

Sikeres csapatmunka

A Fideszbe és Orbán Viktorba vetett bizalom, valamint a nemzeti ügyek programjának támogatottsága is döntő szerepet játszott abban, hogy ekkora felhatalmazást kaptunk a kormányzásra – mondta Nyitrai Zsolt, a Fidesz operatív igazgatója.



– Sokan azt mondják, 1990 óta ez volt talán a legunalmasabb kampány. Ezt belülről is így élték meg?

– Számunkra inkább az a fontos, hogy azt a határozott és világos stratégiát, amelyet elterveztünk, végre tudtuk hajtani. Azt szoktuk mondani, hogy a jó befejezéshez jó kezdés is kell, így ezt a néhány hónapot egy hosszú, alapos felkészülés előzte meg. Ennek része volt például, hogy a párt vezetése, így Orbán Viktor, Varga Mihály és Kubatov Gábor mind a százhetvenhat egyéni jelöltünkkel legalább egy órát beszélgetett. Ez jó alkalom volt a jelölteknek is, hiszen kérdéseket tehettek fel, elmondhatták a véleményüket, a legsürgetőbb helyi problémákat. Ezt követően nagyon komoly önkéntestoborzásba kezdtünk, több mint százezen jeleztek, hogy segítenék a munkánkat. Nagyon eredményes volt az adománygyűjtés is, támogatóink összesen több mint százharmincmillió forinttal segítettek a kampányunkat. Ez lélektanilag is fontos volt, hiszen voltak, akik különböző okokból nem tudták kivenni a részüket a munkából, mégis úgy érezték, hogy részesei ennek a csapatnak, hozzájárultak a sikerhez. A következő nagy célkitűzésünk az volt, hogy sikerüljön kétmillió ajánlószelvényt összegyűjteni.

– Ebben nem volt kockázat? Hiszen ha mondjuk csak másfél millió kopogtatócédula gyűlt volna össze, a politikai

ellenfelek azt is a Fidesz kudarcaként tállalhatták volna a nyilvánosság előtt.

– Nyilván mindegyik nagy vállalkozásnak van kockázata, de bízunk magunkban. Bízunk a programunk helyességében, a jelöltjeink felkészültségében, az aktivistáink munkájában, kitartásában. Az elsődleges cél egyébként nem is ez az ajánlószelvény mennyiség volt, hanem a legalább kétmillió személyes találkozás, ami által sok véleményel, tapasztalattal lehettünk gazdagabbak. De a kopogtatócédulák száma is elérte a kétmilliót, amiért köszönettel tartoztunk azoknak a választópolgároknak, akik minket támogattak, és azoknak a segítőknek is, akik akkor hóban-fagyban dolgoztak a sikerért.

– Mindig központi kérdés, hogy valójában mennyibe kerül egy párt kampánya.

– Alig egy héttel a második forduló után még korai lenne végleges adatokat mondani, de természetesen a törvényi előírásoknak megfelelően nyilvánosságra hozzuk a számokat. Hozzáteszem, a kampányunkban mindvégig törekedtünk az átláthatóságra, ezt támasztja alá az is, hogy beszámoltunk például az aktivisták létszámáról vagy az összegyűlt adományok nagyságáról is. Ahogy az európai parlamenti választásokon, úgy most is olcsó és rövid kampányra törekedtünk, ezúttal az érdemi rész március 15-én kezdődött, tehát

alig egy hónapos volt. Akkor kevesebb mint százmillió forintot költöttünk, most a választás jellegéből adódóan nagyobb lesz a végösszeg, de egy nagy párt ennél kevesebből nem nagyon úszhatja meg a kampányt. Vannak pártok, amelyek a maximálisan felhasználható összeg nagyságának növelését szeretnék, szerintünk ez nem jó irány, a lehető legjobban vissza kell fogni a kiadásokat.

– Mekkora szerepet játszott a sikerükben az elégedetlenség, s mekkorát a programjuk?

– Bár tény, hogy az elmúlt nyolc évből az emberek nagy részének elege volt, ugyanakkor ez kevés lett volna a kétharmados győzelemhez. Véleményem szerint, és a felmérések is ezt mutatják, a Fideszbe és Orbán Viktorba vetett bizalom, valamint a törekvéseink, a nemzeti ügyek programjának támogatottsága is döntő szerepet játszott abban, hogy ekkora felhatalmazást kaptunk a kormányzásra.

– Ha már felmérések: közvélemény-kutatások szerint a fiatalok körében nagy népszerűségnek örvend a két új parlamenti párt, az LMP és a Jobbik. A Fidesz meg tudja szólítani ezt a generációt?

– Nem hiszem, hogy lemaradásunk lenne ezen a téren. Évek óta úttörő szerepet játszottunk például az internet használatában, a szakemberek is pozitívan nyilatkoznak a honlapunkról, s Orbán

Viktor mellett a képviselőink többsége jelen van az egyik közösségi oldalon. Nagyon sok fiatal aktívan részt vett a kampányunkban, és aki ott volt a Vörösmarty téren 11-én és 25-én, az láthatta, hogy rengeteg húsas, harmincas éveiben járó fiatal ünnepelt velünk.

– A kampányukat egyébként külföldi példák alapján építették fel, vagy önök találták ki?

– Megnéztünk külföldi példákat, találkoztunk például Barack Obama és Nicolas Sarkozy kampánytanácsadóival, és az Európai Néppárt több tagszervezetével is konzultáltunk. Ugyanakkor nem konkrét mintát alkalmaztunk, a saját tapasztalataink és a külföldi tanácsadók által elmondottak együttesen alakították ki a stratégiát.

– Az eredmény nyilván önmagát igazolja, de mennyire sikerült végrehajtani azt, amit a kampány előtt eltervezték?

– Igazi csapatmunka volt az elmúlt néhány hónap, ahol mindenki jól tette a dolgát a kampánystábtól a képviselőjelöltökig. Ám hadd tegyem hozzá, ez nem a mi sikerünk, hanem az országé. Sikerült lezárni egy nagyon kártékony, nyolcéves korszakot, s most már mindannyian azért dolgozunk, hogy Magyarországot újra sikeressé tegyük.

Bándy Péter