

Kritéria dobré praxe financování předvolební kampaně

Dotazy pro centrály politických stran a hnutí v parlamentních volbách 2017, jež budou vodítkem pro monitoring a hodnocení otevřenosti kampaní před parlamentními volbami v ČR 2017

1) Plánované a reálné náklady/výdaje na kampaň.

1.1 Jaká je celková suma plánovaných nákladů vaší organizace na letošní předvolební kampaň? Kde je tato částka zveřejněna?

Suma:

Link:

1.2 Můžete rozdělit předpokládané náklady do těchto základních kategorií:

kampaň v tištěných médiích: ____ %

billboardy a plakáty: ____ %

kampaň v on-line médiích: ____ %

kontaktní část kampaně (mítinky, akce pro veřejnost atp.): ____ %

ostatní náklady: ____ %

1.3 Jsou informace o struktuře výdajů dostupné veřejně, kde?

1.4 Zveřejňujete přehled výdajů na kampaň průběžně? Kde?

2) Online výdaje.

Jaký je poměr výdajů na on-line kampaně na sociálních sítích (FB, Twitteru, Google, YouTube ap.), vůči ostatním on-line médiím (bannerová reklama, placené články, inzerce na internetu) z rozpočtu na on-line kampaň.

Facebook: ____ %

Ostatní sociální sítě: ____ %

On-line média: ____ %

AdWords: ____ %

Ostatní náklady kampaně na internetu: ____ %

3) Transparentní účty.

3.1 Kde je možné transparentní účty vaší organizace najít?

a) TÚ volební:

b) TÚ dary:

3.2 Jsou jednotlivé toky na účtech srozumitelně popsány (identifikace dárce, účel platby, platby třetím stranám)?

3.3 Plynou všechny prostředky v předvolební kampani přes tyto účty? Pokud ne, prosím, vysvětlete.

3.4 Projeví se veškeré výdaje spojené s kampaní na Vašem transparentním účtu ještě před datem voleb? Pokud ne, prosím, vysvětlete.

4) Struktura příjmů.

4.1 Jakou část rozpočtu na kampaně tvoří:

dary individuálních dárců (FO): ____ %

sponzorské dary (PO): ____ %

dary členské základny nad 50 tis. Kč: ____ %

váš vklad jako strany: ____ %

půjčky: ____ %

úvěry/kontokorent: ____ %

4.2 Kde jsou informace o příjmech kampaně zveřejněny?

link:

5) Dary. Administrace darů v rámci organizace.

5.1 Jakým způsobem evidujete dary (a darovací smlouvy) jednotlivým kandidátům vaší strany na jiné než centrální úrovni?

5.2 Máte přehled o získaných darech svých regionálních organizací v době konání kampaně? Pokud ano, jakou formou získáváte o těchto darech přehled?

5.3 Je přijímání darů v kompetenci krajských či oblastních organizací, nebo je schvaluje centrála (existuje průběžný systém evidence)?

5.4 Evidujete na svých stránkách také nefinanční plnění? Kde je tato informace přístupná?

5.5 Je možné poskytnout finanční dar vaší straně také v hotovosti?

ano / ne

6) Transparentní spolupráce uvnitř organizace.

6.1 Do jaké míry je kampaň organizována z centra? Jaký je prostor pro vedení vlastní kampaně na úrovni volebního obvodu (např. vlastní témata, vlastní vizuál billboardů aj.).

6.2 Mají jednotlivé volební obvody vlastní rozpočet na tyto akce? Kým je stanoven/schválen?

7) Třetí osoby.

Spolupracujete s registrovanými třetími osobami, které vaši kampaň podporují nebo se na ní podílejí?

7.1 Se kterými:

7.2 Kde je informace o spolupráci zveřejněna (kromě registru na www.udhpsch.cz):

8) Seznam předvolebních akcí.

Zveřejňujete důsledně termíny všech předvolebních aktivit a veřejných akcí? (Uveďte odkazy na weby, sociální sítě, YouTube kanály a jiné.)

9) Předvolební tým a dobrovolníci v kampani.

9.1 Kdo je hlavním koordinátorem vaší předvolební kampaně?

9.2 Jaké je složení vašeho volebního týmu (s uvedením rolí jednotlivých členů v kampani včetně poradců) a kolik dobrovolníků je zapojených ve vaší kampani?

9.3 Kde jsou tyto informace dohledatelné?

9.4 Spolupracujete na kampani s mediální agenturou (PR, reklamní apod.)?

9.5 Pokud na kampani pracují dobrovolníci, kolik se jich na ní podílí? Jaké náklady jsou s jejich činností spojeny (částka)?

10) Komunikační kanály.

Má váš politický subjekt veřejně přístupné a aktualizované:
internetové stránky, Facebook, Twitter a YouTube? Uveďte prosím adresy.

Homepage:

Facebook:

Twitter:

YouTube: