

FOCUS PRESSEKONFERENZ 9/2019

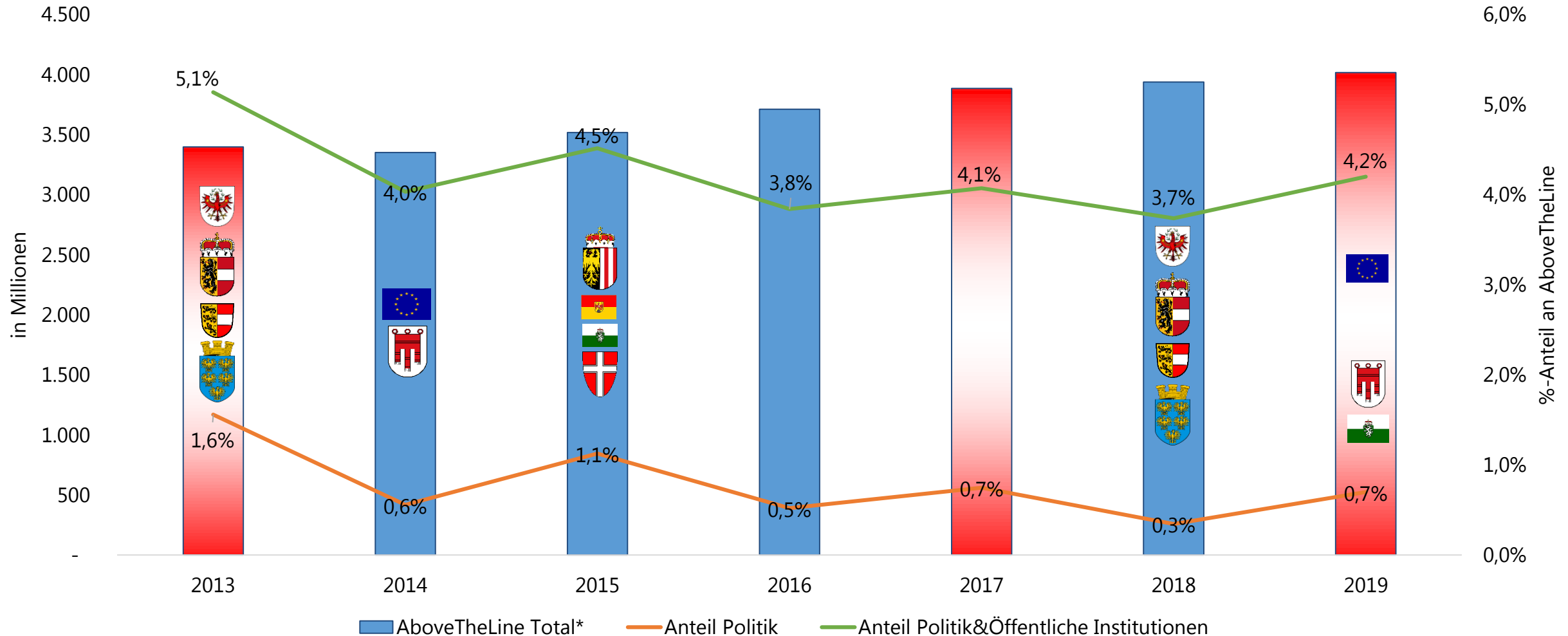
Mag. Klaus Fessel
Mag. Ronald Luisser

POLITISCHE WERBUNG IM VORFELD DER NR-WAHL 2019

Klassische Werbung
Social Media

WERBEENTWICKLUNG POLITIK & ÖFFENTL. INSTITUTIONEN

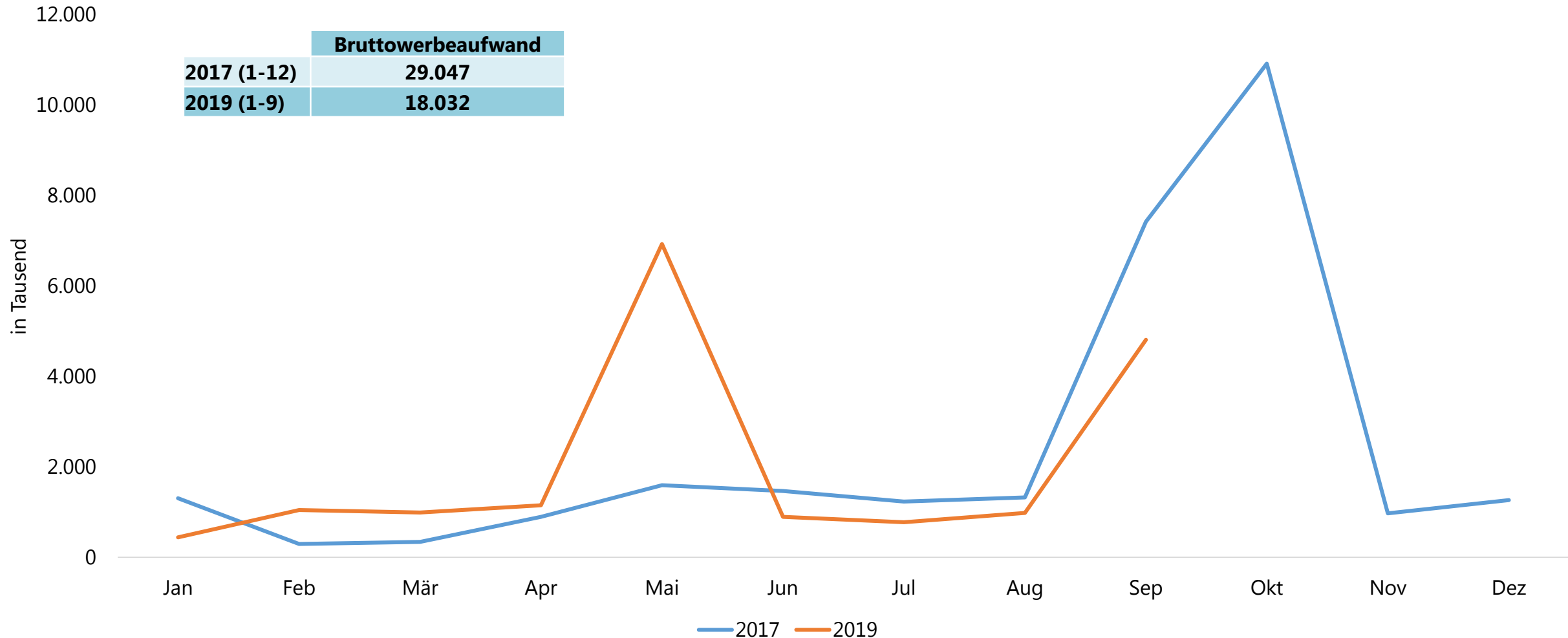
Basis: Bruttowerbaufwand 2013 bis 2019



Gesamtwerbevolumen sowie Anteile für 2019 hochgerechnet

POLITISCHE WERBUNG NACH MONATEN

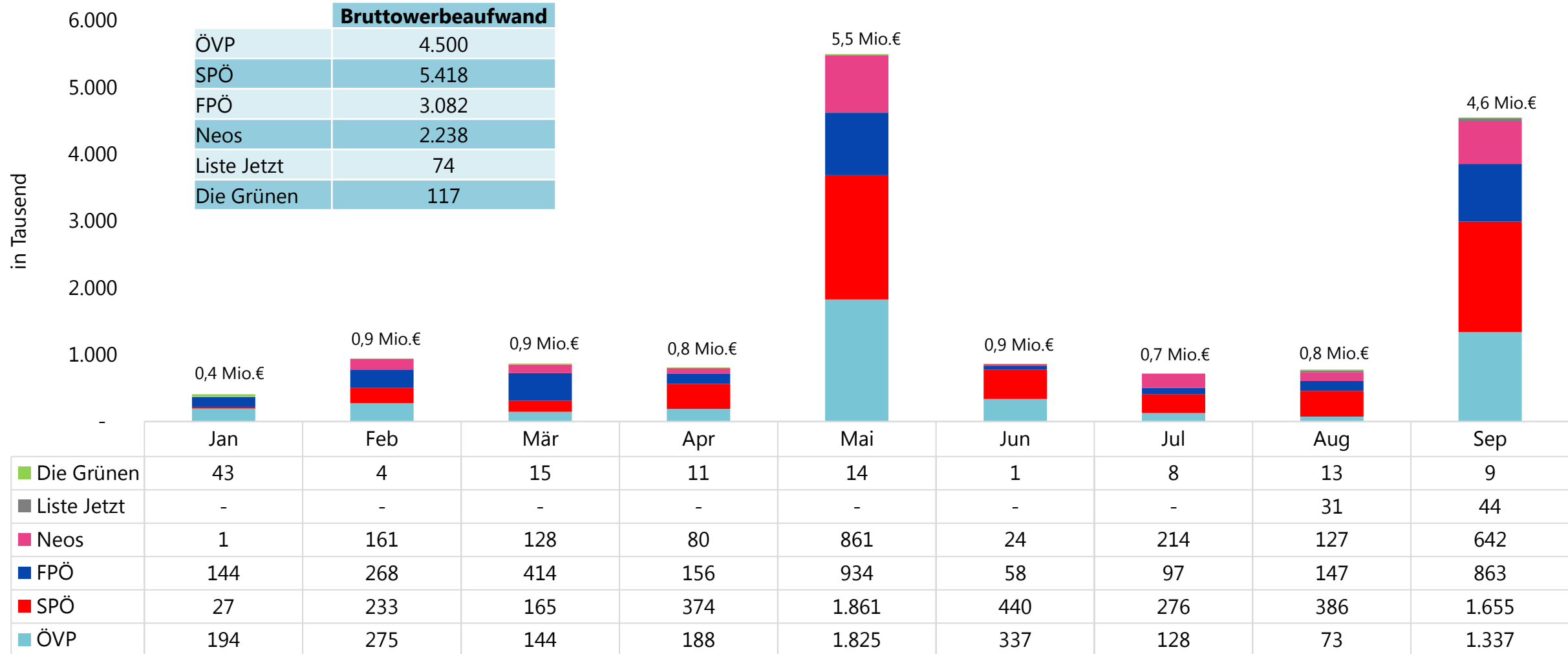
Basis: Bruttowerbeaufwand 2019 v. 2017



Werbemonat Sep. 2019 nicht vollständig

POLITISCHE WERBUNG NACH MONATEN & PARTEIEN

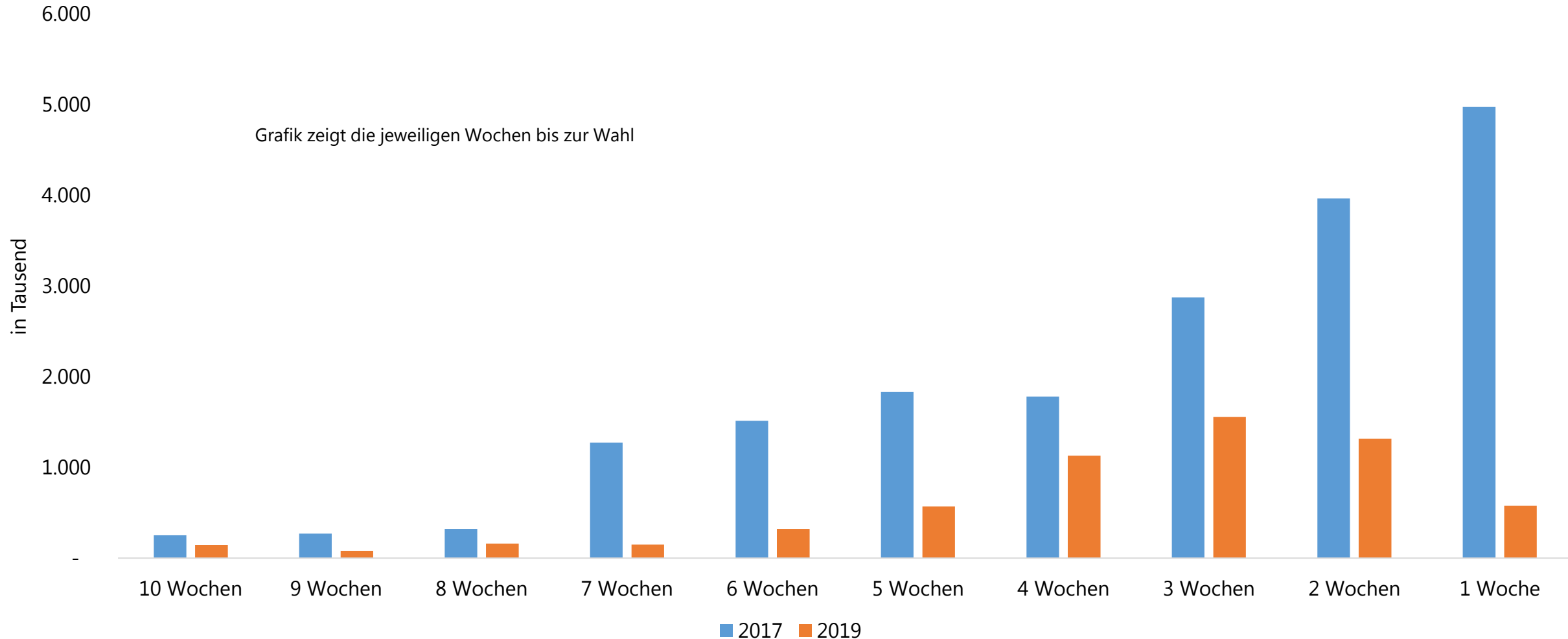
Basis: Bruttowerbeaufwand Jan-Sep 2019



Werbemonat Sep. 2019 nicht vollständig

POLITISCHE WERBEKONZENTRATION

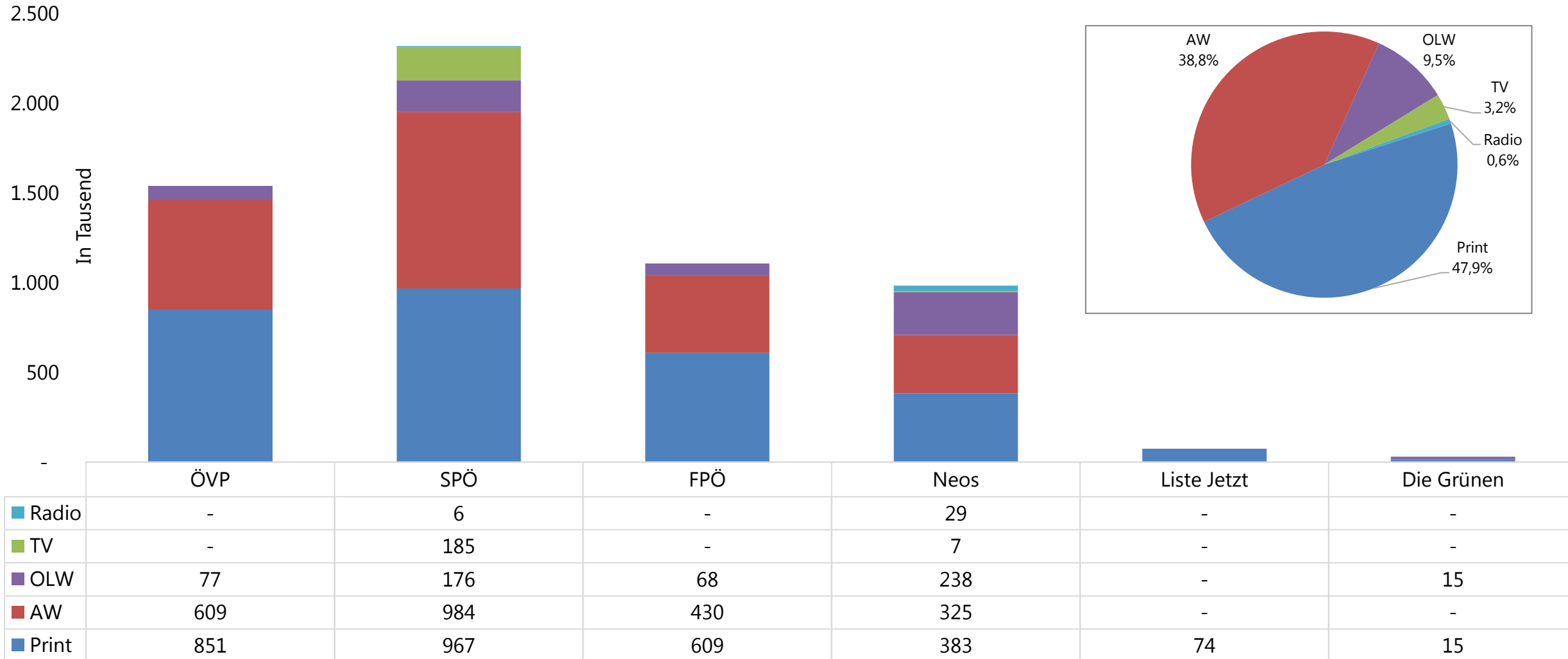
Basis: Bruttowerbeaufwand nach Wochen (10 Wochen vor Wahltag)



Werbemonat Sep. 2019 nicht vollständig

POLITISCHE WERBUNG NACH WERBEKANÄLEN & PARTEIEN

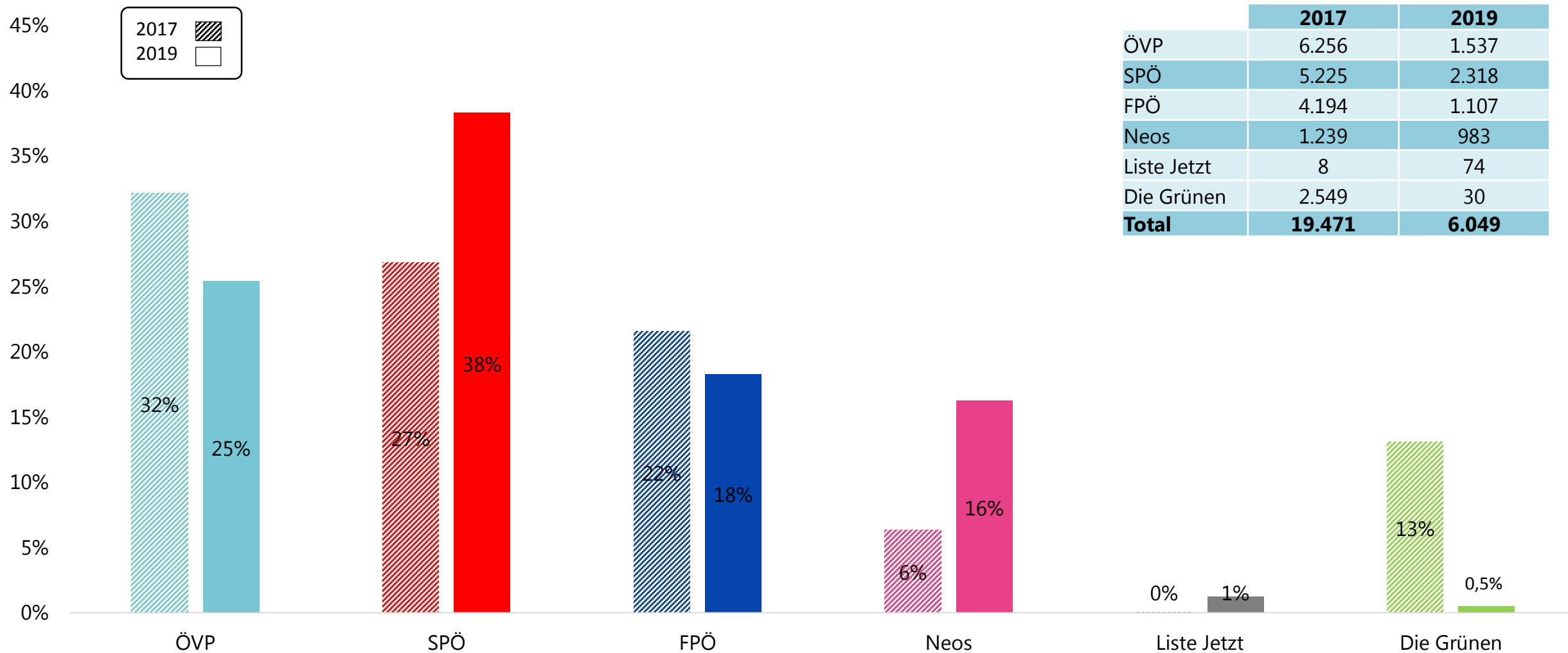
Basis: Bruttowerbeaufwand Juli - Sep. 2019



Werbemonat Sep. 2019 nicht vollständig

POLITISCHE WERBUNG NACH PARTEIEN

Basis: Anteil Bruttowerbeaufwand 2019 (Juli - Sep) v. 2017 (Juli - Okt)

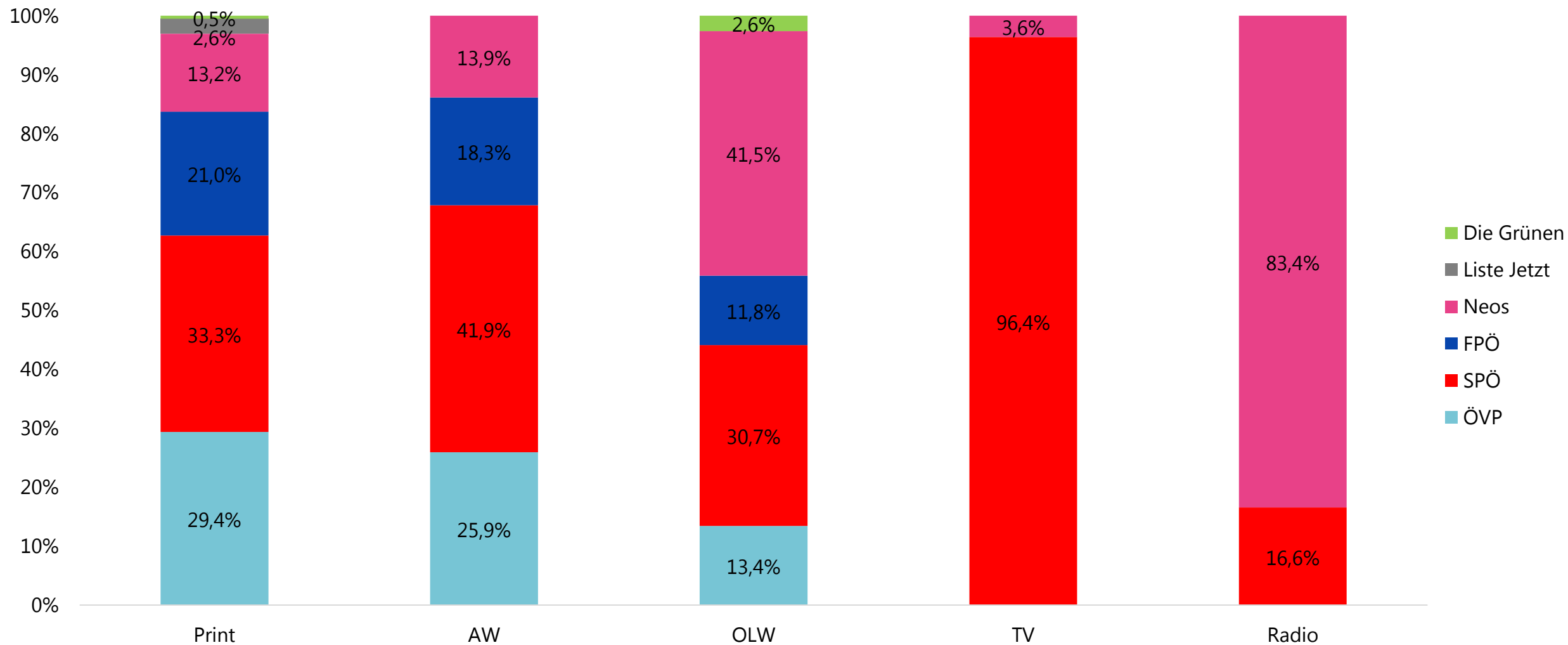


	2017	2019
ÖVP	6.256	1.537
SPÖ	5.225	2.318
FPÖ	4.194	1.107
Neos	1.239	983
Liste Jetzt	8	74
Die Grünen	2.549	30
Total	19.471	6.049

Werbemonat Sep. 2019 nicht vollständig

POLITISCHE WERBUNG NACH WERBEKANÄLEN & PARTEIEN

Basis: Anteil Bruttowerbeaufwand 2019 (Juli - Sep)



Werbemonat Sep. 2019 nicht vollständig

POLITISCHE WERBUNG NACH PRINT-WERBETRÄGERN

Basis: Anteil Bruttowerbeaufwand 2019 (Juli - Sep) v. 2017 (Juli-Okt)

	2017	2019
Kronen Zeitung	13,2%	16,0%
Österreich	10,3%	11,7%
Heute	9,6%	6,3%
Woche Steiermark	4,0%	6,1%
Kleine Zeitung	3,1%	5,8%
NÖN	4,9%	5,5%
Bezirks RS OÖ	2,0%	5,0%
Kurier	5,4%	3,7%
NÖ Bezirksblätter	4,9%	3,4%
Woche Kärnten	2,4%	2,6%
Die Presse	4,5%	2,4%
TV-Media	1,0%	2,4%
Szbg. Bezirksbl.	1,4%	2,1%
News	1,0%	2,1%
Profil	2,2%	1,9%



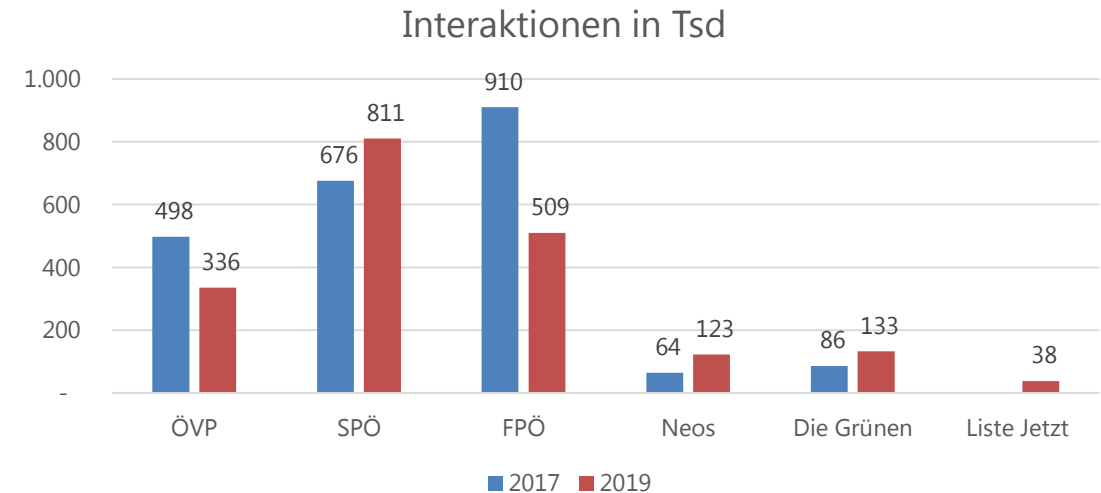
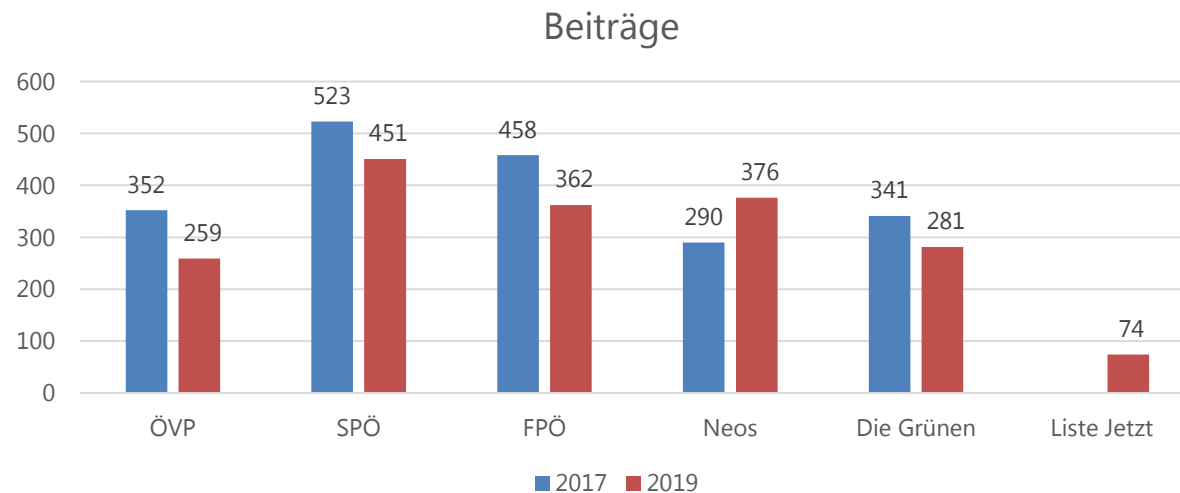
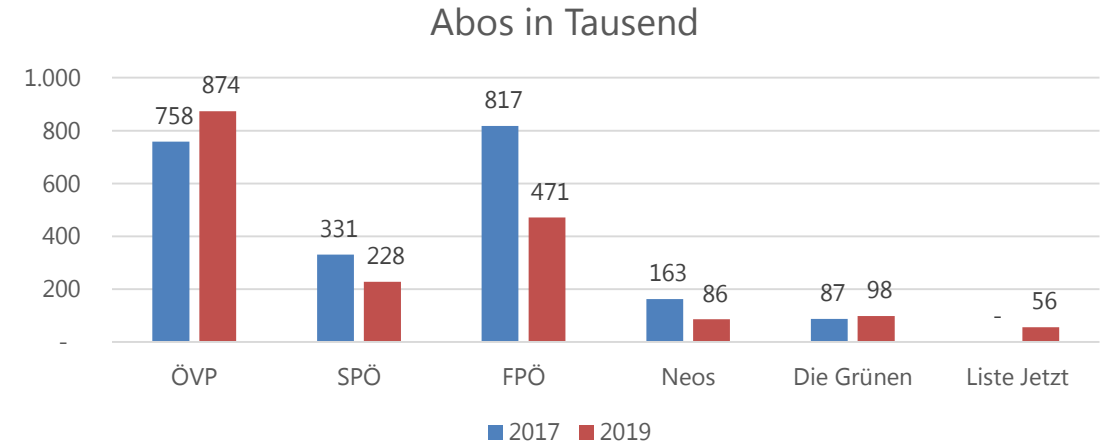
EXKURS: ANALYSE SOCIAL MEDIA (FACEBOOK)

- DeskResearch der 12 Facebook Seiten der Parteien bzw. jeweiligen Spitzenkandidaten
- Zeitraum: jeweils 5 Wochen (vor der NR-Wahl; Stichtag: 1 Woche vor NR-Wahl) 2019 vers. 2017

ANALYSE DER FACEBOOK AKTIVITÄTEN VOR DER NR-WAHL 2019 v. 2017

Basis: Beobachtung von 12 Seiten (Partei & Spitzenkandidat), 5-Wochenkumulation vor der NR-Wahl (KW 36-40 2017; KW 34-38 2019)

	2017	2019	Veränderung
Abos Gesamt	2,2 Mio	1,8 Mio	-16%
Interaktionen Gesamt	2,2 Mo	1,9 Mio	-13%
Beiträge Gesamt	1 964	1 803	-8%

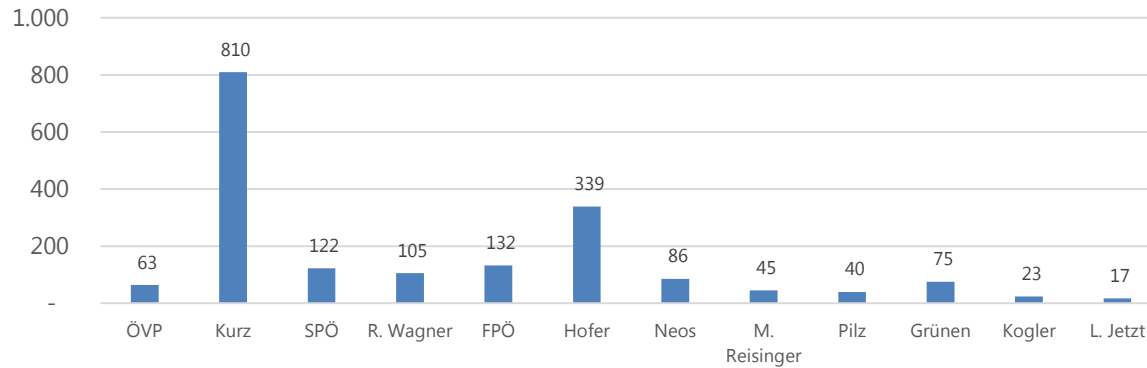


Basis: die Werte pro Partei sind die Kumulation der jeweiligen Hauptseite bzw. deren Spitzenkandidaten

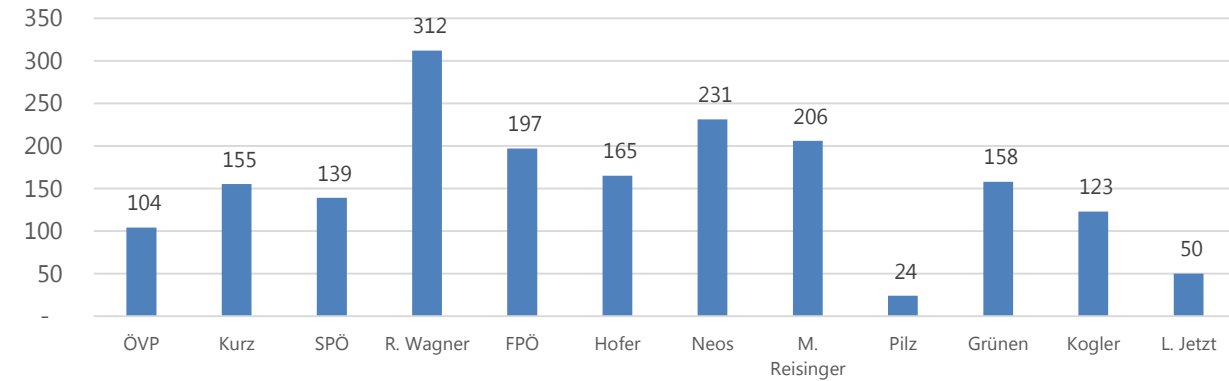
ANALYSE DER FACEBOOK AKTIVITÄTEN VOR DER NR-WAHL 2019

Beobachtung von 12 Seiten (Partei & Spitzenkandidat), 5-Wochenkumulation vor der NR-Wahl (KW 34 - 38)

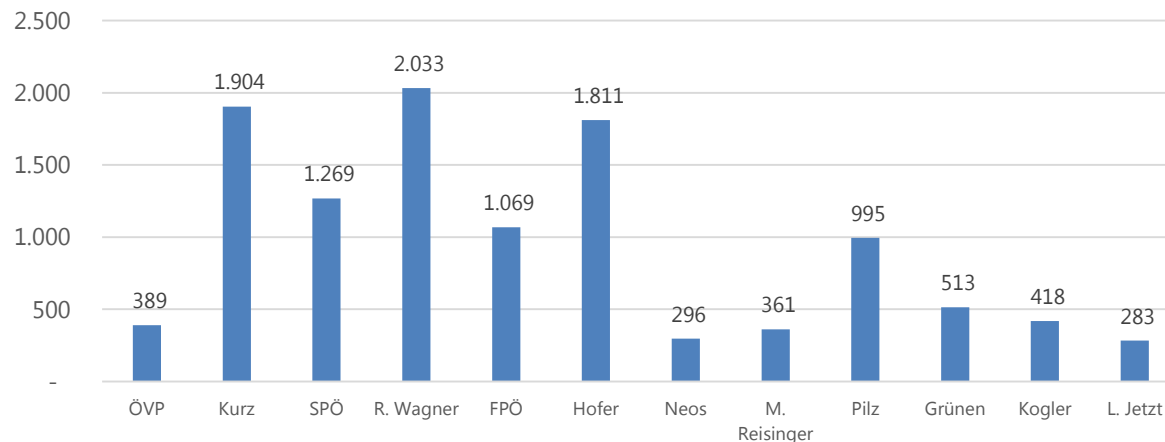
Abos in Tsd



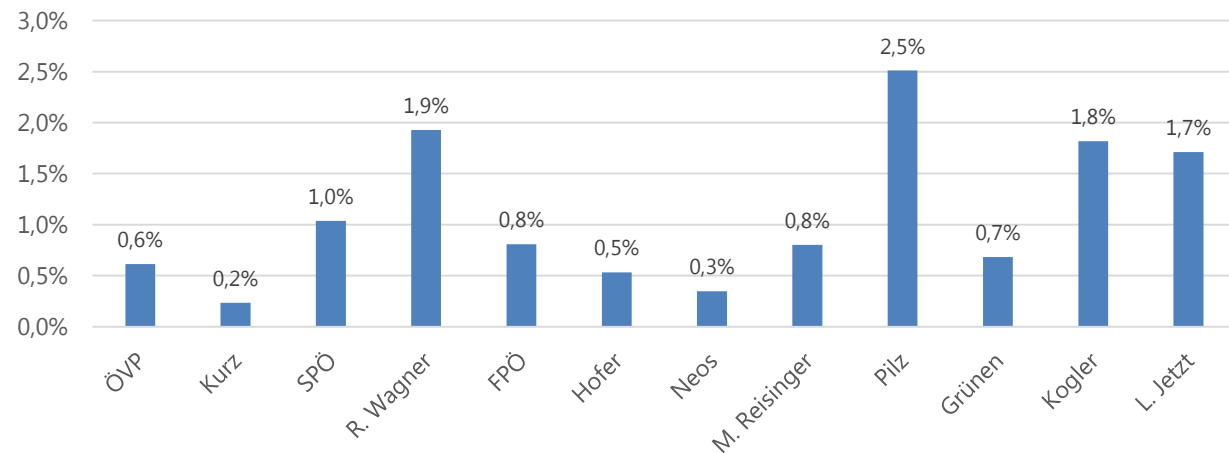
Beiträge



Durchschn. Interaktionen pro Beitrag



Interaktionsquote



ZUSAMMENFASSUNG

Politische Werbung im Vorfeld der NR Wahl 2019

Der Beitrag der politischen Werbung und jener der öffentlichen Institutionen liefern, insbesondere in den Wahlperioden, einen signifikanten Beitrag zur Werbekonjunktur. Dieser liegt kumuliert in den Wahljahren teils deutlich über 4 %, wobei der Anteil der politischen Werbeaktivitäten besonders bei Nationalratswahlen sehr hoch ist. Im heurigen Jahr ist davon auszugehen, dass dieser Anteil ebenfalls über 4 % erreichen wird.

Im Jahr 2019 gibt es (Stand Sep. 2019) zwei werbliche Höhepunkte. Zum einen erlebt der Mai einen deutlichen Aufschwung (Europawahlen), zum anderen legen die Spendings naturgemäß vor der NR-Wahl Ende September deutlich zu. In der kumulierten Betrachtung investierte im gesamten heurigen Werbejahr 2019 die SPÖ mit 5,4 Mio Euro am meisten, gefolgt von ÖVP mit 4,5 Mio sowie FPÖ mit 3,1 Millionen. Das Gesamtvolumen für 2019 für die Neos beträgt gegenwärtig 2,2 Mio Bruttowerbeaufwand, für die Liste Jetzt 74 Tsd Euro und jene der Grünen 117 Tausend.

Eine Detailanalyse zur heurigen NR-Wahl (Werbeaufkommen ab Juli bis aktuell) zeigt ebenfalls die sozialdemokratische Partei ganz vorne. Das gesamte Werbevolumen der politischen Parteien beträgt gegenwärtig (Juli bis September) und verteilt sich wie folgt auf die Parteien:

SPÖ: 2,3 Mio bzw. 38 %

ÖVP: 1,5 Mio bzw. 25 %

FPÖ: 1,1 Mio bzw. 18 %

Neos: 0,98 Mio bzw. 16 %

Liste Jetzt: 74 Tsd bzw. 1 %

De Grünen: 30 Tsd bzw. 0,5 %

Ähnlich den vorangegangenen Wahlen zeigt sich eine zunehmende Werbekonzentration zum Wahltermin. Im Jahr 2017 wurden in der letzten Woche vor dem Urnengang mehr als ein Viertel der politischen Werbeakzente gesetzt, in den letzten beiden Wochen sind es nahezu 50 % des gesamten Volumens. Dies lässt für 2019 ebenso den Schluss zu, dass noch intensive Werbemaßnahmen in den letzten Tagen vor der Wahl gesetzt werden. Es ist davon auszugehen, dass die Spendings pro Partei noch deutlich ansteigen. Nichts desto trotz zeichnet sich schon heute ab, dass der Bruttowerbeaufwand deutlich hinter jenem von 2017 bleiben wird!

Aktuell fließen fast 90 % des Gesamtvolumens der politischen Werbung in die Medien Print (48 %) und Außenwerbung (39 %). In etwa jeder zehnte Werbeeuro fließt zu Online. Der Anteil von TV beträgt 3,2 % und Radio gerade einmal 0,6 %. Die ÖVP setzt dabei vermehrt auf Print, während aktuell bei den Sozialdemokraten die Aktivitäten in der Außenwerbung und Print nahezu gleich auf sind. Bei der FPÖ ist die Printwerbung ebenfalls dominant. Der Werbekuchen nach den Werbeträgern ist bei den Neos nahezu gleichmäßig auf Print, Außenwerbung und Online aufgeteilt. Die Spendings im Bereich TV kommen fast nur aus dem Lager der SPÖ; Online verteilt sich zu ähnlich großen Teilen auf die 4 werbestarken Parteien. Die Ausgaben für politische Werbung bei der Liste Jetzt bzw. den Grünen sind überschaubar bzw. so gut wie nicht vorhanden.

Ein Blick auf die Werbeträger im Print verdeutlicht den hohen Stellenwert der Tageszeitungen. Das Ranking der Zeitungen mit den höchsten politischen Werbeanteil im Zeitraum Juli bis (aktuell) September führen die Kronen Zeitung und Österreich deutlich an (gemeinsam über ein Viertel des Bruttoaufkommens im Bereich Print).

DER WAHLKAMPF AUS DER WÄHLERINNENSICHT

DESIGN DER STICHPROBE

Erhebungsmethode:	Online-Studie im Access Panel
Grundgesamtheit:	Repräsentativ für die webaktive Bevölkerung Österreichs
Befragungszeitraum:	17. 9. 2019 – 21. 9. 2019
Stichprobe:	n=996
Quoten:	Quoten nach Alter, Geschlecht und Bundesland
Maximale Schwankungsbreite:	+/- 3,1%

GETESTETE SUJETS DER POLITISCHEN PARTEIEN 2019



SYMPATHISCHTES PLAKAT

Frage: Welches der Plakate ist Ihnen am sympathischsten?



Die neue Volkspartei (ÖVP)



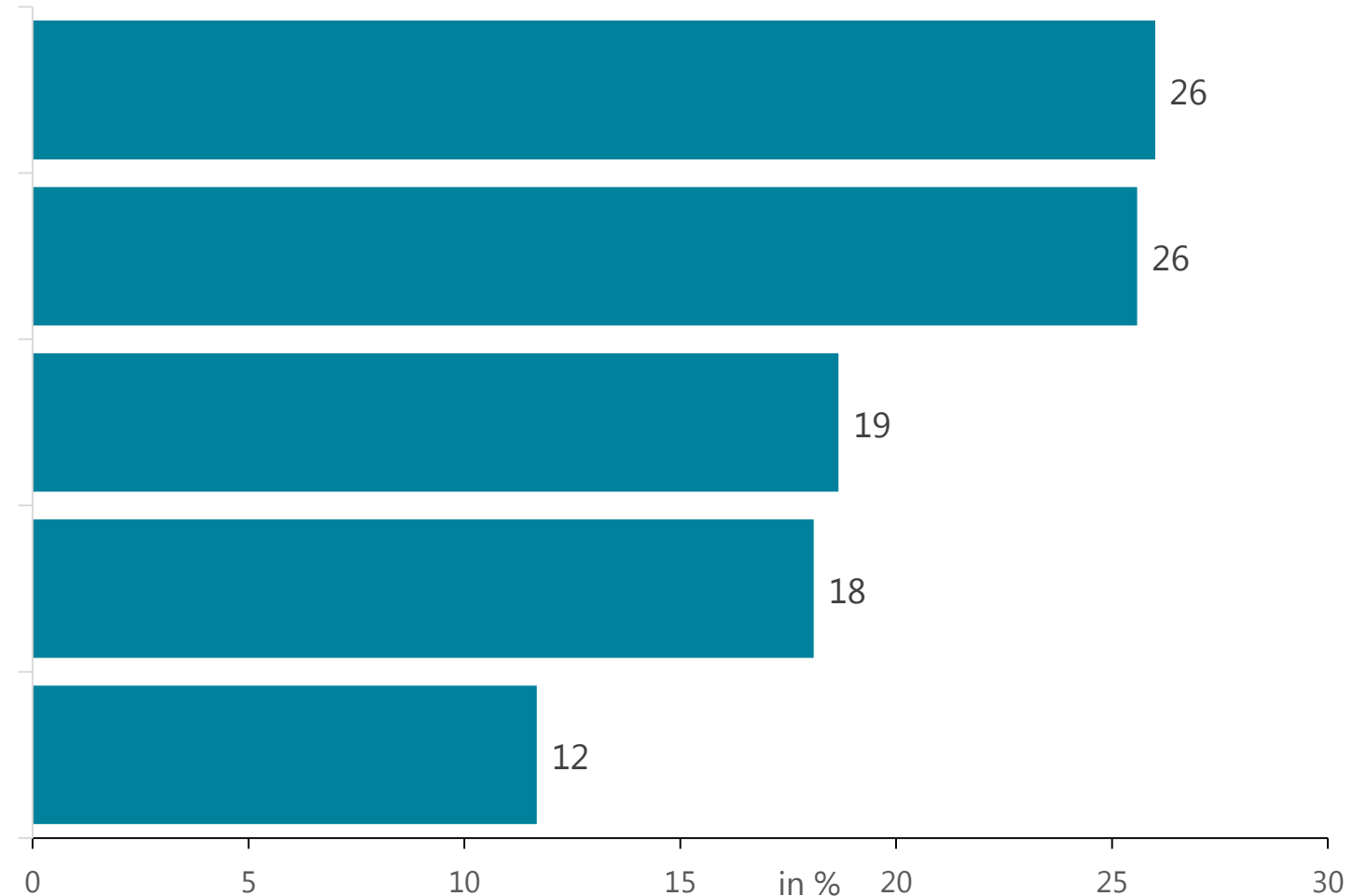
FPÖ



SPÖ

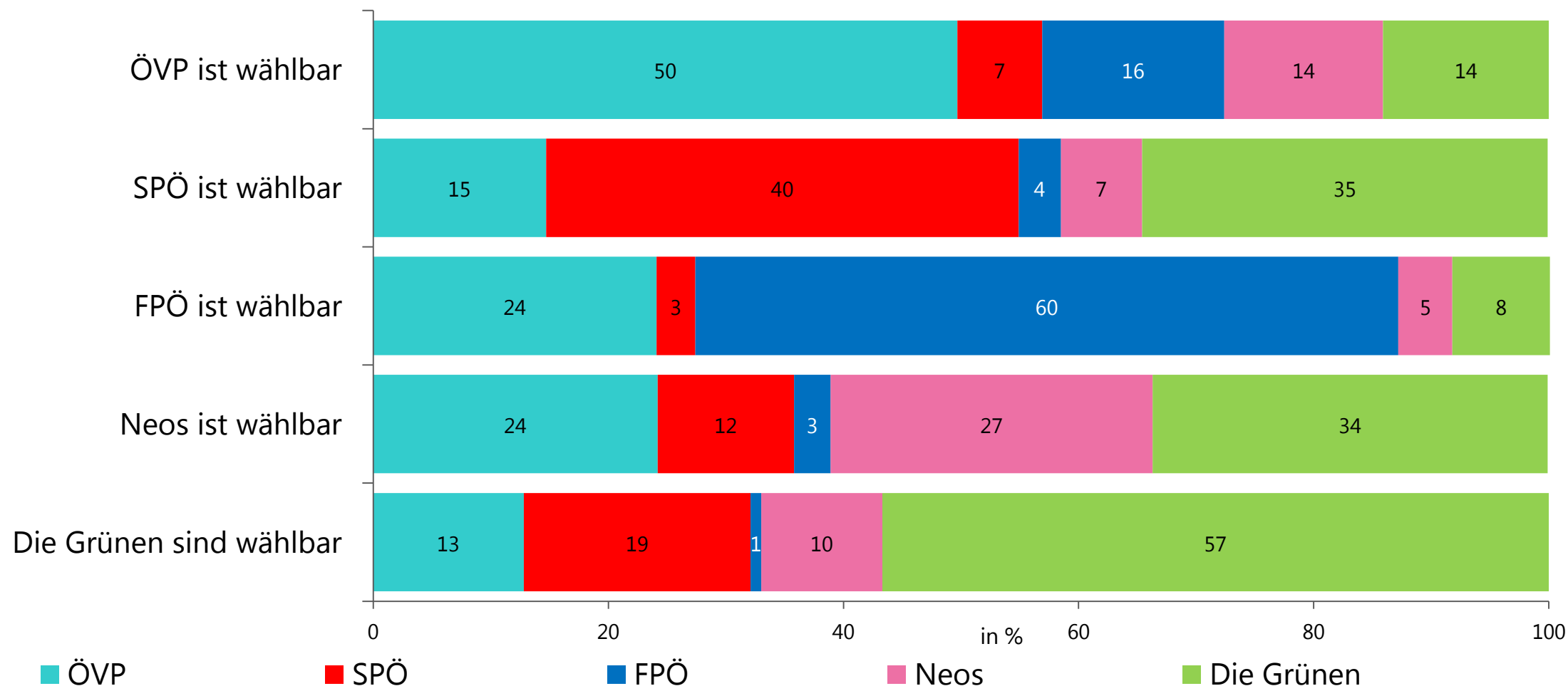


Neos



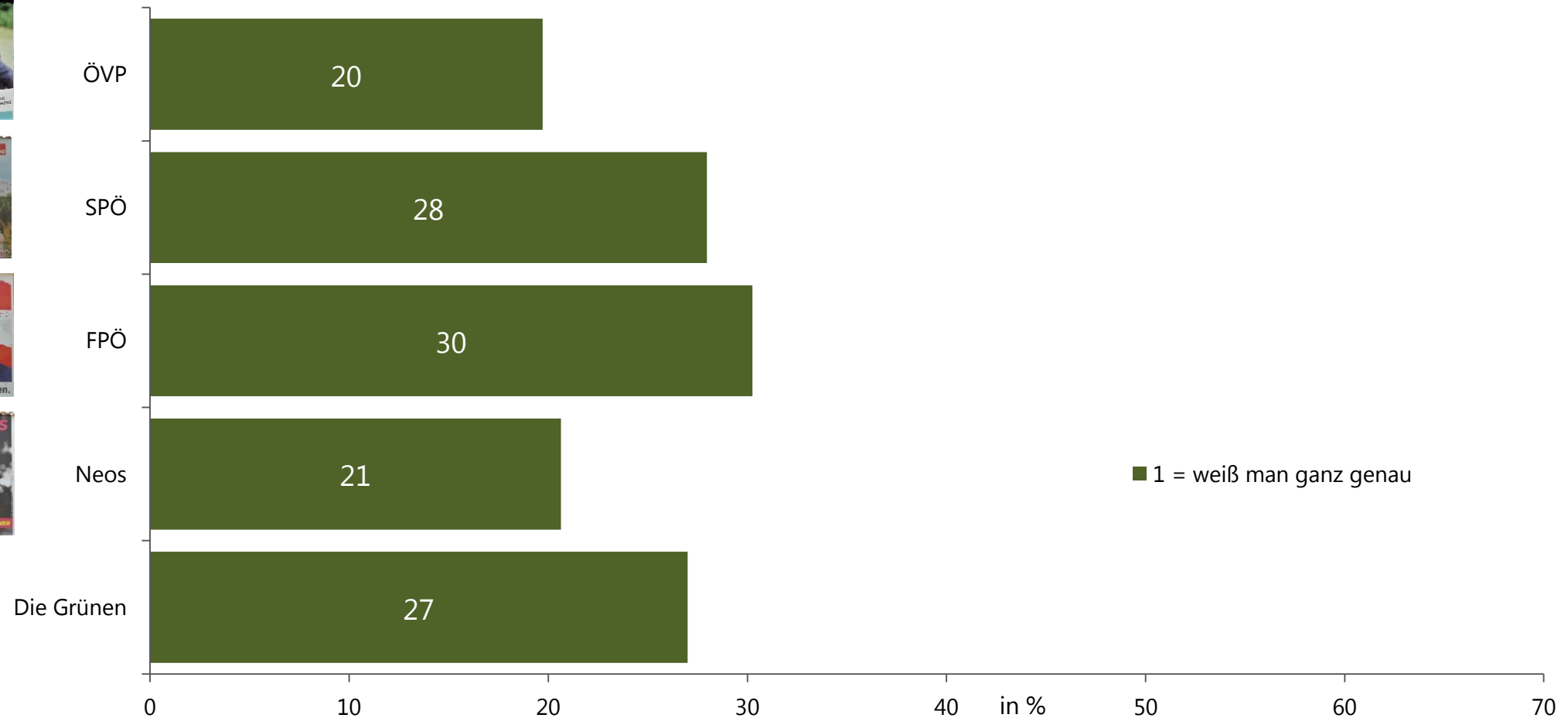
EINFLUSS DER PARTEIPRÄFERENZ AUF PLAKAT-SYMPATHIE

Frage: Welches der Plakate ist Ihnen am sympathischsten?



VERSTÄNDLICHKEIT DER PLAKATE

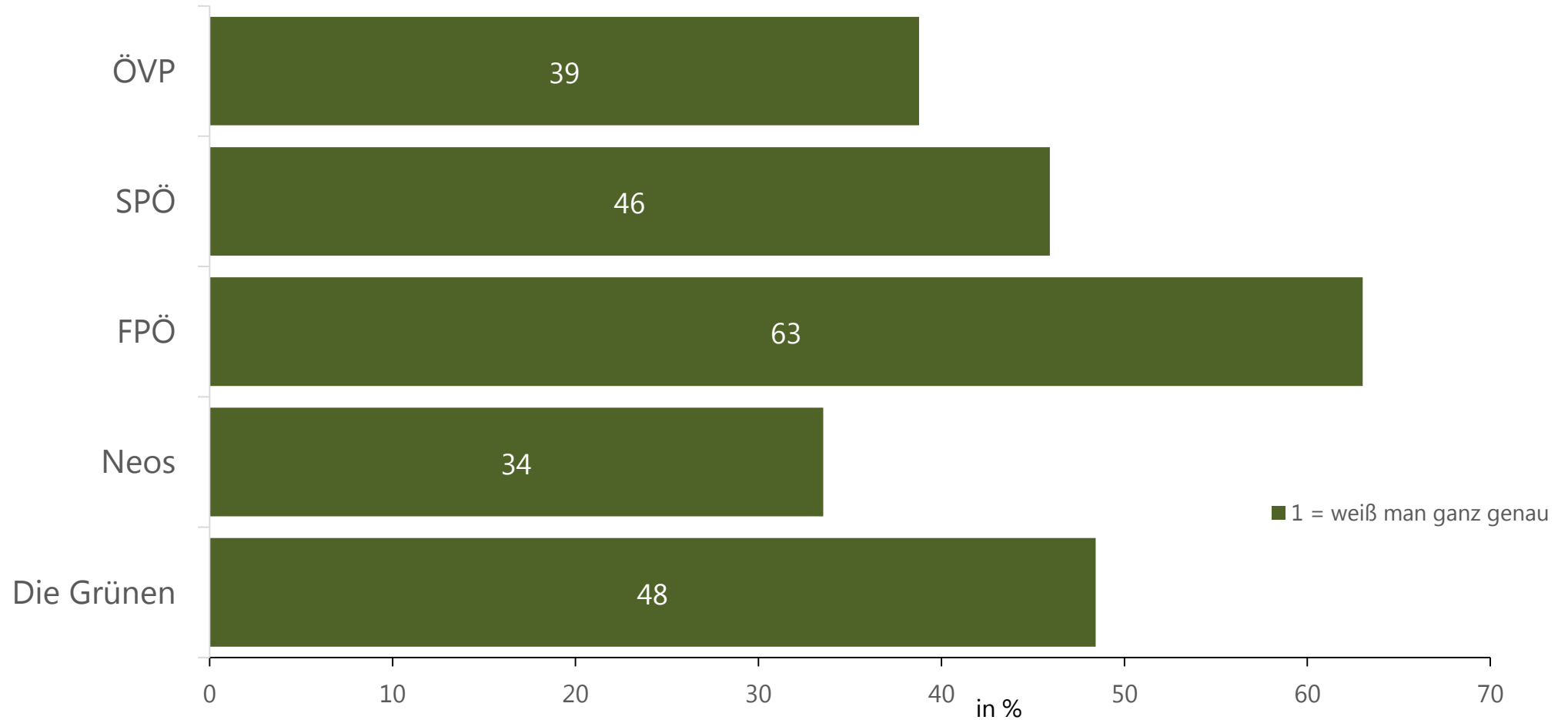
Frage: Wenn Sie sich die Aussagen der Plakate ansehen, wie sehr wissen Sie bei den einzelnen Plakaten, was die Partei damit ausdrücken will bzw. wie sehr wissen Sie durch das Plakat, wofür sich die Partei im Parlament einsetzen wird? Bitte geben Sie Ihre Antwort anhand der Skala von 1=weiß man ganz genau bis 5=ist völlig unklar an.



Online-Studie – 996 Interviews repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 15 Jahren – 17. – 21.9.2019 – maximale Schwankungsbreite = +/- 3,1%

VERSTÄNDLICHKEIT DER PLAKATE – NACH PARTEIPRÄFERENZ

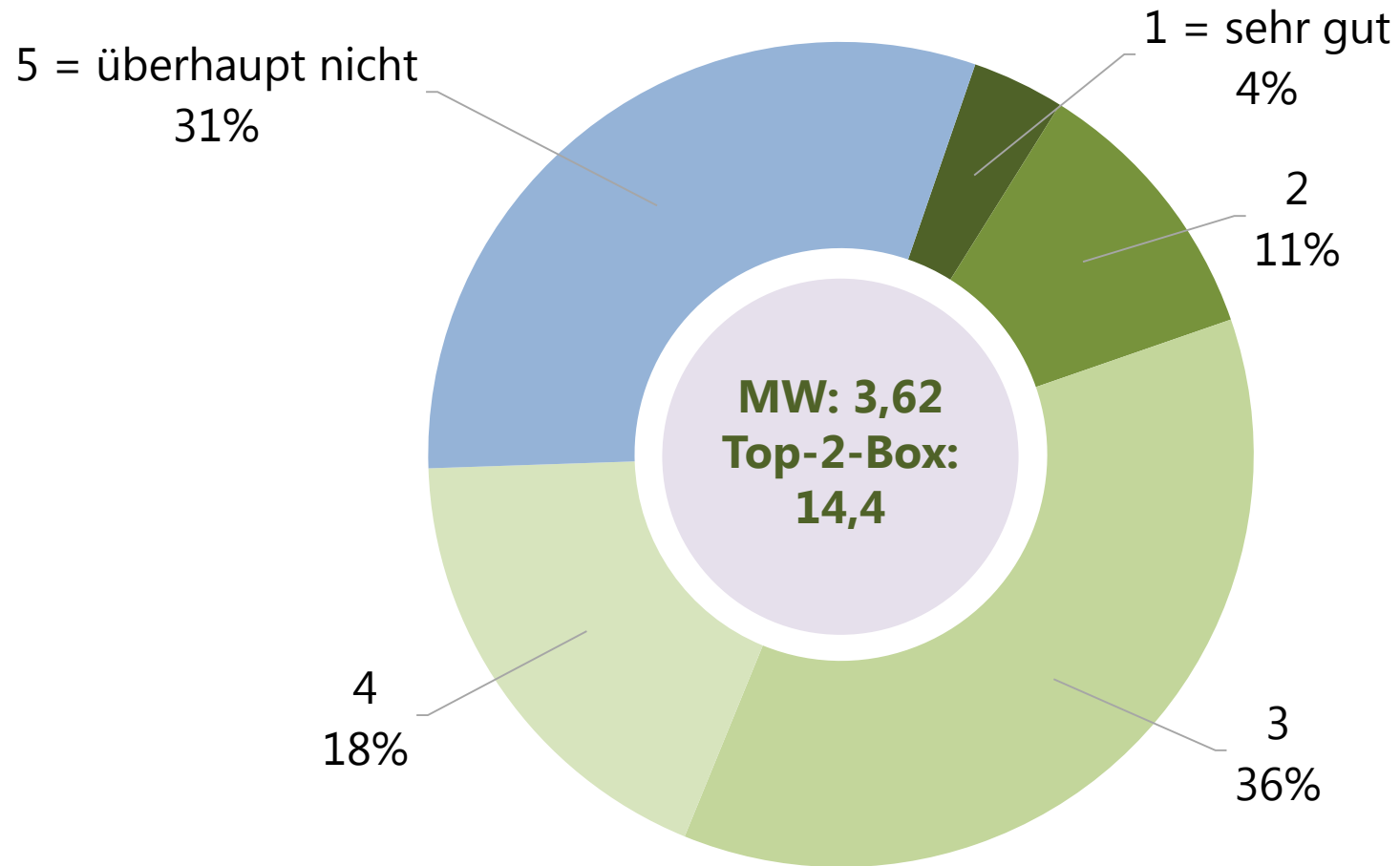
Frage: Wenn Sie sich die Aussagen der Plakate ansehen, wie sehr wissen Sie bei den einzelnen Plakaten, was die Partei damit ausdrücken will bzw. wie sehr wissen Sie durch das Plakat, wofür sich die Partei im Parlament einsetzen wird? Bitte geben Sie Ihre Antwort anhand der Skala von 1=weiß man ganz genau bis 5=ist völlig unklar an.



Online-Studie – 996 Interviews repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 15 Jahren – 17. – 21.9.2019 – maximale Schwankungsbreite = +/- 3,1%

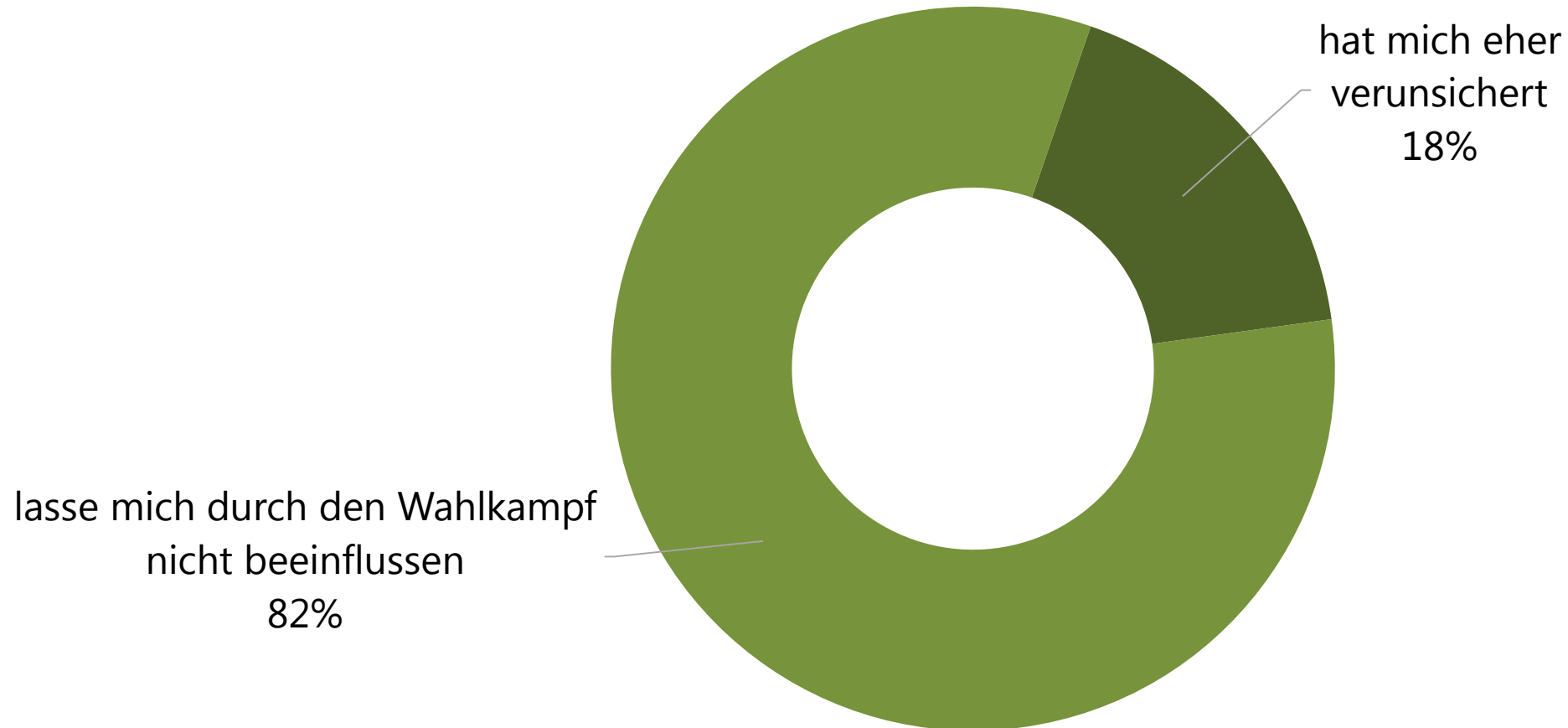
GEFÄLLIGKEIT DES WAHLKAMPFS

Frage: Wie gefällt Ihnen der laufende Wahlkampf für die Nationalratswahl insgesamt?



AUSWIRKUNG DES WAHLKAMPFS

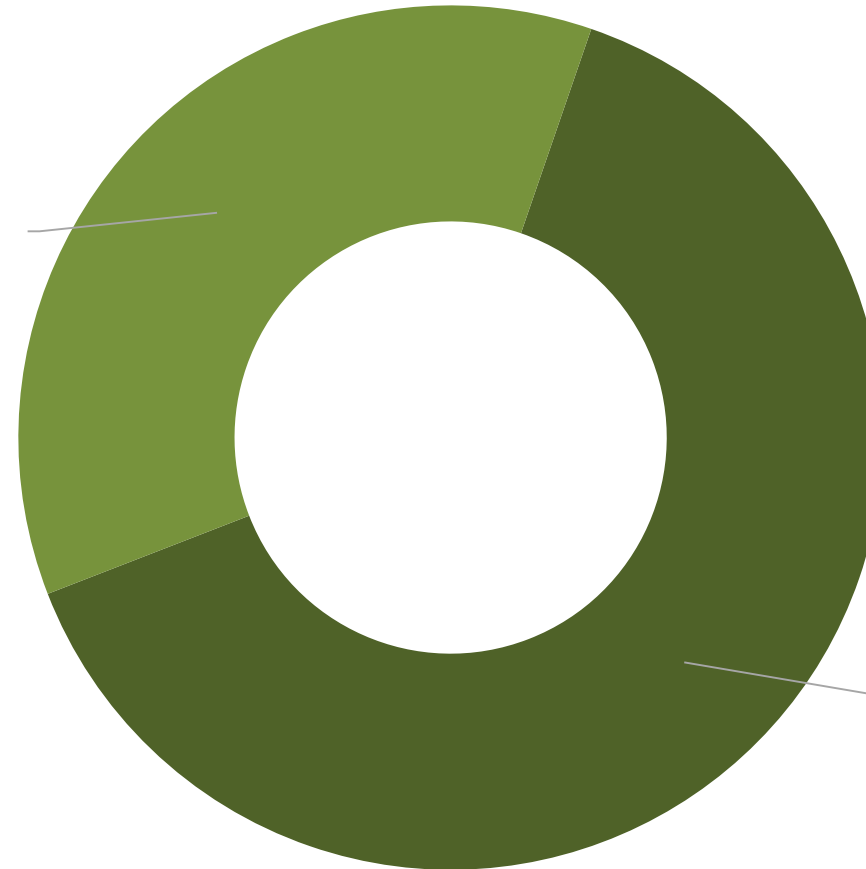
Frage: Hat der heutige Wahlkampf Sie eher verunsichert oder lassen Sie sich dadurch nicht beeinflussen?



AUSLÖSER DER WAHLENTSCHEIDUNG

Frage: Was denken Sie, treffen die ÖsterreicherInnen ihre Wahlentscheidung eher aufgrund von Persönlichkeiten oder eher aufgrund der Inhalte der Parteien?

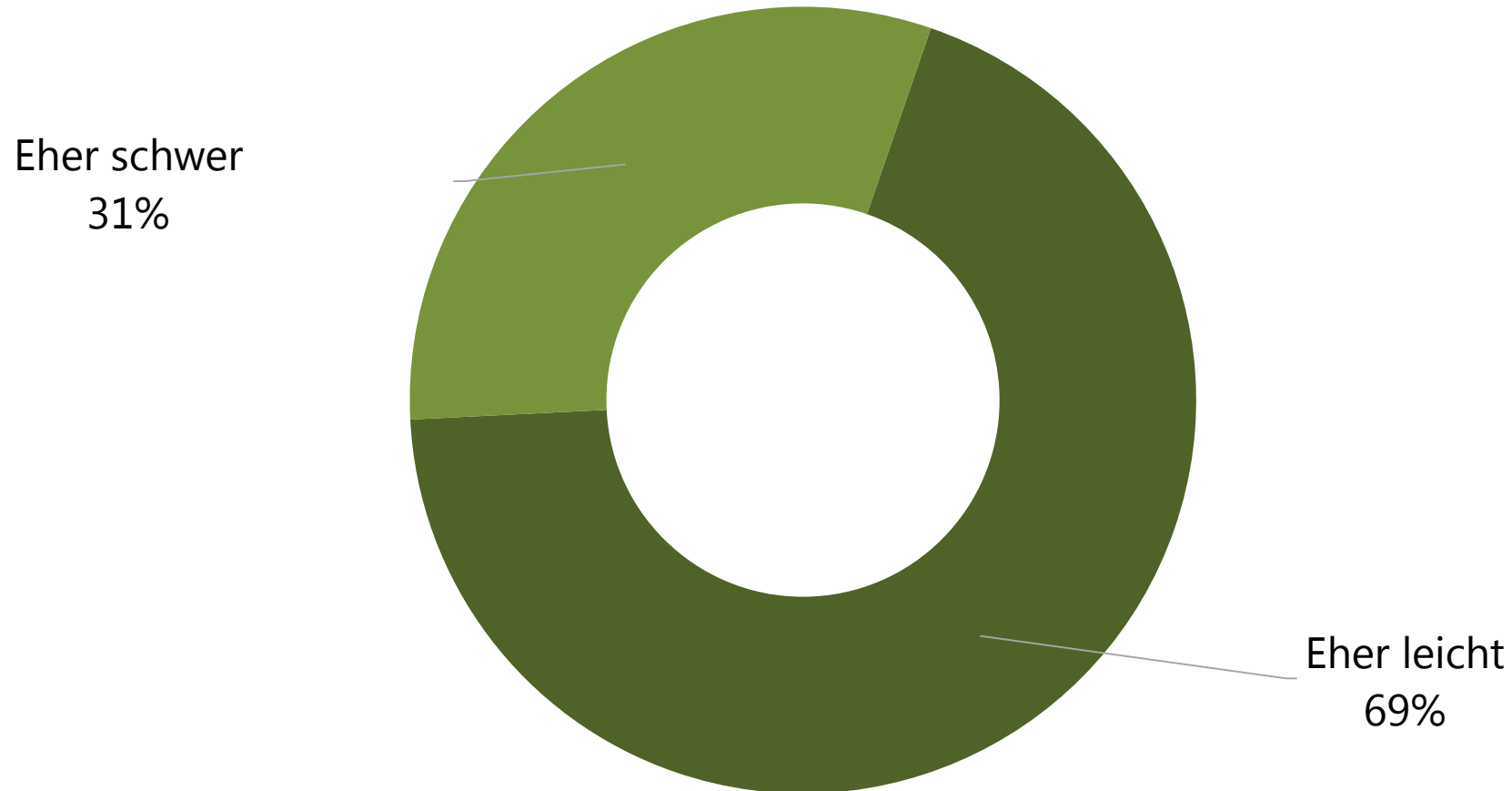
Eher durch die Inhalte
36%



Eher nach
Persönlichkeiten
64%

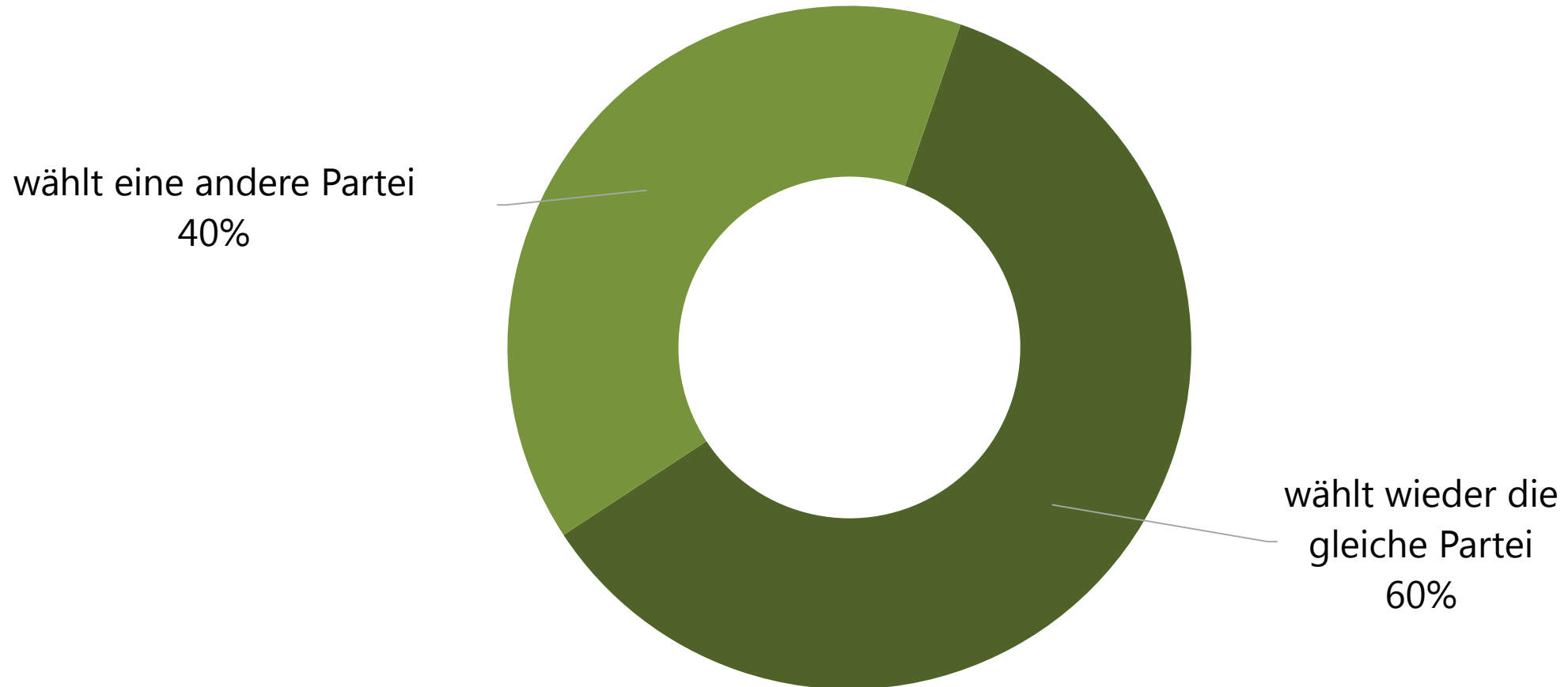
LEICHTIGKEIT DER WAHLENTSCHEIDUNG

Frage: Fällt Ihnen die Entscheidung, wen Sie diesmal wählen werden, eher leicht oder eher schwer?



WECHSEL BEI DER WAHLENTSCHEIDUNG

Frage: Werden sie bei dieser Nationalratswahl so wählen wie beim letzten Mal oder werden sie diesmal anders wählen?



ZUSAMMENFASSUNG DER POLITISCHEN WERBEAKTIVITÄTEN

Politische Werbung im Vorfeld der NR 2019

- Von den 5 vorgelegten Plakatsujets der Parteien werden das Plakat der Grünen und jenes der ÖVP am sympathischsten erlebt. Dahinter folgen die Plakate der FPÖ und SPÖ; das NEOS Plakat wird im geringsten Maße als sympathisch erlebt.
- Kombiniert man dieses Ergebnis mit der Parteipräferenz, dann erkennt man das Ausmaß der Affinität der wählbaren Partei mit dem eigenen Sujet. Am stärksten ist diese Affinität bei der FPÖ gegeben, die zu 60% ihr Sujet am sympathischsten finden. Nahezu ähnlich hoch ist dies bei den Grünen und jeder 2 ÖVP-Wähler schätzt das eigene Plakat. Am geringsten ist die Verbindung bei den NEOS gegeben; jene Personen, die NEOS für wählbar halten, finden das Grüne-Plakat am sympathischsten, knapp gefolgt vom eigenen Plakat und jenem von der ÖVP. Auffallend ist die Nähebeziehung zwischen Grünen und SPÖ einerseits und ÖVP und FPÖ andererseits.
- Das FPÖ-Plakat wird als die verständlichste Werbung bezeichnet. In dieser Eigenschaft schneiden die Sujets von NEOS und ÖVP am schlechtesten ab.
- Der Wahlkampf wird generell als schlecht beurteilt. Nur 14% bezeichnen die Wahlkampfanstrengungen der Parteien als gut und fast die Hälfte aller Österreicher beurteilen diese als schlecht.
- 4 Fünftel der ÖsterreicherInnen lassen sich durch den Wahlkampf nicht beeinflussen; ein Fünftel jedoch schon.
- Für ein Drittel aller Befragten sind die Inhalte ausschlaggebend für die Wahlentscheidung, während für zwei Drittel die Persönlichkeiten im Vordergrund stehen. Selbstverständlich stehen einzelne Personen auch für ihre Inhalte, die durch ihre Person sichergestellt werden.
- Für 69% der ÖsterreicherInnen fällt die Wahlentscheidung am kommenden Wahlsonntag leicht. Für alle anderen ist dies jedoch eine schwierige Entscheidung.
- Etwas überraschend ist die Tatsache, dass 40% der Wähler diesmal anders entscheiden werden als bei der letzten Wahl vor 2 Jahren.

KONTAKT

FOCUS Institut

Marketing Research Ges.m.b.H.

Maculangasse 8

1220 Vienna

Austria

Mail

office@focusmr.com

Phone

+43/1/258 97 01

Web

www.focusmr.com

