

KO PODARIMO KNJIGO, PODARIMO TUDI PRIHODNOST **»Podari knjigo, podari prihodnost« - primer dobre prakse Nove KBM**

Alenka Senčar,
direktorica Sektorja marketinga in
korporativnega komuniciranja v Novi KBM,

Simona Roškar,
svetovalka za komuniciranje v Novi KBM

Povzetek: Branje knjig v dvoboju s sodobnimi kradljivci časa – televizijo, računalnikom in telefonom - vse bolj izgublja bitko, kar kažejo tudi raziskave o bralni pismenosti. V Novi KBM se zelo dobro zavedamo, da se pot do finančne pismenosti začne prav tam, pri bralni pismenosti. Tako je pred koncem leta 2014, v božično-novoletnem času, nastala pobuda o vseslovenski dobrodelni iniciativi »Podari knjigo, podari prihodnost«. Zaposleni, naši poslovni partnerji, komitenti, mladostniki in naši najmlajši smo v enem mesecu zbrali skupaj kar 2200 novih in rabljenih knjig. Knjige smo na dogodku uradno predali Zvezi prijateljev mladine za ureditev otroških knjižnic v počitniških domovih, kjer bivajo otroci iz socialno šibkih družin. Tako bodo z našo pomočjo imeli priložnost počitnice bogatiti tudi z branjem knjig. Brez večjih medijskih vložkov, z intenzivno uporabo družbenih omrežij in učinkovito promocijo od ust do ust je naša dobrodela iniciativa dosegla kar 25,8 odstotka Slovencev, kar v Novi KBM sicer dosegamo z dolgoročnimi sponzorstvi. Najboljša naložba v prihodnost je naložba v otroke, s katero jim ponudimo možnosti za učenje in širjenje obzorij.

Ključne besede: bralna pismenost, finančna pismenost, vseslovenska dobrodela iniciativa, otroci v socialno šibkih družinah, otroške knjižnice, Nova KBM

»DONATE A BOOK, BUILD FUTURE« - EXAMPLE OF GOOD PRACTICE OF NOVA KBM

Abstract: Reading books is losing its battle against modern gadgets – TV, computers and mobile telephones; studies on reading literacy are proving this with facts and figures. In Nova KBM we are aware that financial literacy starts where reading literacy ends. At the end of 2014 we decided to activate a corporate social responsibility initiative »Donate a Book, Build Future«. It took only one month for our employees, business partners, clients, youngsters and children to collect nearly 2,200 old and new books. We officially donated them to the Slovenian Association of Friends of Youth for children libraries located in their holiday and rehabilitation homes, where children from socially deprived backgrounds spend their vacations. With our help they will be able to enrich their spare time through reading books. With a relatively small budget campaign, intensive use of social media and effective word of mouth activities this corporate social responsibility initiative reached 25.8 per cent of all Slovenes. Such visibility is normally reached with much larger and long-term sponsorships. We believe that the best investment in our future is to invest in children and provide them with opportunities to learn and broaden their horizons.

Keywords: reading literacy, financial literacy, corporate social responsibility initiative, children from socially deprived backgrounds, children libraries, Nova KBM

Branje v zgodnjih otroških letih je eden temeljev uspešnega opismenjevanja in bralne pismenosti. Računalniki, tablice, telefoni in televizija v zadnjih letih vse bolj odvrta pozornost od branja knjig, ki postaja vse manj priljubljeno. Posledice pa so žal že vidne. Bralna pismenost je v Sloveniji pod evropskim povprečjem in kar 60 odstotkov mladostnikov redko ali sploh ne bere. Po 5. razredu osnovne šole jih v bralni znački sodeluje le še 65 odstotkov. Dobra petina petnajstletnikov je pri razumevanju besedila zmožna le enostavnejših nalog, kot je prepoznavanje teme. Do leta 2020 naj bi delež padel kar na 15 odstotkov. Dovolj zaskrbljujočih podatkov, da smo se odločili, da je čas za spremembe. V Novi KBM se zelo dobro zavedamo, da se **pot do finančne pismenosti začne prav tam, pri bralni pismenosti**. Tako je pred koncem leta 2014, v božično-novoletnem času, nastala pobuda o **vseslovenski dobrodelni iniciativi »Podari knjigo, podari prihodnost«**.

Dobrodelno akcijo smo najprej začeli v Novi KBM in k sodelovanju povabili zaposlene. Ti so se odzvali množično, knjige smo namreč zbirali v kar 44 enotah banke po Sloveniji. Po 1. decembru 2014 pa smo k akciji povabili naše stranke in ostale zainteresirane javnosti, da sodelujejo in podarijo nove ali rabljene knjige, primerne za predšolske in osnovnošolske otroke. Dobrodelna akcija se je uradno začela na dogodku, kjer smo skupaj z otroki in našo maskoto Dindin prižgali luči na božičnem drevesu v poslovalnici Centrala v Mariboru. »Vstopnica« za dogodek je bila otroška knjiga. Tudi naši poslovni partnerji, ki jih vsako leto gostimo na sprejemu v Slovenskem narodnem gledališču Maribor, so prispevali k uspehu akcije. Tudi njih smo povabili, da prinesejo knjigo po svoji izbiri. Mnogi niso prinesli le ene, ampak kar cel paket knjig.

Z mladimi smo dobrodelno akcijo komunicirali tam, kjer se največ zadržujejo – na družbenih medijih. Na Facebooku smo začeli **verigo nominacij**, v kateri so sodelujoči objavili svojo fotografijo s knjigo, ki so jo podarili, in navedli še imena treh prijateljev z vabilom, da se pridružijo naši pobudi. V verigo nominacij so se vključili tudi nekateri znani Slovenci; ski cross smučar **Filip Flisar**, manekenka **Tjaša Kokalj**, družabni novinar **Nejc Simčič** in voditeljica **Ula Furlan**, ki je tudi sama velika ljubiteljica knjig. Akcijo je pospremila z besedami: *»Ideja 'Podari knjigo, podari prihodnost' mi je izjemno všeč, saj sem prepričana, da zapisane zgodbe izzivajo in krepijo besedni zaklad, domišljijo, ustvarjalnost, kdaj omogočijo pobeg tja, kjer je lepše, kdaj odstrejo kakšen svet, ki ga še nismo poznali.«*

Da dobrodelnost tudi kdaj preseneča, priča dogodek iz mariborske poslovalnice Centrala. Anonimni dobrotnik je na knjižni omari pustil kar **50 evrov**. Morda mu je bila naša akcija všeč, s seboj pa ni imel knjige ali morda ni imel časa, da bi jo kupil, pa se je odločil sodelovati kar z denarjem. Za podarjeni denar smo kupili knjige z mladostniškimi temami in jih dodali že zbranim na knjižnih policah.

Brez večjih medijskih vložkov, z intenzivnejšo uporabo družbenih omrežij in učinkovito promocijo od ust do ust je bila **naša dobrodelna akcija med Slovenci visoko opažena**. V raziskavi o komunikacijski učinkovitosti IRIS so v decembru 2014 zabeležili kar **25,8 odstotka Slovencev**, ki so slišali ali zasledili informacije o akciji »Podari knjigo, podari prihodnost«. Prepoznavnost akcije je bila podobna prepoznavnosti, kot jo Nova KBM doseže v vlogi glavnega sponzorja festivala Lent.

Zaradi naše skupne pripravljenosti sodelovati smo zaposleni, naši poslovni partnerji, komitenti, mladostniki in naši najmlajši v dobrodelni akciji »Podari knjigo, podari prihodnost« skupaj zbrali kar **2200 knjig**. V poslovalnici Centrala v Mariboru smo v marcu 2015 organizirali dogodek ob predaji knjig, na katerem je **Robert Senica**, predsednik uprave Nove KBM, knjige uradno predal Zvezi prijateljev mladine za ureditev otroških knjižnic v počitniških domovih, kjer bivajo otroci iz socialno šibkih družin, tako da bodo sedaj imeli priložnost počitnice bogatiti tudi z branjem knjig.

Otroci so ena najbolj ranljivih skupin in v Novi KBM smo se konec leta 2014 odločili, da poskrbimo za večje osveščanje o problematiki bralne pismenosti. Vsem, ki letujejo v domovih ZPM oziroma tam najdejo zatočišče ob različnih težavah, želimo omogočiti prijetno in kakovostno preživljanje prostega časa. Branje je zagotovo ena ključnih dejavnosti, ki omogočajo ne le zabavo, ampak tudi pridobivanje znanja in širjenje obzorja. To je najboljša naložba v otroke. Otroci so namreč naša prihodnost in zato pravimo: ko podarimo knjigo, jim podarimo tudi prihodnost.