

Über den Autor



Der promovierte Politikwissenschaftler und akad. geprüf. Markt- und Meinungsforscher **Peter Hajek** beschäftigt sich seit fast 25 Jahren mit den politischen Einstellungen der Österreicher. Gründete 2007 die Peter Hajek Public Opinion Strategies GmbH und 2014 gemeinsam mit PR-Berater Josef Kalina die Unique Research GmbH. Politischer Kommentator in zahlreichen internationalen und nationalen Medien. Analysiert am Wahltag für den Privatsender ATV Nationalrats- und Landtagswahlen. Laufende Umfragen für das Nachrichtenmagazin profil und die Tageszeitung HEUTE. Lehraufträge an der Universität Wien und FH Wiener Neustadt.

Die Iden des Mai 2017

————— VON PETER HAJEK —————

Die Nationalratswahl 2017 war turbulent: zehn antretende Bundeslisten, kein Team Stronach mehr, gespaltene Grüne, vier neue Spitzenkandidaten¹ und im Finish *House of Cards* in der österreichischen Variante. Am 15. Oktober haben dann die Meinungsforscher Recht behalten, denn das Ergebnis stand quasi seit Jahresbeginn fest. Kann man sich also Wahlkampagnen sparen, und was ist im Wahlkampf tatsächlich von Relevanz?

1. Ausgangslage lange vor der Wahl

Im Mai 2016 gelobte der amtierende Bundespräsident Heinz Fischer den neuen Bundeskanzler Christian Kern an. Dieser folgte auf Werner Faymann, der Tage zuvor seinen Rücktritt bekannt gegeben hatte, nachdem ihm klar geworden war, dass die Partei nicht mehr hinter ihm stand. Die Hintergründe der Ablöse Faymanns wurden nie ganz geklärt, da es widersprüchliche Aussagen dazu gab.²

Der Wechsel an der Spitze war aber aus Sicht der SPÖ notwendig geworden, da die Bundesregierung seit geraumer Zeit keinen Rückhalt in der Bevölkerung mehr hatte und die SPÖ bei nahezu allen vorangegangenen Wahlen verloren hatte. Der Start von Christian Kern war vielversprechend. Seine Antrittsrede stieß in den Medien auf positiven Widerhall und in der Kanzlerfrage konnte er sich recht schnell von seinen Konkurrenten absetzen. Die Wähler hatten das Gefühl, die Kanzlerrolle ist für Christian Kern wie gemacht und dementsprechend positiv fiel auch das Feedback in den Umfragen aus.

Die Österreicher fanden Kern sympathischer als Faymann, sie sprachen ihm mehr Kompetenz zu, brachten ihm mehr Vertrauen als seinem Vorgänger entgegen und nahmen ihm von Beginn an ab, dass er für das Land etwas weiterbringen wolle.

Grafik: Imagevergleich Kern versus Faymann



Zurückhaltend waren die Befragten bei den Themen „spricht die richtigen Themen an“ und „hat die richtigen Lösungsvorschläge“. Zudem traute man dem SPÖ-Parteichef nicht zu, dass er die Sorgen und Nöte der Menschen versteht. Dieses Manko konnte Kern auch bis zum Schluss nicht ganz loswerden. Immer wieder versuchte der politische Mitbewerber, den SPÖ-Parteiboss als abgehobenen Manager darzustellen.

Trotz alledem war die Ausgangslage für den Neo-Parteichef sehr gut, da der Django-Effekt³ von Reinhold Mitterlehner längst verpufft war. Hinzu kam, dass Grüne und FPÖ im gesamten Jahr 2016 durch die Bundespräsidentenwahl einen politisch sehr eingegengten Spielraum hatten. Man war also geneigt zu sagen: Es ist für Kern und die SPÖ angerichtet.

2. Jahreswechsel 2016/17

Die Bewertung der Arbeit der Bundesregierung fand aber trotz des Wechsels an der SPÖ-Spitze keine Gnade vor den Augen der Wähler. Zwar ging die Kritik an der Regierung etwas zurück, ein Minus-Saldo von nahezu 30 Punkten blieb aber trotzdem.