

# Das 26-Erfolgsfaktoren-Modell

## Eine Gewichtung der Erfolgsfaktoren:

Gemäss der Studie zum Buch «Wahlkampf in der Schweiz» (2007), die auf einer Befragung von 1434 Nationalratskandidierenden basiert, haben Anker-Faktoren die grösste Bedeutung. Es folgen die Engagement-Faktoren und an dritter Stelle die Verpackungs-Faktoren. Tatsache ist, dass die meisten Wahlkampagnen in der Schweiz auf Verpackungs-Faktoren und dabei sehr oft auf Details wie Medienmix und Slogans fokussieren.

## Verpackungs-Faktoren

Eher mit der Unterstützung von Profis erreichbar

- Aussehen
- Medientauglichkeit
- Medienpräsenz
- Strategie
- Wahlkampagne
- Permanenter Wahlkampf
- Online-Profil
- Volksnähe

## Engagement-Faktoren

Liegt in der Eigenverantwortung des Kandidaten

- Unterstützung durch Organisationen
- Unterstützungskomitee
- Wahlkampfstab
- Unterstützung durch Profis
- Ambitionen
- Persönlichkeit
- Zeit
- Leidenschaft
- Fachkompetenz
- Meinungsführerschaft
- Geld

## Anker-Faktoren

Zentrale Faktoren, die im letzten Jahr vor dem Wahltermin nicht mehr zu verändern sind

- Kandidatur für eine etablierte Partei
- Image der eigenen Partei
- Politische Erfahrung
- Bisherigenbonus
- Bekanntheitsgrad
- Vernetzung
- Listenplatz

© Mark Balsiger 2010