

CIJENA KAMPANJE: VELIKI TROŠKOVI NIZAŠTO

Bačeni novac za šaku glasova

PIŠE: **JASNA BABIĆ**
globus@eph.hr

SNIMKE: **CROPIX**

Prema tvrdnjama marketinških stručnjaka, trošak kampanje Jasena Mesića za funkciju zagrebačkog gradonačelnika valja obračunati u odnosu prema najsiromašnijem nestranačkom kandidatu koji bilježi uspjeh: Jasen Mesić mora od početka potrošiti najmanje dvostruko više od Josipa Kregara, uz daljnje financijske dodatke koji se kumuliraju zbog činjenice da su njegove šanse još uvijek dvostruko slabije od Kregarovih.

Sve u svemu, procjenjuje se da će Mesićeva kampanja do svoga kraja koštati barem četiri milijuna kuna. Jasen Mesić pak ni približno nije jedina HDZ-ova investicija takve vrste. Podjednake su šanse njegovih mladih stranačkih kolega, primjerice, u Splitu i Rijeci.

Bačeni novac. Josip Kregar jedini je kapitalni kandidat zagrebačkih lokalnih izbora koji je unaprijed objavio troškovni nacrt svoje kampanje. Kako reče, bit će to investicija od milijun i pol kuna, koju najvećim dijelom pokrivaju njegovi donatori, kao građani pojedinci i kao razne nevladine udruge. Manjim dijelom predizborni trošak financira iz kredita. Jasen Mesić izjavio je, naprotiv, da u ovom trenutku ne može znati troškovnik, nego će sve izdatke zbrojiti nakon izbora. Iz tako ležernog odnosa prema budućem izračunu savršeno je

GLOBUS ISTRAŽUJE Koliko je novca uloženo i predizborne kampanje glavnih kandidata za zagrebačkog gradonačelnika te kako marketinški stručnjaci ocjenjuju njihovu promidžbene poruke i aktivnosti: jesu li zaista potrebni milijuni kuna da bi se osvojili glasovi sugrađana?

GRADSKI "KLJUČAR"

Ni osobni ni stranački trošak

Milan Bandić raspolaže "naturalnim" rasursima za oglašavanje svoje političke neophodnosti. Kampanju ne vodi više "udarnički", već kao jednostavnu kalkulaciju. Primjerice, 30. travnja svečano je uručio prva 73 ključa zagrebačkoj "sirotinji". Puno prije toga isto naselje bilo je predmet učestalih zemljišno-financijskih skandala, pa su prvi sretni naseljenici sami po sebi postali mala sretna vijest. Tako se, pred gomilom pozvanih novinara, Bandić pojavio kao ključar koji naočigled javnosti kupuje glasove bez kune osobnog ili stranačkog troška.

ČUDA KAMPANJE
Podijelio je 73 ključa gradskih stanova na ulazu u Sesvete



jasno da financije nisu osobna Mesićeva briga. Financijski plan, posve sigurno, skrojio je neki superiorni blagajnički um u njegovoj političkoj stranci, koji, navodno, ima pametnu ideju zašto se toliki novac ulaže u izbornu bitku koja je, po svim dosadašnjim pokazateljima, već sada izgubljena. Naime, po anketama, od siječnja do danas Jasen Mesić nije uspio osvojiti više od 10-ak posto glasačkog tijela. Kako taj postotak korespondira sa stabilnim uzorkom najvjernijih sljedbenika samog HDZ-ova "branda", proizlazi da bi HDZ-ov zagrebački kandidat gotovo istovjetan rezultat postigao bez ikakve investicije.

Za političko samopouzdanje kandidata koji, navodno, čini profil HDZ-ove generacijske obnove takva strategija u startu je pogubna.

Samo je majstorima PR-zanata takvo ponašanje potpuno samo-

razumljivo, čak unatoč recesiji. Lakoća s kojom se troši barem na neko vrijeme stvara privid kako je HDZ siguran u svoj izborni trijumf u svakoj sredini, na svakoj razini.

Rasadnik "kumčadi". No, razumijevanje marketinških i PR-madioničara za HDZ-ove motive posve je prirodno, jer takvi su klijenti najunosniji izvor njihovih prihoda.

- Mislim da na ovim lokalnim izborima demonstracija optimizma ipak nije prioritetni motiv velikih političkih stranaka koje trče za gradonačelničkim mjestom znajući da ga neće dobiti. Ovdje oni novac ulažu zato da se određenom konkurentu oduzme barem nešto glasova. Dakle, njihov je plan da nekome ciljano naštetite, a ne da sebe afirmiraju - kaže Josip Kregar, koji služi, eto, kao mjerilo maksimalno isplativog izbornoga troška.


Ako, naime, sa svojih milijun i pol kuna Kregar ne dostigne gradonačelničku poziciju, prema dosadašnjim anketama, barem će imena ljudi s njegove liste zauzeti respektabilni broj mjesta u Gradskoj skupštini. Pri tome će pokazati i dokazati nešto protupolitički što se političarima svih stranaka, kao zasebnoj za-



ac Dva

jednici, po instinktu nikako ne sviđa: da je moguć amaterski izborni uspjeh uz manje novaca, bez stranačke mašinerije, ali uz organizacijske sposobnosti, trud i jaku motivaciju udruženih pojedinaca. Željko Kerum, "vlaški" tajkun, već je nešto drugo. Premda je uletio u politički prostor koji je, tobože, rezerviran samo za školovano društvenu elitu, ipak je barem bogat poput kakve oveće stranke. Uspije li, dakle, zasjesti na stolicu gradonačelnika Splita, neće u pitanje dovesti vladajuću marketinško-političku teoriju da broj glasova ovisi isključivo o raspoloživom novcu, odnosno broju plaćenih jumbo-plakata i TV spotova.

Upustivši se u kampanju bez podrške stranačkog budžeta, Kregar je jasno i glasno objavio svoje motive: srušiti Bandićevo gradonačelničku vlast kao gnijezdo korupcije. Motivi Milana Bandića također su providni, čak ne više politički, koliko ljudski: što bi on mogao raditi i čime se baviti ako izgubi gradonačelničku titulu? Zapravo se HDZ-ov ulog, mjeren istovjetnom političkom pragmom, čini besmislenim kao i njihov protubandićeovski slogan o Zagrebu bez "kumova".

Mladi Mesić kao da ne sluti da je njegova vlastita stranka upravo ponajbolji nasadnik Bandićeve "kumčadi" i da je njihova poslijeizborna koalicija u gradu Zagrebu davno smišljena kombinacija. Plan se neće izvršiti samo u jednom slučaju: da Kregar Bandića potuče do nogu. 



HDZ-ov ULOG
Unatoč ulaganju od četiri milijuna kuna u kampanju Jasna Mesića, on zasad ne dobiva više od 10 posto glasova