

TRANSPARENTNÍ PŘEDVOLEBNÍ KAMPANĚ DO ZASTUPITELSTEV PRAHY, BRNA A OSTRAVY 2018

1) Celkové výdaje na komunální kampaň:

Praha: Hnutí STAN investuje do pražské kampaně zhruba 5 000 000 Kč, přičemž celkový rozpočet koalice Spojené síly pro Prahu se odhaduje na 17 000 000 Kč.

Brno: Hnutí STAN investuje do kampaně zhruba 780 000 Kč, přičemž stejná částka se odhaduje pro celkový rozpočet kampaně.

Ostrava: Hnutí STAN investuje do kampaně zhruba 200 000 Kč, přičemž celkový rozpočet kampaně se odhaduje na 270 000 Kč.

**jde o velmi hrubé odhady. Záleží, kolik jednotlivé kandidátky seženou na darech.*

1.1) Odhad struktury rozložení veškerých nákladů na kampaně pro komunální volby:

- **mzdy a dohody pro spolupracovníky a členy volebních týmů:**
 - Praha 0 Kč
 - Brno 200 000 Kč
 - Ostrava 25 000 Kč
- **inzerce, propagace, PR, audio-vizuální produkce, provozní náklady na kontaktní kampaň (doprava, ubytování apod.):**
 - Praha 5 000 000 Kč
 - Brno 550 000 Kč
 - Ostrava 175 000 Kč
- **náklady na dobrovolníky (koordinace, stravné, cestovné):**
 - Praha 100 000 Kč
 - Brno 30 000 Kč
 - Ostrava 0 Kč

1.2) Poměrech plánujete využívat placenou propagaci:

- **billboardy a tištěné plakáty v %**
 - Praha _____ 30 % _____
 - Brno _____ 0 % _____
 - Ostrava _____ 49 % _____
- **inzerce v online médiích: v %**
 - Praha _____ 15 - 20 % _____
 - Brno _____ 15 % _____
 - Ostrava _____ 35 % _____
- **inzerce v tištěných médiích: v %**
 - Praha _____ 20 % _____
 - Brno _____ 20 % _____
 - Ostrava _____ 5 % _____
- **kontaktní část kampaně: v %**
 - Praha _____ 15 - 20% _____
 - Brno _____ 40 % _____
 - Ostrava _____ 0 % _____

1.3) Poměr výdajů na on-line kampaně na sociálních sítích (FB, Twitteru ap.), vůči ostatním on-line médiím (bannerová reklama, placené články, inzerce na internetu a v Google):

- **Facebook: 40 %**
- **Ostatní sociální sítě: 10 %**
- **Inzerce v on-line médiích: 30 %**
- **Ostatní náklady kampaně na internetu (AdWords, placené PR články apod.): 20 %**

**Jedná se o velmi hrubé odhady, pro všechna města jsou čísla přibližně stejná.*

2) Transparentní účet: <https://ib.fio.cz/ib/transparent?a=2101396314> či zde: <https://www.starostove-nezavisli.cz/kontakt/hlavni-kancelar>.

3) Finanční management kampaně:

- Řízení kampaně je decentralizovaná a jednotlivým kandidátkám je ponechána maximální míra autonomie ve strategickém řízení kampaně.
- Centrála hnutí přispívá kandidátkám v obcích a městech na jejich kampaně 12 500 000 Kč. Proměnné pro výpočet příspěvku krajským sdružením jsou velikosti obce a měst a počet kandidátních listin. Krajské sdružení pak finance přerozděluje dle vlastních klíčů.
- Centrála poskytla všem kandidátům hnutí STAN grafický manuál za 200 000 Kč a online podporu ve výši 200 000 Kč.

6) Volební tým:

- Praha: Pospíšil Jiří, Marvanová Hana – Lídři kandidátní listiny, Lepš Jakub, Hlubeček Petr – předsedové pražských organizací, Hejma Petr, Chabr Jan – finančníci, Faltová Miriam, Krejčová Lucie – volební manažeři, Kučera Petr, Hofman Štěpán – volební koordinátoři, Urbánková Vlasta – tajemnice, Horák Jakub, zástupce Beefbrothers – mediální poradci, Pelikánová Karolína – tisková mluvčí.
 - Ostrava: Jureček Jiří, Kutěj Petr, Krejčíček Mojmír, Machalová Vladimíra, Čech Petr a Honusek Ladislav
 - Na celorepublikové kampani se podílela agentura Beefbrothers při přípravě grafického manuálu a NETservis s.r.o. s tvorbou webu chcikandidovat.cz.
 - V Ostravě se na kampani podílí mediální agentura Konver, s.r.o.
-