

fundraising

MAGAZYN O FUNDRAISINGU Z MOCĄ

GRUDZIEŃ
2025



Spis treści

Zwiększanie mocy.....	3
Uczestnicy szkolenia „Fundraising Ma Moc”	4
Fundacja Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową	5
Bank Żywności w Olsztynie	6
Fundacja Q MARZENIOM im. Heleny Buli.....	8
Fundacja HAART Poland	11
Fundacja Campus Bemke.....	13
Fundacja Edukacji i Rozwoju FLOW	15
Fundacja Pamięć Ciała.....	17
Fundacja Dar Nadziei.....	18
Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej	20
Fundacja Pura Polska	22
Fundacja Przyszań w Naturze	23
Galeria „Fundraising Ma Moc”.....	25
Zapraszamy cię do członkostwa w PSF	30
Kurs zawodowy	31



POLSKIE STOWARZYSZENIE
FUNDRAISINGU

ul. Szewska 20/4
31-009 Kraków

psf@fundraising.org.pl
tel. +48 698 150 342

KRS 0000256735
NIP 6782996317
REGON 120253047



SPINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM
ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU
FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Zwiększanie mocy

Fundraising to nie teoria z książek, ale praktyka, która zaczyna się od odważnej decyzji – wyjść do ludzi, zaprosić ich do współpracy i zaufać, że wspólnie można zmienić więcej, niż się wydaje. Każdy, kto próbował wie, że to droga pełna emocji – od tremy pierwszej rozmowy z darczyńcą, po ogromną satysfakcję, gdy kampania przynosi realne efekty.

Kurs Fundraising Ma Moc⁵ pokazał to po raz kolejny. Przez cztery intensywne dni 20 uczestników z 16 organizacji z całej Polski uczyło się zasad profesjonalnego fundraisingu i od razu sprawdzało je w praktyce. Nie było teorii oderwanej od rzeczywistości – były prawdziwe kampanie, prawdziwi darczyńcy i prawdziwe emocje. Nad wszystkim czuwali mentorzy, którzy wspierali, podpowiadali i – czasem – powstrzymywali przed błędami.

Efekty? Historie, które znajdziecie w tym numerze. To opowieści o odwadze, o przekuwaniu pomysłów w działanie i o tym, jak wiele można osiągnąć, gdy obok wiedzy pojawia się współpraca, kreatywność i konsekwencja. To także opowieść o relacjach, bo to one są sercem fundraisingu. Relacjach z darczyńcami,

mentorami, a także tych, które zrodziły się między uczestnikami kursu i – wierzymy – przetrwają długo po jego zakończeniu. Każda z tych kampanii to krok do przodu – dla uczestników, ich organizacji i osób, którym pomagają.

Ten numer to nie tylko raport z działań. To zapis procesu uczenia się i dojrzewania – od pierwszych kroków po pogłębianie strategii. To także dowód na to, że gdy łączy nas wspólna misja i otwartość na współpracę, fundraising staje się nie tylko skutecznym narzędziem, ale też źródłem energii, nadziei i zmiany.

Zapraszam do lektury i do czerpania inspiracji z doświadczeń osób, które już wiedzą, że fundraising naprawdę ma moc.

Sylwia Guz
Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu



Uczestnicy szkolenia „Fundraising Ma Moc”

Bank Żywności w Olsztynie
Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej
Fundacja Campus Bemke
Fundacja Dajsobie
Fundacja Dar Nadziei
Fundacja Edukacji i Rozwoju FLOW
Fundacja Follow the Quality
Fundacja HAART Poland
Fundacja Mirabilis

Fundacja Na Ratunek Dzieciom z Chorobą
Nowotworową
Fundacja Pamięć Ciała
Fundacja Polska Wielki Projekt
Fundacja Przystań w Naturze
Fundacja Pura Polska
Fundacja Q MARZENIOM im. Heleny Buli
Stowarzyszenie Pomocy Osobom
Niepełnosprawnym „Bez Barrier”



Fundacja Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową

naratunek.org

Fundraiserka: Daria Trapszo-Drabczyńska

Kampania: Europejskie Onkoigrzyska Dzieci i Młodzieży

Cel: pozyskanie 100 000 zł na organizację Europejskich Onkoigrzysk Dzieci i Młodzieży

Wynik: 133 994 zł



Opis celu

Europejskie Onkoigrzyska Dzieci i Młodzieży to wydarzenie sportowe skierowane do osób w wieku od 7 do 21 lat, które mają status pacjenta onkologicznego na leczeniu podtrzymującym lub Oздrowieńca. Impreza odbyła się 7 czerwca 2025 roku na stadionie lekkoatletycznym Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, łącznie wzięło w niej udział aż 203 zawodników z 12 krajów, takich jak Hiszpania, Polska, Portugalia, Litwa, Czechy, Ukraina, Bułgaria czy Chorwacja. Młodzi sportowcy przeszli test sprawnościowy Eurofit: na podstawie analizy jego wyników naukowcy zbadają, które dyscypliny sportowe oraz metody terapii ruchowej mogą najskuteczniej wspierać leczenie i poprawiać ogólną kondycję pacjentów. Konkurowali także w dyscyplinach lekkoatletycznych, takich jak bieg na 60 metrów, rzut piłeczką palantową czy skok w dal. Głównym celem wydarzenia była promocja aktywności fizycznej jako integralnej części procesu leczenia i rehabilitacji dzieci z chorobami nowotworowymi, a także danie im poczucia, że przebyta choroba nie musi stanowić wykluczenia ani ograniczać ich aktywności.

Opis działań i ich wyniki

- zgłoszenie wniosku o darowiznę do programu „Pomarańczowa Siła”, organizowanego przez Fundację ING Dzieciom – przyznane środki: 10.000 zł;
- wypełnienie wniosku o darowiznę na inicjatywę społeczną Grupy LUX MED – przyznane środki: 12.000 zł;
- wypełnienie wniosku o darowiznę dla osoby prawnej ze środków Fundacji Energa – przyznane środki: 50.000 zł;
- pozyskanie darowizny finansowej od firmy Brose Sitech w wysokości 3.000 zł;
- współpraca z Wydziałem Promocji Miasta i Turystyki Urzędu Miejskiego Wrocławia – ufundowanie przez wydział medali dla uczestników (wartość – około 4.000 zł) oraz przekazanie upominków do pakietów startowych;



- pozyskanie od firmy Kubota darowizny rzeczowej: 190 par kłapek sportowych Kubota o łącznej wartości 11 400 zł;
- pozyskanie od firmy JD Sports darowizny rzeczowej w postaci 200 koszulek, 200 plecaków i 200 czapek z daszkiem o łącznej wartości 43 594 zł.

ROI: 235%

Co się zmieniło w organizacji? (kapitał ludzki – kapitał społeczny – kapitał finansowy)

Dzięki organizacji Onkoigrzysk nawiązaliśmy relacje z instytucjami i organizacjami pacjentskimi z całej Europy, zjednoczonymi wokół tego samego celu – pomocy osobom z doświadczeniem choroby nowotworowej. Na pewno będziemy współpracować jeszcze przy innych projektach, a za dwa lata – przy organizacji drugiej edycji Europejskich Onkoigrzysk.

Wykorzystaliśmy także nowe sposoby pozyskiwania wolontariuszy – we współpracy z Wrocławskim Centrum Rozwoju Społecznego zamieszczaliśmy ogłoszenia na stronach Wolontariat Wrocław, co przyniosło wymierne rezultaty: podczas imprezy pomagało nam w sumie kilkadziesiąt bardzo zaangażowanych osób. Zdywersyfikowaliśmy także metody pozyskiwania środków: kontaktowaliśmy się bezpośrednio z firmami, wyszukiwaliśmy programy grantowe, a także współpracowaliśmy z instytucjami (Wydział Promocji Miasta i Turystyki UM Wrocław, AWF Wrocław, Urząd Marszałkowski).

Czego mnie to nauczyło?

Praca przy organizacji wydarzenia o takim zasięgu jak Onkoigrzyska nauczyła mnie, że klucz do sukcesu to po pierwsze odpowiednio wcześnie zaplanowanie, a następnie konsekwentne realizowanie wszystkich zadań, a po drugie teamwork. Nawet najbardziej inspirującej wizji nie da się zrealizować bez grupy ludzi, którzy posiadają odpowiednie kompetencje (wiedzę, kontakty, umiejętność budowania relacji, motywowania innych, a czasami po prostu samochód i czas, aby coś przewieźć z punktu A do punktu B).



Bank Żywności w Olsztynie

olsztyn.bankizywnosci.pl

Fundraiserka: Aneta Łabanowska

Kampania: Koła do wózka, które zrobią różnicę (zamiast smug)

Cel: 3 340 zł na 4 nowe opony do wózka widłowego

Wynik: 3 961 zł

Bank Żywności
w Olsztynie



Białe opony i czysty zysk – historia jednej (nie) zwykłej zbiórki

Nie każda kampania fundraisingowa musi ratować życie, by była ważna. Przekonaliśmy się o tym w Banku Żywności w Olsztynie, gdy z pozoru drobna potrzeba okazała się kluczowa dla naszej codziennej pracy, bezpieczeństwa i... świętego spokoju.

Kim jesteśmy?

Od lat ratujemy żywność przed zmarowaniem i przekazujemy ją tym, którzy najbardziej jej potrzebują. W 2024 roku uratowaliśmy ponad 2 000 ton jedzenia, które trafiło do ponad 70 000 osób w regionie – dzieci, seniorów, uchodźców, osób z niepełnosprawnościami i rodzin w trudnej sytuacji. To ogromna

logistyka – magazyny, transporty, firmy, partnerzy i wolontariusze, ale też ogromna odpowiedzialność – za jakość, higienę i bezpieczeństwo żywności.

Problem, który wydawał się błahy

Pod koniec 2023 roku przenieśliśmy się do nowoczesnego, przestronnego magazynu – wreszcie idealnie dopasowanego do naszych działań. Szybko jednak pojawił się niespodziewany problem: wózek widłowy, którym codziennie przewozimy palety, ma czarne opony zostawiające trudne do usunięcia ślady na jasnej posadzce. W zwykłym magazynie to detal. W naszym – gdzie obowiązują rygorystyczne normy sanitarne – poważne wyzwanie. Ślady trzeba było usuwać silną chemią, a ta w przestrzeni z żywnością to zawsze ryzyko.

Rozwiązanie? Proste: cztery białe, niebrudzące opony. Koszt: 3 340 zł.

Kwota niewielka, ale właśnie taką najtrudniej zdobyć – zbyt mała na granty, niepasująca do unijnych projektów, a w codziennym budżecie zawsze znajdują się pilniejsze wydatki.

Plan A – fundraisingowy debiut

Pomysł na kampanię narodził się podczas kursu Fundraising Ma Moc⁵, gdzie zadanie brzmiało: zebrać minimum 2 500 zł na dowolny cel.

Plan A zakładał wewnętrzną zrzutkę. Szybko przygotowaliśmy mailing: jasny, konkretny, z opisem potrzeby, zdjęciami i linkiem do zrzutki. Wysłaliśmy go do 35 osób. Odpowiedzi były zróżnicowane. Część osób włączyła się z entuzjazmem, inne miały wątpliwości. Niektórzy pytali wprost: „Budujemy nowoczesny magazyn za kilka milionów, a teraz zbieramy na opony?”. I trudno im się dziwić – z ich perspektywy taka prośba mogła wyglądać niespójnie.

Dziś widzimy, że wewnętrzny fundraising wymaga nie tylko jasnego celu, ale i kontekstu. Potrzebny jest czas na rozmowę i wyjaśnienie, dlaczego takie „drob-

ne” potrzeby wypadają poza duże budżety i dlaczego warto wspólnie o nie zawalczyć. To była cenna lekcja. Nie o braku hojności, ale o znaczeniu komunikacji i wspólnym rozumieniu sensu zbiórki.

Plan B – wyjście na zewnątrz

Po kilku dniach postanowiliśmy wyjść poza nasz zespół. W ruch poszły posty na Facebooku, baner na stronie, wiadomości do przyjaciół i znajomych. Zadziałało – w zrzutce internetowej zebraliśmy 621 zł. Mało? Może i tak – ale właśnie te działania promocyjne przyniosły przełom.

Niespodziewany finał

Po kilkunastu dniach odezwała się do nas zaprzyjaźniona firma motoryzacyjna. Zobaczyli post i... zdecydowali się pokryć całość kosztów zakupu i montażu opon. Opony zostały zamówione, a jesienią wózek widłowy zacznie jeździć bez zostawiania śladów. Efekt? Mniej chemii, czystszy magazyn, łatwiejsza praca – a wszystko to dzięki kampanii, która miała być tylko „zadaniem domowym”.



Efekt w liczbach:

- cel kampanii: 3 340 zł
- zebrane w zrzutce: 621 zł
- darowizna rzeczowa: 3340 zł
- koszty osobowe kampanii: 400 zł
- wartość uzyskana: 3 961 zł
- ROI: 890% – każda zainwestowana złotówka pracy przyniosła 8,90 zł efektu

Czego się nauczyliśmy?

Teraz już wiemy, że:

- widoczność jest kluczem – to sponsor znalazł nas, a nie my jego;
- lokalni partnerzy chętniej finansują bieżące potrzeby, jeśli tylko jasno je pokażemy;
- wewnętrzne kampanie potrzebują czasu, rozmowy i kontekstu;
- różne kanały to większa szansa na sukces – nawet jeśli początkowo miały być tylko planem B.

Na zakończenie

Białe opony to może nie rewolucja, ale dzięki nim nasz magazyn stanie się czystszy, bezpieczniejszy, bardziej efektywny. Dla nas to dowód, że każda kampania,



nawet najmniejsza, ma potencjał, by stać się czymś więcej. Bo fundraising nie zawsze musi zmieniać świat. Czasem wystarczy, że rozwiąże konkretny problem i ułatwi codzienną pracę.

Fundacja Q MARZENIOM im. Heleny Buli

qmarzeniom.pl

Fundraiserki: Katarzyna Gajowa, Kinga Jaruga

Kampania: Budzimy do życia kobiety po raku. Warsztaty z mocą.

Cel: 5 000 zł na organizację „Warsztatów z MOCA” dla kobiet po chorobie nowotworowej

Wynik: 6 021 zł

Jak Fundacja Q Marzeniom odkryła, że fundraising to nie zbiórki

Fundacja Q Marzeniom im. Heleny Buli istnieje od 2020 roku. W tym czasie przeprowadziła mnóstwo akcji – programy stypendialne dla dzieci z terenów wiejskich, konferencje rozwojowe dla kobiet, bale charytatywne i przede wszystkim „Warsztaty z MOCA” – wyjazdowe spotkania dla kobiet po chorobie nowotworowej. Od początku działała szeroko: trochę dla dzieci, trochę dla kobiet, trochę „dla wszystkich”. Z zewnątrz wyglądało to imponująco, ale w praktyce trudno było zrozumieć, czym

naprawdę się zajmuje. Perfekcyjnie przygotowane wydarzenia, świetne opinie uczestniczek, ogromne zaangażowanie zaledwie kilkusobowego zespołu. Problem w tym, że pod naprawdę efektowną fasadą krył się brak fundamentów.

Struktura – kto za co odpowiada

Dotąd fundacja działała trochę jak grupa pasjonatów: wszyscy robili wszystko, każdy brał na siebie kolejne zadania. To działało przy mniejszych akcjach, ale przy większej skali rodziło chaos i wymagało od zespołu zaangażowania na 200%, co na



QMARZENIOM
FUNDACJA IM. HELENY BULI



dłuższą metę było wyczerpujące. Dlatego zdecydowano o zmianach:

- powołano dyrektora Fundacji, który odpowiada za strategiczny kierunek;
- wyłoniono project managera, który prowadzi konkretne działania i pilnuje logistyki;
- wprowadzono zmiany w zarządzie, rozdzielając role i odpowiedzialności.

Efekt? Zamiast gaszenia pożarów – praca zespołowa z jasno określonymi zadaniami.

Pierwsza refleksja

Już na pierwszej konsultacji w trakcie kursu Fundraising Ma Moc⁵, padło pytanie, które zabolalo: „Jak można się skontaktować z Waszą patronką?”. Problem w tym, że patronka Fundacji nie żyje od lat. Strona internetowa o tym nie wspominała. To pytanie stało się symbolem – nagle okazało się, że wiele rzeczy, które wydawały się działać, tak naprawdę nie miały prawa się „spinać”. Fundacja działała „projektowo”: akcja po akcji, każda udana, ale bez wspólnego mianownika i szansy na skalowanie. Atrakcyjna strona internetowa była miła dla oka, ale nie odpowiadała na pytanie: kim jesteście, komu pomagacie, dlaczego warto was wspierać?

Strona internetowa – wizytówka, która działa

Stara strona była atrakcyjna wizualnie, ale chaotyczna i nie realizowała żadnego fundraisingowego celu. Po przebudowie:

- pojawiły się dwie główne ścieżki – dla osób, które szukają wsparcia (kobiety i dzieci) oraz dodatkowa dla darczyńców;
- dodano dedykowaną zakładkę dla przyjaciół Fundacji, pokazującą, jak można się zaangażować;
- ujednolicono kolory, czcionki i język komunikacji, by od razu było widać, że to profesjonalna organizacja;

- zadbano o prostą ścieżkę darowizny – bez zbędnych kliknięć, z jasnym przekazem.

Odkrycie wspólnej tożsamości

Przełomem było spojrzenie na historię patronki. To ona łączyła dwa światy: kobiety i dzieci. Widziała w dzieciach przyszłość, a w edukacji – narzędzie zmiany świata. Jednocześnie rozumiała, że nie będzie szczęśliwych dzieci, jeśli ich mamy nie będą silne i spełnione. W tym jednym zdaniu zmieściła się misja Fundacji. Dzięki temu powstały dwa czytelne filary działalności – wsparcie kobiet i wsparcie dzieci.

Ta klarowność pozwoliła:

- mówić jednym głosem we wszystkich kanałach;
- przygotować spójne materiały dla darczyńców;
- uniknąć rozpraszania się na projekty „poboczne” – zwłaszcza te nierentowne i te, które zamiast budować rozpoznawalność naszej organizacji koncentrowały się na wsparciu zaprzyjaźnionych organizacji.

Warsztaty z mocą, czyli cel naszej kampanii

„Warsztaty z mocą” były wizytówką Fundacji od samego początku. Dziewięć edycji, we współpracy z lokalnym hospicjum – trzydniowe wyjazdy pełne spotkań z psychologami, coachami, arteterapeutami, stylistami. Wyjątkowy czas dla kobiet po chorobie nowotworowej, które wracały do życia i pracy. Ale był problem: formuła była zamknięta. Brakowało przestrzeni dla kobiet spoza jednej organizacji. Nie było szans na włączenie darczyńców czy partnerów.

Dlatego zrobiliśmy odważny krok – otworzyliśmy projekt na całą Polskę:

- opracowaliśmy landing page poświęcony warsztatom;
- powstał ogólnopolski formularz zgłoszeniowy;
- powołaliśmy Radę Warsztatów z ekspertami z różnych dziedzin;
- przygotowaliśmy Case for Support, który jasno pokazywał, dlaczego warto inwestować w ten projekt.

Z hermetycznego projektu powstała ogólnopolska kampania, będąca przedmiotem pierwszej kampanii fundraisingowej.

Największa lekcja: fundraising to relacje

Przez lata byliśmy przekonani, że nie wypada prosić o pieniądze. Dlatego współpraca z biznesem od zawsze przypominała sponsoring: wsparcie w zamian za zestaw świadczeń. Dopiero w trakcie kursu



zrozumieliśmy, że fundraising to nie transakcje, ale relacje, że darczyńca to nie „sponsor”, ale ktoś, kto chce być częścią naszej misji. Dlatego zamiast katalogu zobowiązań zaczęliśmy opowiadać historie kobiet, które dzięki warsztatom odzyskały siłę. Zamiast mówić „kup pakiet sponsora”, zaczęliśmy pytać: „Chcesz być częścią tej zmiany?”. Pierwsze kroki były nieśmiałe – zrzutka online, prospecting do firm, opracowanie założeń dla „systemu podziękowań” dla darczyńców. Efekt? Coś znacznie więcej niż wypełnienie paska na zrzutce. Trzykrotnie zresztą zwiększaliśmy jej cel – z 2500 zł, na 5000 i 6000 zł.

Co się zmieniło?

- Misja – uporządkowana i klarowna: wspieramy kobiety i dzieci, bo jedno nie istnieje bez drugiego.
- Struktura – pojawił się dyrektor, project manager, zmiany w zarządzie.
- Strona internetowa – czytelne ścieżki, wyeksponowana oferta dla darczyńców, spójne kolory i narracja.
- Fundraising – od sponsoringu do darczyńców, od transakcji do relacji.

Czy to się opłaciło?

Sam udział w kursie był trudną decyzją, bo zamiast realizować zaplanowane inicjatywy, trzeba było na dobre kilka tygodni zatrzymać się i popracować nad fundamentami. Równowartość wynagrodzeń 2 osób nie była ogromnym kosztem, ale dla małego zespołu oznaczało wybór: mniej akcji, więcej pracy koncepcyjnej. Na kurs wysłaliśmy dwie kluczowe osoby w organizacji. To okazało się strzałem w dziesiątkę – mogliśmy patrzeć na zadania z różnych perspektyw, uzupełniać swoje talenty i odbijać od siebie pomysły. Wspólnie przepracowaliśmy misję, wizję i wartości, a mentorzy pomagali nam korygować

każdy krok. Pierwsze darowizny online pokazały, że zmiana sposobu działania i komunikacji działa, a rozmowy z biznesem nabrały zupełnie nowej jakości.

Nasza lekcja dla innych

Najważniejsze odkrycie? Fundraising nie zaczyna się od zbiórki, kampanii czy ładnych grafik. Zaczyna się od tożsamości. Dopiero gdy odpowiedzieliśmy sobie na pytanie, kim jesteśmy i dlaczego to robimy, mogliśmy zaprosić darczyńców do współpracy. Inwestycja w kurs i porządkowanie działań już się zwróciła – bo każda kolejna kampania fundraisingowa ma teraz solidne fundamenty i jasny przekaz, który działa. „Warsztaty z MOCĄ” są symbolem tej zmiany. Z projektu dla kobiet z jednej organizacji stały się programem dla kobiet z całej Polski. Z zamkniętej inicjatywy – otwartą kampanią. Z akcji finansowanej z wysiłku kilku osób – przestrzenią, do której darczyńcy chcą dołączać.

#WARSZTATY Z MOCĄ
PRZYWRACAMY DO ŻYCIA
KOBIECY PO CHOROBY
NOWOTWOROWEJ

Cel zrzutki
5 000 zł

Budzimy do życia. Pomożesz?

Wyobraź sobie Jolę albo Kasię. Kobiety, które po zakończeniu chemii mówią o tym, że zachorowały na raka po to, by się zatrzymać. Ty też masz taką kobietę w swoim otoczeniu. Statystycznie. Bo te są nieubłagane. Ok. 1 na 8 kobiet w Polsce zachoruje na nowotwór piersi. Tym, które wyzdrowiały możesz pomóc.

Zeskanuj kod qr aparatem telefonu lub wejdź pod adres
<https://zrzutka.pl/c78gez>

Fundacja HAART Poland

haartpoland.org

Fundraiserka: Ewa Czaja

Kampania: Nie czekaj, aż zniknę – naucz mnie bronić się przed złem!

Cel: zebranie do 30 czerwca 2025 r. 10 000 zł na prowadzenie Klubów Praw Dziecka w Nairobi

Wynik: 4 671 zł



Opis organizacji

W Fundacji HAART Poland (wraz z Fundacją HAART Kenya) wspieramy walkę z handlem ludźmi w Afryce, ze szczególnym uwzględnieniem Kenii. Prowadzimy kompleksową pomoc dla ofiar współczesnego niewolnictwa, zapewniając im schronienie, opiekę medyczną, psychologiczną, prawną oraz edukację i szkolenia zawodowe. Angażujemy się także w działania prewencyjne i edukacyjne mające na celu zwiększenie świadomości społecznej na temat współczesnego niewolnictwa oraz zapobieganie temu procederowi.

Opis celu

Kluby Praw Dziecka prowadzone przez Fundację, będące przedmiotem kampanii, działają w najuboższych dzielnicach Nairobi. Uczą najmłodszych o ich wartości i prawach oraz chronią przed handlem ludźmi. Dzieci dowiadują się, jak unikać zagrożeń, mają okazję organizować własne kampanie informacyjne oraz brać udział w wydarzeniach szkolnych i obchodach ważnych dni, takich jak Światowy Dzień Walki z Pracą Dzieci. Dzięki temu nie tylko podnoszą świadomość wśród rówieśników, lecz także angażują rodziców, nauczycieli i całą społeczność. Wsparcie dla

klubów obejmuje materiały edukacyjne oraz opiekę moderatorów w szkołach.

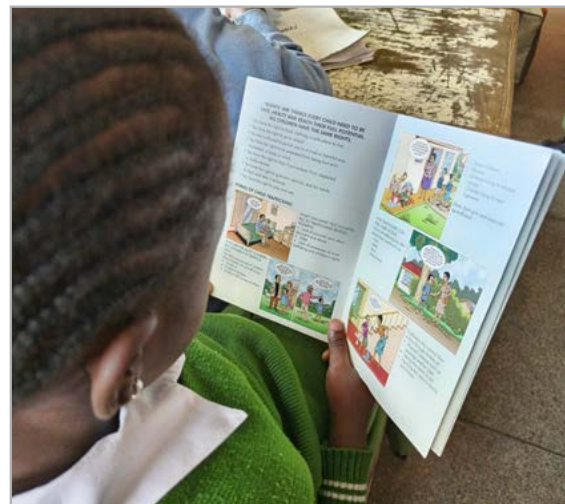
Opis działań i ich wynik

Działania podjęte w ramach kampanii:

- utworzenie podstrony dedykowanej projektowi Kluby Praw Dziecka haartpoland.org/kluby-praw-dziecka;
- przygotowanie komunikacji w Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn) spójnej z tematem kampanii na cały czas trwania kampanii (3 publikacje tygodniowo przez cały czerwiec);
- założenie zbiórki na portalu crowdfundingowym zrzutka.pl oraz włączenie płatnej promocji;
- wysłanie do kilku influencerów (podróżników, osób związanych z Afryką) próśb o wsparcie w rozpowszechnieniu zbiórki.

Wyniki w ostatnim dniu zbiórki – 30 czerwca 2025 r.:

- zebrana kwota: 4 671 zł;
- liczba darczyńców: 50;
- średnia wpłata: 93,42 zł.



Czego mnie to nauczyło?

Kurs Fundraising Ma Moc⁵ uświadomił mi, jak istotne jest staranne planowanie każdego etapu kampanii, aby zapewnić jej skuteczność, oraz że przez cały czas trwania zbiórki należy prowadzić intensywne działania informacyjne, które podtrzymują zainteresowanie darczyńców. Podczas części

stacjonarnej szkolenia miałam wiele okazji do praktycznego przećwiczenia różnych sytuacji, z jakimi spotyka się fundraiser oraz do zweryfikowania obszarów wymagających poprawy, aby w bezpośrednim kontakcie z potencjalnym darczyńcą być bardziej przekonującą.



**Nie czekaj, aż zniknę – naucz mnie
bronić się przed złem!**

Fundacja Campus Bemke

campusbemke.pl

Fundraiserka: Katarzyna Ostrowska

Kampania: *Twoja decyzja, ich przyszłość.*

Cel: *wdrożenie nowego narzędzia fundraisingowego – darowizn testamentowych*



Kim jesteśmy?

Fundacja Campus Bemke to projekt stworzony z myślą o kolejnych pokoleniach – miejsce, w którym edukacja, kultura, sport i rozwój duchowy spotykają się w harmonii z naturą i lokalną społecznością. Naszą wizją jest zapewnienie dzieciom i młodzieży dostępu do edukacji na najwyższym światowym poziomie, tak aby mogły świadomie i odpowiedzialnie budować swoją przyszłość służąc innym. Fundacja powstała dzięki porozumieniu Fundacji TDJ oraz księży Pallotynów i rozwija się krok po kroku, w duchu długoterminowej inwestycji, która przez kolejne dziesięciolecia ma służyć dzieciom, młodzieży i całej społeczności Wadowic i okolic.

O kampanii

Każdy z nas zostawia po sobie ślad. To, co robimy dziś może mieć wpływ na życie przyszłych pokoleń – liderów jutra. Kampania „Twoja decyzja, ich przyszłość” to zaproszenie do wyjątkowego gestu – uwzględnienia Fundacji Campus Bemke w swoim testamencie. Dzięki darowiznom testamentowym nasza fundacja może planować długofalowe działania inwestycyjne jedyne takiego w Polsce kampusu edukacyjnego dla dzieci w wieku 3 - 19 lat. To forma wsparcia, która nie wymaga natychmiastowych kosztów, a może przynieść ogromne dobro w przyszłości. Testament to nie tylko dokument prawny – to wyraz wartości, troski i nadziei. To dokument, o którego spisaniu nie myślimy wchodząc w dorosłość czy będąc

w kwiecie wieku, bo temat śmierci wydaje się odległy. A jest to dokument, który z łatwością możemy sporządzić w każdym czasie i czerpać już teraz satysfakcję z pomagania. Przekazując część swojego majątku na cele, które są bliskie darczyńcom, zostawiają oni po sobie coś więcej niż wspomnienie – zostawiają realną zmianę. Ich dobro będzie trwać dłużej niż życie.

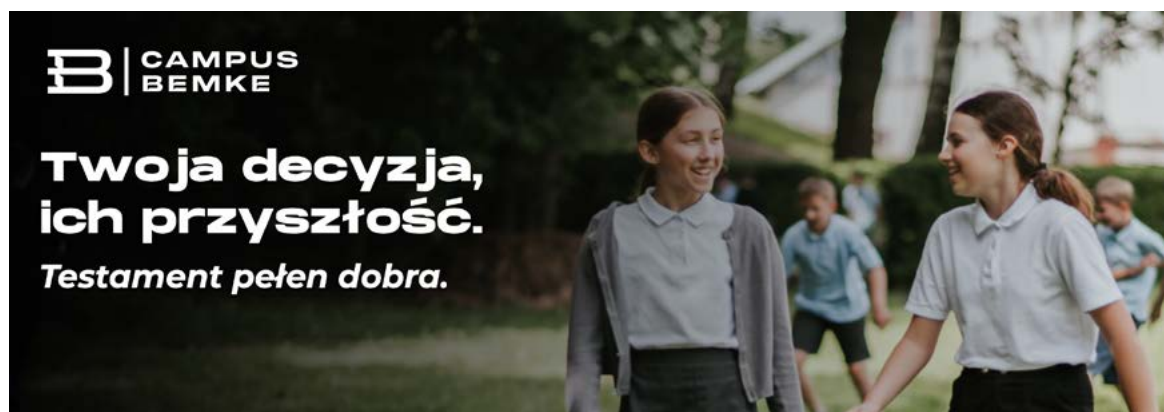
Problem, który rozwiązujemy

- Mnogość przepisów i obawa przed wysokimi kosztami sporządzenia testamentu

Testament sporządza tylko ok. 13% Polaków, mimo że obowiązujące w Polsce przepisy prawa dają wiele możliwości w zakresie jego rodzajów i każdy zainteresowany ma możliwość wyboru idealnego rozwiązania dla siebie. Testamenty holograficzne – spisane własnoręcznie, nie generują żadnych kosztów, natomiast koszt testamentu notarialnego – sporządzonego u notariusza, jeżeli dokument będzie zawierał jedynie powołanie do spadku, wyniesie 50 zł netto (61,50 zł brutto) plus opłata za ewentualny wypis. Koszty sporządzenia testamentu u notariusza wynoszą od niespełna 100 do 300 złotych.

- Testament postrzegany jako dokument, który sporządza się tuż przed śmiercią

Badania przeprowadzone w Wielkiej Brytanii pokazują, że w okresie dorosłego życia jedynie trzy na dziesięć osób sporządza testament. Odsetek ten rośnie wraz z wiekiem – ostatecznie średnio pięć na dziesięć osób decyduje się na taki krok. Mimo to





każdego roku dziesiątki tysięcy ludzi umierają jako intestaci, czyli bez testamentu, pozostawiając majątek o łącznej wartości bliskiej 4 miliardom funtów. W takich przypadkach to prawo decyduje, komu i w jakiej wysokości przypadnie ich mienie.

- Negatywny PR zapisu w testamencie

Publiczne postrzeganie idei przekazywania pieniędzy na szczytne cele w testamencie wciąż jest raczej negatywne. Tymczasem zmiana nastawienia społeczeństwa do darowizn testamentowych mogłaby przynieść ogromne korzyści – nie tylko organizacjom non-profit, lecz także uniwersytetom, szpitalom, instytucjom kultury i wielu innym wartościowym inicjatywom. Warto podkreślać, że zapis testamentowy na rzecz organizacji nie oznacza przekazania im całego majątku kosztem spadkobierców ustawowych. Sama idea pozostawienia po sobie dobra poprzez testament powinna być szeroko promowana i stać się naturalną częścią naszej kultury. Jak dotąd jednak tak się nie stało.

- Brak wiedzy o darowiznach testamentowych w NGO i gotowej ofercie

Z raportu „Kondycja organizacji pozarządowych 2024” wynika, że darowizny testamentowe nie zostały ujęte w badaniu fundraisingu polskich fundacji – przede wszystkim ze względu na ich znikomą skalę. Jak dotąd jedynie 13 fundacji w Polsce przygotowało skuteczną kampanię zachęcającą do zapisów testamentowych. Warto jednak zaznaczyć, że ponad połowa organizacji (55%) deklaruje chęć utrzymania działalności na dotychczasowym poziomie.

Cel kampanii

W Wielkiej Brytanii organizacje non-profit w dużym stopniu polegają na dochodach z zapisów testamentowych. Stanowią one około jedną trzecią wszystkich dobrowolnych wpłat i przewyższają łączne wpływy z grantów rządowych oraz innych darowizn. Co roku zapisy testamentowe na rzecz organizacji

non-profit sięgają tam niemal 1,4 miliarda funtów. To pokazuje, że również w Polsce istnieje ogromny potencjał w tym obszarze. Wielu darczyńców z chęcią przeznaczyłoby część swojego majątku na ulubiony szczytny cel – pod warunkiem, że zostaną o to poproszeni. Zaangażowanie i potrzeba dzielenia się, które dziś odczuwają tylko nieliczni, powinny stać się normą. W pozostawianiu po sobie żywej spuścizny nie ma nic elitarnego. Co więcej, nie chodzi o przekazanie całego majątku – ale o wsparcie w określonej kwocie lub procencie, zgodnie z wolą darczyńcy i z poszanowaniem praw jego najbliższych.

Korzyści z prawidłowo spisane testamentu:

- upraszcza postępowanie spadkowe i skraca czas oczekiwania na spadek;
- ułatwia podział spadku;
- oszczędza bliskim problemów z ustaleniem prawowitych spadkobierców i kolejności dziedziczenia;
- pozwala uniknąć wielu nieporozumień i kłótni rodzinnych;
- umożliwia obdarowanie osób lub organizacji spoza kręgu ustawowych spadkobierców;
- zapobiega przepadnięciu spadku na rzecz gminy lub Skarbu Państwa, jeśli spadkodawca nie ma następców prawnych.

Tak, mam testament.

Jak można pomóc?

- darczyńca może przekazać Fundacji Campus Bemke dowolną kwotę pieniężną lub wskazać przez siebie rzecz i zobowiązać swoich spadkobierców do ich przekazania;
- darczyńca może powołać Fundację Campus Bemke do spadku



wspólnie z innymi osobami, którym chce przekazać swój majątek;

- darczyńca może ustanowić Fundację Campus Bemke swoim jedynym spadkobiercą, jeżeli nie ma komu przekazać części swojego majątku lub gdy jest to wspólna decyzja podjęta z jego najbliższymi;
- darczyńca może uposażyć Fundację Campus Bemke w polisie na życie (w całości lub części).

Podjęte działania:

- produkcja filmu promującego kampanię zgodnie z opracowanym scenariuszem – testament dla osób w każdym wieku. Pokaz premierowy filmu 27 września 2025;
- pozyskanie patronów kampanii i ambasadorów, nagranie testimoniali – w toku;
- opracowano dokumenty: zasady honorowania darczyńcy, one pager i wzór testamentu, folder informacyjny, projekt podstrony www, plan komunikacji w social mediach, materiały promocyjne (drukowane, elektroniczne, branding produktów);
- prospecting, fundraising relacji – w toku;
- cykl darmowych warsztatów ze sporządzania testamentów (od 2026 rok);

- darmowy webinar (nagrany i zamieszczony na stronie www);
- zmiana struktury organizacji Biura Filantropii i Rozwoju - opiekun projektu legacy.

Koszty

Działanie	Koszt brutto (PLN)
Film promujący kampanię	5 000
Testimonialie	2 000
Wdrożenie planu komunikacji	1 500
Materiały promocyjne	2 500/ rok
Koszt 3 warsztatów	1 500/ rok
Koszt webinaru	500
Testimonial	1 000/ rok
ŁĄCZNIE	14 000

Roczny cel finansowy: 500 000,00 PLN

ROI: rok 1: 3 471,43%, rok 2 i następne: 9 900%

Fundacja Edukacji i Rozwoju FLOW

fundacja-flow.pl

Fundraiserka: Elżbieta Wietecha

Kampania: *Survival FLOW*

Cel: *pozyskanie 10 000 zł na wyjazd wakacyjny*

Wynik: *11 301 zł*

Opis organizacji

Fundacja Edukacji i Rozwoju FLOW działa na rzecz wspierania dzieci, młodzieży i rodzin w kryzysie poprzez działania profilaktyczne, przeciwdziałanie przemocy i uzależnieniom oraz tworzenie bezpiecznej przestrzeni do rozwoju, edukacji i budowania zdrowych relacji. Wzmacniamy lokalną społeczność opierając nasze działania na empatii, współpracy i odpowiedzialności. Prowadzimy dwie placówki: Rodzinne Centrum RAZEM – specjalistyczną placówkę wsparcia dziennego obejmującą świetlicę środowiskową dla dzieci i klub młodzieżowy, gdzie oferujemy socjoterapię, warsztaty umiejętności społecznych i wychowawczych oraz Kwidzyńską Poradnię Pro-

filaktyczną – poradnię psychologiczną dla dzieci, młodzieży i dorosłych, gdzie prowadzimy konsultacje, psychoterapię indywidualną i rodzinną.

Opis celu

Pierwotnie celem kampanii miało być zebranie 350 000 zł na kapitał żelazny Fundacji. Jednak podczas pierwszych konsultacji z mentorem zrozumiałam, że tak duże przedsięwzięcie wymaga lepszego przygotowania. Zdecydowałam się więc na zmianę celu i wybrałam zadanie bardziej konkretne i realne – zebranie 10 000 zł na organizację wakacyjnego wyjazdu dla dzieci w wieku 8–16 lat na leśny biwak survivalowy w Powiatowym Centrum Młodzieżowym w Garczynie. Dla wielu z tych



dzieci była to jedyna okazja na wakacyjny wyjazd. Udział w biwaku dawał im nie tylko niezapomniane przeżycia – nocne podchody, naukę pływania kajakiem, wspinaczkę na drzewa czy praktyczne lekcje przetrwania w lesie – ale także możliwość integracji i budowania relacji z rówieśnikami. Co równie ważne, wyjazd wzmacniał ich pewność siebie, poczucie sprawczości i uczył współpracy w grupie.

Opis działań i ich wyniki

Pierwszym krokiem było uruchomienie zbiórki Surwiwal FLOW na portalu pomagam.pl. Wsparło ją 92 darczyńców, łącznie przekazując 6 801 zł. Średnia wpłata wyniosła 73,92 zł. Początkowo darczyńcami byli pracownicy Fundacji oraz ich rodziny i znajomi, a następnie – osoby spoza tego kręgu. Stało się to możliwe, gdy zaczęłam szerzej opowiadać o biwaku i prowadzonej zbiórce, także podczas spotkań służbowych. Podczas jednego z takich spotkań w Urzędzie Miasta w Kwidzynie dowiedziałam się o możliwości uzyskania dofinansowania na ten cel. W kolejnym kroku Fundacja złożyła wniosek, który zakończył się przyznaniem dotacji celowej w wysokości 4 500 zł na organizację biwaku.

Czego mnie to nauczyło?

Po pierwsze, że warto mówić o Fundacji i jej działaniach nawet przy okazji. To jest podstawa skutecznego fundraisingu. Po drugie, że nasz wizerunek i tożsamość cyfrowa są ważne. Musimy ujednolicić grafikę, poprawić naszą stronę internetową i uporządkować informacje na Facebooku, bo to wpływa na większe zaufanie do organizacji. Po trzecie, że przygotowanie kampanii na zebranie kapitału żelaznego dla Fundacji będzie wymagało przygotowania dobrego planu. Dzięki szkoleniu mam już wiedzę, zamierzam jednak mocniej zgłębić ten temat, by była to przemyślana i skuteczna kampania.



6 801 zł z 10 000 zł (Cel)

Wpłaciły 92 osoby

Wpłać teraz

Udostępnij

84 udostępnienia



FUNDACJA EDUKACJI I ROZWOJU

Fundacja Pamięć Ciała

pamiecciala.pl

Fundraiserki: Marta Drogi, Joanna Tadzik

Kampania: Dobrze o demencji

Cel: produkcja i rozpowszechnianie filmów instruktażowych dla opiekunów osób w demencji

Wynik: 8 600 zł

Opis organizacji

Fundacja Pamięć Ciała działa od marca 2025 roku. Jej celem jest wspieranie opiekunów prywatnych i instytucjonalnych osób dorosłych zależnych, chorujących na demencję. Fundacja narodziła się ze startupu, w ramach którego powstała innowacja społeczna „Pamięć ciała osób z demencją” - metoda komunikacji z osobami w demencji, wspierająca osoby chore oraz ich opiekunów. Obecnie działania Fundacji skupiają się wokół prowadzenia warsztatów wytnieniowych dla opiekunów, szkoleń dla opiekunów instytucjonalnych, propagowania metody i chusty terapeutycznej Balansera®. W przyszłości Fundacja ma w planach stworzenie ośrodka wytnieniowego dla opiekunów i ich podopiecznych na Mazowszu.

Opis celu

Przystępując do szkolenia planowałyśmy zebrać środki na warsztaty wytnieniowe dla opiekunów. W trakcie pracy z mentorem zdecydowałyśmy się jednak zmienić cel – postanowiłyśmy pozyskać fundusze na pilotaż kampanii edukacyjno-społecznej „Dobrze o demencji”, która ma być początkiem szerszej zakrojonych działań.

Kampania obejmuje trzy filmy eksperckie dotyczące:

- kwestii dbania o zdrowie psychofizyczne opiekunów;
- dobrostanu finansowego;
- komunikacji z osobą żyjącą z demencją.

Dzięki tej zmianie mogliśmy działać bardziej przekonująco i skutecznie w naszych działaniach fundraisingowych.

Efekty

Udział w kursie Fundraising Ma Moc⁵ przełożył się nie tylko na efekt finansowy – udało się zebrać 8 600 zł przy wsparciu 37 darczyńców – ale przede wszystkim na zdobycie praktycznej wiedzy w dziedzinie fundraisingu. Dzięki założonej zbiorce dowiedzieliśmy się, jak ogromne znaczenie mają relacje,

trafnie dobrany cel oraz umiejętne wykorzystywanie kapitału społecznego. Niezwykle cenne dla nas było także uczenie się od innych uczestników. W trakcie kursu nawiązałyśmy kontakty z osobami decyzyjnymi w firmie farmaceutycznej i w portalu sprzedażowym oraz rozpoczęłyśmy pracę nad profesjonalizacją naszego wizerunku w przestrzeni cyfrowej.



Pamięć
ciała



Fundacja Dar Nadziei

anieliwbieli.com

Fundraiserka: Katarzyna Bednarz

Kampania: Łączy nas dobro

Cel: zebranie 210 000 zł na wsparcie podopiecznych Fundacji

Wynik: 58 547,89 zł



Opis organizacji

Fundacja Dar Nadziei niesie pomoc nieuleczalnie chorym dzieciom oraz ich rodzinom. Jej celem jest łagodzenie cierpienia i poprawa jakości życia podopiecznych poprzez finansowanie leczenia, rehabilitacji, zakupu leków, sprzętu medycznego, a także zapewnianie codziennego wsparcia rodzinom w kryzysie. Misją Fundacji jest towarzyszenie rodzinom od momentu diagnozy aż po czas żałoby, a także tworzenie wspólnoty rodziców, darczyńców i wolontariuszy, którzy razem mogą nieść realną pomoc.

Opis celu

Celem kampanii „Łączy nas dobro” w 2025 roku jest zebranie środków na wsparcie podopiecznych Fundacji. Po pierwsze - na rzecz Lenki, dziewczynki z diagnozą nieuleczalnej choroby, która potrzebuje specjalistycznej rehabilitacji i konsultacji ortopedycznych. Chcemy wesprzeć ją kwotą 30 000 zł na roczne leczenie i rehabilitację. Po drugie - na pomoc pozostałym podopiecznym poprzez organizację 100 konsultacji specjalistycznych i 30 turnusów terapeutycznych, co wymaga kwoty 180 000 zł.



Łączny cel finansowy kampanii to 210 000 zł.

Cele pozafinansowe:

- zwiększenie świadomości społecznej dotyczącej nieuleczalnych chorób;
- budowanie atmosfery zrozumienia i wzajemnego wsparcia;
- wzmocnienie relacji z mieszkańcami, organizacjami, placówkami oświatowymi i lokalnymi firmami poprzez konkretne działania dobroczynne i gesty życzliwości;
- rozwój wolontariatu i zwiększanie możliwości niesienia pomocy w najbliższym otoczeniu.

Opis działań i ich wyniki

W ramach kampanii zrealizowano szereg inicjatyw, w tym: VI Turniej Charytatywny (czerwiec), 10 zbiórek podczas wydarzeń lokalnych, zbiórkę internetową oraz zbiórkę ślubną. Do akcji spontanicznie włączyła się lokalna społeczność, odpowiadając na challenge Ochotniczej Straży Pożarnej z rodzinnej miejscowości Lenki. Działania Fundacji wsparły również lokalne media i partnerzy. Na październik zaplanowano kolejną dużą inicjatywę – Powiatowy Kiermasz. Równolegle w mediach społecznościowych publikowane są posty i filmy promujące kampanię.

Kampania spotkała się z szerokim odzewem społecznym, a komunikacja z darczyńcami była prowadzona wielokanałowo: poprzez spotkania osobiste, rozmowy telefoniczne, korespondencję oraz media lokalne i społecznościowe.

Do dnia 18 sierpnia 2025 r. udało się zebrać 58 547,89 zł. W działania zaangażowało się około 40 wolontariuszy – zarówno Grupy Dobroczynnej Anieli w Bieli, jak i wolontariuszy akcyjnych z powiatu ostrzeszowskiego i okolic. Dzięki temu możliwe jest szybkie reagowanie i zapewnianie ciągłego wsparcia osobom nieuleczalnie chorym w lokalnych społecznościach.

Wnioski

Kampania „Łączy nas dobro” pokazała, że lokalna społeczność ma ogromny potencjał i chęć działania na rzecz potrzebujących. W przyszłym roku zamierzamy lepiej zaplanować działania, precyzyjniej rozpiścić budżet i mocniej zaangażować lokalną społeczność.



Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej



DIECEZJI
ZIELONOGÓRSKO-
GORZOWSKIEJ

caritaszg.pl

Fundraiserki: Beata Neckar-Goraj, Dominika Iwan

Kampania: Rower dla BEZDOMNEGO

Cel: pozyskanie 5000 zł na zakup roweru elektrycznego

Wynik: 2500 zł (środki finansowe), wynegocjowany upust na zakup roweru

Opis organizacji

Caritas zna niemal każdy. Naszą misją jest niesienie pomocy charytatywnej i humanitarnej w poszanowaniu godności każdego człowieka – niezależnie od wyznania, światopoglądu, narodowości, rasy czy przekonań. Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej od lat prowadzi działania wspierające osoby w kryzysie bezdomności. Naszym celem nie jest wyłącznie pomoc doraźna, ale przede wszystkim wsparcie w wychodzeniu z kryzysu i powrocie do normalnego życia. To, co 30 lat temu zaczynaliśmy od zasady „umyć, ubrać, nakarmić”, dziś ma znacznie pełniejszy wymiar.



Jedną z form działalności podejmowanych na rzecz osób w kryzysie bezdomności jest prowadzenie Schronisk – Ośrodków Aktywizujących dla Bezdomnych Mężczyzn. Zapewniamy im całodobowe schronienie, wsparcie w codziennym funkcjonowaniu i autorski trzyletni program wychodzenia z bezdomności. Mieszkańcy otrzymują żywność, środki czystości i odzież, ale też uczą się samodzielności: przygotowują posiłki, prowadzą prace stolarskie w kawiarence naprawczej, angażują się jako wolon-

tariusze Caritas. Naszym celem jest, aby podopieczni zdobywali doświadczenie zawodowe, podejmowali pracę i byli gotowi do samodzielnego życia poza ośrodkiem. Mamy już tego efekty. Większość z naszych podopiecznych pracuje zawodowo, zarobkuje i jest przygotowywane do rozpoczęcia życia poza ośrodkiem, na swój koszt.

Opis celu

W schronisku przebywa każdorazowo około 40% mężczyzn z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. Z myślą o nich postanowiliśmy przeprowadzić zbiórkę na zakup roweru elektrycznego. Możliwość korzystania z roweru to realna pomoc w załatwieniu codziennych spraw. W pogodny dzień rowerem łatwiej dojechać do lekarza, do pracy czy po prostu wybrać się na wycieczkę i zadbać o aktywny wypoczynek. To także możliwość rehabilitacji. W gronie podopiecznych mamy pana Jurka – dawniej zapalnego rowerzystę, przewodnika turystycznego i pilota wycieczek – który w wyniku problemów zdrowotnych i przebytej operacji musiał porzucić swoje pasje. Ro-



wer elektryczny pozwoli mu i innym mieszkańcom powrócić do aktywności, dając poczucie niezależności i radości z ruchu.

Opis działań i ich wynik

Z myślą o naszych podopiecznych podjęliśmy się wyzwania: zebrania 5000 zł na zakup roweru elektrycznego. Pierwszym krokiem było założenie zbiórki na portalu pomagam.pl. Aby nadać akcji rozgłos w Schronisku dla Bezdomnych Mężczyzn zorganizowaliśmy konferencję prasową na którą zaprosiliśmy lokalne i regionalne media. To właśnie podczas tego spotkania pan Jurek – mieszkaniec schroniska, były przewodnik turystyczny i zapalony rowerzysta – opowiedział swoją historię. Mówił o dawnych pasjach, o chorobie, która zmieniła jego życie i o marzeniu powrotu do aktywności dzięki rowerowi elektrycznemu.

Konferencja była początkiem promocji zbiórki. Informacja pojawiła się w mediach, na stronie caritas.zg.pl i na fanpage'u Caritas. Zachęcaliśmy do wsparcia także na prywatnych kontach w mediach społecznościowych oraz za pomocą Messengera. W ramach działań fundraisingowych odbyło się również spotkanie z lokalnym przedsiębiorcą, który wsparł akcję kwotą 1 000 zł. Dzięki zaangażowaniu wielu osób udało się zebrać 2 500 zł. Co więcej, jeden ze sklepów rowerowych zadeklarował udzielenie rabatu na zakup pojazdu, dzięki czemu rzeczowy cel zbiórki został osiągnięty, mimo niższego wyniku finansowego.

Wszystkie wpłaty wpływały przez portal pomagam.pl, a każdemu darczyńcy – niezależnie od wysokości przekazanej kwoty – przesyłaliśmy indywidualne podziękowania. To dla nas ważny element budowania relacji i szacunku wobec każdego gestu wsparcia.

Co się zmieniło w naszej organizacji?

Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej otworzyła się na możliwość pozyskiwania środków na cele misyjne przy użyciu technik fundraisingu. Podjęto rozmowy z kierownictwem celem uświadomienia kierunków naszych działań i postawienia celów na przyszłość.

Czego nas to nauczyło?

Zrozumieliśmy znaczenie działań fundraisingowych oraz ich wagę w dywersyfikacji źródeł przychodów naszej Caritas. Prowadzona kampania uświadomiła nam przede wszystkim, że kluczem do



sukcesu jest budowanie relacji – bezpośredni kontakt i indywidualne dotarcie do potencjalnego darczyńcy. Dowodem na to jest fakt, że naszym największym donatorem okazał się być ten, z którym podjęliśmy osobistą rozmowę.

Odkryliśmy również, jak ważna jest identyfikacja potencjalnego darczyńcy z celem zbiórki. Sukces w dużej mierze zależy od tego, na ile utożsamia się on z ideą kampanii, zwłaszcza gdy zbiórka prowadzona jest przez Internet – metodą crowdfundingu.

Kampania pokazała nam także, jak istotny jest wizerunek organizacji. Uczciwość, transparentność i rzetelność stanowią mocne argumenty w rozmowach z lokalnymi przedsiębiorcami i budują zaufanie.

Ostatnia, ale nie mniej ważna lekcja dotyczy zaangażowania całej organizacji. Sukces jest możliwy tylko wtedy, gdy każdy członek zespołu identyfikuje się z kampanią i aktywnie wspiera jej zasięg, choćby poprzez rozpowszechnianie informacji o zbiórce i o samej działalności Caritas.

Fundacja Pura Polska

fundacjapura.pl



Fundraiser: Michał Woźniak

Kampania: To nie marzenia, to walka o życie

Cel: pozyskanie środków wspierających dzieci z zespołem PURA – finansujących leczenie, badania oraz wsparcie społeczne

Wynik: 14 030,22 zł

Opis organizacji

Fundacja PURA Polska została założona z potrzeby serca przez rodziców dzieci dotkniętych zespołem PURA oraz wspierających ich specjalistów. Naszą misją jest niesienie wszechstronnej pomocy dzieciom z tą rzadką chorobą genetyczną oraz ich rodzinom. Syndrom PURA to schorzenie związane z mutacją genu PURA, które objawia się opóźnieniem rozwoju psychoruchowego i obniżonym napięciem mięśniowym.

Opis celu

Celem Kampanii było pozyskanie środków wspierających dzieci z zespołem PURA – finansujących leczenie, badania oraz wsparcie społeczne.

Opis działań i ich wynik

W okresie od 19 maja do 3 czerwca 2025 roku zostały podjęte następujące działania fundraisingowe:

- zbiórka na portalu Pomagam.pl. Nazwa: To nie marzenia, to walka o życie. Zebrano 11 214 zł dzięki wsparciu 156 darczyńców;
- akcja solidarności z dziećmi z chorobami genetycznymi Jeans for Genes realizowana w szkole Soward Academy w Częstochowie. Zebrano: 2 700 zł;
- wspieranie poprzez zakupy online z FaniMani.pl. Zebrano 116,22 zł. Łączna liczba wspierających

Podsumowanie darowizn Fundacja Pura Polska



Wiele okazji... do pomagania!

Zainspiruj się
Podpowiedziami
FaniMani, aby
zwiększyć darowizny
od zakupów online dla
Twojej organizacji :)

POKAŻ ▼

Tygodniowe podsumowanie darowizn od zakupów online dla Fundacja Pura Polska

116,22 zł	26,22 zł
łącznie zebrane z FaniMani	w zeszłym tygodniu
16	12
zarejestrowanych wspierających	Nowych Wspierających zarejestrowanych w ciągu ostatnich 7 dni
2	
liczba zainstalowanych Przypominajek rozszerzenie FaniMani do przeglądarki	



wyniosła 16 osób, w tym 12 nowych darczyńców. Zainstalowane zostały 2 przypominajki.

W wyniku podjętych działań udało się zabrać 14 030,22 zł. Nie zostały poniesione żadne koszty finansowe, jedynie wolontariat członków Fundacji.

ROI: ∞ (nieskończone)

Dzieci potrzebują marzeń. My możemy pomóc je spełniać.

Wspieraj Fundację PURA przez zakupy online → animani.pl

Fundacja Pura Polska

Fundacja Przystań w Naturze

przystanwnaturze.pl

Fundraiserka: Karolina Bijoch

Kampania: przySTAŃ dla szukających wytchnienia

Cel: pozyskanie funduszy na organizację koncertu integracyjnego w parku im. Stanisława Staszica w Kielcach



Czego nauczyło mnie szkolenie?

Udział w szkoleniu Fundraising Ma Moc⁵ był dla mnie nie tylko źródłem nowych narzędzi i wiedzy, ale przede wszystkim doświadczeniem, które całkowicie odmieniło moje podejście do roli jaką pełnię w Fundacji Przystań w Naturze, jak również do samej idei proszenia o pomoc. Dzięki wsparciu fantastycznych wykładowców i mentora dostrzegłam, że fundraising to przede wszystkim proces oparty na zrozumieniu potrzeb, komunikacji, budowaniu zaufania i wspólnych wartościach.

Dzięki kursowi zrozumiałam w jaki sposób wykorzystać swoje umiejętności interpersonalne, misję Fundacji oraz fakt, że nasze placówki znajdują się tuż przy lesie, by osiągnąć konkretne efekty finansowe.

Zaraz po szkoleniu, pełna energii i nowych pomysłów, wdroyłam w życie następujące działania:

- zainicjowałam stworzenie strony internetowej z zakładką Biznes wspiera leśne dzieci, prezentującą korzyści płynące z współpracy z Fundacją, a także rozpoczęłam nawiązywanie kontaktów z firmami i stowarzyszeniami biznesowymi, zachęcając je do współpracy opartej na partnerstwie;
- wdroyłam ofertę dla firm Las woła Was, której ideą jest organizowanie przez Fundację integracyjnych spotkań firmowych w lesie – w ramach sponsoringu;
- założyłam grupę na Facebooku dla ludzi poszukujących wytchnienia w Kielcach i zaczęłam organizować warsztaty Bliżej Siebie skierowane do różnych grup docelowych;





- zostały wprowadzone nowe formy wspierania Fundacji, np. poprzez robienie zakupów z wykorzystaniem z serwisu FaniMani.pl.

Szkolenie Fundraising Ma Moc⁵ nauczyło mnie świadomego planowania finansowania działalności Fundacji oraz dało mi pewność i odwagę w proszeniu o wsparcie. Poczulałam motywację i energię do podejmowania większych wyzwań oraz otwartość na partnerską współpracę z darczyńcami i sponsorami – nie z pozycji proszącego, lecz współtwórcy wartościowego przedsięwzięcia. Czerpiąc ogromną radość z budowania relacji – fundraising przestał być dla mnie tylko zdobywaniem środków, a stał się spotkaniem ludzi, którzy chcą działać razem i czynić dobro. Z tego też powodu, chcąc przywrócić sens wspólnotowości, postanowiłam zrealizować koncert integracyjny w samym sercu Kielc, na który aktualnie pozyskuję środki finansowe.

Opis celu trwającej kampanii

Fundacja Przystań w Naturze, której misją jest propagowanie edukacji outdoorowej i budowanie świadomości ekologicznej, podjęła się organizacji otwartego koncertu w sercu Kielc – w parku im. Stanisława Staszica, na scenie Muszli Koncertowej. Główne cele wydarzenia to: integracja lokalnej społeczności poprzez muzykę i naturę; świętowanie urodzin Niepublicznego Leśnego Przedszkola Dziupla; edukacja

ekologiczna i inspirowanie do działań prośrodowiskowych oraz wzmocnienie roli Fundacji, jak również głównego sponsora, jako aktywnych i wartościowych organizacji. Program wydarzenia zakłada występy dwóch zespołów muzyki tradycyjnej dla dzieci – Ptaszkowie Śpiewali oraz Czereśnie – które zaprezentują bogactwo instrumentów, rytmów i opowieści. Koncert będzie nie tylko ucztą muzyczną, ale także przestrzenią spotkań, integracji i celebracji wspólnotowości. Fundacja szacuje, że w wydarzeniu weźmie udział około 500 uczestników: mieszkańców Kielc i okolic, rodzin z dziećmi, sympatyków Fundacji oraz osób zainteresowanych muzyką tradycyjną oraz tematyką ekologiczną i edukacyjną.

Planowane wyniki

- Urząd Miasta Kielce – wsparcie rzeczowe w postaci udostępnienia Muszli Koncertowej oraz nagłośnienia; patronat honorowy wydarzenia;
- sponsor główny – wsparcie finansowe w kwocie 10 000,00 zł;
- indywidualni darczyńcy – darowizny bezpośrednio: 1 200,00 zł.



O FUNDACJI ▾ DZIAŁANIA ▾ DLA BIZNESU PROJEKTY KONTAKT

WSPIERAM



Kształtujemy NATURALNE więzi poprzez edukację outdoorową.

Fundacja Przystań w Naturze to przestrzeń tworzenia i pogłębiania relacji z naturą, samymi sobą, dziećmi oraz innymi dorosłymi.

WESPRZYJ NAS

WIĘCEJ O FUNDACJI



Galeria „Fundraising Ma Moc”











DOŁĄCZ DO PSF

Jako członek zyskasz dostęp do wyjątkowych **zasobów wiedzy, szkoleń i sieci kontaktów**, które pomogą Ci zdobyć nowe umiejętności i rozwinąć skrzydła w dziedzinie fundraisingu.

Wypełnij deklarację członkowską:

fundraising.org.pl/zostan-czlonkiem



CFR17

ZAWODOWY KURS FUNDRAISERA



Zdobądź wiedzę i umiejętności, dzięki którym pozyskasz pieniądze na swoje projekty.

13 kwietnia – 9 października 2026

100 godzin teorii i 200 godzin praktyki pod okiem doświadczonych mentorów.

Wszystkie informacje o kursie znajdziesz pod adresem: **cfr.fundraising.org.pl**

Dzięki kursowi CFR17:

- opanujesz zasady zarządzania organizacją i jej otoczeniem,
- nabędziesz umiejętności w zakresie planowania strategicznego i rozwijania relacji,
- dowiesz się, jak korzystać z narzędzi i metod pozyskiwania funduszy,
- nauczysz się skutecznej komunikacji z darczyńcami,
- zrealizujesz pierwszą kampanię fundraisingową,
- otrzymasz certyfikat zawodowego fundraiser, respektowany na całym świecie.

