

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.

Propagační materiály neziskové organizace neobsahují klamavé a zavádějící informace nebo zobrazení.

2. Přiměřenost a objektivita

Prezentační a fundraisingové materiály organizace by měly 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 neměly v potenciálních dárce vyvolávat pocity viny, strachu, vzbuzovat nepřiměřená očekávání apod.

Na dárce nesmí být vyvíjen jakýkoli nátlak – jednání v časové tísní, tvrzení, že na jeho pomoci závisí konkrétní život atd.

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.

Nezisková organizace se chová korektně k ostatním subjektům, které se zabývají stejnými nebo podobnými činnostmi.

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 dárce i potenciální dárce o nákladech svých projektů a činností, a to 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 být dárce informován, jaký podíl z darovaných prostředků odměna fundraisera představuje.

Odměna fundraisera by v takovém případě neměla být vyšší než 50% ze získaných prostředků.

5. Odměny třetích stran

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.

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.

Z pohledu hodnocení spolehlivosti nese veškerou odpovědnost za kvalitu a etičnost jakýchkoli fundraisingových aktivit vždy zadávající nezisková organizace.

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.

Kontaktní ani jiné získané údaje o dárcích nesmí nezisková organizace prodávat ani jinak zpřístupňovat třetím stranám.

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.