

IGF-Aktuell
Die „großen Drei“ im Kampf um den Kanzlersessel
Das emotionale Profil eines Politikertypus
Kern-Kurz-Strache

Eigenerhebung des IGF-Institut für Grundlagenforschung
EmOpIn-Types™: Methodik zur Messung des emotional intuitiven Wahl- und Entscheidungsverhaltens

PRESSEINFORMATION

Salzburg und Wien, 27. September 2017

Mag. Ernestine Berger, IGF
Mag. Christina Beran, A4S - Agentur für Strategie und Entwicklung (www.A4S.at)

Der rein „rational“ agierende Wähler gilt als widerlegt, Emotionen - oft unterhalb der eigenen Wahrnehmungsschwelle - sind die wahren Entscheidungsträger. Menschen können auch nicht gut Auskunft über ihre unbewussten Entscheidungsprozesse geben, die in ihnen anlässlich der bevorstehenden Nationalratswahl ablaufen. Wertvorstellungen und moralische Weltansichten sind für die Wähler stark verhaltensauslösend – Politik und Wahlen werden vorrangig von Emotionen bestimmt und sind „Bauchentscheidungen“. Ob es uns gefällt oder nicht: Entscheidungen sind äußerst komplex, fallen in Sekundenschnelle und sind höchst emotional.

EmOpIn™-Types ist ein meta-analytisches Modell, arbeitet mit der Zuschreibung von Begriffen, die gebündelt, verdichtet und Leitmotiven des menschlichen Handelns zugeordnet werden. Das Modell wurde vom IGF in Zusammenarbeit mit A4S - der Agentur für Strategie und Entwicklung – entwickelt.

EmOpIn™-Types bildet bewusste und unbewusste Urteile ab. Ergebnis ist ein emotionales Profil der drei Kandidaten, zeigt Unterschiede und Ähnlichkeiten in ihrer Wirkung auf die Wähler auf. EmOpIn™-Types beantwortet die Frage nach den höchsten Gewinnchancen, der höchsten Attraktivität und Anziehungskraft der Kandidaten Kern, Kurz und Strache.

Die Erhebung wurde von 18. bis 23 September durchgeführt – zu Beginn der „heißen“ Wahlkampfphase. Wir dürfen Ihnen nun die Ergebnisse präsentieren. Für Informationen, Rückfragen und Stellungnahmen, stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Berichterstattung!

EmOpIn™-Types™: „Pull“ versus „Likability“ - Die emotionale Anziehungskraft („Pull“) ist eine „der“ wahlentscheidenden emotionalen Dimensionen.

Kurz zieht mehr als Kern. Die neue Volkspartei mehr als SPÖ.

Hohe Werte in der EmOpIn-Type™ Dimension „Likeability“ mit Zuschreibungen wie „angenehm“ oder „ansprechend“, machen einen Kandidaten „sympathisch“, hier finden sich die Wohlfühlfaktoren. Man kann einen Kandidaten mögen, was aber kein Garant für diesen ist, auch gewählt zu werden. Relevant sind hohe Werte in der Dimension „Pull“. Die Anziehungskraft eines Kandidaten resultiert daraus, dass er „neugierig macht“, als „interessant“ empfunden wird oder auch entsprechende „Aufmerksamkeit erregt“. Gleiches gilt für eine Partei.

In der Dimension „Pull“ liegt Kurz (55%) vor Kern (46%) und Strache (43%).

Kern wird zwar eine ähnlich hohe sympathische Wirkung (56%) wie Kurz (57%) zugeschrieben, Kurz' „Pull“-Wirkung liegt aber deutlich höher. Straches „Pull“-Wirkung (43%) ist höher als seine „Likability“ (38%). Sympathie alleine entscheidet nicht, wie vorangegangene Wahlergebnisse in diesem Punkt zeigen.

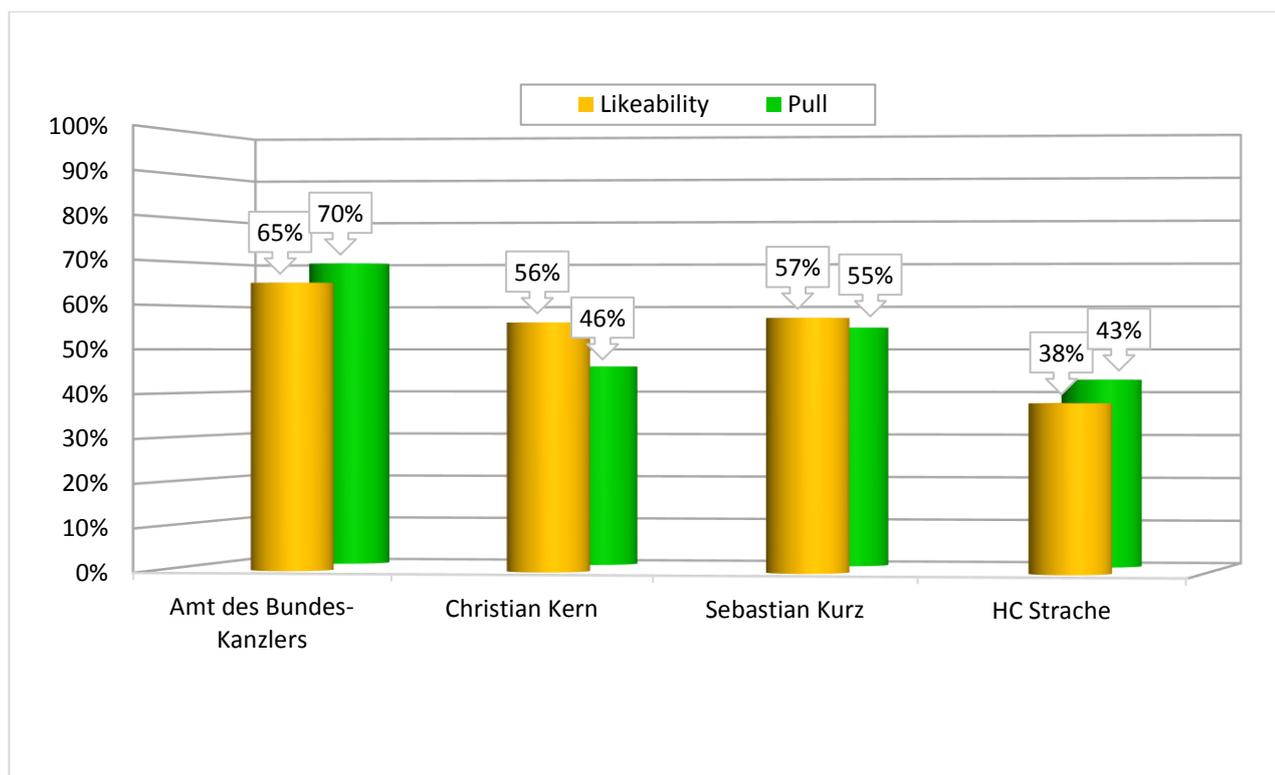
Das Amt des Bundeskanzlers selbst erreicht die höchsten Werte (65% Likability) in diesen Dimensionen. Aufgrund der Höhe der „Pull“-Wirkung (70%) ist von einer entsprechenden Wahlbeteiligung auszugehen. Dieser Wert ist ein Indikator für die Wahlbeteiligung und dem Interesse am Urnengang.

Kurz und Kern: die „Zugpferde“ ihrer Parteien

Kurz und Kern erzielen im Vergleich zu ihren Parteien deutlich höhere Werte: Sowohl Kurz' als auch Kerns „Likeability“ liegt merklich über der ihrer Parteien. Auch beim Faktor „Pull“ – also der Anziehungskraft – liegen die beiden Spitzenkandidaten über den Werten ihrer Parteien. Bei der FPÖ mit dem Spitzenkandidaten HC Strache besteht Deckungsgleichheit. Dieses Ergebnis würde einen Zweikampf um den Kanzlersessel wahrscheinlich erscheinen lassen. Da die Spitzenkandidaten Kurz und Kern attraktiver sind als ihre Parteien, kommt ihrer Performance besondere Bedeutung als wahlentscheidende Komponente zu.

Ein weiteres interessantes Ergebnis: die Umwandlung der „ÖVP“ zur „neuen Volkspartei“ lässt diese in der emotionalen Wirkung auf die Wählerschaft attraktiver und anziehender erscheinen als die SPÖ.

EmOpIn-Types™: Emotionale Bewertung der Dimensionen „Likeability „und „Pull“ Spitzenkandidaten und Parteien im Vergleich



EmOpIn-Types™: „Political Competence“ – Kurz vor Kern

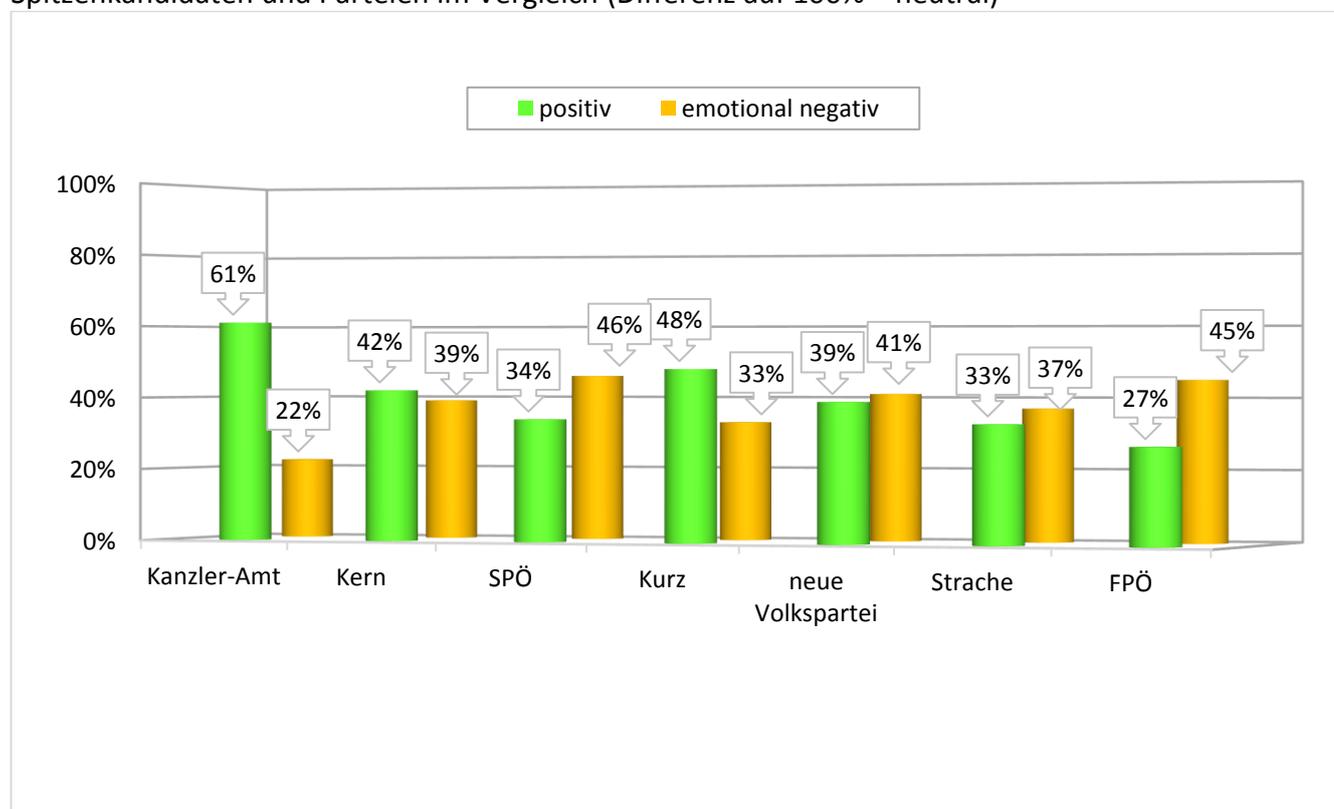
Bei Fragen hinsichtlich der Wahrnehmung der „Political Competence“ schätzen die Probanden die drei Kandidaten und (davon getrennt) deren Parteien bspw. danach ein, ob diese als „starker Politiker“ (starke Partei) bewertet und ihnen Eigenschaften wie „vertrauenswürdig, zuverlässig oder glaubwürdig“ zugeschrieben werden oder nicht. In Kombination der für diese Dimension relevanten Eigenschaften ergibt sich daraus die Einschätzung der „Political Competence“: Je „politisch kompetenter“ der zur Wahl stehende Politiker (intuitiv-emotional) eingeschätzt wird, umso größer die Wahrscheinlichkeit auch tatsächlich gewählt zu werden. Eine Frage von „Leadership“.

Zum derzeitigen Zeitpunkt wird Sebastian Kurz in der „emotionalen“ Wirkung politisch kompetenter (47%) als Christian Kern (42%) und HC Strache (33%) eingeschätzt. Auch bei dieser wesentlichen Dimension liegen die Spitzenkandidaten über den Werten ihrer Parteien.

In Bezug auf „Political Competence“ ist es der „neuen Volkspartei“ nicht gelungen, das emotional negative Image abzuschütteln: bei allen Parteien ist der „emotional negative“ Eindruck stärker als der positive (Ausdruck der generellen „Parteienverdrossenheit“). Besonders relevant bei der SPÖ, die den Kanzlersessel verteidigt. Die Mobilisierungsfrage wird eine zentrale sein. Weiters ob es Christian Kern gelingt, seinen „Kanzlerbonus“ auszuspielen und in Bezug auf „Leadership“ die emotionale Wahrnehmung in der Wählerschaft zu steigern.

EmOpIn-Types™: Emotionale Bewertung der „Political Competence“

Spitzenkandidaten und Parteien im Vergleich (Differenz auf 100% = neutral)



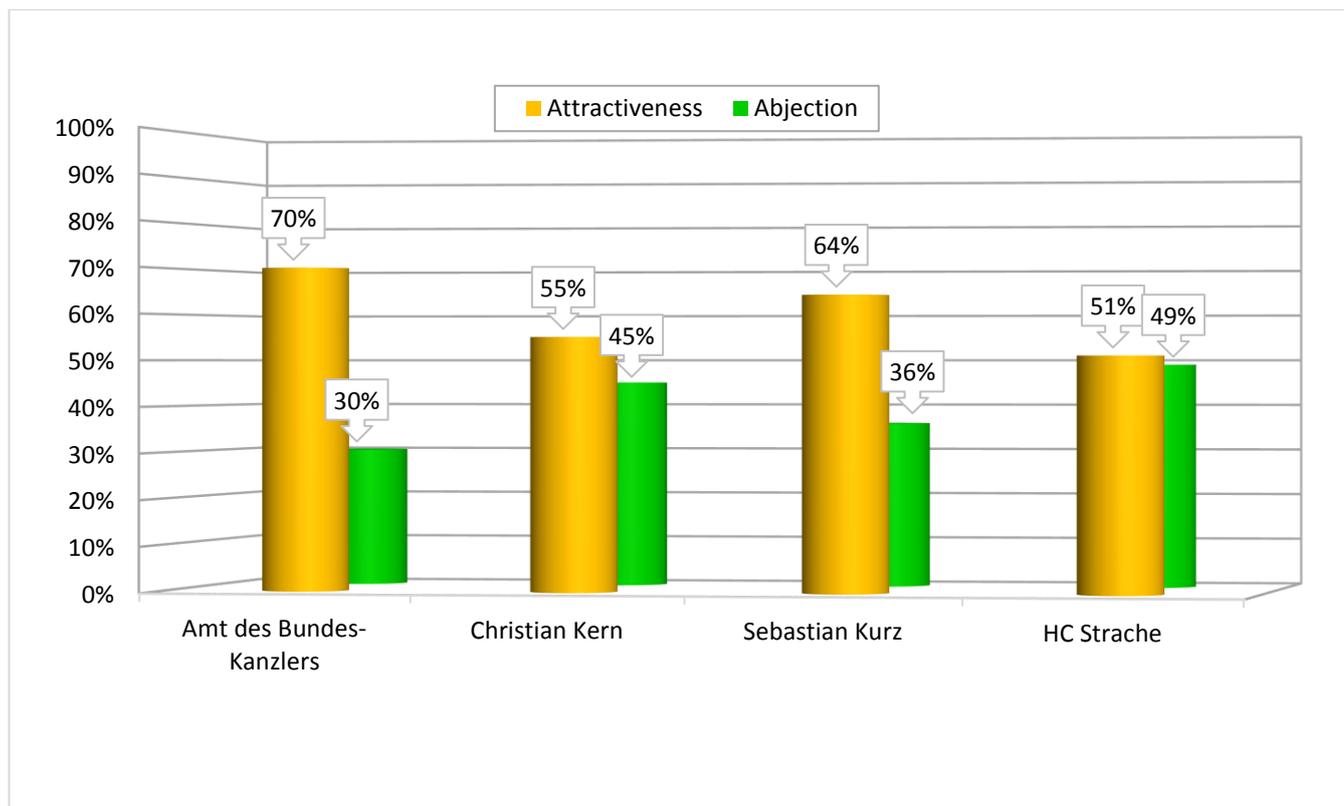
EmOpIn-Types™: Emotionale Bewertung der Dimensionen „Attractiveness“ und Abjection“

Fesch, männlich, dynamisch, Politiker – alle gleich?

(Optische) Attraktivität ist ein wesentlicher Faktor für den Gesamteindruck einer Person. Wenn nun drei Männer in den Medien wiederkehrend als vergleichbar groß, schlank, dynamisch, fesch... geschildert werden: sind sie in ihrer letztendlichen Wirkung tatsächlich so ähnlich? In der Beurteilung der Dimension „Attractiveness“, in denen den drei Kandidaten Eigenschaften wie „attraktiv“ oder „verführerisch“... zuzuordnen waren, lag Kurz (64%) deutlich vor Kern (55%) und Strache (51%).

Eigenschaften (wie bspw. Unmoralisch, unehrlich oder abstoßend...), die emotionale Ablehnung und damit einhergehend Vermeidungsverhalten („Abjection“) auslösen, werden von den Probanden allen drei Kandidaten zugeschrieben – zu einem geringeren Anteil jedoch Sebastian Kurz (Strache zu 49%, Kern zu 45%, Kurz zu 36%). Eine höhere emotionale „Attraktivität“ weist Christian Kern bei den noch nicht fixierten Wählern, die noch überlegen, auf: in dieser Gruppe liegen Kern und Kurz gleichauf.

EmOpIn-Types™: Emotionale Bewertung der Dimensionen „Attractiveness“ und Abjection“



Fazit aus der emotionalen Betrachtung als Momentaufnahme

Die kommende Nationalratswahl ist geprägt durch eine Wechselstimmung, Politikverdrossenheit und durch vermeintlichen „Stillstand“ (nichts geht weiter). Gewinner wird der Kandidat/Partei sein, dem es gelingt, die emotionale Stimmung im Land am besten zu bedienen. EmOpIn-Types™ liefert den „emotionalen Befund“ (wie bereits bei der Bundespräsidentenwahl), welcher Kandidat in seiner Gesamtwirkung die größten Chancen auf „Platz 1“ hat.

Wahlentscheidend sind die Spitzenkandidaten, weniger der Inhalt/die Themen. Die Faktoren „emotionale Anziehungskraft (Pull)“ sowie „Political Competence (Leadership)“ werden die Wahl entscheiden. Sowohl Sebastian Kurz als auch Christian Kern liegen im emotionalen Empfinden der Wähler merklich über den Werten ihrer Parteien. Sie sind die „Zugpferde“ ihrer Parteien. Kern ist sympathischer als die SPÖ, Kurz sympathischer als die neue Volkspartei. HC Strache ist in dieser Dimension deckungsgleich mit seiner Partei. Somit wird der Wahlausgang mehr durch die Wirkung und Wahrnehmung der Spitzenkandidaten bestimmt als durch Programm oder Inhalte. Der Wahlkampfverlauf nimmt den Charakter einer „Persönlichkeitswahl“ an. Es zeichnet sich ein „Zweikampf“ um den Kanzlersessel ab, weniger ein „Dreikampf“.

Sebastian Kurz ist in der emotionalen Wahrnehmung der attraktivste Kandidat (55% Pull-Faktor, also Anziehungskraft und Attraktivität). Entscheidend ist, was Kurz „zugetraut“ wird. Kurz ist es gelungen, mit der „neuen Volkspartei“ die Vergangenheit „vergessen“ zu machen. Die „neue Volkspartei“ scheint emotional anziehender als die SPÖ. Kurz vermittelt „Innovationscharakter und Dynamik“, wird als „begeisterungs- und kontaktfreudig (76%), erfolgsorientiert (85%), zielgerichtet (81%), aber auch ordentlich (74%)“ wahrgenommen. In der Bündelung der emotionalen Eindrücke ergibt das einen hohen Wert an „Political Competence“, also Leadership – eine für den Wähler attraktive Kombination von vermittelten Eindrücken. Kurz werden Fähigkeiten, politische Kompetenz, Können allgemein zugeschrieben und zugetraut. Gelingt es Kurz den „Spannungsbogen“ in der heißen Wahlkampfphase aufrecht zu erhalten und in den noch kommenden TV-Duellen über den Schirm zu bringen, dann wird er mit hoher Wahrscheinlichkeit als „Nummer 1“ durchs Ziel gehen.

HC Strache wird als „powervoller“ Kandidat wahrgenommen, als erfolgsorientiert (80%), zielgerichtet (76%) oder als kämpferisch (82%) empfunden – allerdings weniger vertrauenswürdig (36%), ein wichtiger Einzelwert in Verbindung mit „Leadership“. Hinzu kommt, dass Strache in seiner Gesamtwirkung polarisiert – eine wesentliche Dimension für den Gesamteindruck.

Der emotional vermittelte Gesamteindruck von Christian Kern ist der eines ausgeglichenen und moderaten Kandidaten. Kern wird als ordentlich empfunden (69%), erfolgsorientiert (68%), zielgerichtet (67%), kontaktfreudig (68%), als starker Politiker (51%) und auch vertrauenswürdig (54%). Diese emotionale Gesamtwirkung macht ihn sympathisch – jedoch nicht ausreichend „anziehend“ (Pull-Faktor 46%, der von Kurz 55%). Gebündelt bedeutet dies, dass ihm weniger „Leadership“ zugetraut wird als Kurz (Kern 42% - Kurz 48%). Wenn es Kern gelingt, den Eindruck von „Leadership, der Political Competence“ in der Intensiv-Wahlkampfphase stärker zu vermitteln, den Kanzlerbonus auszuspielen – gepaart mit hohem Mobilisierungsgrad – dann könnte es am Wahltag um „Platz 1“ enger werden, als die derzeitigen quantitativen Umfragen signalisieren.

Studien-Facts: n=500 repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Erhebungsmethodik: EmOpIn-Types™, Erhebungszeitraum: 18. bis 23. September 2017.

Das Testdesign: die Teilnehmer bewerten gefühlsmäßig und mittels „Mausklick“ die drei Kandidaten Kern, Kurz und Strache, und zwar NUR deren Fotos (ohne Namensnennung). Die Parteien werden nach dem „Partei-Logo“ bewertet. EmOpIn-Types™ arbeitet mit Begriffen, die den Leitmotiven des menschlichen Handelns zugeordnet werden. Dieses strategische Messinstrument verknüpft neurowissenschaftliche Forschungsergebnisse mit Erkenntnissen der Psychologie, Linguistik und Soziologie. Entscheidend ist die Schnelligkeit der Zuordnung: je schneller eine Eigenschaft zugeordnet wird, desto näher an der Emotion. Die Reaktionszeiten werden in der Testanordnung gemessen und sind ein wesentlicher Faktor. Die zugeordneten Eigenschaften werden zu emotionalen Dimensionen zusammengefasst, die verhaltensauslösend sind.