

Eingangsstatement

Von: Prof. Coordt von Mannstein

Das „politische Produkt“ ist kein konkretes Erzeugnis wie ein Konsum- oder Gebrauchsgut. Die politische Kommunikation hat eigene Gesetze. Anders als beim Markenartikel wirbt die politische Kommunikation für ein immaterielles Produkt: Eine Dienstleistung soll gewählt werden, die erst in Zukunft stattfindet und durch die zudem weder Status noch sofortiger Lustgewinn zu realisieren ist. Politische Kommunikation muss Stimmungen aufnehmen, erzeugen und für sich selbst nutzen, um Stimmen für sich zu gewinnen. Es geht um den „voter's value“.