

EURÓPAI IFJÚSÁGI OLIMPIAI FESZTIVÁL (EYOF) GYŐR 2017 – IMÁZS ÉS ÖNKÉNTESÉG

JAKAB PETRA¹

Összefoglalás

A tanulmányban Magyarország első olimpiai eseménye, a 2017-ben Győrben megrendezésre kerülő Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál kapcsán tekintjük át egyrészt a városmarketing és az imázsépítés terén a nagy nemzetközi sportesemények szerepét. Másrészt kitérünk az önkéntesség kérdésére, a rendezvény vonatkozásában. A Nyugat-Európában, főként a skandináv országokban oly népszerű és általános önkéntesség hazánkban széles körben még nem terjedt el, de a tevékenységet már szabályozzák, valamint promótálják is Magyarországon. Az EYOF 2017 Győr Szervező Bizottságának feladatai közül az egyik legjelentősebb, az önkéntes-toborzás folyamata kerül bemutatásra, mely során kidolgozott stratégia mentén kezdődött a közel 1500 fő önkéntes felkutatása tájékoztató, motivációs kampány segítségével.

Kulcsszavak

EYOF, önkéntesség, önkéntes-toborzás, városmarketing, városimázs

Summary

In the study we give a general overview about the role of the international sport events, the first Olympic event in the Hungarian history, the European Youth Olympic Festival, regarding on one hand the city marketing and city image. On the other hand, we deal with the volunteering which is very popular in Western-Europe, mainly in the Scandinavian countries, is not generally widespread in Hungary, although the activity itself is regulated and promoted in our country. One of the main tasks of the Organizing Committee of the EYOF Győr 2017 is searching for volunteers, meanwhile the application process of the nearby 1500 volunteers has been started with an informative and motivation campaign.

Keywords

EYOF, volunteering, volunteer-management, city marketing, city image

¹ doktorjelölt, SZE-RGDI, vezető EYOF 2017 Győr Szervező Bizottság; e-mail: jakab.petra@gyor-ph.hu

Városmarketing és imázsépítés napjainkban és napjaink Győrben

Ahogy a fogyasztási javak piacán versenyfutás zajlik a fogyasztókért, úgy versenyeznek a harmadik évezred városai a lakosokért, befektetőkért, hazai és nemzetközi nagyvállalatokért, turistákért. E versenyfutásban a településmarketing széles eszköztára áll rendelkezésükre, melyben nagy fegyvertény, mint marketingeszköz, a város imázsa, jó hírneve, ezek tudatos alakítása.

A hírnév „valakiről vagy valamiről általánosan alkotott vélemény, becslés, amit egy személyről, annak híréről tartanak, tudnak, avagy a vele azonosított jelleg, általános vélekedés. A hírnév tehát különböző emberek nézeteinek és benyomásainak kombinációja, nem egyhangúan állítva, hanem általánosságban” (Roper–Fill 2012, 5; Konczosné 2014). Charles Fombrun, a New York University professzora és a Reputation Institute elnöke a vállalati hírnév fogalmáról úgy ír, mint általános elképzelés, amelyet egy cégről a stakeholderei vélnek, valamint, hogy egy vállalat képességei milyen formában tudnak találkozni az elvárásaikkal (Fombrun 1996; Konczosné 2014). A hírnév kialakulásában jelentős szerepe van az imáznak, annak a képnek, ami az érintettek (public) fejében kialakul az adott helyről, szervezetről, személyről. Az imázs befolyásolásának az a nehézsége, hogy a tudatos és az érzelmi tényezők egyaránt hatnak rá, valamint, hogy a sztereotípiák befolyásolják. Imázs többféle is élhet az emberek fejében, és többféle imázs is kialakulhat ugyanarról a vállalatról, városról, személyről (pl. Győr iparváros, a vizek városa, a találkozások városa, egyetemi város, és alakul a sportos város imázs is), míg hírnév egyféle van. A hírnév és az imázs vagyonelemek, amelyeknek a felépítése hosszú időt vesz igénybe, elvesztésük azonban rövid időn belül megtörténhet, ami súlyos anyagi veszteséggel jár (Konczosné 2013).

Győr történetét vizsgálva a város számos modell- és imásváltáson esett át az elmúlt évszázadokban: dunai kereskedővárosból iparvárossá, majd napjainkra dinamikus gazdaságú nagyvárossá fejlődött. Győr ma Magyarország hatodik legnagyobb városa, több mint 130 000 ember otthona. A Kisalföld központja, Győr-Moson-Sopron megye székhelye. Püspöki székhely, történelemben gazdag város. Magyarország műemlékekben harmadik leggazdagabb városa, a Bajnokok Ligája-győztes női kézilabda klub, a Győri Audi ETO KC otthona. Száraz, vitathatatlan tények a városról, mely jelenét a kétezres évek második évtizedében érdekes módon „A jövő Győrben épül!” szlogen mentén aposztrofálja. A dinamikusan fejlődő város gazdasága többszöri modellváltás után az autópárra épül, fő pillére ennek a városban telephelyet alapító, Magyarország jelentős nemzetközi nagyvállalata, az Audi Hungaria Zrt., jelentős támpillérei pedig a hozzá szervesen kapcsolódó beszállító cégek. Így nem csoda, ha a város jelene, a gazdasági prosperitás nem csak gazdasági mutatószámokban, hanem annak arculatában, lakosainak identitásában is nyomot hagytak, intenzíven jelen vannak (Jakab 2014; 2016).

Az autópáron és gépgyártáson kívül a helyi gazdaság robbanásszerűen növekvő ágazata az a sportgazdaság, mely már évtizedek óta bontogatja szárnyait úgy országszerte, mint Győrben, hiszen hazánk és a város is számos nemzetközi világeseménynek, Európa-bajnokságnak, országos bajnokságoknak adott már otthont az elmúlt években. A jelenlegi, tudatos koncepció mentén zajló fejlesztések és tervezés azonban párját ritkítja Magyarországon. A meglévő sportinfrastruktúra fejlesztése az Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál 2017-es győri rendezése apropóján került a figyelem és a városfejlesztők fókuszába.

Sportesemények szerepe a városmarketingben és a „sportos város” imázs építésében

Egy város márkázás és hírnevének építése a 21. században egymással versengő települések számára kiemelt fontossággal bír. Mérettől függetlenül egy cél lebeg e versenyzők előtt: kvalifikált munkaerőt, tőkeerős befektetőket és diszkrecionális jövedelemmel rendelkező turistákat vonzani, miközben a legfőbb célcsoportnak, a lakosoknak sokrétű igényeit

kielégítik. Magát a városmárkázás fogalmát Kotlernek köszönhetjük, aki a három fő célcsoport – lakosok, befektetők, turisták – kontextusában utalt a települések versengésére (Kotler et al. 1993 – idézi Stelli–Papp-Váry 2013, 323).

A települések márkázása többféle módon történhet, a teljesség igénye nélkül:

- a természeti, épített környezet (pl. Amalfi-part városai, Párizs);
- az élhető környezetet előtérbe helyezve (pl. Bécs);
- a város oktatási, egészségügyi, stb. infrastruktúráját kiemelve (pl. Cambridge, Sopron);
- a település gazdasági teljesítőképességét hangsúlyozva (pl. Ingolstadt);
- a szervezett kulturális programok, fesztiválok, nagy nemzetközi események mentén – film, sport, közélet, stb. (pl. Baku, Szocsi).

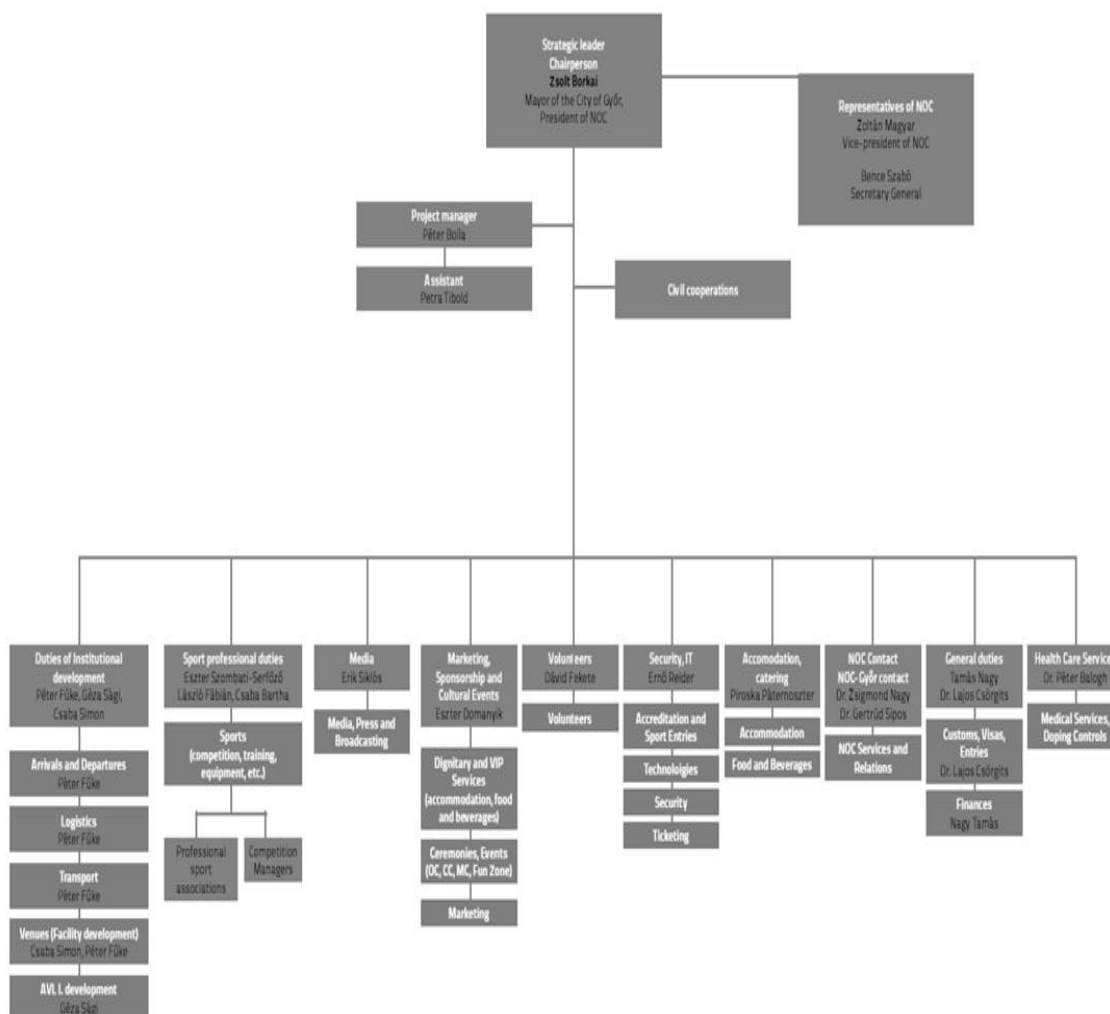
A sportesemények sikeres megrendezése kiváló pozitív hírnév-erősítő, hiszen önmagában a sport, a mozgás, az egészséges versengés pozitív konnotációjú fogalom, az imázs-transzfer segítségével gyakran egy városra, annak lakóira is átragadnak az eseménnyel kapcsolatos attribútumok. Egy település, ami edzőtáborok, neves hazai és nemzetközi versenyek helyszínéül szolgál, bővelkedik modern sportinfrastruktúrában, melyek általában nem csak a versenysport, hanem a szabadidős és rekreációs célú sportolás, így a lakosság számára is nyitottak². További pozitív hozadék a létesítményfejlesztés mellett a turisztikai haszon, hiszen a versenyekre érkező szurkolók a látogatás ideje alatt igénybe veszik a település vendéglátó-ipari és szállásszolgáltatásait is, valamint pozitív élményeikre hagyatkozva nagy eséllyel térnek vissza a településre turistaként, illetve viszik jó hírét a desztinációnak, a leghatékonyabb ingyen „szájreklám” segítségével. Ahogy azonban egy település óriási marketing-hasznot tud szerezni egy esemény sikeres megrendezéséből, úgy kudarc, pénzügyi hiányosságok és a létesítmények későbbi fenntartásából keletkezett problémák negatív hírért is vihetik a városnak.

Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál – EYOF Győr 2017

Az Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál (European Youth Olympic Festival – EYOF) egy magas rangú multisport esemény Európa 50 országából érkező fiatal sportolók számára, 14 és 18 éves kor között. Az eseményt 1990-ben hívta életre Jacques Rogge, az Európai Olimpiai Bizottságok ernyőszerzetének akkori elnöke, annak érdekében, hogy lehetőséget biztosítson az ifjúsági korosztályos versenyzőknek az Olimpiai Játékok eszmeiségének, egyetemlegességnek és szervezési rendjének megismerésére (EOC 2015). A nyári fesztiválok körülbelül 3 600 akkreditált sportoló és sportszakember vesz részt 9 kötelező sportágban (röplabda, kézilabda, kosárlabda, tenisz, judo, úszás, torna, atlétika, kerékpár), melyek mellé a győri Szervező Bizottság 10. sportágként (az EOC jóváhagyásával) a kajak-kenut is felvette a sportprogramba. A verseny 8 napon át tart, ugyanolyan jogokkal rendelkezik, mint a nagy olimpiai játékok. Nyitóünnepségen fellobban az olimpiai láng, himnusz kíséretében vehetik át a dobogós helyezettek arany-, ezüst- és bronzérmeiket. Az esemény előkészítése nagy kihívás elé állította Győr városát, hiszen ekkora multisport eseményt még sosem szerveztek a városban, még Magyarországon sem. A szervezői és előkészítő munkálatokat a Pályázati Bizottságból Szervező Bizottsággá alakult grémium végzi, mely főként Győr Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatalának szakembereiből, a Magyar Olimpiai Bizottság, valamint a 10 sportág szövetségének munkatársaiból és a Győr Projekt Kft. szakembereiből áll.

² Az EYOF előkészületeinek részeként 2015 januárjában átadott Aqua Sportközpont új győri 50 méteres versenyszoda a mára több száz főre duzzadt helyi úszó és vízi labda versenyeztetés mellett a 130 000-es lakosság számú nagyváros rekreációs igényeit is kielégíti, emellett számos hazai (Országos Úszó Bajnokság 2015 és 2016), valamint nemzetközi úszó és vízilabda versenynek (Vízilabda Volvo Kupa 2015, 2016) és edzőtábornak ad otthont.

1. ábra: EYOF Győr 2017 Szervezőbizottság



Forrás: Győr MJV Önkormányzata

A Szervező Bizottság (1. ábra) több funkcionális területet foglal magába, melyek élén igazgatók állnak. Az önkéntesség kérdését a szervezési előkészületek kezdetétől fogva kiemelt területként kezelték, hiszen egy közel 3 600 sportoló, több száz meghívott nemzetközi VIP vendég, közel 400 bíró és játékvezető, 50 ország médiájának képviselői, valamint megannyi turista és szurkoló részvételével megvalósuló nagy esemény csak hatalmas önkéntes segítséggel lehet működőképes, sikeres. A győri EYOF lebonyolításához kb. 1 500 önkéntes segítő munkájával számolnak.

Önkéntesség ma Magyarországon

Az önkéntesség olyan tevékenység, melyet „egyénilag vagy csoportosan, rendszeresen vagy alkalmanként, belföldön vagy külföldön a közös jó érdekében személyes akaratból végeznek, anyagi ellenszolgáltatás nélkül.” (onkentes.hu 2016) Az önkéntesség közvetlen anyagi haszonnal nem jár annak végzője számára, munkálkodása hozzáadott értéként jelenik meg a fogadó szervezet életében. A tevékenység megvalósulhat non-profit, civil szervezet vagy állami intézmény-, ritkább esetben for-profit szervezet (cégek, vállalkozások) keretein belül. Legfőbb haszna a társadalom számára, hogy elősegíti a társadalmi beilleszkedést, hozzájárul a

szegénység, a kirekesztődés csökkentéséhez és a teljes foglalkoztatottsághoz, emellett segít környezetünk és közösségünk jobbá tételében (onkentes.hu 2016).

Az ENSZ Önkéntesek-program három fő jellemzőjét határozza meg az önkéntességnek (pecshospice.hu 2016):

- az egyén szabad akaratából cselekedjék,
- ellenszolgáltatás nélkül,
- mások javának szem előtt tartásával.

A Magyar Kormány a Nemzeti Önkéntes Stratégia 2012–2020 elfogadásáról és a végrehajtásához szükséges középtávú feladatokról szóló 1068/2012. (III. 20.) Korm. határozattal 2012 márciusában fogadta el hazánk Nemzeti Önkéntes Stratégiáját, amely 2020-ig határozza meg az önkéntességhez kapcsolódóan a kormányzati intézkedések sorát.

A Nemzeti Önkéntes Stratégia intézkedéseinek célja (onkentes.gov.hu 2016):

- az önkéntesség a társadalmi tudat aktív, élő része legyen;
- a benne foglalt célkitűzések megvalósulásával előmozdítsa az önkéntesség kultúrájának minél szélesebb körben történő elterjedését;
- erősítse a társadalmi felelősségtudatot és az összetartozás tényleges megvalósulását

Magyarország egyelőre a kezdeti lépéseket megtette, melynek része a középiskolai korosztály számára előírt kötelezően teljesítendő 50 óra közösségi szolgálat is.

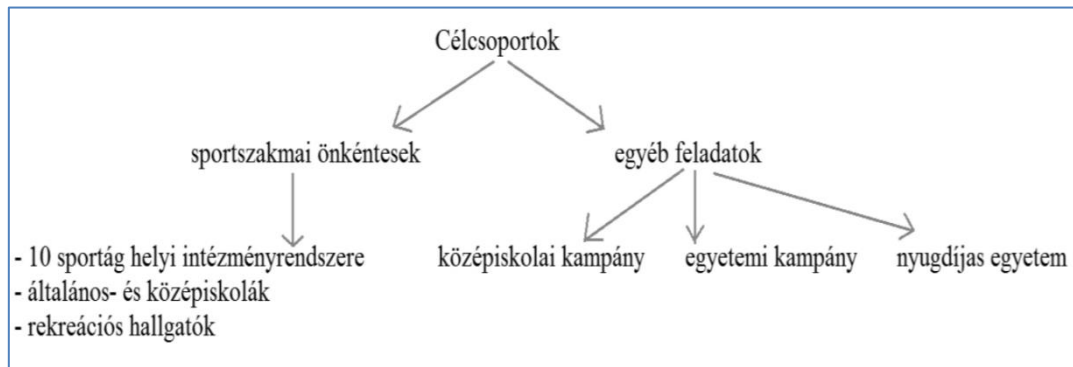
Az önkéntes szervezés lépései a következők (Bényei–Czike 2003 – idézi EYOF Győr):

- toborzás,
- kiválasztás,
- felvétel,
- képzés,
- ellenőrzés,
- elismerés,
- elbocsátás.

Önkéntesek toborzása az EYOF-ra

A toborzást megelőzően a fogadó szervezetnek, amely esetünkben a győri EYOF Szervező Bizottsága, meg kell határoznia, hogy számára milyen a jó önkéntes, és milyen feladatok ellátása során lesz szüksége az önkéntes kezekre, tehát definiálni kell, hogy mikor, miért és hol lesz szükség önkéntesek bevonására (Nagy 2008). A győri EYOF-ra már a pályázat beadásakor, 2011-ben megkezdődött a népszerűsítő marketingkampány, melynek részét képezte az önkéntes tájékoztatás is. Maga a toborzás 2016. 06. 18-án vette kezdetét a győri Városházával szemben álló Hugoo szobor felavatásával és a nyitóünnepséggig 400 naptól visszaszámláló óra elindításával. A sajtóeseményen került bemutatásra a hivatalos toborzó kisfilm is, valamint ezzel párhuzamosan megnyílt a honlapon az önkéntes jelentkezési felület, mely magyarul és angolul is elérhető a <http://apply.gyor2017.hu/registracio> linkről.

2. ábra: EYOF Győr 2017 önkéntes-toborzás



Forrás: saját szerkesztés

A 2. ábrán látható önkéntes-toborzási folyamat tervszerűen a győri középiskolákban, valamint a Széchenyi István Egyetemen és több magyarországi egyetemen 2016. szeptember 1-jén indult. A középiskolásokat egy több hónapnyi időtartamra felfűzött stratégia segítségével tájékoztatják a sporteseményről, valamint keltik fel érdeklődésüket az önkéntes munka iránt professzionális trénerek. A korosztály igényeit és kommunikációs szokásait szem előtt tartva online és offline eszközöket is tartalmazó koncepciójuk lényege, hogy 2017 februárjáig a lehető legtöbb helyi középiskolás megfelelő ismeretekkel rendelkezzen az EYOF-ról. Munkásságuk legfőbb célja – az ismeretátadáson túl – önkéntes bázis generálása, valamint családjuk, ismerőseik bevonásával a közönségszervezés is.

A koncepció elemei:

- 2016 májusában megvalósított flash mob a hivatalos EYOF önkéntes kisfilm forgatásakor,
- 2016. május 28–29-én „Aludj máskor! – 24 órás vetélkedőn” beépített feladatok,
- 2016. szeptember–október folyamán a győri középiskolákban osztályfőnöki órákon megvalósított EYOF-talkshow, melyen kötetlen formában tájékoztatják a célközönséget,
- 2016 novemberében CU – See you in Győr! esemény, mely során 10 középiskola csapata 1–1 EYOF sportág nemzetközi képviselőjével készít kedvcsináló videót,
- 2016. november–2017. március: folyamatos online akció (Westside Events 2016).

Az egyetemistákat célzó toborzási koncepció – a középiskolaihoz hasonlóan – főként online elemeket, valamint helyszíni kitelepüléseket, népszerűsítő rendezvényeken való részvételt tartalmaz:

- egyetemi felkészítő napokon, gólyatáborban több magyarországi egyetemen, egyetemi szabadidős és sportrendezvényeken információs standdal való kitelepülés,
- a hivatalos kabalafigura, Hugoo bevonása egyetemi aktivitásokba (SZE),
- „Az Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál (EYOF) 2017 Győr szervezésének elmélete és gyakorlata” tantárgy elindítása (SZE).

A nyugdíjasok fontos célcsoportja az önkéntes-toborzásnak, hiszen ez a korosztály a munkahelyén már nem aktív, de rendelkezik szabadon eltölthető idővel 2017 nyarán, valamint olyan, évtizedek alatt felhalmozott tapasztalattal és tudással, melyet számos területen kiválóan lehet hasznosítani a rendezvény szervezése és lebonyolítása során. Ezért a Széchenyi István Egyetemen indult kiváló kezdeményezés, a Nyugdíjas Egyetem oktatási tematikájába is beillesztette a Szervező Bizottság az eseményről, valamint az önkéntességről szóló tájékoztatóját, melyet személyesen Borkai Zsolt, a város polgármestere, a Magyar Olimpiai

Bizottság elnöke, valamint egyben az EYOF Győr 2017 Szervező Bizottságának elnöke fog tartani 2016 novemberében.

3. ábra: EYOF Győr 2017 önkéntes-toborzó plakát

2500 sportoló
1 hét
10 sportág
50 ország
és TE!

Légy részese Te is Magyarország első olimpiai eseményének!

GYŐR 2017
Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál
Győr 2017

EOC EUROPEAN YOUTH OLYMPIC FESTIVAL

Jelentkezz önkéntesnek és találkozzunk Győrben a 2017-es Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztiválon!

5+5 érv, amiért jó EYOF önkéntesnek lenni!

1. Szülőházadban, szülővárosodban tapasztalhatod meg az olimpiai életérzést.
2. Új emberekkel ismerkedhetsz meg (több mint 1500 önkéntes és 2500 sportoló).
3. Része lehetesz Európa egyik legnagyobb multisporteseményének.
4. Könnyedén gyakorolhatod és fejlesztheted idegennyelv-tudásodat.
5. Egy izgalmas önkéntes közösség tagjává válhatsz.

A csapat tagjaként...

1. Kiválthatsz egy SZE testnevelés félévet.
2. Egyedi EYOF formaruhával öltöztetünk fel.
3. Ingyenes étkezést biztosítunk a munkaidő alatt.
4. Ingyenesen használhatod a helyi közösségi közlekedést.
5. Értékes, munkakörre szabott képzésben vehetsz részt.

Akiket keresünk...

törekednek az olimpiai értékek követésére:

- ▶ **kiválóság, barátság, tisztelet**
- ▶ elkötelezettek Magyarország, Győr városa, az olimpiai mozgalom és az EYOF iránt,
- ▶ elérhetőek az esemény teljes ideje alatt (2017. július 22. és 30. között),
- ▶ szívesen és jó hangulatban segítik a fesztivál lebonyolítását!

Válaszd a leginkább hozzád illő munkakört! A részletes feladatleírásokat a regisztráció után a jelentkezési felületen találod.

Tudj meg többet az EYOF-ról és jelentkezz önkéntesnek a www.gyor2017.hu oldalon!
Kövess minket a Facebookon és értesülj a legfrissebb EYOF- és önkénteshírekről!
www.facebook.com/EYOF2017

Forrás: Győr MJV Önkormányzata

Összefoglalás

A nagy hazai és nemzetközi kulturális és sportesemények kiemelt stratégiai szerepet játszanak több európai és magyar város marketingtevékenységében, hírnévépítésében. Győr városa tudatosan építi a „sportos város” imázst, ennek érdekében költségvetéséből évente minimum 1%-t fordít az élő sport támogatására, aktivizálja betelepült nagyvállalatait a minél szélesebb, a sport terén (is) vállalt társadalmi felelősségvállalásra. A kiemelkedő sporteredmények (egyesületi, egyéni sportolók), valamint a magas színvonalú sportinfrastruktúra számos nagy sportesemény megrendezésére predesztinálja a várost, és az ezeken alapuló sportgazdaság a 2017-es EYOF-ra épülő létesítményekkel egyre nagyobb szeletet hasít a város költségvetéséből, életéből.

A nagy sportesemények szervezése az önkéntes-management területén hatalmas feladatot jelent a szervező bizottság számára, mely stratégiai toborzási tervek felállítását, végrehajtását, majd az esemény alatt gondosan előkészített önkéntes irányítást ölel fel. A győri olimpiai eseményre szükséges közel 1 500 önkéntest 3 fő célcsoport mentén toborozzák: a középiskolai, az egyetemista, valamint a nyugdíjasok körében folyik az érdeklődők tájékoztatása, motiválása.

Maga az önkéntesség kiváló lehetőség, hogy egy aktív demokráciában kivegyük a részünket a társadalmi felelősségvállalásból, segítsünk másokon erőforrásainknak megfelelően, közben pedig mi magunk is gazdagabbak leszünk – az EYOF esetén – igazi olimpiai hangulattal, tapasztalatokkal, életre szóló barátságokkal, egy nagy világversenyen szerzett szakmai tapasztalattal.

Irodalom

- Bényei A., Czike K. (2003) *Önkéntes munka*. Landorhegy Alapítvány Nonprofit Szolgáltató Központ, Zalaegerszeg, 12–14. o.
- EOC (2015) *Charter of the European Youth Olympic Festival*. Lausanne.
- EYOF Győr 2017 Szervező Bizottság. EYOF Kézikönyv. 2016.
- Fombrun, C. J. (1996) *Reputation: Realizing the Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press, Boston.
- Jakab P. (2014) Győr, városmarketing a gyakorlatban. In: Tózsza I. (szerk.) *Turizmus és településmarketing*. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Budapest. 159–168. o.
- Jakab P. (2016) Kölcsönhatás vizsgálata a városi hírnév és a vállalati hírnév között. In: Juhász Gy., Korcsmáros E., Huszár E. (szerk.) *Korszerű szemlélet a tudományban és az oktatásban*. Selye János Egyetem, Komárno, Szlovákia. 139–157. o.
- Konczosné Szombathelyi M. (2013) A hírnév értéke, a reputáció mérhetősége. In: Király É. (szerk.) *Kiterjesztett marketing*. Konferenciakötet. BGF, Budapest. 504–516. o.
- Konczosné Szombathelyi M. (2014) Változó hírnév a változó világban (Defenzív és akkomodatív válságstratégiák). In: Lőrincz I. (szerk.) *XVII. Apáczai-napok tudományos konferencia tanulmánykötete*. NYME Kiadó, Győr. 23–32. o.
- Kotler, P., Haider D. H., Rein, I. J. (1993) *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*. Free Press, New York.
- Nagy Á. (2008) *Ifjúságügy, Ifjúsági szakma, ifjúsági munka*. Új Mandátum Kiadó, Budapest.
- Roper, S., Fill, C. (2012) *Corporate Reputation*. Pearson Longman, London.
- Stelli T., Papp-Váry, Á. (2013) *A városmárka rangsorok sajátosságai, összefüggések a városmárkázás és egyes márkázási tényezők között*. In: A SJE Nemzetközi Tudományos Konferenciája – „Új kihívások a tudományban és az oktatásban” Komárom. 323–343. o.
- Westside Events (2016) *EYOF Győr 2017 – Önkéntes bázis generálása*. Munkaanyag.
<http://onkentes.gov.hu/informaciok/nemzeti-onkentes-strategia/> Letöltés: 2016. 06. 10.
<http://www.onkentes.hu/cikkek/mi-az-az-onkentesseg> Letöltés: 2016. 08. 19.
<http://www.pecshospice.hu/content/%C3%B6nk%C3%A9ntes-munka-definici%C3%B3ja-filoz%C3%B3fi%C3%A1ja> Letöltés: 2016. 08. 19.