

# **Eurovoľby 2024**

Zhodnotenie - záverečná správa

Rada KDĽ, 21. 9. 2024

M. Michalčík

# Základné výsledky

Voľby do Európskeho parlamentu na území Slovenskej republiky sa konali v sobotu 8. júna 2024. Zúčastnilo sa na nich 1 505 176 voličov z celkovo 4 377 093 zapísaných voličov. Účasť bola historicky najvyššia na úrovni 34,38 %.

## Celkové výsledky

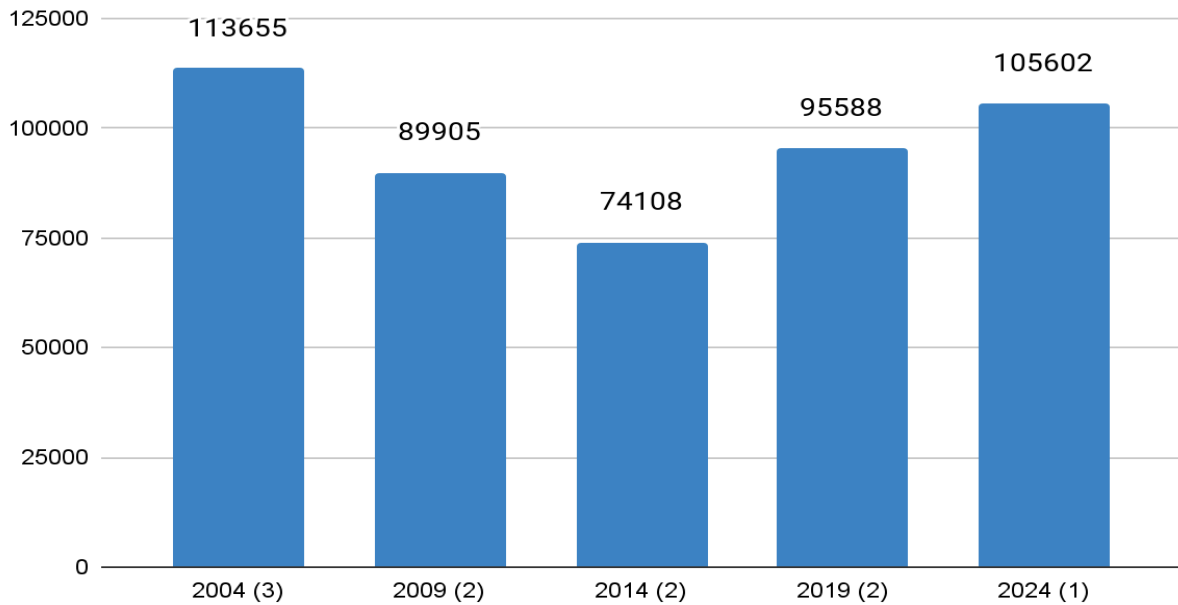
strana	%	mandáty
<b>Progresívne Slovensko</b>	<b>27,81</b>	<b>6</b>
<b>SMER - SD</b>	<b>24,76</b>	<b>5</b>
<b>Republika</b>	<b>12,53</b>	<b>2</b>
<b>HLAS - SD</b>	<b>7,18</b>	<b>1</b>
<b>KDH</b>	<b>7,14</b>	<b>1</b>
SAS	4,92	0
Demokrati	4,68	0
Aliancia	3,88	0
Slovensko (Oľano)	1,98	0
SNS	1,9	0

Vo voľbách získalo KDH 105 602 platných hlasov, percentuálny zisk 7,14 % a jeden mandát v Európskom parlamente.

## Výsledky KDH v eurovoľbách od r. 2004

	2004	2009	2014	2019	2024
<b>Počet hlasov</b>	113.655	89.905	74.108	95.588	<b>105.602</b>
<b>%</b>	16,19 %	10,87 %	13,21 %	9,69 %	<b>7,14 %</b>
<b>Získané mandáty</b>	3	2	2	1 (2)	<b>1</b>
<b>Celková účasť</b>	16,96 %	19,64 %	13,05 %	22,74 %	<b>34,38 %</b>

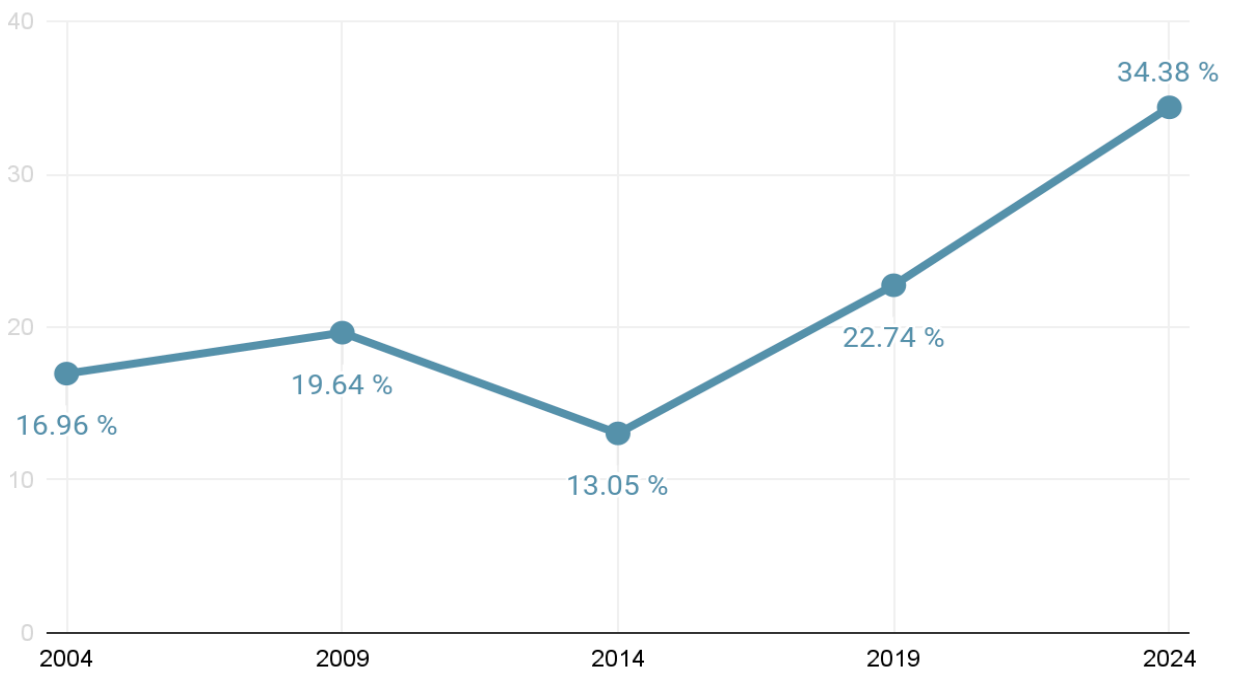
## Grafické porovnanie počtu získaných hlasov v eurovoľbách od roku 2004



\* v zátvorke počet mandátov

KDH získalo v roku 2024 druhý najvyšší počet hlasov v histórii.

## Volebná účasť podľa rokov



## Výsledky podľa krajov

	Počet hlasov	% pre KDH	Volebná účasť
<b>SR spolu</b>	<b>105 602</b>	<b>7,15 %</b>	<b>34,38 %</b>
Prešovský kraj	26 885	14,23 %	30,66 %
Žilinský kraj	18 108	9,06 %	36,58 %
Bratislavský kraj	13 858	5,44 %	44,53 %
Košický kraj	12 299	7,19 %	28,33 %
Trenčiansky kraj	10 227	5,83 %	37,85 %
Trnavský kraj	8 378	5,48 %	33,45 %
Banskobystrický kraj	8 148	5,08 %	32,46 %
Nitriansky kraj	7 699	4,41 %	32,09 %

Výsledok KDH opäť "ťahal" Prešovský kraj. V tomto pohľade je vidieť tiež vplyv volebnej účasti, keď západ krajiny bol vo voľbách aktívnejší ako východ (napr. v Bratislavskom kraji bola účasť 44,53 % a naopak v Košickom kraji 28,33 %). S výnimkou Nitrianskeho kraja, vo všetkých krajoch KDH presiahlo 5 % hranicu.

## Výsledky podľa okresov

Názov kraja	Názov okresu	Počet platných hlasov 2024	Počet platných hlasov 2019	Rozdiel abs.
Prešovský kraj	Prešov	7 886	5 474	2 412
Prešovský kraj	Bardejov	2 992	2 399	593
Prešovský kraj	Sabinov	2 083	1 534	549
Nitriansky kraj	Nitra	2 766	2 220	546
Banskobystrický kraj	Brezno	1 218	673	545
Žilinský kraj	Čadca	1 249	755	494
Žilinský kraj	Žilina	3 615	3 146	469
Prešovský kraj	Stará Ľubovňa	1 800	1 371	429
Prešovský kraj	Levoča	1 598	1 198	400
Prešovský kraj	Poprad	2 906	2 510	396
Prešovský kraj	Humenné	1 691	1 326	365
Košický kraj	Spišská Nová Ves	2 348	2 021	327
Prešovský kraj	Vranov nad Topľou	1 708	1 387	321
Košický kraj	Košice - okolie	2 039	1 726	313

Trnavský kraj	Trnava	2 905	2 592	313
Banskobystrický kraj	Banská Bystrica	1 877	1 575	302
Košický kraj	Michalovce	1 322	1 039	283
Trenčiansky kraj	Trenčín	2 515	2 265	250
Banskobystrický kraj	Lučenec	537	302	235
Bratislavský kraj	Pezinok	1 313	1 088	225
Žilinský kraj	Martin	1 352	1 145	207
Nitriansky kraj	Nové Zámky	1 113	914	199
Banskobystrický kraj	Zvolen	1 069	876	193
Bratislavský kraj	Senec	1 755	1 570	185
Trenčiansky kraj	Prievidza	1 719	1 535	184
Žilinský kraj	Kysucké Nové Mesto	566	394	172
Prešovský kraj	Snina	584	419	165
Banskobystrický kraj	Žarnovica	552	387	165
Prešovský kraj	Stropkov	618	454	164
Trnavský kraj	Hlohovec	928	772	156
Trnavský kraj	Skalica	925	769	156
Trnavský kraj	Galanta	767	623	144
Prešovský kraj	Svidník	633	501	132
Košický kraj	Trebišov	1 067	949	118
Košický kraj	Gelnica	461	355	106
Trenčiansky kraj	Nové Mesto nad Váhom	1 050	953	97
Banskobystrický kraj	Poltár	230	137	93
Trnavský kraj	Senica	1 127	1 036	91
Banskobystrický kraj	Rimavská Sobota	269	184	85
Žilinský kraj	Bytča	652	572	80
Trenčiansky kraj	Púchov	889	810	79
Banskobystrický kraj	Krupina	459	393	66
Košický kraj	Košice III	533	471	62
Banskobystrický kraj	Žiar nad Hronom	676	617	59
Nitriansky kraj	Zlaté Moravce	849	793	56
Banskobystrický kraj	Veľký Krtíš	223	169	54
Banskobystrický kraj	Detva	536	486	50
Banskobystrický kraj	Banská Štiavnica	318	272	46
Žilinský kraj	Turčianske Teplice	191	147	44
Nitriansky kraj	Komárno	199	158	41
Prešovský kraj	Medzilaborce	156	120	36

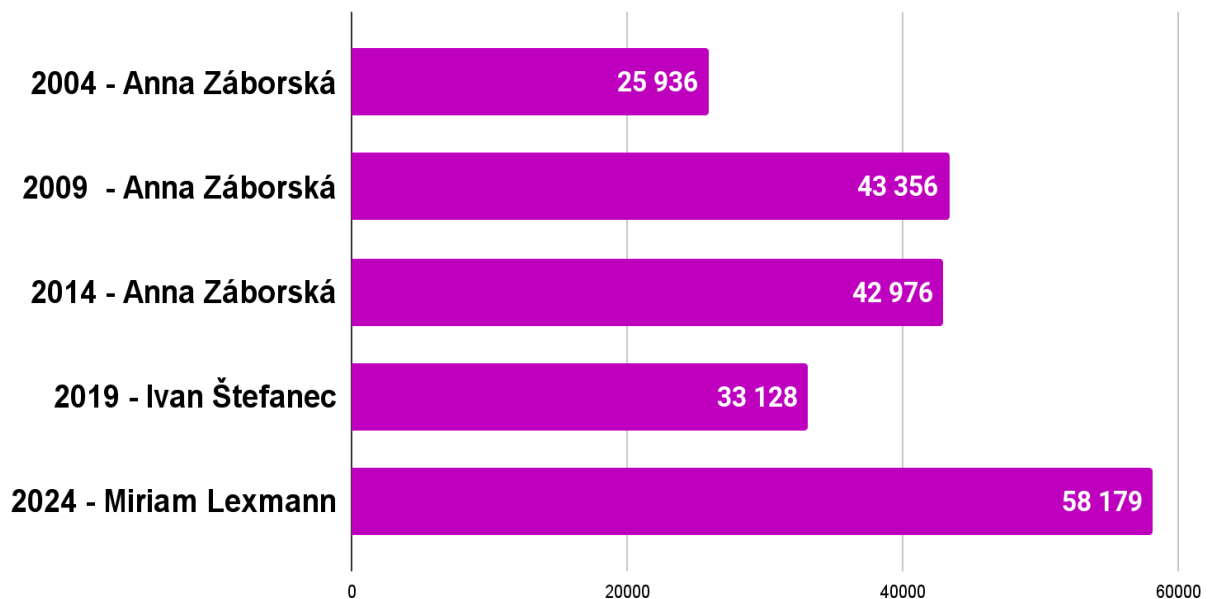
Žilinský kraj	Liptovský Mikuláš	1 170	1 135	35
Trenčiansky kraj	Myjava	147	114	33
Banskobystrický kraj	Revúca	184	153	31
Bratislavský kraj	Malacky	1 106	1 085	21
Prešovský kraj	Kežmarok	2 230	2 215	15
Nitriansky kraj	Šaľa	364	349	15
Trenčiansky kraj	Bánovce nad Bebravou	634	631	3
Trenčiansky kraj	Považská Bystrica	1 218	1 218	0
Košický kraj	Sobrance	312	318	- 6
Trenčiansky kraj	Ilava	1 117	1 130	- 13
Košický kraj	Rožňava	200	219	- 19
Trnavský kraj	Dunajská Streda	341	372	- 31
Nitriansky kraj	Topoľčany	1 161	1 212	- 51
Košický kraj	Košice II	1 515	1 573	- 58
Košický kraj	Košice IV	1 233	1 301	- 68
Žilinský kraj	Tvrdošín	2 051	2 135	- 84
Košický kraj	Košice I	1 269	1 359	- 90
Trnavský kraj	Piešťany	1 385	1 486	- 101
Nitriansky kraj	Levice	1 247	1 355	- 108
Žilinský kraj	Dolný Kubín	1 675	1 849	- 174
Bratislavský kraj	Bratislava V	2 333	2 583	- 250
Bratislavský kraj	Bratislava III	1 483	1 762	- 279
Bratislavský kraj	Bratislava II	2 346	2 632	- 286
Trenčiansky kraj	Partizánske	938	1 256	- 318
Žilinský kraj	Námestovo	3 315	3 651	- 336
Bratislavský kraj	Bratislava I	1 136	1 496	- 360
Bratislavský kraj	Bratislava IV	2 386	2 757	- 371
Žilinský kraj	Ružomberok	2 272	2 660	- 388

Oproti voľbám v roku 2019 si KDH polepšilo v 58. okresoch a pohoršilo v 20. V okrese Považská Bystrica malo rovnaký počet hlasov ako v ostatných eurovoľbách. Okrem okresu Brezno, kde najviac hlasov získal domáci Jakub Berčík a okresu Lučenec, kde vyhral domáci Karol Mičko, bola z našich kandidátov vo všetkých ostatných okresoch najúspešnejšia Miriam Lexmann.

## Výsledky kandidátov KDH

Poradie po zohľadnení prednostného hlasovania	Poradie na hlasovacom lístku	Meno	Priezvisko	Počet platných prednostných hlasov	Podiel platných prednostných hlasov v %
1	1	Miriam	Lexmann	58 179	55,09 %
2	4	Ivan	Štefanec	21 586	20,44 %
3	2	Viliam	Karas	21 356	20,22 %
4	15	Ján	Figel'	19 068	18,05 %
5	5	Branislav	Škripek	10 102	9,56 %
6	3	Gabriel	Paľa	9 962	9,43 %
7	6	Mária	Červeňová	5 974	5,65 %
8	7	Slavomír	Gregorík	3 328	3,15 %
15	14	Jakub	Berčík	2 653	2,51 %
9	8	Dávid	Skokan	1 877	1,77 %
10	9	Juraj	Mikúš	1 755	1,66 %
12	11	Emil	Mucha	1 452	1,37 %
13	12	Richard	Kráľovič	1 406	1,33 %
14	13	Alena	Novotná	1 143	1,08 %
11	10	Karol	Mičko	1 046	0,99 %

Líderka kandidátky a zvolená europoslankyňa Miriam Lexmann získala najviac hlasov zo všetkých kandidátov KDH, ktorí v minulosti skončili na prvom mieste:



## Kampaň

Volebná kampaň sa oficiálne začala 10. februára 2024, avšak hlavná časť kampane sa všeobecne na Slovensku uskutočňovala až po veľkej noci od druhej polovice apríla do volieb 8. júna 2024.

Volebnú kampaň bola realizovaná spôsobom "in house" s podporou dodávateľov. K realizácii kampane bola vypracovaná volebná komunikačná stratégia na základe prieskumov verejnej mienky s rešpektom k hodnotám a programu hnutia.

Základom stratégie bolo využiť potenciál získaný vo voľbách do NR SR 2023 a smerovať komunikáciu v rámci kampane najmä k svojim presvedčeným voličom, teda k jadrú voličskej základne KDH. ďalší potenciál bol identifikovaný najmä u voličov Hlas-SD a Hnutie Slovensko, ktorých bolo možné zaujať témami pre sociálnu oblasť a obranu proti korupcii. Priestor pre posun preferencií všetkých strán vytvorila nekandidátka hnutia SME RODINA, kde ostalo nezaradených približne 65tisíc voličov.

Kampaň bola od začiatku nastavená v podobnom formáte ako v minulosti a rozdelená na tzv. spoločné a podporné aktivity, ktoré zabezpečoval volebný štáb s dodávateľmi a individuálne subkampane jednotlivých kandidátov v réžii samotných kandidátov.

Volebný štáb v tomto zmysle pripravil spoločné prvky kampane, základné pravidlá, platformu na vnútornú komunikáciu. Pripravil volebnú stratégiu, poskytol grafické služby, právne



poradenstvo, volebné mapy, volebný program, manažment toku financií a pod. Taktiež zabezpečil spoločné kampaňové výstupy, najmä volebný web, outdoorovú kampaň, inzertnú kampaň online aj offline, podpornú kampaň na sociálnych sieťach hnutia (facebook, Instagram, Youtube). Na základe očakávaných hlavných tém kampane (Ukrajina, green deal, právo veta, migrácia), relevancie hnutia k nim, prieskumu znalosti kandidátov, bol vykreovaný hlavný slogan a grafický vizuál. Spoločná kontaktná kampaň bola vzhľadom na rozpočet od začiatku zamýšľaná v obmedzenom režime v počte 2-3 spoločných plánovaných eventov, avšak napokon sa ju nepodarilo zrealizovať.

Kandidáti riešili svoje individuálne časti kampane najmä formou svojich stránok na sociálnych sieťach (vrátane youtube) formou statusov a videí, v outdoore, sčasti inzerciou, ale najmä osobnou kontaktnou kampaňou. Do podpory tejto časti kampane sa výraznou mierou zapojili krajskí tajomníci, v niektorých prípadoch aj ďalší členovia hnutia.



***Silné Slovensko  
v bezpečnej  
Európe***

**19 | KDH**

**1. Miriam LEXMANN**

Objednávateľ: Kresťanskodemokratické hnutie, Šafárikovo námestie 77/4, 811 02 Bratislava, IČO: 00586846  
Dodávateľ: KNOWDIRECT, s.r.o., Růžčerova 604/8, 150 00 Praha 5 – Smíchov, IČO: 09766201

# Ekonomika

## Celkové náklady

Eurovoľby 2024	
<b>Celkové náklady</b>	<b>769 080 €</b>
Náklady kandidátov	424 126 €
Spoločné náklady*	344 954 €

\*vrátane bežnej agendy (propagácia hnutia, aj keď nesúvisela s kampaňou)

## [Záverečná správa o nákladoch na volebnú kampaň](#)

V porovnaní s ostatnými voľbami do EP v roku 2019 boli náklady na voľby o vyše 100 % vyššie (335 676 eur v r. 2019). Naopak v porovnaní s nákladmi na voľby do NR SR v roku 2023 išlo o menej ako tretinové výdavky (2 338 57 eur v r. 2023).

Príspevky a dary, Eurovoľby 2024	
Individuálne dary pre kandidátov	272 126 €
*Príspevok KDH pre kandidátov	152 000 €
Spolu (náklady na "individuálne" časti kampane)	424 126 €

\*vyčlenilo predsedníctvo KDH

## Prehľad spoločných nákladov na volebnú kampaň do EP 2024 – KDH

Typ nákladov	Suma	Opis
Outdoor	104 124 €	Billboardy, bigboardy, svetelné billboardy; spolu cca 400 plôch/3mesiace
Inzercia	76 189 €	inzercia offline, online (časopisy, portály); 80000ks vkladacia Eurotelevízia, postoj.sk ...
Sociálne siete	10 560 €	podpora všetkých statusov zo sledovaného obdobia (nielen kampaň)
Volebné noviny	52 136 €	tlač a distribúcia novín (700 000 ks)
Podporné aktivity	70 723 €	Prieskumy, monitoring, stratégia, manažment a podpora kampane (nie všetky súviseli s kampaňou)
Ostatné	14 491 €	grafické práce, promo predmety, nájom a branding áut, benzín ...
<b>Spolu</b>	<b>328 223 €</b>	

# Zhodnotenie

Voľby do Európskeho parlamentu sa odohrávali po dvoch dôležitých voľbách. Po prezidentských a z pohľadu KDĽ po dôležitejších parlamentných voľbách, v ktorých sa nášmu hnutiu podarilo vrátiť sa do NR SR po 7 ročnej pauze. Stalo sa tak po veľmi dobrej a náročnej kampani, ktorá nás všetkých stála veľa síl. Aj preto nebolo ľahké pustiť sa do ďalšej náročnej kampane.

V rámci volebnej stratégie sme mali stanovené tieto ciele pri odhadovanej 31 % volebnej účasti:

Primárne ciele:

- získať minimálne počet hlasov prislúchajúci dvom mandátom, teda odhadom 141 tisíc hlasov (závisí od republikového volebného čísla)
- získať dva poslanske mandáty

Sekundárne ciele:

- podporiť imidž KDĽ, ktoré má tradíciu a odbornosť v európskej politike
- zviditeľniť kandidátov s potenciálom pre intenzívnejšiu politickú budúcnosť

Primárne ciele boli dosiahnuté len na 75 % resp. 50 %. (Nie je ale zaručené, že v prípade plánovaného zisku by KDĽ získalo očakávané dva mandáty, vzhľadom na volebný systém.)

Sekundárne ciele boli dosiahnuté (získanie mandátu v Európskom parlamente a zviditeľnenie kandidátov s politickou budúcnosťou - Karas, Paľa, Červeňová, Gregorík, Berčík, Skokan, Mikuš, ktorí majú perspektívu na národnej alebo komunálnej úrovni)

## Zhodnotenie externých vplyvov

Kampaň bola výrazným spôsobom poznačená, prerušená a najmä ovplyvnená atentátom na premiéra 15. 5. 2024. Po atentáte a faktickom zastavení kampane na niekoľko dní sa ešte viac v spoločnosti prehĺbil naratív dvoch súperiacich favoritov (SMER, PS), k čomu obe strany výrazným spôsobom v kampani napomáhali a tento naratív ešte zväzňovali. KDĽ bola jednou z mála strán, ktoré tomuto tlaku dokázali odolať so ctou. Viaceré strany to neustáli a v eurovoľbách úplne pohoreli alebo získali zásadne nižšiu podporu ako sa očakávalo podľa prieskumov či mediálnych očakávaní (HLAS, SaS, Slovensko, SNS).

Dôležitosť volieb pre štát sa odzrkadlila aj na kandidátkach jednotlivých strán. Najsilnejšia opozičná strana "nasadila" výrazne známe osobnosti z politického i nepolitického prostredia. Vládna strana SMER skombinovala osvedčených politikov z EP s najpopulárnejšími mladými politikmi. Niektoré strany postavili do volieb to najlepšie, čo mali (SNS, Hnutie Slovensko), prípadne výrazných influencerov alebo ľudí známych z predchádzajúceho pôsobenia vo verejnom živote. (Demokrati) Aj pri takejto konkurencii KDĽ obstálo vďaka sile svojej značky, výraznej líderke kandidátky a disciplíne voličov KDĽ.

Dôležitým faktorom, ktorý vplýval na výsledky volieb, bola bezprecedentne najvyššia volebná účasť a najmä účasť voličov v Bratislavskom kraji. Účasť presiahla všetky očakávania a z pohľadu KDĽ, ktoré ťaží najmä z voličov opačného konca republiky a z voličov, ktorí chodia na voľby pravidelne, ovplyvnila výsledok negatívne.

Ďalším faktorom volieb bol slabý záujem médií. Samotnej kampani sa celoslovenské médiá začali venovať až tri týždne pred samotnými voľbami. Médiá tiež nedoceňovali európsky rozmer volieb a vo výstupoch prevládali "slovenské" témy, ktoré v mnohých prípadoch nemali nič alebo veľmi málo spoločné s témami, ktorými sa zaoberá Európsky parlament či Európska komisia. Takýto prístup médií len potvrdzoval naratív domácich sporov a politického zápasu medzi dvoma hlavnými rivalmi.

### **Zhodnotenie interných procesov a vplyvov**

Už proces tvorby kandidátky nebol jednoduchý z dvoch dôvodov. Viacerí oslovení, ktorí by boli vo voľbách prínosom, neprejavili záujem kandidovať alebo sa napokon rozhodli nekandidovať. A situácii nenapomohlo ani to, že Rada KDH sa rozhodla neakceptovať návrh kandidátnej listiny Predsedníctva KDH a nominovala na kandidátku I. Štefanca, ktorý napokon ani nehlasoval za schválený volebný program. Problém tohto rozporu bolo "cítiť" počas celej kampane a limitoval niektoré zámery. Rovnako v mediálnom priestore sme boli oslabovaní tým, že bolo potrebné opakovane vysvetľovať rozdielne hlasovania I. Štefanca, ktoré neboli v súlade s politickou líniou KDH.

S odstupom času ale treba poďakovať všetkým kandidujúcim za námahu, čas a financie, ktoré kampani obetovali. V kampani sme nezaznamenali žiadne vážnejšie problémy zo strany kandidátov, naopak, väčšinou bola zjavná evidentná konštruktívna snaha o dobrý výsledok a konštruktívne riešenie problémov ako zo strany kandidátov tak aj volebného štábu.

V aktivite jednotlivých kandidátov boli samozrejme pomerne výrazné rozdiely. Niektorí kandidáti sa "spamätali" až niekoľko týždňov pred voľbami a chytali kampaň "za chvost", niektorí naopak precízne kampaň plánovali a s veľkým vypätím síl realizovali.

V rámci fungovania volebného štábu a kampane sa podarilo vytvoriť spoločné znaky kampane, základnú spoločnú kampaň hnutia a slušný servis pre kandidátov. Tieto skutočnosti sú zachytené v kapitole Kampaň.

Kandidáti ocenili rozhodnutie predsedníctva podporiť ich subkampane finančným kreditom. V pomeroch KDH išlo o výrazný signál a výraznú pomoc. Treba tiež oceniť disciplínu kandidátov v evidovaní finančných tokov. Aj vďaka navrhnutému evidenčnému systému a komunikácie poverenej pracovníčky bola táto časť kampane zvládnutá veľmi kvalitne a bez zbytočných stresov.

Kampaň bola rozdelená na spoločnú a individuálne kampane kandidátov. Tento prístup niektorí kandidáti privítali a ocenili, keďže im umožňoval individualizovať ich osobné kampane na špecifické cieľové skupiny a efektívne ich oslovovať. Iná časť kandidátov to zasa kritizovala a v kampani im chýbal väčší dôraz na tímovosť a jednotu kampane.

Najvážnejšie nedostatky boli zaznamenané v časti kampani na sociálnych sieťach (slabšie zastúpenie kampaňových statusov na hlavnej stránke, neskorá odozva na požiadavky kandidátov pri nastavení reklám a poradenstve) a pri kontaktnej kampani (minimum spoločných eventov, slabá, niekedy chaotická koordinácia, nedostatok informácií, neochota miestnych členov pomôcť). Tak ako tomu bolo v minulosti, aj v tohtoročných voľbách sa v niektorých prípadoch prejavil faktor individualistického prístupu bez snahy sa koordinovať.

Na druhej strane sme nezaznamenali výraznejšie problémy z prípadného nerešpektovania pravidiel.

V porovnaní s kampaňou do NR SR pri organizovaní podujatí a celkovo kontaktnej časti kampane zásadným spôsobom chýbala ochota členskej základne zapojiť sa a pomôcť. Česť výnimkám. Krajskí tajomníci neraz zostávali osamotení pri podpore jednotlivých kandidátov spolu s individuálnymi dobrovoľníkmi jednotlivých kandidátov. Zásadným problémom sa ukázalo byť identifikovanie dobrovoľníkov, ktorí sú ochotní pomôcť. Ide o celospoločenský fenomén, ktorý sa v kampani len potvrdil.

Kampaň bola zhodnotená bezprostredne na stretnutí predsedu KDH s kandidátmi v nedeľu po voľbách, na dvoch stretnutiach predsedníctva, hodnotiacom a formou dotazníka zaslaného newsletterom. V rámci stretnutí na krajskej, okresnej i miestnej úrovni prebehli viaceré miestne hodnotiace diskusie.

Súhrnné výsledky zo spätnej väzby z dotazníka sú k dispozícii tu:

[Vyhodnotenie dotazníka k EÚ kampani](#)

### **Odporúčania do budúcnosti**

V mnohom kampaň fungovala dobre. Tieto veci je treba si zachovať a preniesť aj do budúcnosti. Odporúčania sú smerované na vylepšenie toho, čo nefungovalo, malo nedostatky alebo absentovalo.

#### **Tvorba kandidátky**

S tvorbou kandidátky by bolo vhodné začať v dostatočnom predstihu, cca rok pred voľbami. V rámci tohto procesu je dôležité identifikovať nielen lídrov kandidátky, ale tiež kandidátov s potenciálom, resp. kandidátov, ktorí sú schopní osloviť nie tradičných voličov KDH, aby zvýšili šance na nárast hlasov. Samozrejme, že je viac ako vhodné vyhnúť sa vnútorným rozporom a animozitám potenciálnych kandidátov.

Je ideálne ak kandidujú skúsení kandidáti, ktorí už majú nejakú kampaň za sebou. V prípade neskúsených kandidátov alebo kandidátov z externého prostredia, ktorí nepoznajú pomery v KDH, je potrebné zlepšiť ich prípravu a poskytnúť im dôslednejší servis. Najmä vo veciach, ktoré ľudia z KDH považujú za samozrejmé, avšak neznalí kandidát o tom nevie nič, alebo má skreslenú predstavu. V dostatočnom predstihu treba komunikovať očakávania hnutia voči kandidátovi a naopak aj mieru a formu podpory. Aby kandidáti vedeli, do čoho idú.

#### **Spôsob vedenia kampane**

Úvodná poznámka: Za úspešné výsledky volieb do Európskeho parlamentu strany a hnutia nedostávajú žiadne finančné prostriedky. Pre strany ide z finančného hľadiska o čistý náklad. Preto je prirodzené, že nie je možné vynakladať na podporu kampane také prostriedky ako pri voľbách do NR SR.

Navrhujeme ponechať členenie kampane na spoločnú časť a individuálne kampane. Tento prístup má svoje výhody aj nevýhody, ale z pohľadu charakteru kampane prevažujú výhody. Pri skladbe volebného štábu navrhujeme opäť ponechať kombináciu interných a externých členov, len precíznejšie zväziť časové možnosti najmä interných členov štábu.

Čo je nevyhnutné zlepšiť je najmä príprava v dostatočnom predstihu a manažment kontaktnej kampane.

Príprava v predstihu znamená najmä prípravu procesov, kandidátov a členskej základne. Dopredu sa dajú pripraviť procesy, ktoré budú pri akejkoľvek situácii v spoločnosti a na politickej scéne rovnaké. Teda napríklad pravidlá pre kandidátov, systém práce s kandidátmi, volebný program a pod. Pre neskúsených kandidátov je potrebné pripraviť v dostatočnom predstihu nielen školenia o vedení kampane, ale aj fungovaní KDĽH a komunikovať s nimi o očakávaniach.

Smerom k členskej základni by sa mohla pripraviť interná predkampaň, ktorá by vysvetlila zmysel eurovolieb a zamerala by sa na získavanie dobrovoľníkov pre samotnú kontaktnú časť kampane.

#### Kontaktná kampaň v regiónoch

K zlepšeniu kontaktnej kampane v regiónoch je možné zásadne zlepšiť vyčlenením časti rozpočtu na platených brigádnikov a znížením výdavkov v iných oblastiach kampane. Tento spôsob s platenými brigádnikami sa nám osvedčil v kampani do NR SR. Druhou možnosťou by bola vitalizácia dobrovoľníctva v rámci našich členov a sympatizantov. Čo je ale skôr výzva na medzivolebné obdobie.

V prípade spätnej väzby, najmä smerom k odporúčaniam do budúcnosti, môžete ešte stále poslať svoje podnety na adresu [marek.michalcik@kdh.sk](mailto:marek.michalcik@kdh.sk).