najde někdo, komu nevysvětlím, že to dělám bez nároku na odměnu, a to nejen pro své děti, ale i pro děti ostatních. A vím, jak to pro mě bylo náročné zpracovat a přejít, protože to byla hodně osobní záležitost.

Máte přehled o tom, kolika lidem nebo organizacím už jste pomohli?

Vedeme si statistiku, ale přesné číslo v hlavě nemám. Na druhou stranu rozhodně nezapomenu na konkrétní příběhy lidí. Například na to, jak jsme i s pomocí dětí ve škole, do které chodí i mé dcery, pomohli získat finance pro chlapečka s dočasným postižením. Jeho maminka s ním pak do školy přišla poděkovat. To bylo obrovsky silné. I na dětech bylo vidět, jak jsou dojaté. V mém případě to bylo ještě silnější, protože do sbírky se hodně aktivně zapojily právě mé dcery a nakonec se spolužáky darovali více, než si původně stanovili za cíl. Na základě téhle zkušenosti jsem pochopila, že když někdo daruje tisíc korun, tak je to v poměru k prostředkům, které má k dispozici, více, než když někdo movitý daruje milion.

Jak všechny ty filantropické aktivity vnímají zaměstnanci Gaminu? Motivuje je to více se věnovat dobročinnosti?

Gamin je společnost jako každá jiná, naši lidé jsou individuality s vlastními hodnotami a postoji. Filantropie je ale součástí firemní kultury a hodnot, na kterých Gamin stojí. Každý tu má možnost projevit se. A v rámci filantropie to funguje tak, že kdykoli může kdokoli z kolegyň a kolegů přijít s vlastním nápadem nebo návrhem a my ho podpoříme. Hodně jsme řešili třeba to, že bychom dali zaměstnancům k dispozici volné dny, kdy by se mohli věnovat dobročinnosti, ale pak jsme se rozhodli to nerealizovat. Vnímali jsme, že tlak na konání dobra by mohl přinést více škody než užitku. Tím mám na mysli, že by se z dobročinnosti neměla vytráčet dobrovolnost, čímž se dá předejít možným negativním externalitám a nakonec se z radosti stane starost navíc.

Rozhodli jste se jako firma k zásadnímu kroku, že už se nebudete věnovat filantropii jako Gamin, s. r. o., ale že založíte firemní nadační fond. Co vás k tomu rozhodnutí vedlo?

Především zkušenost a také mé právníké vzdělání. Právní rámec pro komplexnější firemní filantropii není úplně jednoduchý a jako s. r. o. se můžete dostat do komplikovaných situací. Zjistíte, že konkrétní příběh nesplňuje zákonná kritéria. Zapojení jiných subjektů, třeba dětí ve škole, je prakticky nereálné. Jako firma nemůžete říct, aby vám někdo poslal peníze na účet, to by naše daňová poradkyně skutečně neviděla ráda. Takže to pak skončilo tím, že jsme měli transparentní účet, který byl napsán na mě, a já jsem jen trnula, aby se nestal nějaký problém, který by dopadl nejen na mě, ale třeba i na firmu. A nebudu předstírat, že daňová uznatelnost a možnost odečíst dar od základu daně pro nás jako firmu nemá určitou atraktivitu. Nadační fond je také skvělý nástroj pro spolupráci s dalšími firmami nebo lidmi, kteří se filantropii chtějí věnovat. To samozřejmě šlo i před fondem, ale bylo to velmi komplikované a nesystémové. Založení Nadačního fondu Gamin byl v podstatě pragmatický krok, který nám však ve filantropii dává mnohem více možností než doposud.

Během procesu zakládání nadačního fondu jste spolupracovali s Via Clarita, přestože jste mohli, i díky vašemu právníkému vzdělání, fond založit bez pomoci externích partnerů. V čem vidíte největší přínos využití služeb filantropického poradenství?

Setkání s Via Clarita pro nás bylo velmi důležité. Předtím jsme si opravdu říkali, že to nějak sepíšeme a bude to – vnímali jsme to jako formální splnění požadavků. Díky účasti na prvních ostravských Cestách filantropie v roce 2022 a během následných konzultací se nám otevřely oči a najednou jsme viděli, jaký další rozměr filantropie může mít. Kladli jsme si

podstatné otázky týkající se směřování fondu, nastavení vztahu nadačního fondu a firmy, jak uchopit témata, kterým se chceme věnovat, jaký chceme mít skrze nadační fond dopad a mnoho dalších věcí. Hodně jsme pracovali na obsahu zakládací listiny a dokonce jsme na poslední chvíli odložili schůzku u notáře asi o tři měsíce, abychom doladili všechny detaily. Takže nakonec to byl docela náročný proces, který nám ale pomohl říct si, co a jak chceme dělat, jak o tom budeme rozhodovat, v čem chceme být aktivní a kolik času na to potřebujeme a kolik ho můžeme nadačnímu fondu a filantropii věnovat.

Když zůstaneme u zakládací listiny, zaujalo mě, že jste se rozhodli zacílit působení nadačního fondu na Ostravsko a Moravskoslezský kraj.

Máme pro to dva důvody. Jsme patrioti, a protože tady žijeme a známe náš kraj, tak víme, kde můžeme pomoci a kde to bude dávat smysl. Druhý důvod je ten, že si uvědomujeme naše možnosti a ty nám nedovolují širší působení. Myslím si, že velká roztržitost filantropii neprospívá. Nemáme sice konkrétní téma, jako třeba Nadační fond Moravská krása, který pomáhá v zachování tradic, ale aby naše podpora dávala smysl, rozhodli jsme se cílit ji lokálně. Samozřejmě zmiňovaný hospic ve Vrchlabí podporovat nepřestaneme, ale naší primární snahou je věnovat se místní komunitě a pomáhat věcem, které zlepšují věci kolem nás.

Zároveň jste si dali za cíl podporovat rozvoj filantropie. Když tuto snahu spojíme s regionálním zaměřením, mám tomu rozumět tak, že filantropie je v Moravskoslezském kraji málo a vaší ambicí je, aby jí bylo více?

Myslím si, že filantropie je v Moravskoslezském kraji málo, respektive je roztržitěná a málo propojená. Vždycky mě překvapí, kolik je na setkáních, která Via Clarita pořádá, lidí, kteří nad filantropií přemýšlejí nebo se jí věnují. Praha a Brno jsou velká centra, tam je to pochopitelné, ale povzbuzující je velká účast i v Ostravě. Je skvělé se s těmi lidmi setkávat, diskutovat, sdílet zkušenosti a hledat cesty, jak spolupracovat. A to je náš cíl, propojovat ty, kteří se chtějí filantropii věnovat, mají stejné nebo podobné hodnoty a chtějí podporovat lokální projekty a iniciativy. Když se spojí více lidí nebo firem, tak se i s pomocí většího objemu prostředků podaří dosáhnout větší změny nebo podpořit více příběhů a lidí.

Do čeho by se podle vás měla nasměrovat filantropická podpora? Kde je nejvíce potřeba, ať už v Moravskoslezském kraji nebo obecně v České republice?

Osobně velmi inklinuji k podpoře neziskového sektoru, demokracie a také udržitelnosti. To jsou pro mě strašně důležité

témata. A pak jsou to sociální služby, ke kterým má rozpočtové přerozdělení macešský přístup – když si někdo vybere invalidní vozík, tak nemá na rehabilitaci. Samozřejmě vnímám určité úskalí, které filantropie má, když třeba zaznívají hlasy, že filantropové svou podporou v podstatě říkají, že když to stát nezvládá, tak se najde nějaký dobrák, který to za něj vyřeší. To je něco, s čím je potřeba počítat a také by si každý filantrop měl najít tu svou cestu, která mu dává smysl.

Zažila jste v rámci filantropie zklamání? Něco, co vás demotivovalo a třeba jste si říkala, že tohle nemáte zapotřebí a s dobročinností končíte?

Že končím s dobročinností úplně? To asi ne. Ale když jsem zmiňovala tu školku, tak to byl moment, kdy jsem se k tomu blížila. Vložila jsem do toho obrovské množství času a pak přišla kritika, která pramenila z nepochopení mých pohnutek a dobrých úmyslů. To bylo demotivační, protože to byl můj čas a energie. U financí mi to vadí trochu méně, ale to je dáno tím, že je tam i méně emocí. Ale čas, který spálím obhajobou a vysvětlováním někomu, kdo to stejně není schopný vstřebat, ten bych využila určitě smysluplněji, třeba odpočinkem nebo knížkou.

Zmínila jste, že se do několika aktivit zapojily i vaše dcery. Jak vaše děti vnímají to, že se filantropii věnujete a pomáháte? Zapojujete je cíleně nebo je k dobročinnosti vedete?

K dobročinnosti je nijak systematicky nevedeme. Samozřejmě, když jsme šli pomáhat někam jako dobrovolníci, tak jsme je vzali s sebou, ale v tomhle jim dáváme prostor, necháváme je, ať se rozhodnou samy, a nijak je nehodnotíme. Ve škole například pořádali jarmark. Ve třídě jedné dcery se rozhodli, že dají celý výtěžek na dobročinný účel, a u té druhé, že dají jen půlku. A já jsem byla ráda i za to, že dají jen tu polovinu. Dáváme jim možnost volby a také perspektivu. V tom nám pomáhá cestování, kdy třeba vidí to, jak se u nás máme vlastně dobře, je tady bezpečno, mají možnost říkat si a dělat, co chtějí. Někdo řekl, že dětem můžeme dát jen dvě věci – hodnoty a vzdělání. Zároveň nejsme dogmatičtí, takže uvidíme, co si z téhle fáze života odnesou.

Kdybyste měla poradit těm, co nad filantropií uvažují nebo se jí chtějí začít věnovat. Co by byly ty základní věci, nad kterými by se měli zamyslet?

Měli by hlavně začít. Myslím, že je to jako s produktem, když je dokonalý, tak na trhu je příliš pozdě. Podobné je to podle mě i s filantropií. Nedá se na ni úplně připravit. Důležité je, aby vám filantropie dávala smysl, souzněla s vašimi hodnotami a přinášela vám radost. A nemusí to být jen o penězích. Můžete darovat svůj čas, své znalosti a zkušenosti. Rozhodně ale nečekejte a neodkládejte to a pusťte se do filantropie hned.

Jak darovat efektivně a kdy založit vlastní organizaci

Michaela Kreuterová | senior konzultantka v Nadačním fondu Via Clarita

Je lepší a efektivnější založit vlastní organizaci, nebo podpořit některý z existujících dobročinných projektů? Takovou otázku by si měl položit každý, kdo se chce filantropii dlouhodobě a systematicky věnovat.

Toto je myšlenkové cvičení, kterým ve Via Clarita provázíme prakticky všechny filantropy a filantropky. Je totiž dobré se už na začátku krátce zamyslet a hledat odpovědi na dílčí a pro někoho možná trochu jednodušší otázky, díky kterým se vhodné řešení postupně ukáže.

Proč chcete darovat a čeho chcete dosáhnout?

Měli byste mít určitě jasno v tom, proč vlastně chcete darovat a co vás k rozhodnutí darovat vede. Je něco, co vás ve vašem okolí trápí? Máte vlastní téma nebo oblasti, které chcete podporovat a věnovat se jim? Podle kterých hodnot se budete ve svém darování orientovat?

S tím úzce souvisí i to, čeho chcete ve filantropii dosáhnout. Dokážete pojmenovat, co chcete změnit a jak by měl vypadat úspěch vašeho snažení? Co by se díky vaší podpoře mělo stát za rok a v horizontu tří a pěti let? Do této kategorie otázek spadá i to, jestli chcete ve svém okolí, případně v celé společnosti něco konkrétního zachovat, ochránit a posílit, nebo spíše něco změnit a napravit. Zda jde o velkou, dlouhodobou a systémovou změnu, nebo zda vás zajímá spíš krátkodobější podpora, která povede k rychlejším výsledkům.

Pokud vám jde například o podporu vzdělávání v oblasti přírodních věd, měli byste vědět, jestli chcete změnit způsob výuky přírodních věd v celém vzdělávacím systému v Česku, nebo se chcete zaměřit na rozvoj pedagogických schopností středoškolských chemikářů ve svém rodném městě. Každá z nabízených cest vyžaduje jiný objem aktivit i financí. Vůbec nevádí, pokud zatím nemáte zvolené jedno konkrétní téma, na které se chcete zaměřit. Nebojte se nejdříve trochu experimentovat. Je zcela v pořádku zkusit se vydat několika různými směry, podpořit různé oblasti či organizace a až po čase si vybrat, pro co hoříte nejsilněji.

Zmapujte si filantropický terén

Našli jste oblast, kterou budete chtít podpořit finančním darem, svou expertizou nebo jiným způsobem? Pokud už víte, které konkrétní téma chcete podpořit, nastává čas zmapovat

si terén. Rozhlédněte se kolem sebe a pokuste se přijít na to, co ve vámi vybrané oblasti filantropové a dobročinné organizace už dělají. Cíleně se ostatních filantropů ptejte na jejich zkušenosti a na to, jestli se případně k jejich činnosti můžete přidat, určitě mnozí z nich spolupráci uvítají a vaši nabízenou pomocnou ruku rádi stisknou.

Našli jste nějakou konkrétní fungující organizaci, která se věnuje oblasti, jež vás zajímá, a uvažujete o její podpoře? Pak s ní skutečně vejděte do kontaktu. Ne pouze zdvořile, formálně a na dálku – jděte se podívat do jejich kanceláře, zúčastněte se jako pozorovatel nebo aktér některého z jejich projektů. Je to dobrý způsob, jak opravdu zjistit reálnou situaci a potřeby dané oblasti. Pročtěte si výroční zprávu organizace a při jejím procházení si zkuste zodpovědět otázku, zda byste do ní investovali, kdyby to byla firma. Filantropii zkuste v tomto smyslu skutečně brát jako investici – bude vás ostatně stát peníze a čas. Je proto dobré zamyslet se, jestli a jak chcete měřit výsledky vámi podpořených aktivit.

Ve dvou (a více) se to táhne lépe

Společná práce má neoddiskutovatelné výhody a dobrých příkladů v oblasti filantropie najdete ve světě i v Česku velké množství. Vedle úspor z rozsahu, které budou sehrávat roli všude tam, kde bude filantropický projekt nakládat s velkým objemem fyzické pomoci. Snadno si to představíte třeba na příkladu humanitární pomoci moravským vesnicím po řádění tornáda před několika lety, to jsou samozřejmě i „pooled funds“ (sdružené fondy). Z jednoho velkého měšce se nakupuje o poznání lépe. Benefity plynoucí z partnerství ostatně známe i jako Via Clarita velmi dobře a sami jich ochotně využíváme.

Rockefeller Philanthropy Advisors, se kterými spolupracujeme, takovému přínosu říkají „collective impact“ (na konkrétní společenské změně se podílí více dárců a aktérů napříč sektory). Jak může vypadat dobrý příklad spojených sil u nás? Nadační fond Eduzměna, který usiluje o systémovou změnu ve vzdělávání, například vznikl z iniciativy čtyř různých organizací – Nadace České spořitelny, Abakus – nadační fond

zakladatelů Avastu (dříve Nadační fond Avast), Nadace Karla Janečka a Nadace OSF – a těší se podpoře mnoha dalších firemních i soukromých nadací a jednotlivců. Eduzměna se podílí také na integraci ukrajinských uprchlíků a především dětí. Koordinuje skupinu nadací, nadačních fondů a dalších dárců, kteří se zaměřují na oblast školství a vzdělávání, a to i toho volnočasového. Příkladem je podpora projektu Darujme kroužky dětem, který využívají nejen ukrajinské, ale také české rodiny.

Při hledání spojenců, kteří vás ve vašem zvoleném tématu budou podporovat a pomáhat vám, byste neměli hledět pouze na shodný zájem. Stejně důležité je, abyste si padli do noty, mluvili společným jazykem a parametry spolupráce si dobře společně nastavili. Předědte tím potíží, které by v budoucnu mohly celý filantropický projekt ohrozit.

Kdy založit vlastní organizaci?

Ale co dělat v případě, že se vámi zvolenému tématu skutečně nikdo nevěnuje nebo se jím nezabývá způsobem, který odpovídá vaší představě? Pak vás asi napadne založit vlastní filantropickou organizaci. Je to však velký krok a je třeba ho dělat uvážlivě. Nezapomeňte, že vedle jasně stanoveného cíle a rozpočtu byste měli uvažovat i o tom, kdo vaši organizaci personálně povede nebo do jaké míry se budete chtít v aktivitách nové organizace angažovat vy osobně. Velmi důležité je také dopředu si rozmyslet, co všechno bude třeba zajistit v rámci administrativy organizace a jak celý projekt finančně zabezpečíte v budoucnu. Samozřejmě včetně nákladů na provoz, aby organizace nepřestala fungovat třeba už po třech letech.

Na řadu situací se nelze připravit předem. Víme to jako filantropičtí poradci a dobře to znají i naši klienti. Není to nic, čeho byste se měli zaleknout, ale je dobré s takovou výzvou

dopředu počítat. Eva Lustigová, která s pomocí Via Clarity založila Nadační fond Arnošta Lustiga, například k tématu založení nové organizace na blogu Via Clarity uvedla: „Značnou část mého času vyžadoval výběr členů mezinárodní čestné rady, nastavení fundraisingové strategie a administrativní záležitosti, řešení GDPR a další nezbytnosti, které člověk považuje za jednoduché a skoro samozřejmé: kancelář, datová schránka, logo, dvojjazyčné webové stránky, výroční zpráva. A jistě existují další požadavky, o kterých ještě ani nevím, ale tuším, že se ukážou.“

Založit nadaci, nebo spolek?

Ze kterých konkrétních podob filantropických organizací budete volit? V Česku jich existuje několik – zapsaný spolek, zapsaný ústav, nadační fond a nadace – a mezi sebou se liší druhem aktivit, rychlostí založení nebo způsobem financování. Jestli je lepší založit například nadační fond, nebo spolek, je dobré pečlivě promyslet a řešení zvolit na míru podle vašeho záměru. Pokud byste například zvažovali vložit do organizace velkou finanční částku a téma podporovat dlouhodobě, může pro vás být nevhodnější formou nadace.

Ať se budete rozhodovat, kterou formu organizace zvolit, uvažovat nad spojením s dalšími dárči, hledat vhodnou organizaci k podpoře, nebo budete promýšlet, kterému tématu věnovat své finance a energii, nemusíte na to být sami. Obráťte se na nás, využijte našeho know-how, expertizu, dlouholetých zkušeností a znalosti filantropického prostředí v Česku. Díky spolupráci s Via Clarita ušetříte svůj čas a vaše dobročinnost bude efektivnější. Promyšlená filantropie totiž nepřináší jen radost, ale také výsledky, o čemž se už přesvědčili například manželé Vlčkovi, bratři Waľachové, Radana Brábníková a desítky dalších filantropů a firem napříč Českou republikou.

Via Clarita

Nadační fond Via Clarita rozvíjí české filantropické prostředí a podporuje začínající i zkušené dárce, rodiny, nadace nebo firmy.

Štědrost v regionech

Monika Skopalová



Stráž pod Ralskem MEGA je společnost s téměř čtyřicetiletou historií, která podniká v oboru průmyslových separačních technologií, technologií povrchových úprav materiálů a ekologických služeb. Svým přístupem ukazuje, že moderní technologie, aplikovaný výzkum, udržitelnost a filantropie mohou jít ruku v ruce, a spolu se zaměstnanci podporuje aktivity, které mají pozitivní dopad v místě podnikání firmy. V uplynulých letech šlo například o sportovní či kulturní akce nebo revitalizace veřejných prostranství. Aktivně nabízí také stáže studentům a finančně podporuje Hospic sv. Zdislavy, jediné hospicové zařízení v Libereckém kraji. Je držitelkou bronzového místa v soutěži Firma roku 2023 a vítězkou v kategorii malých a středních firem v ESG Ratingu 2023.

Krásná Lípa Producent bio kosmetiky Nobilis Tilia má touhu pomáhat přímo zakotvenou ve své DNA. Při výrobě šetrně hospodaří s vodou, kterou čerpá z vlastních zdrojů, sám ji upravuje i čistí. Firemní kultura se vyznačuje nadpolovičním zastoupením žen v managementu a otevřeností k zaměstnávání minorit i všech věkových skupin. Kromě podpory neziskových projektů, které jsou blízké firemní filozofii, se firma stará také o zvelebování místa svého působení – podílí se na zvyšování povědomí o regionu a jeho produktech a podporuje kulturní a sportovní akce pro obyvatele Krásné Lípy. Provozuje také zahradu volně přístupnou veřejnosti.

Litoměřice V CBRE Czech Republic berou svou vůdčí pozici v oblasti realit velmi vážně. Společenská odpovědnost firmy proto stojí na třech pilířích: životním prostředí, lidech a etických zásadách. Pro filantropii se snaží nadchnout i své zaměstnance a v roce 2023 je vyzvali k zapojení do dárcovské výzvy na Darujme.cz, jejímž cílem je podpořit ekologickou výchovu dětí v Ústeckém kraji.

Luhačovice Z pramene Vincentky netryská jen blahodárná minerální voda, ale také pomoc luhačovickému regionu. Během více než dvacetileté existence si rodinná firma uvědomila potřebu projevit úctu, pokoru a respekt k daru, který tu příroda poskytuje. Proto podporují celou řadu společenských a kulturních akcí, které se v regionu pořádají – městské slavnosti, každoroční hudební festivaly, koncerty orchestrů, představení pěveckých a divadelních souborů, aktivity okrašlovacího spolku Calma. Městu pomáhala Vincentka při realizaci dětských hřišť, podporuje také letní tábory dětí s diabetem. V době pandemie materiálně podporovala krajské nemocnice.

Jeseník Psala se 90. léta, když tehdejší lékárník Rodan Hojgr vyrobil svůj první kostivalový gel. Během následujících let vyrostla Naturfyt – Bio: firma na výrobu kosmetiky, která má dnes téměř energeticky soběstačnou výrobní halu. Ač z ní proudí výrobky do celého světa, majitel firmy stále vnímá své

kořeny a záleží mu na rodném kraji. Dlouhodobě podporuje místní komunitu a aktivní lidi, kteří chtějí v regionu něco změnit. Přispěl k vylepšení zdejší lesní školky nebo k obnově secesní Tančírny v Račím údolí, ale neváhá se zapojit ani dobrovolnicky – třeba při výsadbě třešňové aleje v Jeseníku. Prostřednictvím spolku Sudetikus podporuje organizaci lokálních akcí, od farmářských trhů po festivaly a diskusní setkání, a také mladé lidi v kariérních začátcích.

Broumov Společnost HOBRA – ŠKOLNÍK je významný evropský výrobce řešení v oblastech filtrace a izolace. Cílem Jana Školníka je přivést život do kraje, kde nestojí žádné velké město, který ze tří stran obepíná hranice a kam je zdánlivě odevšad daleko. Velkou část energie vložil do obnovy unikátního broumovského kláštera, který se svým týmem proměňuje v centrum vzdělanosti a kultury. Založil Agenturu pro rozvoj Broumova, jež usiluje o to, aby se tu lidem lépe žilo a vraceli se sem turisté. Firma stojí také za vznikem Podnikatelského klubu Broumova, který má za cíl rovněž dále posilovat region. V roce 2023 se i díky těmto počínům Broumov proboujel do finále soutěže o titul Evropské hlavní město kultury 2028.

Ústí nad Orlicí KONZUM je družstvo, které bylo založeno před více než sto lety na demokratických a svobodných principech proto, aby pomohlo zlepšovat každodenní život svým členům. A k tomu vedle prodeje potravin patří i podpora místních neziskových organizací. V roce 2001 byl při Konzumu založen grantový program Společně za úsměv.

Od té doby podpořilo družstvo více než tři sta společensky prospěšných projektů na Orlickoústecku, Rychnovsku a Svitavsku celkovou částkou vyšší než šest milionů korun. Do podpory zahrnuje také veřejnost, kterou vyzývá k online darování na dobročinné projekty v regionu.

Vsetín IRISA je český výrobce skleněných vánočních ozdob s téměř sedmdesátiletou působností na trhu, kde více než polovinu z celkového počtu zaměstnanců tvoří lidé se změněnou pracovní schopností. Již desátým rokem se firma také podílí na benefiční akci pro Vsetínskou nemocnici. Každý rok tu vyrobí speciální vánoční ozdobu, kterou si zájemci mohou v prostorách nemocnice zakoupit od zdravotnického personálu. Výtěžek z benefiční akce pak slouží k modernizaci porodnické části nemocnice. Obyvatelé regionu také zvou na dny otevřených dveří do své firmy a poskytují prostory pro nadějně podnikatelské aktivity studentů místní školy.

Sokolov Pro výrobce bylinných produktů Serafin není důležitá jen kvalita produktů, ale i etická spolupráce, společenská odpovědnost a udržitelnost. Zaměřuje se na širokou škálu podpory v západních Čechách – dotuje školní programy, sportovní kluby i lokální akce. Finančně podpořil například činnost Hospice Sv. Jiří v Chebu nebo výrobu nových zvonů pro katedrálu sv. Bartoloměje v Plzni. Přispěl také na řadu sbírek konkrétních lidí a rodin v nepříznivé životní situaci. Své zákazníky dokonce na webu vyzývá k zasílání dalších tipů na aktivity, které by bylo vhodné podpořit.



Vlčihorská zahrada u Krásné Lípy provozovaná firmou Nobilis Tilia je volně přístupná veřejnosti



„Filantropie není o penězích. Jde o to použít jakékoli zdroje, které máte na dosah ruky, a použít je ke zlepšení světa.“

Melinda Gates

Antonie Doležalová
profesorka na Institutu ekonomických studií
Univerzity Karlovy, vědecká pracovnice
Historického ústavu Akademie věd ČR a členka
Robinson College Univerzity v Cambridge

Věnuje se hospodářským a intelektuálním dějinám Československa ve 20. století. Naposledy například vydala v nakladatelství Galén knihu Mikuláš Teich: Moje století (2021) nebo publikaci s názvem Behind the Iron Curtain. Economic Historians During the Cold War, 1945–1989 v newyorském nakladatelství Palgrave (2023).



Projev lásky k bližnímu je starý jako lidstvo samo

Text: Jitka Taussiková / Foto: Jan Faulkner

„Filantropie se u nás vrací tam, kde byla před sto lety,“ říká historička Antonie Doležalová. Začít s filantropií se může zdát jako velká věda, a to jak v praxi, tak i v historickém výzkumu. Na výsledcích takového bádání se ukazuje, jak se vyvíjela naše společnost, jak se měnily v průběhu dějin priority i důležité hodnoty i jak lidé vnímali své bližní v nouzi. Kdy šlo u dobročinnosti ještě o samozřejmost a altruismus a kdy se i do této oblasti začaly vkrádat postranní úmysly a kalkul? Své pátrání v dějinách nejen českých filantropických začátků s námi sdílela historička a ekonomka Antonie Doležalová.

Může se jevit, že téma filantropie je pro vědecký výzkum komplikované. Co vše se tedy dá na filantropii vědecky zkoumat?

Myslím si, že filantropie je vědecké téma jako každé jiné – otevírá široké spektrum otázek a záleží jenom na tom, které otázky si badatel klade. Jako hospodářská historička jsem k jejímu výzkumu přešla od zkoumání národních a ekonomických zájmů a inspiraci jsem získala z výzkumu institucionálních změn po vzniku Československa v roce 1918, jako bylo zestátnění, měnová a pozemková reforma, ale především nostrifikace, tedy majetkové převzetí rakouských a německých firem působících na československém území. Při jejím zkoumání jsem si všimla, že během nostrifikačních jednání s rakouskou vládou se nejednalo jenom o firmách, ale také o nadacích, které měly nadační jmění, především ve formě pozemků, v Československu, ale stipendia mohly za Rakousko-Uherska platit i Rakušanům. Nebo naopak. Byla to obrovská agenda a téměř desetileté vyjednávání! Zatímco nostrifikace podniků se týkala dvou stovek firem, nostrifikace nadací zahrnovala tisíce nadací. Začalo mě zajímat, jak ten nadační svět fungoval a které sociálně-ekonomické role nadace hrály ve společnosti prim, jak se tyto role historicky proměňovaly a které faktory na tyto změny působily.

Kam až sahá historie filantropie?

Doslova a do písmene je filantropie stará jako lidstvo samo, protože to slovo neznamena nic než lásku k bližnímu. Doklady konceptů vzájemné lidské pomoci a solidarity najdeme ve všech civilizacích a náboženstvích. Počátkem v našem křesťansko-židovském okruhu je almužna, tedy pomoc těm, kdo jsou na tom hůř, než jsem na tom zrovna já. Jako praktický projev lásky k bližnímu – a tím k Bohu se almužna od 4. století stala jednou ze tří možností, jak může křesťan splnit své postní povinnosti a duchovně se připravit na největší svátek v roce – Velikonoce; vedle almužny jsou to půst a modlitba. Později se z ní stal i způsob pomoci pocestným, inspirovaný

v judaistickém chápání hostů jako bližních. Úsilí středověkých lidí o spásu vlastní duše vedlo ke vzniku charity, která už byla projevem snahy učinit jednorázovou pomoc systematickou a tím účinnější. Konkrétním projevem charity se tak vedle individuálních aktů milosrdenství včetně závětí stávala také organizovaná péče o staré lidi, žebráky, postižené či opuštěné děti v podobě špitálů, chudobinců a sirotčinců zřizovaných a financovaných nejprve zbožnými panovníky, církevními hodnostáři a řády, ale později také šlechtou či měšťany, měšťanskými radami a nejvyššími státními úřady. Všechny aktivity tohoto typu mohly zahrnovat veškerou péči o jakkoli sociálně či zdravotně znevýhodněné jedince všeho věku a sociálního postavení. Nikdy tudíž nešlo výhradně o chudé ve smyslu lidí bez příjmu a na okraji společnosti, ale o lidi vyloučené z jejich vlastní referenční skupiny. Mohlo se jednat o zchudlou šlechtu, přestárlé jeptišky či kněží, stejně jako o nadané děti či prostě jenom děti rodově spřízněné se zakladatelem. Finančním a institucionálním zázemím všech takových aktivit byly právě nadace.

Nadace tak byly od počátku výrazem křesťanské lásky k bližnímu, která patřila k přirozené středověké výbavě, a zároveň vyjádřením sociálního citění společnosti. K nim se postupně přidávala znovuobjevená tradice antických ctností a humanismus se svým poselstvím o potřebě pracovat pro obecný prospěch. V dalších staletích reformace, industrializace, vznik občanských práv a narůstající zásahy světské moci začaly nadační sektor proměňovat, otevírat jej dalším donátorům, měnit pohled na smysl vzájemné lidské solidarity a pomoci a také otevírat nové oblasti nadačního působení.

Dá se říci, která země či kultura je s filantropií nejdále? Myslím tím, kde je filantropie společenskou samozřejmostí a běžnou součástí každodenního života?

Asi se nabízí říct Velká Británie a Spojené státy americké. Protože si filantropii nejčastěji spojujeme s nějakou organizací, institucionalizací, časově ohraničenou činností. Ale

protože to slovo filantropie znamená lásku k druhému člověku, musíme připustit, že jde také o naprosto neorganizované a neinstitutionalizované aktivity, a tudíž bychom neměli přehlédnout muslimský svět, kde jsou principy vzájemné lidské pomoci hluboce zakořeněny v každodenním životě. Naopak v anglosaském světě se dnes filantropie stává byznysem. Mnohé banky mají oddělení, kde radí svým klientům, kam by mohli „investovat“ do dobročinnosti. Tam je totiž často výrazně nižší zdanění. Nejsou to ještě daňové ráje, ale ten mechanismus začíná být nebezpečně podobný. A vede ke značným rozdílům v efektivním zdanění mezi nižší a střední třídou na straně jedné a vyšší třídou na straně druhé. Jiným důsledkem jsou potíže, jimž čelí samy neziskovky, když se ukáže, že peníze, které si vzaly, mají neetický zdroj, nebo se ocitají pod tlakem donátorů, kam svou činnost nasměrovat. Před lety to byl právě ve Spojených státech amerických případ některých univerzit, které přijímaly děti svých donátorů bez ohledu na jejich studijní výsledky.

Při svém výzkumu jsem objevila jednu pozoruhodnou věc. Nebýt vlády komunistů, byl by tento trend zvítězil možná dříve v Československu než ve Spojených státech amerických. Velkým novátorem v tomto „optimalizačním“ směru byl totiž jeden z největších českých filantropů, Josef Hlávka. Představitel té sociální vrstvy, která se na konci 19. století přihlásila k podílu na společenské prestiži tím, že se aktivně pustila na pole filantropie, které dosud bylo doménou panovníků, církve, šlechty nebo měšťanstva.

Hlávková nadační strategie obsahovala tehdy tři zcela nevídané prvky. Zaprvé publicitu aktivit. Dbal na to, aby věnování jednotlivým nadacím bylo zveřejněno „v příhodnou chvíli“. Zadruhé Hlávka při vytváření takových institucí, jako byly Česká akademie a Národohospodářský ústav, promýšlel, kdo bude jejich členem – aby tam byli lidé, kteří by mohli být politicky, společensky a ekonomicky užiteční. A zatřetí Hlávka pochopil, že Čechy zatím neoplývají dostatečným množstvím dost bohatých nových mecenášů a že šlechtě dochází dech, konkrétně při zakládání těchto dvou zmíněných institucí, a tak vtáhl do financování stát. Tento prvek se přes jedno století přenesl do nově vznikajícího neziskového sektoru v Česku po roce 1989.

Když už zmiňujete Josefa Hlávku, tak jaká je historie české filantropie?

Úžasná. Bohatá na osudové zvraty a pozoruhodné lidské příběhy. Vždyť jako nadaci založil Karel IV. univerzitu v Praze, nejstarší univerzitu za Alpami, v roce 1366 Karlovy koleje a v roce 1383 Karolinum. Zjistila jsem, že jenom vzdělávacích nadací bylo v Čechách na konci 19. století téměř tisíc. To bylo nejvíce z celé monarchie.

Důležité je, že neexistovaly žádné hranice filantropie. Nadace byly vždy ustanovením důchodů z majetku na konkrétní účel a pro všechny budoucí časy. Svým účelem musely naplnit ideu obecného dobra. Působily v každé oblasti, kterou si jenom představíte, a ty oblasti nám v historickém kontextu dokládají, které otázky byly tehdy ve společnosti považovány za hodny zájmu filantropů, které problémy řešily a kterou část veřejného prostoru nadace svou filantropickou činností pokrývaly. Nejrozšířenějším typem nadací z hlediska oblasti působení byly pochopitelně nadace v sociální oblasti. Díky humanisticko-osvícenskému důrazu na vzdělanost došlo v průběhu 17. století k nárůstu podpory vzdělávací a kulturní oblasti. V Čechách najdeme nadace, z jejichž výnosů byly zakládány nemocnice, chudobince, sirotčince, semináře, instituce pečující o chudé matky po porodu, nemanželské děti i děti pracujících matek.

Existoval i model náhradní rodinné péče, útulků pro mládež, tzv. ochranoven nebo polepšoven pro zanedbané děti, nápravných ústavů pro toulavou mládež či mladé delikventy, ústavů a škol pro služby. Byly také bezplatné žadatelný o práci, veřejné pracovny, penzionáty nebo domovy na pomoc padlým dívkám. Abych to řekla stručně. V českých zemích existovaly po staletí desetitisíce nadací, jejichž oblastí působení, účel i příjemci se víc a víc proplétali. Ve svém množství a pestrosti mnohdy skromné příspěvky dokázaly zabezpečit, že chudoba se nestala překážkou studia, vdavek či důstojného pohřbu. Tedy, že byly zabezpečeny činnosti, kterým příslušná společnost přikládala hodnotu.

Kdo tyto nadace řídil? Fungovaly i po smrti zakladatele?

Správu nadace určoval sám zakladatel, i když v této otázce se ustálily určité zvyklosti, které noví donátoři respektovali. Obvykle to byla nějaká stabilní instituce – městská rada, biskupství, místní farář, obecní zastupitelstvo. Zakladatelem mohl být kdokoliv a neexistoval minimální finanční vklad. Převažující formou, jakou byly tyto peníze nadacím předávány, byla závět: až do konce první republiky bychom možná těžko hledali závět, ve které umírající nemyslí na chudé nebo jinak potřebné. Co se týká příjemců nadačních příspěvků, to bylo také zcela v moci zakladatele nadace. Ten vždy rozhodoval už při založení nadace, respektive při odkázání majetku pro její vznik, jak má vypadat okruh osob, na něž se nadační dobro bude vztahovat. Výnos nadace byl určen třeba na věno jedné chudé dívky z jedné farnosti. Mluvíme-li o velikosti nadací, je třeba odlišit velikost nadačního jmění a výši rozdělovaných příspěvků.

Nejčastější formou nadačního majetku byly pozemky. Od druhé poloviny 19. století přibývalo akcií či dluhopisů. Ale najdeme i dobrovolnou sbírku nebo výkupné za odsouze-

ného. To byl příklad studijního nadání Albrechta Václava z Valdštejna z roku 1626, jehož jmění pocházelo z výkupného, kterým židovští starší z města Prahy v roce 1622 vykoupili svého souvěrce odsouzeného k smrti. Tehdejší vojenský gubernátor výkupné předal městské radě Starého Města pražského a zavázal ji odvádět úroky z této sumy rektorovi jezuitské koleje v Praze za účelem zřízení nadačních míst pro „jinochy židovského rodu“, kteří by nově přijali křesťanskou víru, a v další řadě potom „ke studování způsobilé mladíky“, ale jen za té podmínky, že vstoupí do duchovního stavu.

Je důležité, že při správě nadací nešlo ani tak o to, aby bylo zabezpečeno dodržování platných právních norem, kterých bylo až do první republiky minimum, jako spíše o to, aby byl naplňován záměr zřizovatele. Donátoři obvykle nepočítali s tím, že by nadaci dál sami či prostřednictvím rodinných příslušníků jakkoli ovlivňovali. Zakladatel však nastavoval pravidla, podle kterých potom správa musela postupovat ve všech otázkách, ať už šlo o majetek, či výběr stipendistů.

Lze při té různorodosti a individualizaci nalézt nějaký prvek, který všechny nadace spojoval?

Řekla bych, že to byl úzký vztah mezi donátorem a obdarovaným. Mohl být dokonce tak úzký, že zakladatel a příjemce byli jedna a táž osoba. Jako příklad může sloužit – jakkoli to zní paradoxně – obrovské množství nadací, které měly za účel péči o hrob svého zakladatele. Velmi často také platilo, že nadace byly zřizovány jako rodinné a zakladatelé v nich odkazovali výnosy nadačního jmění přesně definovaným členům své širší rodiny. Teprve v 19. století, s rozvojem spolkové činnosti, se okruh rozšiřoval třeba na členy spolku. Pořád to tedy byli lidé, co se spolu znali.

A jak se filantropie vyvíjí a kam směřuje dnes, jaké jsou trendy u nás a ve světě?

Historicky byla image donátorů zakořeněna v tradici. Tento aspekt se zesiloval v průběhu 19. století nástupem podnikatelských vrstev a jejich potřebou potvrdit své místo ve společnosti – jejich snahou prokázat, že také oni patří mezi „hoi aristoi“, že už všechno mají a mohou rozdávat. Ale stále převažovali drobní dárci a drobné nadace. Totéž platí dnes. Jakkoli se zdá, že trend určují velcí filantropové, opak je pravdou. Nadační svět – nebo filantropie – pořád stojí na množství drobných nadací, které mění své nejbližší okolí. Myslím, že i v Česku už je čas vrátit se k té tradici úzkého vztahu mezi donátorem a obdarovaným, která je tak typická pro celý vývoj filantropických aktivit. Jenom lokální charitativní instituce, v nichž zakladatelé dobře znají a rozumí prostředí, ve kterém žijí, mohou měnit svět, v němž žijeme.

Který projekt vás během výzkumů překvapil nebo zaujal? Například hluboký lidský příběh nebo neobvyklá firemní filantropie.

V Česku je to pro mě určitě Strakova akademie. Když jsem studovala historii českých nadací, ten okruh možných objektů se mi zužoval podle toho, ke kterým nadacím se dochovaly archivní prameny. To je základní zdroj historického výzkumu. I když v historii bylo nejvíce dobročinných nadací, jejich fondy se nezachovaly, protože byly dány do nějaké akce sběru papíru v době okupace za druhé světové války. Proto jsem se soustředila na ty studijní a hledala jsem nějakou „vlajkovou lod“, dobrý příklad. Skončila jsem u Strakovy akademie, protože právě při jejím výzkumu jsem si uvědomila, jak spletitým vývojem nadace na území dnešního Česka procházely. Navíc na její historii se dají nádherně demonstrovat proměny státoprávního uspořádání, institucionální změny, ale také změny v pojetí filantropie a lásky k bližnímu. Tedy fenomény, které by měly stát za každou a před každou nadací.

Jsou podnikatelské obory, kde je filantropie nejčastější? A koreluje oblast podnikání s oblastí filantropie?

Historicky určitě ne. Nadace založená vdovou po bohatém měšťanovi mohla působit v sociální oblasti, sloužit ke vzdělávacímu účelu, příjemcem mohla být česká katolická nemanžetná dívka, spravovat ji mohl místní farář a mohla rozdělovat částku odpovídající zakoupení školních potřeb na jeden rok studia na základní škole. Kombinací bylo nekonečně mnoho. Jak už jsem říkala, nadace byly vždy nezbytnou součástí ekonomického, sociálního i kulturního zázemí české společnosti a také jedním ze základních způsobů vyjádření a realizace konceptu vzájemné lidské solidarity.

Tedy, řečeno ekonomicky, nástrojem redistribuce vytvořených zdrojů mimo státní systém sociálního zabezpečení. Zároveň hrály roli společenské kontroly, kam patřil silný moment osobní zodpovědnosti za individuální blahobyt bližních a za celou pospolitost a také moment ručení za ostatní členy společnosti. Toto jsou momenty, které se při byznysových projektech filantropie vytrácí. I dnes musí být filantropové vždy zároveň také inovátoři, musí objevovat místa, jimiž se nikdo nezabývá a potřebují řešení. Ale pro to potřebujete znát společnost, ve které žijete. To je víc než obor, ve kterém působíte. Extrémem v devadesátých letech byly situace, kdy se podnikatelé vrhali do oblastí, o kterých se dozvěděla jejich manželka u kadeřnice. A pohříchu šlo o PR firmy či daňové úlevy. Snad už jsou tyto divoké roky za námi a filantropové dnes vědomě chtějí být iniciátory společenských změn na lokální úrovni a garanty pluralitní společnosti, v níž není nikdo vylučován.



„S dospělostí zjistíte, že máte dvě ruce. Jednu, abyste pomáhali sobě, druhou, abyste pomohli světu.“

Audrey Hepburn

Strakovka aneb Příběh jedné nadace

Antonie Doležalová

Příběh nadace, jejímž účelem bylo vybudovat v Praze exkluzivní vzdělávací ústav, trval více než dvě stě let. Na první pohled jde o příběh jedné instituce. Tato krátká studie sleduje peripetie, jimiž musela nadace, resp. její správa projít, aby mohla naplnit vůli svého zakladatele. Tím ale zároveň ukazuje, jak se proměňovalo státoprávní uspořádání českých zemí, rozsah státních funkcí a jak rostly zásahy státu do soukromých filantropických aktivit. Příběh Strakovy akademie je tak důkazem toho, že rozšiřující se role státu v sociální oblasti měla retardující vliv na individuální solidaritu. Věřím, že studie odpovídá na otázku, zda modernizace a rozvoj sociálního státu nejsou nutně vykupovány tak vysokou cenou, jakou je ztráta solidarity.

Když 18. února 1710 sepisoval císařský tajný rada a komorník hrabě Jan Petr Straka svou poslední vůli, odkázal v ní svůj majetek hned několika nadacím, které tímto založil: studentskému nadání pro dvě chudé osoby při konviktu sv. Bartoloměje na Starém Městě pražském, nadání pro dvě mladé chudé ženy v klášteře sv. Voršily na Novém Městě pražském a konečně nadání pro jednoho chudého nemocného a opuštěného v klášteře milosrdných bratří u svatých Šimona a Judy na Starém Městě pražském. Největší nadání mělo sloužit ke vzniku akademie pro „cvičení chudé šlechtické mládeže v Čechách“, kterou hrabě vyslal do života slovy: „K stálému uctění nejsvětějších pěti ran Krista Pána, do kterých hříšnou duši mou uvrhnuji a skrze ně božského smilování dosáhnouti doufám...“

Hrabě určil místo stavby na pozemku, který již dříve zakoupil právě pro tento účel, na Novém Městě pražském. Vedle takových detailů, jako byly stejnokroje, strava, vyučovací předměty a každodenní rituály v akademii, vymezil Straka ve své závěti především podmínky pro přijetí uchazečů i zaměstnávání učitelů. Na straně žadatelů šlo o nemajetnost, příslušnost k české šlechtě, katolictví a dobré studijní výsledky. U učitelů šlo v první řadě o kvalitu, měli pocházet z celé Evropy a měli být také placeni tak dobře, aby odolali korupčním tlakům ze strany žáků a jejich rodin. Dohledem nad fungováním akademie byl pověřen pražský arcibiskup a případná porušení morálky měl řešit zemský sněm, v době mimo sněmovní sezení místodržitelství. Závěť také stanovila povinnosti studentů: vedle studia to byla především pravidelná modlitba za zakladatele: „...za mne fundátora svého a krevní přátele mé, jak mrtvý tak živý, každodenně při nejmenším kleče na zemi pětkrát Otče náš a tolik Zdrávas Maria k uctění nejsvětějších pěti ran Krista Pána se modliti.“ Majetkovým základem nadačního jmění měl být výnos jím založeného fideikomisu (právně zajištěné, nedělitelné, nezczitelné a neprodejné rodinné svěřectví, tedy soubor rodinného majetku) s tím, že pokud Strakův rod vymře po meči, pět dalších let budou z tohoto výnosu podporovány žijící ženy ze Strakova rodu. Hrabě Straka zemřel deset let po sepsání závěti – 28. září 1720.

Když 4. února 1771 zemřel jeho poslední mužský potomek – Václav Adam Jiří hrabě Straka z Nedabylic – vymřel Strakův rod a po dalších pěti letech, v roce 1776, se otevřela cesta k realizaci Strakova záměru zřídit v Čechách vzdělávací akademii.

Způsobem založení, rozdělením kompetencí uvnitř nadace i budoucí akademie a dokonce i nastavením vnitřního provozu akademie, tím vším hrabě Straka respektoval nejen tradici a stávající právní řád, ale také situaci panující v nadační oblasti. Když se v roce 1776 naplnily podmínky Strakovy závěti, právní i správní situace se oproti roku sepsání závěti změnily: změnil se principy i instituce vládnutí a do nadačních záležitostí začal zasahovat stát. Tehdejší panovnice Marie Terezie nechala zaevidovat všechny stávající nadace v císařství co do jejich správy, účelu a majetku a v roce 1762 stanovila zásadu vrchního státního dozoru nad nimi. Zemské vládě nyní měly být každoročně předkládány ke kontrole účty nadací, stejně jako výkaz o stavu jmění, způsob nakládání s prostředky. O dva roky později bylo stanoveno, že nově zakládané nadace musí své nadační jmění ukládat „ad fundos publicos“, ve veřejných fondech. Začaly platit speciální normy pro sepisování nadačních listin. Udělování stipendií muselo být prozkoumáno dvorskou studijní komisí a předkládáno ke schválení panovníkovi. První správce majetku ze Strakovy závěti tak musel už od počátku řešit celou řadu kompetenčních sporů vyvolaných těmito změnami, které byly mnohdy v přímém rozporu s vůlí hraběte Straky. Od hrozby spojení s jinými nadacemi až po zásahy císařovny do otázky barvy stejnokrojů studentů.

Návrh nadační listiny Strakovy nadace pro zřízení akademie se začal projednávat v roce 1851 – téměř sto let trvalo, než se ve fondu nashromáždilo dostatek peněz z výnosu onoho rodinného fideikomisu. Ovšem během toho půldruhého století, které uplynulo od sepsání závěti, se situace ještě více proměnila. Za prvé byla budoucí akademie konfrontována rozmachem nadační činnosti. Rozšířilo se spektrum oblastí působení nadací, jejich účelů i zakladatelů, vzrostl počet na-

dací. Filantropie už nebyla pouze v rukou církve, panovníka či bohaté šlechty. Nadace zakládali také příslušníci podnikatelských vrstev a spolky. Díky těmto dvěma skupinám se spektrum zakladatelů studijních nadací v Čechách rozšířilo o podnikatele, akcionáře firem, drobné živnostníky, hospodské, ale i napravené zloděje, různé spolky a nárazově se sešlé „komitety“.

Ale zároveň už nadace nebyly pouze výrazem lásky k bližnímu. S tím, jak se proměňovalo vnímání filantropie ve společnosti, vkrádaly se do zakladatelských nadačních aktů nové motivy. Osvícenství dodalo do nadačních aktivit poselství o potřebě pracovat pro obecný prospěch, všeobecnou důvěru o pokrok a význam lidské vzdělanosti. S hospodářským rozvojem a průmyslovou revolucí se filantropie stávala součástí statusu nové společenské třídy, buržoazie. Vedle humanistického ideálu nápravy světa se v motivacích donátorů začíná projevovat ještě snaha ochránit vlastní majetek doslova až za hrob. A protože žádosti o založení nadace či fundace byly osvobozeny od kolků, ale platil se poplatek za přenesení majetku a z dědictví, hledali zakladatelé cestu, jak daně ušetřit. Jednou z možností bylo založit nadaci v době, kdy stát přišel s nabídkou odpuštění daní – a to bylo v případě, že zakladatel pojmenoval nadaci po panujícím císaři – proto na konci 19. století vlásenkáři a holiči, hostinští a výčepníci, harfeníci, burziáni i státní úředníci zakládali Jubilejní nadace císaře a krále Františka Josefa I.

Za druhé byla budoucí akademie konfrontována s existující sítí státních škol a institucí. Povinná školní docházka byla sice zavedena už o století dříve, ale nyní stát prosazoval své představy o vzdělávání nejen učebními osnovami a hodnocením žáků, ale také financováním školství. V tomto ohledu si stát vytvářel trvalý zdroj příjmů v podobě nových daní, kterými dotoval fondy, z nichž potom financoval své cíle také v oblasti vzdělávání. Vytvářel se státní rozpočet. V důsledku právě popsanych změn byla konkurence vzdělávacích institucí obtížnější, a proto měl zemský sněm za to, že aby bylo učiněno zadost Strakovým záměrům, postačí, když budou stipendisté navštěvovat tyto státní školy. Proto zemský výbor navrhl, aby z prostředků fondu byly zřízeny pouze tzv. cvičné ústavy pro jízdu, šerm a tělocvik, což jsou disciplíny, kterých se na státních školách nedostává. Takto pozměněná akademie dostala císařské schválení. Akademie byla vybudována v letech 1892–1896 podle vítězného návrhu architekta Václava Roštlapila. Prvním studentům byla Straková akademie otevřena ve školním roce 1896/1897. Sto osmdesát šest let po smrti hraběte Straky! Při slavnostním otevření budovy Strakovy akademie 21. března 1897 nikoho nenapadlo, že se místo nejslavnější kapitoly její historie začíná psát kapitola poslední. Budova akademie nabídla sedmdesáti mladým šlechticům exkluzivní prostředí. Vedle studoven, učeben a ložnic také kapli,

slavnostní síň nebo tělocvičnu, vanové lázně, nemocnici, na zahradě letní tělocvičnu, hřiště a plovárnu ve Vltavě. Stipendium pokrývalo náklady spojené s vyučováním na veřejných školách, vyučováním jazyků, tělocvikem včetně plavání, šermu, jízdy na kole, kreslení a zpěvu v rámci akademie, také stravu, ubytování a služebnictvo. Strava v akademii samozřejmě odpovídala standardům šlechtických vrstev – obědy i večeře probíhaly ve společných jídelnách a vždy bylo podáváno to nejlepší rakouské víno. Kromě studia byla každodenní povinností všech chovanců návštěva mše, při které se museli třikrát nahlas pomodlit za zakladatele „Otčenáš“ a „Zdrávas Maria“, nejméně třikrát do roka museli jít ke svatému přijímání.

Záhy se však život akademie stal bojem o přežití v konkurenci státních vzdělávacích institucí, za rozvoje státní sociální politiky, válečného konfliktu a rozpadu rakousko-uherské monarchie. Už v poslední třetině 19. století stát začal zavádět některá sociální opatření, kterým se musely podřídit i soukromé nadace. Šlo především o pojišťování, přičemž pro Strakovu akademii bylo nejtěživější penzijní pojištění státních a soukromých úředníků z roku 1906. Citelně tím totiž rostly náklady na provoz. Akademie nefungovala ještě ani dvacet let, když ji zasáhla první světová válka. V první řadě se válka samozřejmě dotkla jejích studentů, kteří byli povoláni na frontu. Protože bylo studentů méně než obvykle, byla nejprve volná lůžka a místnosti a v prosinci 1914 pak celá budova z rozhodnutí Zemské správní komise přenechána Červenému kříži Království českého.

Mohlo by se zdát, že rozpad monarchie a vznik Československa neovlivnil fungování soukromých nadací žádným podstatným způsobem. Vždyť byl ještě na podzim 1918 přijat kontinuální zákon č. 11/1918 Sb., podle kterého veškeré dosavadní zemské a říšské zákony a nařízení zůstaly v platnosti. Ve skutečnosti však došlo k radikálnímu nárůstu zásahů státu do sociální i ekonomické oblasti, školství, kultury nebo církevních otázek. Největší dopad na nadace však mělo zrušení šlechtických titulů, měnová a pozemková reforma a nostrifikace. Správu nadací převzala státní správa. Ta ve snaze proniknout do nadačních záležitostí zasahovala do chodu nadací výrazně více, než bylo kdy dříve zvykem. Některé její kroky byly až voluntaristické: týkaly se spojování nadací, výplat stipendií, změn podmínek pro udělení podpory, daní a poplatků. Rozhodnutím úředníků se měnily také statuty nadací či jejich názvy. Navíc stát v tomto ohledu nevystupoval zcela konzistentně – někdy akceptoval šlechtický původ zřizovatele ve smyslu rodinného majetku, jindy se rozhodl k jinému využívání výnosů z nadačního jmění či jmění samého. Nevyjasněné právní podmínky práci nadací ztěžovaly, ale pozemková a měnová reforma ji v mnoha případech znemožňovaly. Měnily totiž mnohdy zásadním způsobem finanční základnu nadací. Pozemková reforma uvedla do pohybu pozemkový majetek,

kteř byl v mnoha případech základem nebo alespoň součástí nadačního jmění. Proces obstavení půdy bývalým vlastníkům a jejího rozdělení novým nabyvatelům byl časově nespojitý a po nezanedbatelnou dobu byla půda v rukou státu; to vedlo k neefektivnímu hospodaření na půdě, což pro nadace znamenalo ztrátu výnosů pro potřebu rozdělování příspěvků. Součástí měnové reformy byla vysoce progresivní dávka z majetku, která dosahovala i 60 % majetku.

V téže chvíli docházelo k radikální proměně konceptu solidarity a dobročinnosti, který se začal pozvolna proměňovat už od konce 19. století. Filantropie začala být více než výrazem lásky k bližnímu prosazováním představ donátora o tom, co je dobré, a začalo s ní být spojováno ponížené postavení obdarovaných. V jedné z klíčových oblastí působení charitativní pomoci, chudinství, došlo k přesunu od vnímání praktické podoby chudinské péče jako aktu milosrdenství k pohledu na chudé jako oběti vlastního selhání a k definicím chudých jako příjemců státní podpory. Doposud úzký vztah mezi donátorem a obdarovaným se začal hroutit, když se mezi zakladateli objevily po polovině 19. století první spolky. A ještě významněji, když se jednak do filantropické činnosti zapojil stát řešením sociálních otázek skrze sociální zákonodárství, a jednak se filantropická činnost stala pro nové ekonomické elity prostředkem k dosažení společenské prestiže. Do popředí tak vystoupily ekonomické faktory a snaha prostřednictvím nadace ochránit svůj majetek.

Ruku v ruce s tím šla také snaha o podíl na státních přerozdělovacích procesech. Po vzniku republiky nastupují na místo filantropů nabízejících vzájemnou pomoc a solidaritu, ať už z důvodů náboženských, humanitních, či „ctižádostivých“, státní zaměstnanci, mnohdy bez jakékoli znalosti konkrétního prostředí. Současně se proměňoval názor na podstatu a rozsah úkolů státu – stát zestátňoval školy, zaváděl povinné pojištění, zřizoval státní nemocenské pokladny, dokonce mnohé nově vzniklé dobročinné organizace měly sloužit pro podporu státního sektoru. To vše demonstruje prvorepublikový posun pojetí filantropie od svébytné soukromé iniciativy k doplňkové funkci státu či činnosti na podporu státu. Stát začal soukromou filantropii vytlačovat (rozděluje se přece konečné množství finančních prostředků), aniž by sám dokázal nabídnout účinný a efektivní systém společenské odpovědnosti. Jak ukázala už krize na přelomu 20. a 30. let. Nadace začaly být označovány za přežitý a diskriminující charitativní nástroj. Stát se stával největším „filantropem“, který obdarovává své občany z prostředků, které od nich nejprve vybral. Objevovat nové oblasti pomoci přitom stát nemusel; přebíral oblasti objevené pro filantropii soukromými osobami a institucemi v dlouhých předcházejících staletích, o čemž svědčí oblasti podpory i vývoj celé řady sociálních institucí. Tomuto soustředěnému tlaku bohužel dokázaly nadace jen

omezeně vzdorovat. V důsledku zrušení šlechtických titulů ztrácely vazbu na svého zakladatele, kvůli nostrifikaci, pozemkové a měnové reformě zdroj svých příjmů. Dosavadní příjemci jejich nadačních příspěvků přicházeli o své sociální zabezpečení.

Strakova akademie nebyla po první světové válce obnovena v původní formě. Už 15. listopadu 1918 se její budova stala doslova útlukem mnoha státních institucí, od Zemského úřadu přes ministerstva až po různé komise. V roce 1931 už byly více než tři pětiny budovy zabrány úřady a soukromými byty. A je pikantní sledovat, jak státní a polostátní instituce mezi sebou o místo v budově soupeřily, aniž je zajímal názor samotné akademie. Nejenže postupně ničily a rozkrádaly její majetek, neplatily za topení, vodu ani nájemné, nebyly dokonce ochotné s akademií ani podepsat nájemní smlouvu. Zároveň nadace čelila výtkám o neefektivním hospodaření, neodpovídajícím republikánským poměrům a protiněmeckým klišé. Strakova akademie byla v pasti – liknavost státní správy bránila užívání akademie k jejímu původnímu účelu, sociálně-ekonomické procesy ji přímo likvidovaly. Zákon o zrušení šlechtických titulů připravil nadaci postupně o studenty. Zatímco ve školním roce 1921/1922 měla akademie ještě celkem třináct nadanců, o dva roky později už jenom sedm a ve školním roce 1928/29 už pouze jednoho.

Na konci meziválečného období jsme svědky úpadku nadačního světa v českých zemích ve dvou smyslech: nadačního majetku i po staletí předávaného modelu nadačního života. Tím a už tehdy – nikoli až po roce 1948, jak se obvykle uvádí – začal stát, snad nevědomky, systematicky pracovat na vytěsňování soukromých institucí mezilidské solidarity. Přes různé zásahy ani v případě Strakovy akademie se však za první republiky nikdo neodvážil zpochybnit fakt, že peníze pocházejí z odkazu hraběte Straky, nadace k založení akademie vznikla z výnosů jeho majetku a je z nich postavena také sama akademie. Okupace Československa a zabavování majetku českých nadací i tuto situaci změnilo – a vyvlastňování v průmyslu i zemědělství po roce 1945 dokonalo zkázu všech nadací. Převzetí moci komunisty v roce 1948 bylo konečným verdiktem nad jejich dříve tak pestrým světem.

V roce 1951 byly všechny dobrovolné spolkové aktivity označeny za bezobsažné a samoúčelné formy a měšťácký přežitok a zákon O dobrovolných organizacích a shromážděních č. 68/1951 Sb. z 12. července 1951 přenesl těžiště spolkové činnosti na masové organizace kontrolované komunistickou stranou. Nadace zmizely z právního slovníku, z očí veřejnosti a nakonec i z historického povědomí. To byla situace, se kterou hrabě Straka samozřejmě nemohl počítat. Ve své závěti vycházel z praxe, která byla běžná za jeho života a která byla založena ve staletí trvajících tradici, v níž nadace

představovaly nezbytnou součást sociálního a kulturního zázemí české společnosti jako jeden ze základních způsobů vyjádření a realizace konceptu vzájemné lidské solidarity. Nešlo ale o pouhé darování. Šlo o způsob chápání světa, ve kterém člověk pobývá. V budově bývalé Strakovy akademie dnes sídlí Úřad vlády ČR.

Článek je zkrácenou verzí studie, která vyšla v časopise *Austrian History Yearbook* pod názvem *Good Deed Lost: The Story of the Straka Foundation in Historical Context*. *Austrian History Yearbook*, 48, (April 2017): 212-234. © Centre for Austrian Studies, University of Minnesota, Cambridge University Press 2017 doi:10.1017/S0067237816000643



Bývalá Strakova akademie, dnes sídlo Úřadu vlády ČR

Proč jsou pro vaši organizaci důležití pravidelní dárci a co vám přinášejí oproti jednorázovým?



Ruth Šormová
ředitelka Cesty domů, z. ú.

Pravidelní dárci významnou měrou napomáhají naší snaze měnit k lepšímu způsob, jakým se v Česku umírá. Díky nim tu Cesta domů může být ve své stávající podobě, stát svobodně a nezávisle, poskytovat kvalitní paliativní péči všem lidem bez rozdílu a podle jejich potřeb a také se rozvíjet a zůstat dlouhodobě udržitelná.

Pravidelní dárci (v roce 2023 jich bylo 2 700 a jejich štědrost přinesla do našeho rozpočtu bezmála 16 milionů korun) nám umožňují běh na dlouhou trať a sami tvoří početné běžecké pole, ve kterém nikdy neodpadnou všichni najednou. A když už někdo nemůže, přidá se někdo další. To nám umožňuje neustrnout, plánovat, inovovat, promýšlet věci předem. Díky pravidelným dárcům můžeme s přízní a podporou počítat nejen dnes, ale také napřesrok i v dalších letech.

Těší nás, že většina pravidelných dárců „běží“ s Cestou domů opravdu dlouho a vytrvale. Jejich zájmu a přízně si moc vážíme.



Aleš Kozák
ředitel Institutu pro památky a kulturu, o. p. s.

Nádech – záběr. Výdech. Když pádlujete a chcete se někam dostat, potřebujete k tomu několik věcí. Předně plavidlo. Taky cíl. Podle délky a náročnosti cesty různé vybavení a nástroje. No a samozřejmě lidi. Posádku. Od lodivoda přes plavčíky až po kuchaře. Všichni jsou důležití, ale zpravidla nepádlují. Takže potřebujete ještě někoho, kdo vám bude pomáhat pohybovat se kupředu.

A to jsou pro mě pravidelní dárci. Co dar, to záběr. Každý měsíc. Když takových lidí s vámi pádluje deset, je to fajn. Sto už je nějaká síla. A když jich bude tisíc nebo ještě více, jste si jisti, že jen tak nezpomalíte. Pravidelní dárci jsou oporou a součástí týmu. Pomáhají držet tempo a dosahovat cílů, které jsou pro vás, ale i pro ně samé důležité. Nikdo přece nebude pádlovat směrem, kterým by se sám nechtěl nikdy vydat. Přeji všem kapitánům, ať mají na palubě vždy tu správnou, sehranou a dostatečně velkou posádku.



Sylva Horáková
ředitelka Lékařů bez hranic v ČR, o. p. s.

Dárci bez hranic – jak říkáme pravidelným dárcům a dárkyním – jsou pro fungování naší organizace klíčoví. Díky nim jsou naše příjmy předvídatelnější, což umožňuje kvalitní dlouhodobé plánování i rychlé reakce na nenadálé krize.

Ilustrovat to lze na pomoci Lékařů bez hranic na Ukrajině po eskalaci konfliktu v únoru 2022. Vyhlášení krizové sbírky na konkrétní účel vždy předchází analýza potřeb místních lidí. Tu provádějí naši odborníci, abychom zaručili, že všechny finance, které nám dárci svěří, použijeme přesně tak, jak jsme slíbili.

Díky pravidelným darům jsme však již v průběhu analýzy potřeb mohli pomáhat, třeba dodávkami zdravotnického a humanitárního materiálu. Byli to tak vlastně Dárci bez hranic, kteří jako první pomáhali ukrajinským pacientům.

Dárci, kteří nám přispívají každý měsíc, tak dávají najevo, že jim není lhostejné lidské utrpení a chtějí pomáhat systematicky a dlouhodobě.



Zdeněk Mihalco
ředitel Nadace Via

Každý dar, jednorázový i pravidelný, považujeme za projev velké důvěry a závazek. S významnými dárci z řad jednotlivců i firem zpravidla diskutujeme možnost opakovaných ročních darů. Pro plnění našeho poslání je totiž klíčové mít okolo sebe podporovatele na společné cestě, která není sprint, ale maraton. Cílem nadačních subjektů, Nadaci Via nevyjímaje, je budovat organizaci pevnou v základech na nejméně desítky let, aby přinášela trvalý společenský prospěch.

Mimořádnou podporou je pro nás také dlouhodobý závazek několika významných dárců přispívajících přímo na provozní náklady. Dávají nám jistotu, že každoročně můžeme počítat se zhruba 2,5 miliony korun na hrazení nákladů, jako jsou nájem, administrativní atp. Příslib dlouhodobé podpory je pro vedení organizace tou nejlepší možnou zprávou. Umožňuje lépe plánovat, přináší stabilitu a nakonec i snižuje stres na konci roku pramenící z nejistoty, zda se podaří naplnit rozpočet roku následujícího. V konečném důsledku tak pravidelná podpora zvyšuje efektivitu organizace a dopad její činnosti.



Tomáš Cajthaml
ředitel Ústavu pro životní prostředí
Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy

Vystudoval analytickou chemii a v rámci postgraduálního studia Krajinnou a aplikovanou ekologii na PŘF UK. Zabývá se toxikologií, mikrobiální biodegradací a analýzou organických polutantů a jejich osudem v životním prostředí. Podílí se na vývoji dekontaminačních metod, zejména využívajících mikroorganismy.

Působí rovněž na Mikrobiologickém ústavu AV ČR. Je autorem a spoluautorem více než 250 publikací v odborných zahraničních časopisech, několika kapitol v knihách a patentů. Patří mezi 2 % nejcitovanějších vědců na světě.

Dlouhodobý horizont a vzdělávání jsou nejdůležitější

Text: Jitka Taussiková | Foto: Jan Faulkner

Jednou z oblastí, kam lze nasměrovat firemní dárcovství, je i životní prostředí, potažmo vědecká pracoviště či projekty, které se ochranou přírody zabývají. Jaká je současná situace v naší republice, kde podpora chybí nejvíce a čemu se naopak v této oblasti vyhnout, přibližuje náš přední vědec, profesor Univerzity Karlovy Tomáš Cajthaml.

Co podle vás pálí Česko v otázce životního prostředí nejvíce?

Česká republika není nějak výjimečná a trápí nás stejné environmentální problémy jako ostatní okolní země. Podle mého názoru si však neseme určité dědictví, které způsobuje, že jedním z našich největších problémů je malá informovanost a obecně malé povědomí o životním prostředí. To bohužel zřejmě souvisí se systémem našeho vzdělávání na základních a středních školách.

Před rokem 1989 bylo naše prostředí viditelně zdevastované, tekly u nás barevné řeky bez života a v mnoha městech byl vzduch, který se nedal dýchat. To se významně zlepšilo, ale dnes nás trápí znečišťující látky, které tolik viditelné nejsou. Jejich množství i počet druhů vzrůstá rychlým tempem a legislativa zaostává.

Čím přesně se zabýváte a proč je to důležité?

Na Ústavu pro životní prostředí se zabýváme přímo environmentálním výzkumem a data, která získáváme, přispívají do mozaiky chápání situace v naší republice. Konkrétně řešíme osud znečišťujících organických látek vyrobených člověkem. Zabýváme se jak jejich toxicitou, kdy popisujeme jejich nebezpečnost, tak sledováním, které látky se v půdě a ve vodě vyskytují a zejména, jak se v prostředí rozkládají.

Poznatky o rozkladu látek jsou velmi významné. Tyto mechanismy se poté snažíme přenést do technologií a biotechnologií, které umožňují cílené odstraňování těchto látek z prostředí. Myslím si, že v oblasti znečištění patříme spíše do východnější části Evropy, nicméně díky Evropské unii nám často přichází normy a nařízení, ke kterým bychom se sami dopracovávali řadu let.

Pomohlo by, kdyby podnikatelská sféra přispívala také například na univerzitní vědecký výzkum, vybavení laboratoří, podporu studentů, nebo je to v současnosti spíše věc státu?

Co se týká podnikatelské sféry, podle mého názoru existuje morální závazek, který by mohly úspěšné firmy plnit podporou výzkumu, a to včetně výzkumu životního prostředí. V současné době je takový výzkum závislý výhradně na státní podpoře.

Kde podle vás nejvíce chybí zájem a pomoc veřejnosti či podnikatelského sektoru? Jsou témata či místa, kde stát selhává nebo kam nedosáhne, ale může pomoci právě filantropie?

Myslím si, že stát v podpoře environmentálního výzkumu nselhává. Existuje řada programů, ale jejich témata jsou často vybírána státními úředníky, kteří ne vždy reflektují skutečné potřeby v oblasti životního prostředí nebo je reflektují s velkým zpožděním. Environmentální filantropie by samozřejmě pomohla, ale opět zde narážíme na nízkou informovanost občanů, tedy i možných filantropů.

Ale i váš ústav se přece může obrátit na nějakého zprostředkovatele, jenž vás propojí s konkrétním donátorem, kterého tato oblast zajímá. Neuvažujete o tom?

Prozatím se nám grantově dařilo, nicméně v posledním roce už jsme o podobných možnostech i uvažovali. Problém je, že náš obor je ekonomicky náročný, což je paradox, protože znečištění vzniká často ne z důvodu, že bychom neměli bezpečnější náhrady, ale protože pro firmy je často „špinavější“ technologie levnější. Na druhou stranu více a více času věnujeme publicitě a spolupracujeme s organizacemi, které zajišťují environmentální výchovu, a přesně takové projekty jsou pro toto financování vhodné.

V poslední době se firmy setkávají s termínem green-washing. O co se jedná a jak se mu vyhnout?

Greenwashing je bohužel fenomén, který se v naší postfaktické době často objevuje. Jedná se o účelovou podporu nebo hlásání environmentálních témat vytržených z kontextu, která navenek působí tak, že řeší podstatný problém. Ale často se jedná o povrchní akce, jež nevedou k zásadním změnám nebo zlepšení stavu životního prostředí. Mnohdy toho využívají firmy pro zlepšení svého obrazu. Vyhnout se mu dá opět pouze dostatečnou informovaností a znalostí základních faktů o fungování životního prostředí, což opět souvisí s dostatečnou environmentální vzdělaností.

V minulém roce proběhl první ročník konference Czech & Slovak Sustainability Summit, která se přímo zabývala i problémem greenwashingu. Na druhou stranu propagovala komerční projekty, které reprezentovaly dobrou praxi v chování firem ve vztahu k životnímu prostředí.

Pro komerční firmy je samozřejmě nemožné sledovat vědeckou literaturu. Nicméně existuje celá řada velmi důvěryhodných nevládních neziskových organizací, jako je například Arnika, na jejichž stránkách se všichni včetně firem mohou dozvědět o potenciálních chemických hrozbách souvisejících s lidskou činností.

Jaké jsou podle vás vhodné formy environmentální filantropie? Co konkrétně byste doporučil firmě, která se rozhodne pomáhat životnímu prostředí?

Forem environmentální filantropie je celá řada. Lze podporovat i konkrétní výzkumné projekty. Ale jak už jsem zmínil, zásadním problémem České republiky je nízká informovanost. Firmám bych doporučil, aby podporovaly vzdělávání na všech možných úrovních. Toto vzdělávání má z hlediska časového horizontu dva rozměry. Je samozřejmě vhodné informovat pravdivě a fakticky o nějakém konkrétním environmentálním problému, což by mohlo mít okamžitý, ale i trochu krátkodobý dopad. Ačkoliv je to důležité, v našem případě je zřejmě podstatnější dlouhodobý horizont. Jde o to, že životní prostředí je velmi komplexní a vytržené jednotlivosti nemůžou být dobře chápány bez dlouhodobého a systematického vzdělávání od dětství. I v Česku už nyní existuje celá řada mimoškolních vzdělávacích středisek, která do jisté míry suplují chybějící části ve vzdělávacím systému. Tam bych třeba já viděl možnosti pro firmy.

A co třeba vzdělávání firemních zaměstnanců?

Vzdělávání je pravděpodobně to nejdůležitější a finance firem, které by toto podporovaly, by byly jistě smysluplně použity. Stejně jako v jiných oblastech, tak i v životním prostředí platí, že informovaný a vzdělaný člověk tolik nepodléhá manipulacím a fake news.

Pokud firma nebude přímo filantropicky investovat svůj zisk do ochrany nebo studia životního prostředí, může alespoň začít u sebe při zlepšování výrobních procesů, nakládání s odpady, sledování energetické náročnosti a podobně. I to se počítá.

ESG

(Environmental, Social, Governance) představuje vliv firmy na životní prostředí, společnost a způsob jejího vedení, na jejichž základě lze číslem vyjádřit udržitelnost a odpovědnost firmy.

CSRD

(Corporate Sustainability Reporting Directive) je nová směrnice o ne finančním reportování, která vejde dle současných předpokladů v platnost v roce 2024, ale datum prvního ne finančního reportu se bude lišit podle velikosti a typu podniku. V Česku se dotkne více než tisícovky firem, zejména těch s dvě stě padesáti a více zaměstnanci, které budou podle této směrnice povinně dokládat obdobně, jako je tomu u finančních výkazů.

CSR

(Corporate Social Responsibility) čili společenská odpovědnost firem je dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají.

/ Víte, že dobrovolníci ušetří společnosti miliardy ročně?

Pavel Trantina

Přínos dobrovolné práce s dětmi a mládeží pro místní ekonomiku aneb co společnosti darují dobrovolníci ve sdruženích dětí a mládeže.

Každý z nás nějakého dobrovolníka zná, pokud není dobrovolníkem sám. Odhaduje se, že jich je mezi námi téměř pětina. Stmelují společenství, pracují s dětmi a mladými lidmi, hasí požáry, chrání přírodu, pomáhají v sociální oblasti. Bez dobrovolníků bychom se dnes neobešli. Co dobrovolníky žene kupředu, je silný altruismus a pocit zodpovědnosti za svět kolem nás.

Organizací, které se zabývají výchovou a vzděláváním dětí a mládeže, je u nás kolem 650, dobrovolníků v nich zhruba 50 tisíc. Ale jaký je přínos jejich práce s dětmi a mládeží pro místní ekonomiku a společnost jako takovou a lze to změřit?

Přínos pro rodiče a wellbeing komunity

Pokud bychom začali materiálně, poskytují organizace dětí a mládeže rodičům „hlídání“ jejich potomků, navíc v bezpečném prostředí dobré party vrstevníků. Aktivity během tohoto času mají navíc výrazný výchovný a vzdělávací potenciál. Mladí lidé získávají „měkké kompetence“ týkající se zejména tvořivosti, týmové spolupráce, řešení problémů, jazykových dovedností, multikulturního povědomí, empatie a smyslu pro vlastní iniciativu a zodpovědnost, tolik potřebné v dnešním světě. Nezřídka pro ně mimoškolní činnost vyústí v nasměrování budoucího profesního rozvoje.

Úspora pro společnost

Nestátní neziskové organizace pracující s dětmi a mládeží generují značné hodnoty prostřednictvím dobrovolné práce. Díky tomu dochází k výrazným úsporám na straně rodičů dětí, a tudíž ke zvýšení jejich kupní síly, což druhotně kladně posiluje rozvoj (nejen) lokální ekonomiky.

Na dobrovolnou práci vedoucích a dalších pracovníků nejsou obecně žádány prostředky z veřejných rozpočtů. Výpočty projektu SAFE jasně doložily, že relace mezi vstupy (podpora z veřejných rozpočtů) a výstupy (dobrovolná práce oceněná průměrnou mzdou) jsou několikanásobně vyšší, než je tomu v komerčním sektoru.

V roce 2014 průměrný počet odpracovaných hodin na jednoho dobrovolníka činil 324,45 hodin za rok! Při průměrné hrubé hodinové „mzdě“ dobrovolníka ve výši 143,76 Kč/hod. v cenách roku 2014 v přepočtu na jednoho dospělého činí tato hodnota dobrovolné práce od 38 do 48 tisíc korun ročně

(v cenách roku 2014). Je to ta částka výdělku, které se dobrovolník každoročně vzdává.

Z výsledků vyplynulo, že například skauti takto ušetří ročně veřejným rozpočtům více než miliardu korun. Organizace dětí a mládeže tedy nejsou jen pasivními příjemci poměrně skromných dotací, ale také samy tyto prostředky generují ve formě úspor – aktivní dospělí členové tímto způsobem darují společnosti každoročně stovky milionů korun.

(Sebe)rozvoj zaměstnanců

Před lety jsem v rozhovoru pro Český rozhlas dostal otázku, jestli dobrovolnictví nemůže odvádět zaměstnance od práce. Po chvilce přemýšlení jsem odpověděl, že ano je spíš na práci připravuje. Kromě „měkkých kompetencí“ totiž mladí lidé získávají i ty odborné a pokud vytrvají déle i jako dobrovolníci, mohou je rozvinout do úrovně kvalifikací srovnatelných s výsledky formálního středoškolského či vysokoškolského vzdělávání. Přinášejí tedy pro zaměstnavatele i společnost přidanou hodnotu. Poměrně dobře jsou zdokumentovány i změny angažovanosti a aktivismu takových mladých lidí v občanské a politické společnosti.

Velká pětka vlastností pro společnost a mnoho dovedností pro firmy

Profesor Matějček, legenda dětské psychologie, identifikoval pět vlastností zajišťujících nositeli společenský úspěch a nazval je Velká pětka. A kodexy sdružení dětí a mládeže je všechny většinou obsahují: zvědavost, svědomitost, otevřenost (extraverze), emocionální stabilita a přívětivost či přátelskost. Jsou to také ty měkké kompetence, kterých si dle výzkumů zaměstnavatelé cení.

Jen namátkou jmenujme, které schopnosti u dětí rozvíjí zájmové aktivity – zvyšování kvalifikace, analytické, komplexní i koncepční myšlení; spolupráce; kreativita; týmová práce – schopnost zastávat různé týmové role; komunikativnost a umění navazovat kontakty; organizační schopnosti, sebereflexe a sebehodnocení, strukturální myšlení; kritičnost, umění řešit konflikty, sociální empatie; ochota riskovat, otevřenost, pracovitost; výkonnost; podnikatelské myšlení – pokud chcete získat dotaci, vyúčtovat letní tábor, přesvědčit donátora, musíte mu nabídnout podnikatelský koncept.

Co tedy myslíte, má činnost dobrovolníků, kteří bez nároku na odměnu celoročně vychovávají a vzdělávají naše děti, přínos i pro vaši firmu nebo obec? Ceníme si jich za to dostatečně? A jak je v jejich činnosti můžeme lépe podpořit?

Filantropie a ESG – souvisí spolu?

Marie Zemanová, COM.SE Consulting



ESG neboli reporting udržitelnosti je zkratka, kterou v poslední době slyšíme a čteme často. Ale co tato tři písmena vlastně znamenají? Je to zkratka z anglických slov Environment – životní prostředí, Social – lidská společnost a Governance – správa a řízení firem a organizací. Správa a řízení proto, že ESG je model řízení a posuzování organizací všech typů a velikostí. Model ESG je nástrojem, který odpovídá na celospolečenskou potřebu a tlak, aby se subjekty všech typů a velikostí chovaly zodpovědně a udržitelně. To souvisí s mnoha problémy, s nimiž se jako společnost potýkáme, ať už jsou to klimatická změna, úbytek zdrojů, nadbytek odpadů, nebo přístup k lidským právům, bezpečnost práce, rovné příležitosti či otázky etického chování.

V oblasti firem a jejich řízení se tak posouváme od původního pohledu, že jejich jediným účelem je zisk, k daleko širšímu vnímání, že firmy a vůbec všechny organizace mají fungovat s ohledem na potřeby všech hlavních zainteresovaných skupin (tzv. stakeholders). Takovými skupinami jsou pak kromě akcionářů ve firmách i pracovníci, odběratelé a zákazníci, komunity, ve kterých působí, regulátoři, finanční instituce a řada dalších. Vzhledem k tomu, o jak zásadní posun v řízení a fun-

gování firem a organizací se jedná, se mluví dokonce o tom, že procházíme další průmyslovou revolucí. V modelu ESG se posuzuje dopad činností na životní prostředí a společnost, ale také se hodnotí, která rizika či naopak příležitosti tyto mění či se podmínky, např. zmiňované klimatické změny, přinášejí.

Jak tedy ESG souvisí s filantropií?

Pojem filantropie se již řadu let používá i v souvislosti s dárcovstvím firem, mluví se o tzv. firemní filantropii. Ta tvoří jeden ze základních pilířů společenské odpovědnosti firem, označované též jako CSR (z anglického Corporate Social Responsibility). I tady můžeme říct, že se jedná o altruistické počiny, které často probíhají jako reakce na nějaké krize, ať už celospolečenské krize typu válečného konfliktu, záplav apod., nebo individuální, jako například pomoc rodině zaměstnance, který zemřel. Mohou také přicházet jako řešení dílčích problémů, s nimiž se na firmy někdo obrátí. Paleta takových aktivit je stejně pestrá jako filantropie obecně – od pomoci handicapovaným přes podporu sportu, vzdělávání a kultury po záchranu historické budovy.

Dobře zacílené CSR podporuje mimo jiné spokojenost a loajalitu zaměstnanců, což v dnešní situaci na trhu práce,

kdy firmy doslova bojují o talenty, určitě není zanedbatelný faktor. Zaměstnanci stále více hledí na to, jak firmy fungují, jaké jsou jejich hodnoty, kultura a účel, nebo chcete-li smysl fungování. Podobný posun ve vnímání firem je zcela jednoznačně patrný i u zákazníků, kteří stále více preferují produkty a služby odpovědných firem. Není tedy asi žádným překvapením, že řada statistik ukazuje i lepší dlouhodobou finanční stabilitu a výkonnost takovýchto společností. V případě pohledu na firmy přes model ESG je evidentní, že filantropie přirozeně zapadá do sociálního pilíře, který řeší interakci firem se společností obecně a s pracovníky v tom nejširším slova smyslu. Nově by firmy dokonce neměly řešit pouze vlastní zaměstnance, ale i pracovníky v jiných než pracovních poměrech a také pracovníky u svých dodavatelů, komunity, zákazníky a odběratele.

Zároveň se však nově začíná mluvit o ESG filantropii, která naopak integruje environmentální, sociální a governance faktory do svého filantropického rozhodování a koncepce. Nejde pak jen o konání dobra, ale též konání v souladu s cíli udržitelnosti.

Můžeme konstatovat, že filantropie je součástí ESG modelu a fungování firem a zároveň se model ESG dá využít pro strategii firemní filantropie. V ideálním případě se firma snaží chovat odpovědně a udržitelně, zohledňuje zájmy všech zainteresovaných stran, řídí a optimalizuje dopady své činnosti (tj. snižuje negativní a posiluje pozitivní), a to na základě jediné firemní strategie zahrnující všechny oblasti či na základě vzájemně provázané sady dílčích strategií (obchodní, HR, komunikační, CSR a dalších). Taková firma pak jako jeden z nástrojů pro posilování svého pozitivního dopadu na životní prostředí a společnost logicky využívá i filantropii.

Propojení ESG a filantropie si můžeme přiblížit na příkladu dárcovského Fondu pro udržitelný život společnosti JRD, který od roku 2022 spravuje Nadace Via. JRD je lídrem ve výstavbě nízkooenergetických a pasivních bytových domů

a zakladatelem konceptu zdravého bydlení. Věnuje se správě výnosových nemovitostí, zdravému nájemnímu bydlení a zabývá se moderní energetikou z obnovitelných zdrojů.

Fond pro udržitelný život společnosti JRD v souladu se strategií ESG podporuje:

Projekty, které mají pozitivní vliv na krajinu (např. sázení stromů, budování tůní, sekání luk).

Zapojení komunit do osvětových akcí, zpracování studií nebo vývoj a používání aplikací s vazbou na životní prostředí a udržitelnost (besedy s odborníky, sousedské plánování, mapování krajiny).

Projekty, které zahrnují udržitelné technologie, inovace a principy zdravého bydlení (obnovitelné zdroje energie, komunitní energetika).

Mezi projekty, které tento fond podpořil, patří například úklid přírodní rezervace pro divoké koně v bývalém vojenském prostoru Milovice, kde se podařilo obnovit přirozené přírodní procesy. Daří se tu tak nyní vzácným květinám, desítkám druhů motýlů, ptáků nebo brouků. Příroda zde dostala potřebný impulz k tomu, aby se začala sama uzdravovat.

Dalším příkladem podpořeného projektu je záchrana Radiměřského motýlího království, patnácti hektarů druhově bohatých luk, pastvin a sadů na Svitavsku. Český svaz ochránců přírody Arion se ve spolupráci s místními obyvateli i dobrovolníky ze všech koutů republiky snaží postupně tento unikátní kousek krajiny obnovit a udržovat.

Posledním příkladem je podpora záchranné stanice spolku Penthea v Praze-Cholupicích, která se věnuje záchraně a výcviku dravých ptáků a sov. Stanice je už přes deset let stará a na hraně životnosti, zároveň však sídlí v kraji, který má dlouhodobě nejvyšší počet přijímaných zvířat.





„Povinností každého člověka je vrátit do světa alespoň ekvivalent toho, co si z něj vezme.“
Albert Einstein

Daňová uznatelnost darů: Podpora dobrého skutku s benefitem pro firmy

Staněk, Tomíček & Partners; daňové, finanční a ekonomické poradenství

Daňové zákony mohou být někdy jako složitá matematická rovnice. Ale vyznat se v nich v případě dobročinných aktivit nemusí být tak těžké, jak by se na první pohled mohlo zdát. Společnostem a jedincům podporujícím neziskové organizace totiž tato oblast nabízí řadu výhod a možností.

Formy darů

Nejběžnější formou charitativní podpory je poskytnutí finančních prostředků. Darování nejčastěji probíhá prostřednictvím dohody uzavřené mezi dárce a obdarovaným. Dárce dobrovolně poskytne (nebo se zaváže poskytnout) obdarovanému finanční prostředky a obdarovaný tyto finanční prostředky (nebo slib dárce k jejich poskytnutí) přijme.

Pro dárce představuje hodnota daru obecně daňově neuznatelný náklad, avšak s možností odpočtu této částky od základu daně, a to za předpokladu splnění podmínek týkajících se příjemce a účelu daru uvedených v zákoně o daních z příjmů.

V případě, že k předání daných finančních prostředků – ať již v hotovosti, nebo například prostřednictvím bankovního převodu – nedojde při samém aktu darování, je nutné vyhotovit darovací smlouvu v písemné podobě. Ale především s ohledem na případné prokazování poskytnutí daru před finančním úřadem je rozumné darovací smlouvu připravit pro všechny případy dárcovství.

Zákon o daních z příjmů se neomezuje pouze na dary ve finanční podobě. V případě tzv. nepeněžního daru (např. darování majetku společnosti) bývá nejnáročnějším úkolem v praxi doložit jeho hodnotu. U právnických osob se obvykle vychází z daňové zůstatkové ceny odpisovaného majetku či účetní hodnoty ostatního majetku. U fyzických osob se nepeněžní dary zpravidla oceňují jejich tržní cenou. Zákon o daních z příjmů sice explicitně nevyžaduje, aby byl dar oceněn znaleckým posudkem, ale je nezbytné věrohodně prokázat jeho hodnotu. K tomu lze využít různé metody, jako například předložení dokladu o koupi předmětu, srovnání hodnoty s obdobným předmětem na trhu a další. V případech, kdy je obtížné přesně stanovit hodnotu daru, je doporučeno uvažovat o použití znaleckého posudku.

Je možné darovat také vlastní služby. V takovém případě je třeba transparentně ocenit službu na základě její běžné

ceny na trhu. Pro účely hodnocení nepeněžního plnění je pak vhodné uvést tuto hodnotu přímo v darovací smlouvě. Tímto způsobem lze stanovit hodnotu poskytnuté služby a zároveň mít důkaz o hodnotě daru v případě, že by bylo nutné tuto informaci prokázat.

Stinnou stránkou poskytování nepeněžního daru je, především v případě darování různého zboží (ať již spotřebního zboží, nebo majetku dlouhodobějšího charakteru), nemožnost uplatnění nároku na odpočet daně při pořízení takového daru nebo následná povinnost dárce, který je plátcem daně, obvykle odvést DPH z obvyklé ceny daru.

Důležité je uvědomit si, že dobročinnost nemusí být jen záležitostí firmy. I zaměstnanci společností mohou být motivováni k tomu, aby se zapojili do dobročinných aktivit. Firmy mohou vytvořit programy na podporu dobrovolnictví nebo nabídnout zaměstnancům možnost přispět do charitativních fondů či sbírek organizovaných zaměstnavatelem. Zde jsou možné daňové důsledky obvykle komplikovanější. Takové aktivity však nejen posilují firemní kulturu, ale mohou pro zaměstnavatele představovat daňově uznatelné náklady. Tímto samozřejmě možnosti charitativních aktivit společností nekončí.

Příjemce daru

Prostředky lze obecně darovat jak osobám právnickým, tak i fyzickým. Ale zákon o daních z příjmů stanovuje velmi úzký okruh kvalifikovaných příjemců z řad fyzických osob. Dar lze poskytnout fyzickým osobám, které jsou poskytovateli zdravotních služeb nebo provozují školy a školská zařízení a zařízení pro péči o toulavá nebo opuštěná zvířata nebo pro péči o jedince ohrožených druhů živočichů a na financování těchto zařízení. Dále lze dar poskytnout fyzickým osobám, které jsou poživateli invalidního důchodu nebo byly poživateli invalidního důchodu ke dni přiznání starobního důchodu nebo jsou nezletilými dětmi závislými na péči jiné osoby podle zvláštního právního předpisu, na zdravotnické prostředky

nejvýše do částky nehrazené zdravotními pojišťovnami nebo na zvláštní pomůcky podle zákona upravujícího poskytování dávek osobám se zdravotním postižením nejvýše do částky nehrazené příspěvkem ze státního rozpočtu, a také na majetek usnadňující těmto osobám vzdělání a zařazení do zaměstnání.

Naopak u právnických osob je okruh značně širší. Dar může být poskytnut obcím, krajům, organizačním složkám státu nebo i ostatním právnickým osobám. V praxi je tedy výhodné neposkytovat dary přímo konkrétním osobám, ale poskytnout je prostřednictvím příslušné právnické osoby, například neziskové organizace založené za účelem poskytování pomoci.

Přestože obdržení daru může být pro příjemce pozitivním zážitkem, nese s sebou i určité povinnosti, a to nejen z daňového pohledu. Pro příjemce je tedy důležité především zajistit transparentní a odpovědné nakládání s darovanými prostředky. Měl by pečlivě zdokumentovat všechny přijaté dary, ať už finanční, nebo věcné, a informovat dárce o tom, jak byly prostředky či věci využity. Při splnění zákonných podmínek může v některých případech přijatý dar představovat pro příjemce osvobozený výnos, a to především u tzv. veřejně prospěšných

poplatníků, jako jsou například spolky, nadace, nadační fondy nebo veřejné vysoké školy.

Účel daru

Pokud si dárce přeje uplatnit daňový odpočet za svůj finanční příspěvek, je nezbytné, aby byl ve smlouvě jasně deklarován účel, na který má být daný dar využit. Smlouvy proto často obsahují tzv. účelová určení, která stanovují, že obdarovaný využije část nebo celý dar k určitému předem stanovenému účelu.

Tím dárce prokazuje příslušnému správci daně, že dohodnutý účel daru splňuje podmínky stanovené zákonem o daních z příjmů. Alternativou k dosažení možnosti odpočtu od základu daně je taktéž jednostranné potvrzení, které dárce vydá obdarovaný subjekt.

Poskytování finančních a věcných darů není jen o pomoci druhým, ale také o vytváření pozitivního obrazu firmy, svého podnikání a plnění společenské odpovědnosti. Daňové uznatelnosti těchto darů jsou jakýmsi bonusem, který může motivovat i přinášet prospěch dárce a jejich zaměstnancům.

Pro bono

Pro bono je označení pro odborné služby, které jsou organizacím nebo jednotlivcům poskytovány zdarma nebo za zvýhodněných podmínek. Firmy tak mohou podpořit neziskové organizace, charitativní projekty nebo také jednotlivce, kteří odbornou pomoc potřebují, ale nemají dostatek finančních prostředků.

Zároveň pro bono služby představují příležitost pro zaměstnance, kteří mohou rozvíjet své odborné dovednosti a uplatnit své znalosti v rámci sociální odpovědnosti. Možnost věnovat svůj čas a schopnosti pro dobro společnosti může zvýšit jejich motivaci a angažovanost.

Nejčastěji nacházíme pro bono služby v oblasti práva, informačních technologií, marketingu, vzdělávání, finančního poradenství, designu a grafiky.

Poskytování pro bono právních služeb se v rámci své firemní filantropie věnuje i mezinárodní advokátní kancelář Squire Patton Boggs. Při každoročním hodnocení je u každého z advokátů až 100 pro bono hodin postaveno naroveň času stráveného prací pro platící klienty. Vedle toho společnost každý rok oceňuje právníky, kteří pro bono aktivitám věnovali nejvíce hodin. Pražská pobočka firmy poskytla v roce 2023 celkem 932 hodin pro bono právních služeb.

Spolupracovali například s Nadací rodiny Vlčkových v souvislosti s projektem přestavby památkově chráněné usedlosti Cibulka na centrum pediatrické paliativní péče. Mezi jejich další pro bono klienty patří organizace Elixír do škol, Nadační fond Kliniky paliativní medicíny a mnoho dalších.

OPERO – místo pro setkávání i inspiraci



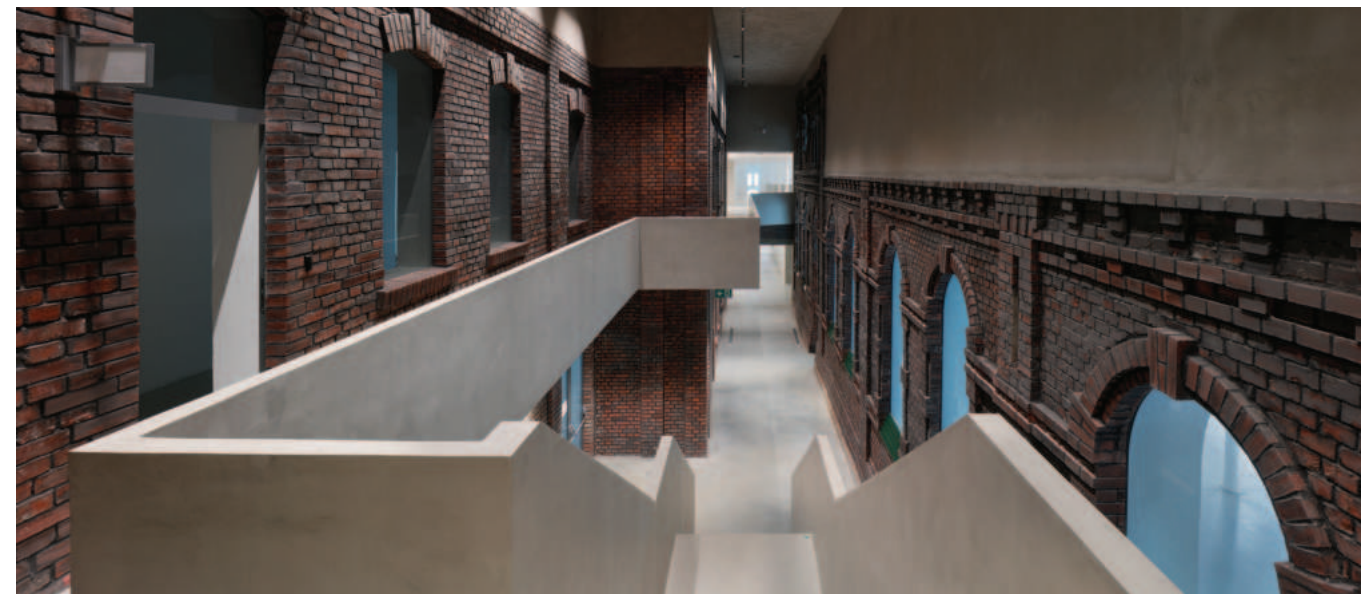
Štencův dům, ve kterém sídlí byznys hub a coworking Opero, byl postaven počátkem 20. století podle návrhu předního architekta Otakara Novotného a stal se ve své době nejmodernějším tiskařským domem ve střední Evropě. Jan Štenc byl členem spolku Mánes a díky tomu se zde scházela řada významných osobností jako Max Švabinský, Jan Štursa nebo Jan Kotěra. Rodila se zde zásadní díla české umělecké historie. Opero nyní na tradici místa navazuje a začíná psát moderní historii Štencova domu.

Za byznys hubem stojí tři zakladatelé, Pavel Bouška, Luboš Černý a Pavel Příklad. Jejich cílem bylo vytvořit prostor pro inspiraci, práci a zároveň místo, kde se budou setkávat profesionálové z různých odvětví, kteří si zde budou předávat své zkušenosti a budovat nová, nejen byznysová, přátelství. Opero se postupně stává melting potem propojujícím světy i komunity. Klade důraz na sdílení zkušeností, dává prostor pro diskuzi, propojuje podnikatele napříč obory.

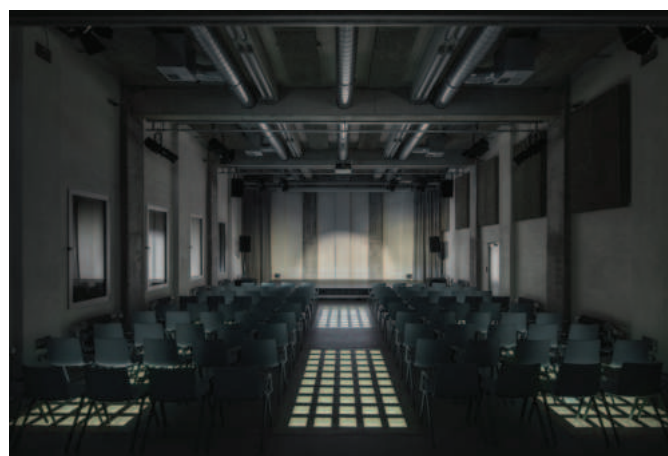
V roce 2020 se s příchodem pandemie začal z Opera stávat kromě byznys hubu také vzdělávací prostor pro podnikatele,

kteří bylo nutné podpořit. Vytvořil platformu DoToho!, jejímž cílem byla právě podpora malých a středních podniků. Od té doby vznikly další programy, do kterých se mohou zapojit podnikatelé v různých fázích podnikání. DoToho! míří na SMEs, za dva a půl roku fungování tato platforma propojila více než pět set podnikatelů s mentory, experty i mezi sebou navzájem. Rychle reagovala také na situaci na Ukrajině v roce 2022, kdy propojovala podnikatele z Ukrajiny s místními podnikateli, a snažila se tak o maximální podporu válečných migrantů v Česku. Dalším programem je Ment2Grow, startupový akcelerační program, který v roce 2023 odstartoval svůj šestý

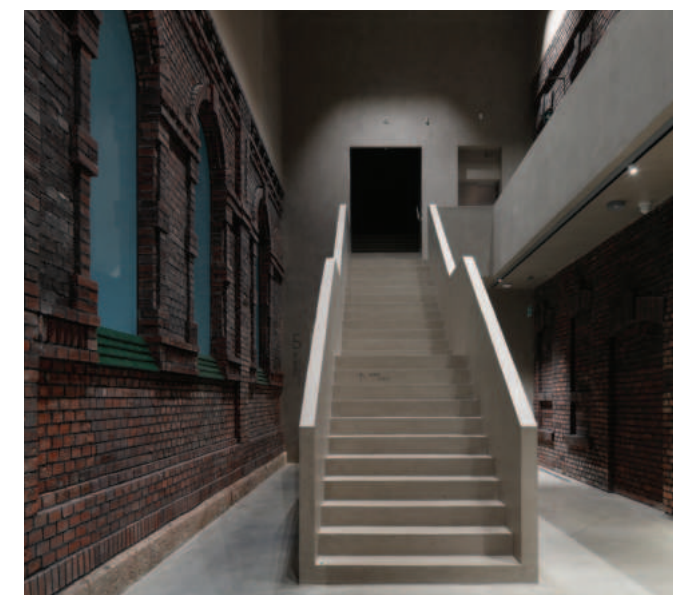
ročník a pracoval na propojení desítek globálně aspirujících firem s klienty a investory. Své první dva běhy úspěšně odpilotoval i program Yodas určený pro majitele firem s více než patnáctiletou praxí, kteří řeší klíčové otázky svého byznysu. Nad rámec vzdělávacích a mentoringových programů se Opero věnuje tématům, která hýbou společností, jako jsou geopolitické výzvy, udržitelnost nebo budoucnost vzdělávání i zdraví. V rámci 2. ekonomické transformace a dalších aktivit se tak snaží o kultivaci české společnosti. Aktuálním projektem jsou Žárovky. Pořad, který představuje „mladé mozky“ a přináší diskuzi o tématech důležitých pro budoucí generace.



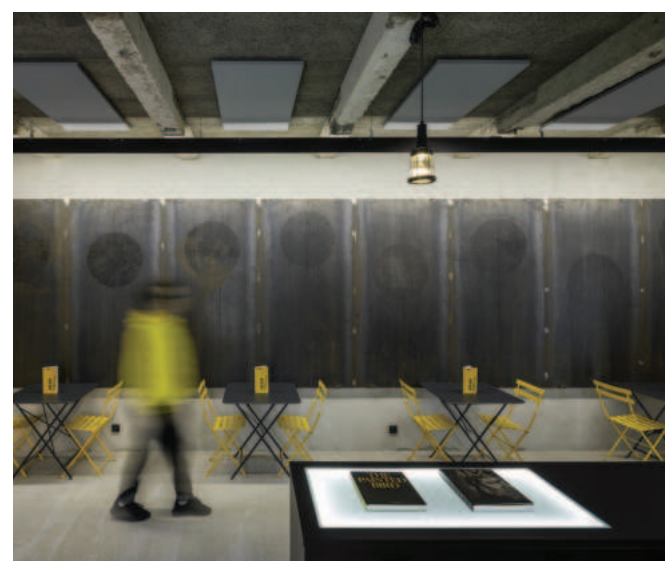
Na následujících stránkách vám přinášíme několik dalších inspirujících rekonstrukcí historických objektů, které byly zachráněny díky místním iniciativám. V současnosti slouží tyto prostory veřejnosti.



Gočárový Automatické mlýny jsou bývalý brownfield jen pár desítek metrů od centra Pardubic. Dnes nová živá čtvrť. Foto: PROKŠ PŘIKRYL ARCHITEKTI



Dříve jatka, dnes PLATO, městská galerie současného umění v Ostravě. Foto: Martin Polák, Matěj Doležel



|| Bývalá trafostanice na pražském Smíchově,
dnes 400 ASA Gallery. Foto: Spolek 400 ASA



|| Budova strojního mlýna v Karlovicích v Jeseníkách
nyní slouží jako Vzdělávací centrum VÍCE.
Foto: Viola Hertlová



„Kdo chce pomoci sobě a jiným, musí opustit dobré, aby mohl vybojovat lepší. Nesmí držeti pevně vrabce v hrsti jen proto, že je lepší než holub na střeše. Bez odvahy ke změně není zlepšení, a tak není ani blahobytu!“

Tomáš Baťa

*Zchátralá budova kdysi významné sklárny se proměnila v Auto moto museum Lučany.
Foto: BoysPlayNice Photography*

Nadace Via

Už více než čtvrt století pomáháme v Česku tvořit místa, kde je radost žít. Naší vizí je společnost, kde stále více lidí jedná svobodně a přijímá odpovědnost za své okolí a kde jsou darování a dobročinnost běžnou součástí života.

Věříme, že předpokladem k tomu, aby Česko bylo sebevědomou a svobodnou zemí, je právě společnost aktivních lidí. Proto je podporujeme granty, konzultacemi na míru a nabídkou vzdělávání. Rozvíjíme také dárcovství a firemní filantropii.

Pokud máte zájem s námi spolupracovat, ozvěte se nám na via@nadacevia.cz nebo se podívejte na www.nadacevia.cz.

