



REPUBLIKA SLOVENIJA
DRŽAVNI ZBOR

Poslanska skupina Nova Slovenija - krščanski demokrati

Šubičeva ulica 4, 1000 Ljubljana

t: 01 478 96 70, e: ps-nsi@dz-rs.si, www.dz-rs.si



Ljubljana, 26. 1. 2026

Komisija za nadzor javnih financ
Jernej Vrtovec, predsednik

ZADEVA: Zahteva za sklic nujne seje Komisije za nadzor javnih financ

Na podlagi drugega odstavka 48. člena Poslovnika državnega zbora Poslanska skupina Nova Slovenija – krščanski demokrati zahteva sklic nujne seje Komisije za nadzor javnih financ z naslednjo točko dnevnega reda:

Sporna poraba javnih sredstev za vladno predvolilno kampanjo

Obrazložitev:

Urad Vlade RS za komuniciranje je točno dva meseca pred parlamentarnimi volitvami, ki bodo 22. marca 2026, objavil »Poziv k oddaji ponudbe za izdelavo medijskega načrta za medijski zakup za informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026«. ¹ Iz javno dostopne dokumentacije izhaja, da naj bi šlo za desetdnevno medijsko kampanjo, ki bo potekala med 9. in 18. februarjem 2026, torej do zadnjega dne pred začetkom uradne volilne kampanje.

Po navedbah naročnika naj bi bil osnovni cilj kampanje »informirati čim širši del prebivalstva o dosežkih vlade«. V okviru kampanje je predviden zakup spletnih oglasnih pasic ter zakup oglaševalskega časa na radijskih postajah, pri čemer ima naročnik za izvedbo na voljo do 15.000 evrov za spletne medije in do 25.000 evrov za radijske postaje, vse iz javnih sredstev.

¹ <https://www.gov.si/zbirke/javne-objave/poziv-k-oddaji-ponudbe-za-izdelavo-medijskega-nacrta-za-medijski-zakup-za-informativno-kampanjo-o-dosezkih-vlade-v-mandatu-od-2022-do-2026/>

Takšna zasnova kampanje odpira resna vprašanja glede namena, zakonitosti in ustavne dopustnosti porabe javnih sredstev. Vlada Republike Slovenije v tem mandatu sestavljajo politične stranke, ki bodo na prihajajočih volitvah nastopale kot neposredne tekmice za nov mandat. Vlada kot skupni organ izvršilne oblasti bo torej z javnim denarjem financirala enostransko predstavitev lastnih dosežkov v času, ko so iste politične stranke kot članice vladne koalicije aktivne udeleženke volilne tekme.²

Vsebina in oblika načrtovane kampanje po svoji naravi presegata okvir nevtralnega, stvarnega in celovitega informiranja javnosti. Enostransko oglaševanje dosežkov aktualne vlade, časovno umeščeno tik pred volitve in izvedeno z oglaševalskimi orodji, ki so značilna za politične kampanje, ima vse bistvene elemente politične promocije in vplivanja na volilno voljo volivcev.

Ustavno sodišče Republike Slovenije je v preteklih primerih – zlasti v zvezi z ravnanjem vlade pri kampanjah, povezanih z drugim tirom – jasno poudarilo, da vlada ne sme z javnimi sredstvi izvajati kampanj, ki imajo elemente politične propagande: *»Vlada je glede na njen ustavni položaj upravičena oziroma ima lahko celo dolžnost, da zakon, ki ga je Državni zbor sprejel, v javni razpravi zagovarja, da predstavi svoja stališča, vključno s tem, da predstavi po njenem mnenju negativne posledice neuveljavitve zakona. To dolžnost lahko Vlada izvršuje tudi v času referendumске kampanje, vendar mora informacije podajati na pošten in zadržan način, in sicer tako v prid zakonu kot proti njemu. Lahko pa izrazi svoje stališče o njih. Torej mora informacije podajati stvarno, celovito in transparentno. S položajem Vlade v sistemu državne oblasti pa ni združljiva referendumska propaganda.«*³

Ustavno dopustno je torej izključno posredovanje stvarnih, celovitih in transparentnih informacij, pri čemer je izrecno poudarjeno, da je s položajem vlade v sistemu delitve oblasti nezdružljiva propaganda in enostranska samopromocija. Prav to pa predstavlja »kampanja o dosežkih vlade«.

Prav zaradi takšnih zlorab je bil razveljavljen referendum, pri čemer so tako ustavno kot vrhovno sodišče ugotovila, da je bila uporaba davkoplačevalskega denarja za enostransko politično oglaševanje nepoštena in protiustavna. Ustavno sodišče v zvezi s tem zapiše: *»Ker Vlada sploh ne sme biti organizator referendumske kampanje, si ne sme dodeliti iz proračuna sredstev, ki bi bila namenjena njenemu nastopanju kot organizatorju referendumske kampanje.«*⁴

Načrtovana kampanja aktualne vlade zato utemeljeno vzbuja dvom, da gre za zlorabo javnih sredstev in institucionalnega položaja izvršilne oblasti za zasebni politični interes političnih strank, ki trenutno sestavljajo vlado. Takšno ravnanje lahko resno izkrivlja enakopravnost političnih akterjev v volilnem procesu, spodkopava zaupanje v poštenost volitev in razvrednoti temeljna demokratična načela.

Zaradi resnosti očitkov, časovne umeščenosti kampanje in možnih posledic za poštenost volilnega procesa predlagamo sklic nujne seje Komisije za nadzor javnih financ.

² <https://www.finance.si/mi-smo-vsi-tepci-golob-in-mesec-odvratno-zlorabljata-pravila-in-denar-ljudi-za-lastno-propagando/a/9043304>

³ <https://www.us-rs.si/sl/zadeve-in-odlocitve/odlocitve/u-i-19117>

⁴ <https://www.us-rs.si/sl/zadeve-in-odlocitve/odlocitve/u-i-19117>

Komisiji za nadzor javnih financ predlagamo, da po končani razpravi sprejme naslednja sklepa:

- 1. Komisija za nadzor javnih financ poziva Vlado, naj razveljavi Poziv k oddaji ponudbe za izdelavo medijskega načrta za medijski zakup za informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026.**
- 2. Komisija za nadzor javnih financ predlaga Komisiji za preprečevanje korupcije, da zaradi suma kršitve integritete in korupcijskih tveganj pri objavi Poziva k oddaji ponudbe za izdelavo medijskega načrta za medijski zakup za informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026 v skladu s 13. členom Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije (Uradni list RS, št. 69/11 – uradno prečiščeno besedilo, 158/20, 3/22 – ZDeb in 16/23 – ZZPri) uvede postopek zaradi suma korupcije in suma kršitve integritete uradne osebe.**

Predlagatelji nujne seje Komisiji za nadzor javnih financ predlagamo, da na nujno sejo povabi:

- Dr. Robert Golob, predsednika Vlade RS,
- Urad Vlade RS za komuniciranje, Petra Bezjak Cirman, direktorica,
- Komisija za preprečevanje korupcije, dr. Robert Šumi, predsednik.

V imenu predlagatelja bo zahtevo za sklic nujne seje Komisije za nadzor javnih financ predstavil poslanec Aleksander Reberšek.

Janez Cigler Kralj,
vodja poslanske skupine

V prilogi:

- Poziv k oddaji ponudbe za izdelavo medijskega načrta za medijski zakup za informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026⁵,
- Specifikacije za storitev izdelave medijskega načrta za medijski zakup oz. zakup časa oddajanja (splet, radio) za 10 dnevno informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026, katere osnovni cilj je informirati čim širši del prebivalstva

⁵ Vir: <https://www.gov.si/zbirke/javne-objave/poziv-k-oddaji-ponudbe-za-izdelavo-medijskega-nacrta-za-medijski-zakup-za-informativno-kampanjo-o-dosezkih-vlade-v-mandatu-od-2022-do-2026/>

Priloga 1:

Poziv k oddaji ponudbe za izdelavo medijskega načrta za medijski zakup za informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026

Urad Vlade RS za komuniciranje za potrebe izvedbe informativne kampanje o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026 potrebuje storitev izdelave medijskega načrta. S tem namenom preverjamo trg, po pridobitvi informacij o cenah storitev na trgu pa bo naročnik, skladno z določbo prvega odstavka 21. člena Zakona o javnem naročanju (ZJN-3, Uradni list RS, št. 91/15, 14/18, 121/21, 10/22, 74/22 – odl. US, 100/22 – ZNUZSZS, 28/23 in 88/23 – ZOPNN-F) oddal naročilo gospodarskemu subjektu, ki bo za opisane storitve ponudil najnižjo ceno.

Skladno z načelom gospodarnosti, učinkovitosti in uspešnosti vas pozivamo, da podaste cene za storitve, kot so opredeljene v priloženih specifikacijah storitve. Vaše odzive na predmetni dopis na e-naslovu naročnika gp.ukom@gov.si pričakujemo do 26. januarja 2026.

-
- **DATUM OBJAVE** 22. 1. 2026
 - **ROK ZA PRIJAVO** 28. 1. 2026 do 23.59
 - **INSTITUCIJA** Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje
-

Priloga 2:

SPECIFIKACIJE za storitev izdelave medijskega načrta za medijski zakup oz. zakup časa oddajanja (splet, radio) za 10-dnevno informativno kampanjo o dosežkih vlade v mandatu od 2022 do 2026, katere osnovni cilj je informirati čim širši del prebivalstva

Prosimo za pripravo ponudbe, ki vključuje izdelavo **medijskega načrta** z načrtom medijskega zakupa spletnih medijev (*oglasne pasice, ki jih izdela naročnik*) in z načrtom zakupa časa oddajanja na radijskih postajah (*15 sekundni jingli, ki jih pripravi naročnik*), **pričakovane rezultate** ter **stroškovno oceno oglaševanja** skladno z izhodišči naročnika.

Za naročnika je ključna kombinacija več spletnih medijev in več radijskih postaj, nepodvojen doseg, manj prekrivanja in učinkovitejša poraba sredstev.

Medijski načrt mora biti izdelan na način, da bo izvedeno oglaševanje doseglo čim večji delež prebivalcev in čim širšo ter raznoliko javnost glede na geografsko pokritost Slovenije in demografske kazalnike (ocena dosega na spletnih medijih: 600.000 posameznikov v obdobju kampanje; ocena dosega na radijskih postajah: 400.000 posameznih poslušalcev v obdobju kampanje)

To naročilo ne vsebuje storitve medijskega zakupa ali storitve zakupa časa oddajanja; naročnik bo neposredno, na podlagi medijskega plana opravil zakup pri vsakem od izbranih medijev.

Za izvedbo storitev oglaševanja v medijih, skladno z izdelanim medijskim načrtom ima naročnik na voljo:

- do 15.000 evrov za spletne medije
- do 25.000 evrov za radijske postaje

Obveznosti posameznega v medijski načrt uvrščenega medija

- Za zagotavljanje skladnosti z zakonodajo (Uredba (EU) 2024/900 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. marca 2024 o preglednosti in ciljanju v političnem oglaševanju, ZMed-1/65. člen) v primeru, ko se oglasi v kategorizaciji uvrstijo med politične oglase, mora vsak posamezni medij naročnika predhodno in nedvoumno obvestiti o vseh obveznostih, ki jih kot medij morajo izpolniti, ter o vseh obveznostih, ki jih mora zagotoviti naročnik. To vključuje tudi izpolnitev ter podpis izjave ali obrazca o političnem oglaševanju.
- Vsak posamezni uvrščen medij mora po izvedenem oglaševanju naročniku poročati. Končno poročilo D+1 vključuje:
 - o prikaze oglasnih pasic (spletni mediji)
 - o prikaz poslušanosti (za vsak radio posebej)
 - o razporeditev po pasovih (po časovnih blokih posameznega radia),
 - o oceno dosega (po posameznih medijih)

Obseg storitve

a) splet:

- izdelava načrta za medijski zakup relevantnih spletnih medijev (razen RTV Slovenija, STA in medijev, ki jih izdajajo javni subjekti ali subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov), ki vključuje tudi vrednost sredstev za vsak posamezen izbrani medij (odstotek sredstev, ki jih ima naročnik za oglaševanje na spletnih medijih)
- oceno dosega kampanje.

Način in obseg izvedbe oglaševanja:

- izvajalec mora po potrjenem medijskem planu s posameznim v medijski plan uvrščenim medijem dogovoriti vse potrebno za izvedbo oglaševanja (skladnost z medijskim planom in stroškovnikom, končno poročanje, poročanje o političnem oglaševanju ipd.)
- oglasi morajo biti (bolj ali manj enakomerno) razporejeni prek 10 dni.

b) radio:

- izdelava načrta za zakup časa oddajanja na nacionalno relevantnih in regionalno relevantnih radijskih postajah (razen RTV Slovenija, STA in v medijih, ki jih izdajajo javni subjekti ali subjekti pod prevladujočim vplivom javnih subjektov), s predlagano razporeditvijo oglasov po časovnih pasovih, ki vključuje tudi vrednost sredstev za vsak posamezen izbrani medij (odstotek sredstev, ki jih ima naročnik za oglaševanje na radijskih postajah)
- oceno dosega kampanje.

Načrt in obseg izvedbe oglaševanja:

- izvajalec mora po potrjenem medijskem planu s posameznim v medijski plan uvrščenim medijem dogovoriti vse potrebno za izvedbo oglaševanja (skladnost z medijskim planom in stroškovnikom, končno poročanje, poročanje o političnem oglaševanju ipd.)
- oglasi morajo biti (bolj ali manj enakomerno) razporejeni prek 10 dni, prek različnih oglasnih pasov.

Terminski podatki

- Oglaševanje **med 9. in 18. februarjem 2026.**
- Rok za oddajo medijskega plana: najpozneje 3 dni po oddaji naročila izbranemu izvajalcu.

Cenovna ponudba

Ponudnik mora ponudbo oddati na priloženem obrazcu CENE.