

Wie man eine Wahl verliert

Weil sich die Zentrumsparteien großteils auf Kampagnentechniken der 1970er Jahre verließen und in den inhaltlichen Botschaften den Nerv der Österreicher bestenfalls streiften, ließen sie den rechtspopulistischen Parteien bei der Nationalratswahl 2008 Raum für starke Zuwächse.

Christoph HOFINGER/Günther OGRIS/Eva ZEGLOVITS

Den Wählerinnen und Wählern reichte es schon lange. Als Wilhelm Molterer stellvertretend für die ÖVP „Es reicht!“ sagte und damit Neuwahlen ausrief¹, sahen viele die SPÖ am Boden und die ÖVP in einer guten Ausgangslage. In den publizierten Umfragen von Juni und Juli lag die SPÖ deutlich unter 30 Prozent der Stimmen, die ÖVP hingegen deutlich darüber.²

Die Wählerinnen und Wähler machten dann aber am 28. September die SPÖ mit ihrem historisch schlechtesten Ergebnis von 29,3 Prozent dennoch zur stärksten Partei des Landes, die ÖVP erlitt ebenfalls eine bittere Niederlage und erreichte nur mehr 26,0 Prozent der Stimmen. Mit einem Aufstieg der Parteien am rechten Rand des politischen Spektrums hatten zwar die meisten gerechnet. Dass es aber 17,5 Prozent für die FPÖ und – noch unerwarteter – 10,7 Prozent für das BZÖ werden sollten, kam doch für viele überraschend. Unter den Erwartungen blieben die Grünen mit 10,4 Prozent, aber auch die neu oder nach Abstinenz wieder kandidierenden Parteien und Listen. Sowohl dem Liberalen Forum als auch der Liste Dinkhauser waren zu Beginn des Wahlkampfes Chancen auf den Einzug in den Nationalrat gegeben worden, beide blieben aber deutlich darunter.

Am Ende hatte der Wahltag zwei Sieger, nämlich die FPÖ und das BZÖ – und sehr viele Verlierer. Wie konnten so viele Parteien zugleich eine Wahl verlieren?

Die SPÖ schafft einen Pyrrhussieg

Die Performance der SPÖ als Kanzlerpartei war denkbar schlecht. In einer SORA-Umfrage vom Juni 2008 waren 66 Prozent der Österreicher(innen) der Meinung, das Land entwickle sich in die falsche Richtung.³ Der SPÖ drohte ein Verlust von über einem Drittel ihrer Stimmen, davon hochgerechnet rund eine halbe Million an die Nichtwähler. Die Strategie der SPÖ war klar: Sie musste sich darauf konzentrieren, die enttäuschte Wählerschaft zurück zu gewinnen, um eine schwere Niederlage zu verhindern. Die Kampagne der SPÖ war auch ganz darauf ausgerichtet: Der Bundeskanzler verschwand von der Bildfläche, und der Platz wurde von Werner Faymann und seinen „5 Punkten gegen die Teuerung“ eingenommen. Es gelang der SPÖ, damit den Wahlkampf thematisch zu strukturieren und alle anderen Parteien zu einer Reakation zu zwingen. Der Erfolg dieser Strategie zeigt sich auch in den am Wahlwochenende erhobenen Wahlmotiven.

Die acht stärksten Wahlmotive der SPÖ-Wähler(innen) 2008

Zustimmung in Prozent

| | |
|--|----|
| Die Partei soll den nächsten Bundeskanzler stellen | 78 |
| Ich bin Stammwähler dieser Partei | 59 |
| Der Spitzenkandidat hat mich besonders angesprochen | 53 |
| Die Partei vertritt meine Interessen am besten | 52 |
| Die Partei setzt auf die wichtigen Themen | 49 |
| Die Partei kann Österreich in die richtige Richtung führen | 42 |
| Ich will eine bestimmte Regierungsform unterstützen | 42 |
| Die Partei hat die besten Konzepte für die Zukunft | 40 |

Quelle: Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF⁴

Dass die SPÖ wieder den Bundeskanzler stellen soll, war das wichtigste Wahlmotiv für ihre Wählerschaft. Ebenfalls weit vorne findet sich der Spitzenkandidat.

Unter wahlentscheidenden „Themen“ verstanden SPÖ-Wähler(innen) in erster Linie Teuerung, Pensionen und Bildung. Dass die SPÖ Österreich in die richtige Richtung führen kann und dass sie die besten Konzepte für die Zukunft hat, kam zwar in den Top-acht-Wahlmotiven vor, allerdings sind die Werte für eine Kanzlerpartei doch recht gering.

Die Re-Mobilisierung der SPÖ war also teilweise erfolgreich, nämlich im Vergleich zu den Wochen oder Monaten davor. Im Vergleich zu 2006 verlor die SPÖ allerdings stark. Die stärksten Verluste gingen ins Nichtwählen (106.000 Stimmen) und zur FPÖ (181.000), wie die SORA Wählerstromanalyse zeigt.⁵

Von den SPÖ-Wählerinnen und Wählern, die ins Nichtwählen verloren gingen, nannte jede(r) Dritte das Motiv „Ich bin von der Partei, die ich sonst oft wähle, enttäuscht“. Die Enttäuschung mit der SPÖ und der Regierung taucht auch in den Wahlmotiven von den neu gewonnenen FPÖ-Stimmen auf.

Die Analyse für das Wahlverhalten nach Erwerb und Geschlecht zeigt, dass die SPÖ in ihren klassischen Kernschichten, etwa bei Pensionist(inn)en sehr erfolgreich war. Gleichzeitig ist es der SPÖ aber nicht gelungen, darüber hinaus neue Wähler(innen) anzusprechen. Der hohe Stammwähleranteil von fast 60 Prozent bestätigt diesen Befund.

Wahlverhalten nach Erwerb und Geschlecht (in Prozent)

| | | | | | | |
|----------------------------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|
| Arbeiter | SPÖ 36 | ÖVP 17 | 3 | FPÖ 32 | BZÖ 7 | 3 |
| Arbeiterin | SPÖ 36 | ÖVP 11 | 8 | FPÖ 26 | BZÖ 15 | 4 |
| Angestellter | SPÖ 27 | ÖVP 24 | Grüne 13 | FPÖ 19 | BZÖ 8 | 8 |
| Angestellte | SPÖ 20 | ÖVP 25 | Grüne 19 | FPÖ 18 | BZÖ 13 | 5 |
| öff. Dienst | SPÖ 27 | ÖVP 32 | Grüne 17 | FPÖ 14 | 3 | 7 |
| sonst. erwerbstätiger Mann | 13 | ÖVP 36 | Grüne 14 | FPÖ 15 | BZÖ 13 | 9 |
| sonst. erwerbstätige Frau | 12 | ÖVP 28 | Grüne 25 | FPÖ 9 | BZÖ 14 | 13 |
| in Ausbildung | SPÖ 22 | ÖVP 16 | Grüne 26 | FPÖ 19 | BZÖ 11 | 6 |
| Pensionist | SPÖ 34 | ÖVP 26 | 4 | FPÖ 18 | BZÖ 12 | 6 |
| Pensionistin | SPÖ 42 | ÖVP 28 | 5 | FPÖ 13 | 8 | 5 |
| zu Hause | SPÖ 25 | ÖVP 31 | Grüne 13 | 2 | BZÖ 19 | 11 |
| | SPÖ | ÖVP | Grüne | FPÖ | BZÖ | andere |

Quelle: SORA kombinierter Datensatz von Befragungen in der Woche vor der Wahl, n=2.100⁶

Bei der Arbeiterschaft waren SPÖ und FPÖ sehr erfolgreich, die Ergebnisse erinnern stark an jene von 1999. Weibliche Arbeiterinnen wählten seltener FPÖ, dafür häufiger BZÖ als Arbeiter. Sonst war die SPÖ im Arbeitnehmerbereich noch bei männlichen Angestellten erfolgreich. Bei angestellten Frauen kam die SPÖ nur auf 20 Prozent der Stimmen und lag damit in etwa gleich auf mit FPÖ und Grünen. Pensionistinnen entschieden sich bei dieser Wahl mit einer sehr klaren Mehrheit für die SPÖ; sie waren eine jener Gruppen, in der die SPÖ ihre stärksten Ergebnisse erreichen konnte. Bei männlichen Pensionisten fiel der Vorsprung auf die ÖVP zwar geringer, aber immer noch deutlich aus.

Die SPÖ hat also durch ihren thematisch sehr engen Wahlkampf ihre Kernklientel angesprochen und eine Re-Mobilisierung geschafft, sie hat aber gleichzeitig viel Potenzial liegen gelassen, vor allem bei jüngeren Frauen und bei unselbstständig Beschäftigten.

Die ÖVP – innerhalb von 12 Wochen fast 10 Prozent verschenkt

Die ÖVP begann den Wahlkampf kämpferisch und aktiv, und machte thematische Angebote in viele Richtungen: soziale Themen (Pflegegeld, 13. Familienbeihilfe usw.) in Richtung SPÖ-Wählerschaft, Sicherheit in Richtung FPÖ- oder BZÖ- und Europa in Richtung Grün-Wählerschaft. Damit setzte die ÖVP einen Kontrapunkt zu ihrem eher inhaltsleeren und personenzentrierten Wahlkampf von 2006.⁷ Von Beginn an fehlte aber das inhaltliche Angebot an die eigenen Kernschichten, die Kernthemen Wirtschaft und Finanzen, mit denen die ÖVP am beeindruckendsten im Jahr 2002 gewonnen hat.⁸ Schließlich ließ sich die ÖVP durch Faymanns 5-Punkte-Programm immer mehr in eine passive Rolle drängen. Zuletzt versuchte sie, den Spagat zu meistern und einerseits Budgetdisziplin einzumachen, aber andererseits bei vielen geplanten Maßnahmen mitzustimmen, um kein unsoziales Image zu bekommen.

Die acht stärksten Wahlmotive der ÖVP-Wähler(innen) 2008

Zustimmung in Prozent

| | |
|--|----|
| Die Partei soll den nächsten Bundeskanzler stellen | 75 |
| Die Partei vertritt meine Interessen am besten | 62 |
| Ich bin Stammwähler dieser Partei | 61 |
| Die Partei kann Österreich in die richtige Richtung führen | 61 |
| Die Partei hat die besten Konzepte für die Zukunft | 54 |
| Die Partei hat bisher gute Arbeit für Österreich geleistet | 53 |
| Die Partei setzt auf die wichtigen Themen | 51 |
| Ich will eine bestimmte Regierungsform unterstützen | 49 |
| Der Spitzenkandidat hat mich besonders angesprochen | 25 |

Quelle: Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF

An den Wahlmotiven zeigt sich ein Dilemma der ÖVP: Obwohl die ÖVP-Wählerschaft davon überzeugt war, dass die ÖVP den Bundeskanzler stellen soll, war der Spitzenkandidat selbst nicht

überzeugend. Dafür konnte die ÖVP (mehr als die SPÖ) Wählerinnen und Wähler wegen ihrer Zukunftskonzepte und Richtungsvorgaben halten. Unter den wichtigsten wahlentscheidenden Themen versteht die ÖVP-Wählerschaft unter anderem Sicherheit und Bildung.

Die ÖVP verlor laut Wählerstromanalyse 152.000 Stimmen ans BZÖ und 116.000 ans Nichtwählen. Von diesen Verlusten ins Nichtwählen nennt rund ein Drittel unattraktive Kandidaten als Nichtwahlmotiv. Hier bestätigt sich das Bild des schwachen Spitzenkandidaten der ÖVP. Etwas mehr (fast 40 Prozent der ins Weißwählen abgewanderten ÖVP-Anhängerschaft) meinten, sie waren von der ÖVP enttäuscht.

Die Nichtwahlmotive der ÖVP-Verluste ans Nichtwählen

Zustimmung in Prozent der ÖVP-Verluste

| | |
|---|----|
| Keiner der Kandidaten spricht mich an | 34 |
| Keine der Parteien spricht mich an | 23 |
| Keine Partei vertritt meine Interessen | 14 |
| Meine Stimme hat keinen Einfluss | 9 |
| Ich bin persönlich verhindert | 7 |
| Ich habe zu wenig Informationen | 4 |
| Ich habe kein Interesse an der Nationalratswahl | 5 |
| Aus Protest gegen die bisherige Bundesregierung | 16 |
| Aus Protest gegen die Politik und die Politiker in Österreich | 25 |
| Ich bin von der Partei, die ich sonst oft wähle, enttäuscht | 39 |

Quelle: Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF

FPÖ – Aufwind gegen die große Koalition

Die FPÖ konnte in diesem Wahlkampf alterproben Rezepte aus den 1990er Jahren einsetzen,⁹ die wichtigsten Zutaten waren das Aufgreifen der massiven Unzufriedenheit mit der großen Koalition

und das Thema Zuwanderung. Die FPÖ hatte im Gegensatz zu den großen Parteien eine klare und einfach verständliche Botschaft. Der auf der Straße aggressiv, aber im Fernsehen gemäßigt auftretende Parteichef sah sich nicht einmal mit nennenswertem Negativ-Campaigning gegen ihn als Person oder die FPÖ als Partei konfrontiert.

Die acht stärksten Wahlmotive der FPÖ-Wähler(innen) 2008

| | Zustimmung in Prozent | Männer | Frauen |
|--|-----------------------|--------|--------|
| Die Partei bringt frischen Wind in die österreichische Politik | 65 | 76 | 50 |
| Aus Protest gegen die bisherige Bundesregierung | 61 | 60 | 62 |
| Die Partei vertritt meine Interessen am besten | 53 | 44 | 63 |
| Die Partei setzt auf die wichtigen Themen | 48 | 36 | 62 |
| Zur Kontrolle von Missständen | 48 | 46 | 51 |
| Der Spitzenkandidat hat mich besonders angesprochen | 47 | 39 | 56 |
| Die Partei hat die besten Konzepte für die Zukunft | 43 | 44 | 42 |
| Ich will eine bestimmte Regierungsform unterstützen | 41 | 34 | 49 |

Quelle: Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF

Die Wahlmotive bestätigen, dass die FPÖ vor allem mit dem Protest gegen die Bundesregierung und ihrem Thema (also Zuwanderung) gewonnen hat. Was aber auffällt, ist der ausgeprägte Gender Gap in den Wahlmotiven.

Männer nannten häufiger die Motive „frischer Wind in die Politik“ und „führt Österreich in die richtige Richtung“, also zwei Motive, die einen Veränderungswunsch deutlich machen. Frauen hingegen nannten deutlich häufiger die Motive „wichtige Themen“, „Interessenvertretung“ und den Spitzenkandidaten Strache, also jene Motive, die im Wesentlichen die Ausländerpolitik der FPÖ

meinen. Schon bei der Nationalratswahl 2006¹⁰ reagierten Frauen stärker auf die Ausländerpolitik der FPÖ als Männer. Das heißt also, dass Frauen zwar in einem geringeren Ausmaß FPÖ wählen als Männer, aber wenn sie es tun, stärker auf den Rechts- und Sozialpopulismus der FPÖ ansprechen.

Wahlverhalten nach Altersgruppen und Geschlecht (in Prozent)

| | | | | | | |
|---------------------|--------|--------|----------|--------|----|---|
| Männer unter 30 | SPÖ 26 | ÖVP 17 | Grüne 16 | FPÖ 26 | 10 | 5 |
| Frauen unter 30 | SPÖ 14 | ÖVP 25 | Grüne 21 | FPÖ 18 | 12 | 9 |
| Männer 30 bis 59 | SPÖ 25 | ÖVP 29 | Grün 13 | FPÖ 17 | 9 | 7 |
| Frauen 30 bis 59 | SPÖ 28 | ÖVP 23 | Grüne 15 | FPÖ 15 | 11 | 8 |
| Männer 60 und älter | SPÖ 36 | ÖVP 26 | 4 | FPÖ 17 | 12 | 5 |
| Frauen 60 und älter | SPÖ 38 | ÖVP 31 | 2 | 12 | 11 | 5 |

■ SPÖ ■ ÖVP ■ Grüne ■ FPÖ ■ BZÖ □ andere

Quelle: SORA kombinierter Datensatz von Befragungen in der Woche vor der Wahl, n=2.100

Die besten Ergebnisse erzielte die FPÖ bei jungen Männern. Die FPÖ nutzte bei weiten Teilen der jüngeren Wählerschaft geschickt den Platz, den ihr die anderen Parteien durch Schwächen in der Themensetzung und im Direktmarketing gelassen hatten.

BZÖ – Jörg Haider's Vermächtnis

Mit Jörg Haider als Spitzenkandidaten schaffte das BZÖ den Schritt aus der Randexistenz und ließ im Endergebnis sogar die Grünen hinter sich. Der Wahlkampf des BZÖ war auch ganz auf den Spitzenkandidaten zugeschnitten, auf „das Original“ Jörg Haider.

Die acht stärksten Wahlmotive der BZÖ-Wähler(innen) 2008

Zustimmung in Prozent

| | |
|--|----|
| Die Partei bringt frischen Wind in die österreichische Politik | 67 |
| Der Spitzenkandidat hat mich besonders angesprochen | 59 |
| Zur Kontrolle von Missständen | 58 |
| Die Partei setzt auf die wichtigen Themen | 57 |
| Die Partei vertritt meine Interessen am besten | 51 |
| Aus Protest gegen die bisherige Bundesregierung | 50 |
| Ich will eine bestimmte Regierungsform unterstützen | 47 |
| Ich bin von der Partei, die ich sonst oft wähle, enttäuscht | 43 |

Quelle: Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF

Was beim BZÖ besonders auffällt, ist die zentrale Bedeutung des Spitzenkandidaten Jörg Haider für die Wahlentscheidung. Bei keiner anderen Partei spielte der Spitzenkandidat eine derart wichtige Rolle. Der Wunsch nach „frischem Wind“ und der „Kontrolle von Missständen“ waren ebenfalls sehr wichtig, zwei Aspekte, die Haider schon seit Jahrzehnten in Wahlerfolge übersetzt hat. Das Thema Zuwanderung war auch beim BZÖ ein entscheidendes, wenn auch nicht das wichtigste Wahlmotiv.

Die Spaltung der FPÖ in zwei Parteien, die 2006 noch ein Hindernis war, konnte 2008 genutzt werden, um mit einem sehr ähnlichen inhaltlichen Angebot durch leicht unterschiedliche Inszenierungen, nämlich Haider als „elder statesman“ und Strache als polternder Rebell, in Summe mehr Wählerinnen und Wähler anzusprechen. Die Inszenierung des BZÖ sprach Frauen und ÖVP-Wähler(innen) stärker an, jene der FPÖ Männer und SPÖ-Wähler(innen).

Die starke Orientierung der BZÖ-Wählerschaft am Spitzenkandidaten Haider lässt in Anbetracht seines Unfalltodes kurz nach der Wahl die Frage offen, wie es dem BZÖ gelingen wird, die politische Lücke, die Haider hinterlässt, zu schließen.

Die Grünen – eine Oppositionspartei stagniert trotz Regierungskrise

Die Ausgangssituation der Grünen war zwiespältig: Auf der einen Seite muss eine derartige Unzufriedenheit mit der amtierenden Regierung eigentlich jede Oppositionspartei stärken, auf der anderen Seite befürchteten die Grünen Verluste an das wieder kandidierende Liberale Forum. Wie die Wählerstromanalysen seit 1999 zeigen, haben die Grünen am stärksten von der Auflösung des LIF profitiert, nämlich in Summe von rund 100.000 Stimmen.

Nach einem späten Start der Grünen-Kampagne erregte die Kandidatur des Tierrechtlers Martin Balluch auf der Grünen Bundesliste großes Aufsehen. Dass damit auch das Thema Rechtsstaat angesprochen werden sollte – also in Richtung potenzielle Wählerschaft des LIF – ging in der Debatte allerdings eher unter, und Solidarisierung mit einem Untersuchungshäftling ist bei einer älteren und wertkonservativen Wählerschaft problematisch. Als Entscheidungshilfe für Wechselwählerinnen und -wähler dürfte die Balluch-Kandidatur daher eher im Sinne den Alternativen (wie ÖVP und LIF) gedient haben. Außerdem überdeckte die Kandidatur des Tierrechtlers die schon lange geforderte und beim Bundeskongress zu Wahlkampfbeginn tatsächlich erfolgte Verjüngung der Bundesliste. Auch wenn es im Detail nicht wissenschaftlich nachweisbar ist, dürfte diese Entscheidung im Endeffekt den Grünen den vierten Platz gekostet haben.

Als Ziel hatten die Grünen ja eine Regierungsbeteiligung mit 15 Prozent der Stimmen formuliert. Mit nur 10,4 fielen die Grünen

etwas hinter ihr Ergebnis von 2006 und rutschten nicht nur hinter die FPÖ, sondern auch knapp hinter das BZÖ zurück.

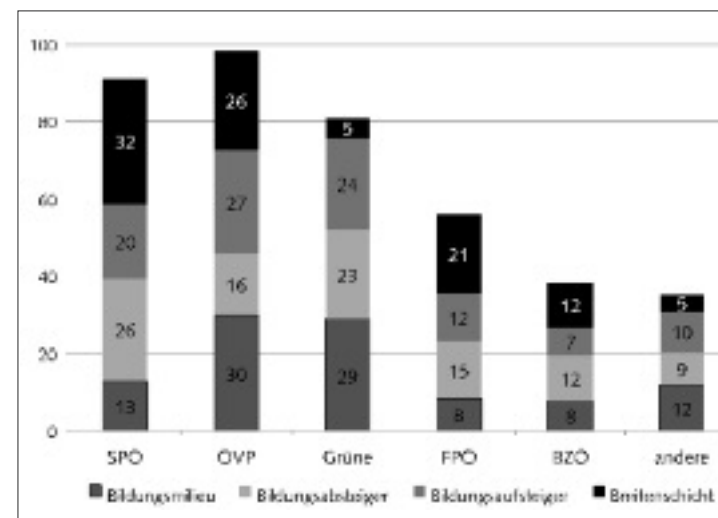
Die acht stärksten Wahlmotive der Grün-Wähler(innen) 2008

| | Zustimmung in Prozent | Männer | Frauen |
|--|-----------------------|--------|--------|
| Ich will eine bestimmte Regierungsform unterstützen | 52 | 45 | 60 |
| Die Partei bringt frischen Wind in die Österreichische Politik | 51 | 48 | 54 |
| Der Spitzenkandidat hat mich besonders angesprochen | 49 | 52 | 47 |
| Die Partei soll den nächsten Bundeskanzler stellen | 47 | 48 | 46 |
| Die Partei setzt auf die wichtigen Themen | 46 | 45 | 50 |
| Die Partei vertritt meine Interessen am besten | 40 | 43 | 39 |
| Zur Kontrolle von Missständen | 40 | 35 | 44 |
| Die Partei hat die besten Konzepte für die Zukunft | 37 | 38 | 37 |

Quelle: Wahltagsbefragung im Auftrag des ORF

Bei den Grünen war der Wunsch nach einer Regierungsbeteiligung klar in den Wahlmotiven abzulesen. Grün-Wähler(innen) formulieren zwar ebenso wie FPÖ- und BZÖ-Wähler(innen) das Motiv des „frischen Windes“, stellen diesen aber deutlich in den Kontext einer Regierungsbeteiligung der Grünen. Frauen, die Grün gewählt haben, wollten in besonders hohem Ausmaß eine derartige Regierungsform unterstützen.

Wahlverhalten nach Bildungsmobilität



Quelle: SORA kombinierter Datensatz von Befragungen in der Woche vor der Wahl, n=2.100

Der Bildungsgrad ist für die Entscheidung, Grün zu wählen, essenziell. Dabei kommt es, wie die Aufschlüsselung des Wahlverhaltens nach Bildungsmobilität¹¹ zeigt, gar nicht so sehr darauf an, welchen Bildungsabschluss man selbst hat, es reicht auch ein hoher Bildungsabschluss der eigenen Eltern. Während in der Breitschicht nur fünf Prozent Grün gewählt haben, sind es in den anderen drei Schichten jeweils über 23 Prozent, im Bildungsmilieu sogar 29 Prozent.

Hier zeigt sich die soziostrukturelle Herausforderung für die Grünen: Um ambitionierte Wahlziele von 15 Prozent oder mehr zu erreichen, muss sich die Partei über die urbane Bildungsschicht hinaus öffnen, und dies betrifft sowohl die Strukturen als auch die Botschaften der Grünen.

Ein Wahlkampf wie in den Siebzigern?

Im Wesentlichen agierten die meisten Parteien wie in den 1970er Jahren: Neben den – damals wie heute wichtigen – TV-Konfrontationen bestand das zentrale Tool zur Wählermobilisierung aus klassischen Werbemitteln wie Plakaten und Inseraten. Direkt-Marketing (wie beispielsweise Mailings an Zielgruppen) verschlang nur geringe Teile der in Summe beachtlichen Wahlkampfbudgets.

Ein Blick über den Atlantik hätte keiner der Parteien geschadet: Der Einsatz Neuer Medien im US-Präsidentschaftswahlkampf und den vorangegangenen Vorwahlen¹² – meisterlich vorexerziert in der Kampagne von Barack Obama – böte viele auch auf Österreich übertragbare Ideen, um Unterstützung für die Kampagne zu mobilisieren und Wählerinnen und Wähler zu gewinnen.

Dem Wahlkampf 2008 fehlte in vielerlei Hinsicht nicht nur die technische Innovation, sondern auch der inhaltliche Weitblick. Die Dominanz des Themas Teuerung reduzierte die Problemlösungssicht der Parteien auf das Hier und Jetzt. Wie das Wirtschafts-, Sozial- und Bildungssystem Österreichs in Zukunft aussehen soll, wurde ebenso wenig angesprochen wie Themen mit internationalem Bezug. Dass die Welt gerade in eine Finanzkrise ungeahnten Ausmaßes schlitterte, merkte man dem Wahlkampf kaum an.

Den Koalitionsparteien ist es im Endeffekt nicht gelungen, den Fokus auf die eigenen wirtschafts- und sozialpolitischen Stärken zu lenken und gleichzeitig Negative Campaigning gegen die Vorschläge der anderen Parteien zu betreiben, um aus dem Wahlkampf eine „Richtungsentscheidung“ zu machen. Was das betrifft, waren viele Wahlkämpfe in den Siebziger Jahren bereits prägnanter. Kein Wunder, dass diese Orientierungslosigkeit den Boden für den Erfolg der rechtspopulistischen Parteien aufbereitete.

Mag. Christoph Hofinger, Studium der Germanistik, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Psychologie an der Universität Wien, Postgraduate-Lehrgang Soziologie am Institut für Höhere Studien (IHS); seit 1989 in der Sozial- und Politikforschung tätig, seit 1996 gemeinsam mit

Günther Ogris Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter des Institut for Social Research and Analysis (SORA); Lehrauftrag für Methoden am Institut für Politikwissenschaft der Universität Wien; Präsident der European Association of Political Consultants (EAPC).

Günther Ogris, MA, geboren 1960 in Wien, Studium der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse an der Universität Essex, GB. Seit 1983 in der Sozialforschung tätig, bis 1996 vor allem als freier Mitarbeiter des Instituts für empirische Sozialforschung (IFES). 1996 Gründung von SORA gemeinsam mit Christoph Hofinger. Von 1993 bis 1997 Lehrtätigkeit für sozialwissenschaftliche Methoden am Institut für Höhere Studien. Von 1995 bis 1998 Lehrtätigkeit für Medizinsoziologie am Lehrgang für Ergotherapie in Baden. Von 1997 bis 2000 Lehrauftrag für empirische Wahlforschung am Institut für Politikwissenschaft an der Universität Wien, 2000 zudem Lehrauftrag am Institut für Soziologie Graz: Methodische Probleme der empirischen Sozialforschung im internationalen Kulturvergleich.

Mag. Eva Zeglovits, Studium der Statistik an der Universität Wien, seit 1996 in der Sozial- und Politikforschung tätig, seit 1999 zuerst freie, dann ständige Mitarbeiterin bei SORA, seit 2003 Leiterin des Forschungsbereiches Wahlen und Politik; verschiedene Lehrtätigkeiten für Statistik und Mathematik an der Universität Wien und der Wirtschaftsuniversität Wien sowie im Lehrgang für sozialwissenschaftliche Berufsqualifizierung SOQUA.

¹ Pressekonferenz am 7.7.08, zitiert u.a. im Ö1 Mittagsjournal am 7.7.08, 12:00 h

² Z.B. Die Presse vom 1.7.2008, Umfrage durchgeführt von Fessel/GfK, n=1.000: SPÖ: 28 Prozent, ÖVP: 35 Prozent

³ Quelle: unveröffentlichte SORA-Umfrage im Auftrag der SPÖ, n=600 Befragungszeitraum 9.–19. Juni 2008, Bevölkerung ab 16 Jahren, telefonische Interviews, durchgeführt vom Institut für Panel-Research; Fragestellung im Wortlaut: „Meinen Sie, dass sich die Dinge in Österreich eher in die richtige Richtung oder eher in die falsche Richtung bewegen?“

⁴ Quelle: Wahltagsbefragung in Kooperation mit dem Institut für Strategieanalysen im Auftrag des ORF, 25.–28. September 2008, je n=300 Interviews pro Tag, Summe n=1.200 Interviews; Analysen dazu präsentiert bei einer Pressekonferenz am 29.9.2008, Download:

http://www.sora.at/images/doku/SORA_ISA_Analyse_NRW_2008.pdf, abgerufen am 12.10. 2008, 17:00 h

⁵ Quelle: SORA Wählerstromanalyse, im Auftrag des ORF, inklusive Wahlkarten

⁶ Quelle: Befragungen in der Woche vor der Wahl, Grundgesamtheit: Wahlberechtigte zur NRW 2008, telefonische Interviews, durchgeführt vom Institut für Panel-Research, Befragungszeitraum: 22.–28. September, davon 25.–28. September Wahltagsbefragung, siehe oben, teilweise

gleichlautende Fragen, dadurch: n=2.100 Interviews im kombinierten Datensatz

⁷ Vgl. Hofinger/Nitsch/Salfinger (2007) und Hofinger/Ogris/Salfinger (2007)

⁸ Vgl. Hofinger/Ogris/Thalhammer (2003)

⁹ Vgl. Picker/Salfinger/Zeglovits (2004)

¹⁰ Quelle: SORA Wahltagsbefragung zur Nationalratswahl 2006, http://www.sora.at/images/doku/sora_analysen_nrw_2006.pdf, abgerufen am 12.10.2008, 17:30h

¹¹ Bildungsmobilität ist definiert aus dem Vergleich des höchsten Bildungsabschlusses der befragten Person und ihrer Eltern. Als „Breitenschicht“ bezeichnen wir jene, die selbst keine Matura haben und auch kein Elternteil Matura oder höhere Ausbildung hatte. „Bildungsaufstieg“ umfasst jene mit Matura, deren Eltern keine Matura hatten, „Bildungsabstieg“ jene, die zwar selbst (noch) keine Matura haben, aber mindestens ein Elternteil. Mit „Bildungsmilieu“ definieren wir Personen, die selbst Matura haben, und mindestens ein Elternteil auch.

¹² von Videoportalen wie „YouTube“ über Netzwerkanwendungen wie „Facebook“ bis hin zur Kandidatenhomepage mit zahlreichen Möglichkeiten der Partizipation (vgl. <http://my.barackobama.com/page/content/actioncenter>)

Literatur und Quellen:

Hofinger, Christoph / Ogris, Günther / Thalhammer, Eva (2003): Der Jahrhundertstrom: Wahlkampfverlauf, Wahlmotive und Wählerströme im Kontext der Nationalratswahl 2002, in: Plasser, Fritz / Ulram, Peter A. (Hg.): Wahlverhalten in Bewegung. Analysen zur Nationalratswahl 2002 (Schriftenreihe des Zentrums für angewandte Politikforschung; 28), Wien: WUV-Universitätsverlag, S. 159–190.

Hofinger, Christoph / Nitsch, Sigrid / Salfinger, Brigitte (2007): Alles Bawag oder was? Kampagnen, Wählerströme und Motive bei der Nationalratswahl 2006, in: Hofer, Thomas / Tóth, Barbara (Hg.): Wahl 2006. Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: LIT-Verlag, S. 135–149.

Hofinger, Christoph / Ogris, Günther / Salfinger, Brigitte (2007): What goes up must come down. Wählerströme und Wahlmotive bei der Nationalratswahl 2006, in: Plasser, Fritz / Ulram, Peter A. (Hg.): Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006. Wien: facultas.wuv, S. 195–211.

Picker, Ruth / Salfinger, Brigitte / Zeglovits, Eva (2004): Aufstieg und Fall der FPÖ aus der Perspektive der empirischen Wahlforschung: Eine Langzeitanalyse (1986–2004), in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 2004/3: Aufstieg und Fall der FPÖ – Zwischen europäischem Trend und österreichischem Sonderweg; Nomos Verlag, Wien, S. 263–280.

Die Chronologie des Nationalratswahlkampfes 2008

März

Schon seit Beginn der Großen Koalition unter SP-Kanzler Alfred Gusenbauer im Jänner 2007 trauen einander die Partner SPÖ und ÖVP nicht über den Weg. Zu Ostern 2008 droht das Gegenüber in der Regierung erstmals im vorzeitigen Bruch der Regierung zu münden.

9.: VP-Landeshauptmann Erwin Pröll baut seine Vormachtstellung bei den Niederösterreichischen Landtagswahlen aus und erreicht mehr als 53 Prozent. Die SPÖ verliert massiv und kommt nur mehr auf etwas über 25 Prozent.

17.: Dem Nachrichtenmagazin „profil“ wird ein VP-internes Papier zugespielt, das konkrete Neuwahlpläne der Volkspartei nachweist. Zu diesem Zeitpunkt liegt das Team von Vizekanzler Wilhelm Molterer in Umfragen konstant um die 35 Prozent Wähleranteil. Die SPÖ folgt mit Respektabstand von mindestens fünf Prozentpunkten dahinter. Die „profil“ zugespielten Unterlagen deuten auf einen gewünschten Wahltermin „1. Juni 2008“ hin und enthalten unter anderem konkrete Medien-Schaltpläne.

19.: Ein eilig einberufener Koalitionsgipfel bringt keine Einigung. Die Gespräche werden auf „nach Ostern“ vertagt. In den nächsten Tagen finden aber tatsächlich Geheimgespräche auf höchster Ebene statt. Die Koalition steht knapp vor dem Aus.

26.: Kanzler Gusenbauer und sein Vize Molterer verkünden einen „Neustart“ der Großen Koalition. Er beinhaltet Änderungen in der