

Standardy etického fundraisingu pro Hodnocení spolehlivosti veřejně prospěšných organizací

1. Pravdivost

- Nezisková organizace poskytuje jasné a srozumitelné informace o svém poslání, hodnotách a činnostech.
- Fundraisingové aktivity jsou vedeny otevřeným způsobem, nezisková organizace nezatajuje účel kontaktu s potenciálním dárce.
- Prezentační a propagační materiály neziskové organizace neobsahují klamavé a zavádějící informace nebo zobrazení.

2. Přiměřenost a objektivita

- Pokud prezentační či fundraisingové materiály neziskové organizace zobrazují příjemce pomoci, musí vždy být brán ohled na jejich důstojnost a ochranu jejich soukromí. Zobrazení nebo jména konkrétních osob nelze používat bez jejich vědomí.
- Na dárce nesmí být vyvíjen jakýkoli nátlak – jednání v časové tísní, tvrzení, že na jeho pomoci závisí konkrétní život atd.
- Nezisková organizace se chová korektně k ostatním subjektům, které se zabývají stejnými nebo podobnými činnostmi.

Doporučení pro oblast přiměřenosti a objektivity:

Prezentační a fundraisingové materiály organizace by měly vždy být přiměřené činnosti, kterou organizace vykonává. Nevhodná je taková forma prezentace, které staví pouze na emocích nebo na snaze šokovat a upozaduje poslání organizace. Používané materiály by nikdy neměly v potenciálních dárcech vyvolávat pocity viny, strachu, vzbuzovat nepřiměřená očekávání apod.

3. Transparentnost

- Nezisková organizace jasně a srozumitelně informuje dárce a podporovatele o využívání darů a dalších prostředků.
- Při oslovování potenciálních dárců nezisková organizace dotyčné osoby pravdivě informuje, v jakém režimu získávání prostředků probíhá (např. zda se jedná o veřejnou sbírku).
- Potenciální dárce jsou také jasně a srozumitelně informováni, na jaké projekty či aktivity budou jimi darované prostředky použity.

4. Náklady a odměňování

- Nezisková organizace pravdivě a srozumitelně informuje o nákladech svých projektů a činnostech včetně nákladů na správu a administraci.
- Práci fundraiserů doporučujeme odměňovat fixním způsobem.
- Pokud je odměna fundraisera závislá (nebo z části závislá) na výši získaných prostředků, musí organizace vhodnými způsoby informovat o tom, jaký podíl z darovaných prostředků odměna fundraisera představuje. Celkově tato odměna nesmí být vyšší než 50% získaných prostředků.

5. Odměny třetích stran

- Z pohledu hodnocení spolehlivosti nese veškerou odpovědnost za kvalitu a etičnost jakýchkoli fundraisingových aktivit vždy zadávající nezisková organizace.
- Pokud nezisková organizace využije při fundraisingových aktivitách služby třetích stran (reklamní a PR agentury, mailingové agentury, call centra apod.), musí být tato spolupráce podložena písemnou smlouvou. Smlouva popisuje služby poskytované třetí stranou a výši odměny pro tuto třetí stranu.

Doporučení:

Doporučujeme sjednávat odměny již při uzavírání zakázky, a to ve fixní výši. Pokud odměna třetí strany představuje procento z celkové získané částky, nemělo by to být více než 35%. Pokud zprostředkující subjekt přímo získává od dárců jakékoli prostředky, musí tyto být převedeny na účet zadávající organizace bez zbytečného prodlení.

6. Ochrana osobních údajů a respektování soukromí dárců

- Pokud nezisková organizace během svých fundraisingových aktivit získá jakékoli údaje o dárcích (e-mailové adresy, telefonní čísla), zavazuje se respektovat soukromí a přání dárců.
- Kontaktování potenciálních dárců prostřednictvím telefonu, e-mailu, SMS, sociálních sítí apod. je možné jen s předchozím souhlasem adresáta.
- Pokud nezisková organizace využije ke zprostředkování kontaktů s dárci služby třetí strany, jsou získané informace o dárcích majetkem zadávající neziskové organizace.
- Smluvní organizace musí veškeré takové informace zadávající neziskové organizaci předat nejpozději při ukončení spolupráce a nesmí je jakkoli využívat k vlastním účelům.
- Kontaktní ani jiné získané údaje o dárcích nesmí nezisková organizace prodávat ani jinak zpřístupňovat třetím stranám, které by je využívaly pro vlastní účely.