

CampaignNZ/Srovnávací reklama na Novém Zélandu

29.září 2005 Marek Buchta

Zatímco v Evropě všichni pozorně sledují blížící se volby v Německu a Polsku, u protinožců na Novém Zélandu se zbrojí na parlamentní volby, které se uskuteční 17. září. Politická reklama v této části světa je pro nás možná až překvapivě vyspělá. Novozélandské politické strany tvůrčím způsobem rozvíjí její nejlepší tradice britského politického marketingu.

Výzkumy volebních preferencí jsou v době psaní tohoto článku velmi vyrovnané a opoziční pravicová strana National Dona Brashe těsně soupeří s vládou novozélandskou Labour, reprezentovanou současnou ministerskou předsedkyní Helen Clark. Nelze se tedy příliš divit, že National vytáhla do boje s jednou z nejoblíbenějších taktik opozičních stran - srovnávací reklamou. Konkrétně s její variantou, které se anglicky říká „good and evil“.

Podstata této strategie je relativně jednoduchá a spočívá v identifikaci slabých stránek politiky protivníka, proti kterým je potom postaven vlastní návod, jak postupovat. Na naší dnešní ukázce vidíte jednoduché a účelné grafické řešení - v levé polovině červená barva Labour a nápis Tax - daně. V pravé polovině je potom modrá barva National, logo a nápis Cut - snižování. Vše je doplněno fotografiemi leaderů. Nezapomeňte použít co nejhorší fotografii leadera vašeho soupeře!

ZADAVATEL / National (Nový Zéland)

Jeden ze série srovnávacích billboardů strany National

