

IGF-Aktuell
**„Der emotionale Kampf um die Hofburg.
Resurrection.“**

Eigenerhebung des IGF-Institut für Grundlagenforschung
EmOpIn-Types™: Methodik zur Erfassung des emotional intuitiven Wahlverhaltens

PRESSEINFORMATION

Salzburg und Wien, 22. November 2016

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

EmOpIn™-Types: Neue Methode enthüllt Wahlverhalten als intuitiv-emotionale Entscheidung

Mit der von IGF in Zusammenarbeit mit A4S - der Agentur für Strategie und Entwicklung neu entwickelten Testmethode konnte sowohl im ersten, als auch im zweiten Durchgang der Bundespräsidentenwahlen eindeutige Trends deutlich gemacht werden. Die Daten der vorliegenden emotionalen Positionsbestimmung wurden von 3. bis 14. November – zum neuerlichen „Wahlkampfauftakt“ erhoben.

EmOpIn™-Types misst **ausschließlich den emotionalen Zugang** zu den Bundespräsidenten-Kandidaten. Das „Rennen“ um die Hofburg erreicht nun sein endgültiges Finale. Eine gewisse Müdigkeit angesichts der Thematik ist spürbar, die „Tagespolitik“ nach dem „Kern-Effekt“ mit den unübersehbaren Spannungen zwischen den Koalitionspartnern spielt weiterhin eine merkbare Rolle.

Wertvorstellungen und moralische Weltansichten sind für die Wähler stark verhaltensaushösend – Politik und Wahlen werden von Emotionen bestimmt und sind „**Bauchentscheidungen**“.

Das Testdesign: die Teilnehmer bewerten gefühlsmäßig und mittels „Mausklick“ die Kandidaten, und zwar NUR deren Fotos (ohne Namensnennung). 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 verhaltensaushösend sind.

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!

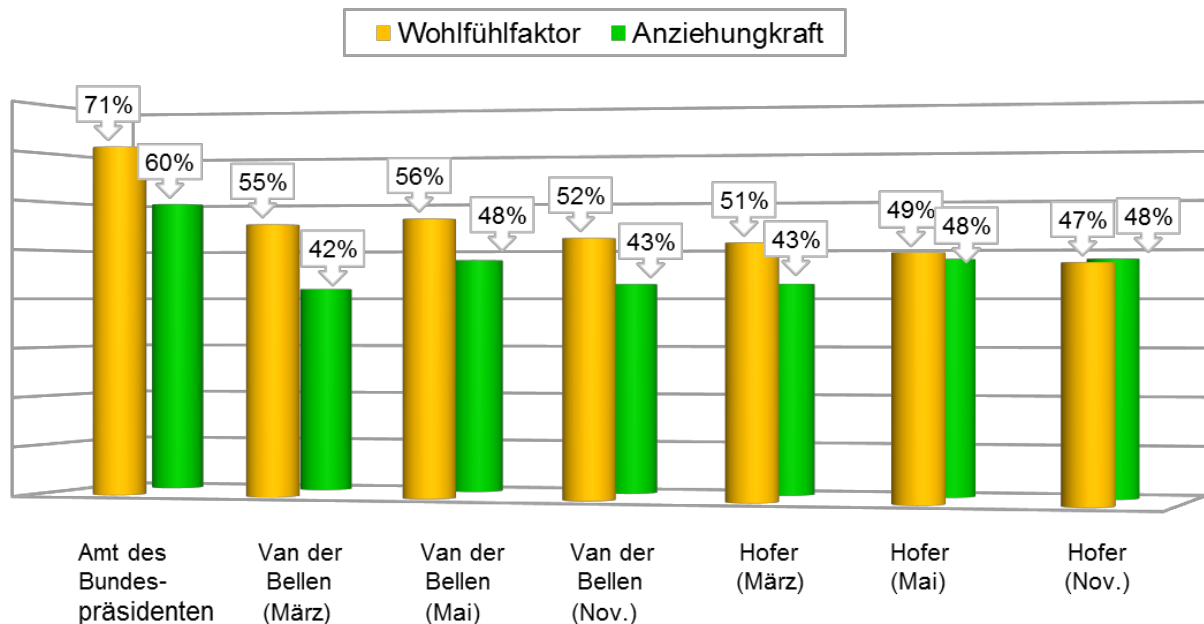
Die emotionale Anziehungskraft ist eine „der“ wahlentscheidenden emotionalen Dimensionen: Vorteil Norbert Hofer

Hohe Werte in der EmOpIn-Type™ Dimension „Wohlfühlfaktor“ mit Zuschreibungen wie „angenehm“ oder „ansprechend“, machen einen Kandidaten zwar „sympathisch“ – sind aber kein Garant dafür, gewählt zu werden. Relevant ist die „Anziehungskraft“: diese resultiert daraus, dass ein Kandidat „neugierig macht“, er als „interessant“ empfunden wird oder auch entsprechende „Aufmerksamkeit erregt“. In dieser Dimension zeigt sich ein Vorteil für Hofer mit 48% „Anziehungskraft“ – bei Van der Bellen liegt der Faktor bei 43%.

Bei der Stichwahl im Mai ordneten 48% der EmOpIn-Type™-Testpersonen beiden Kandidaten die gleiche emotionale „Anziehungskraft“ zu. Ergebnis war das vermutete Kopf-an-Kopf-Rennen mit hauchdünnen Vorteil für Van der Bellen (IGF-Publikation im Mai 2016). Rund 30.000 Stimmen trennten die beiden Kandidaten.

EmOpIn-Types™:

Emotionale Bewertung der Dimensionen „Wohlfühlfaktor und Anziehungskraft“



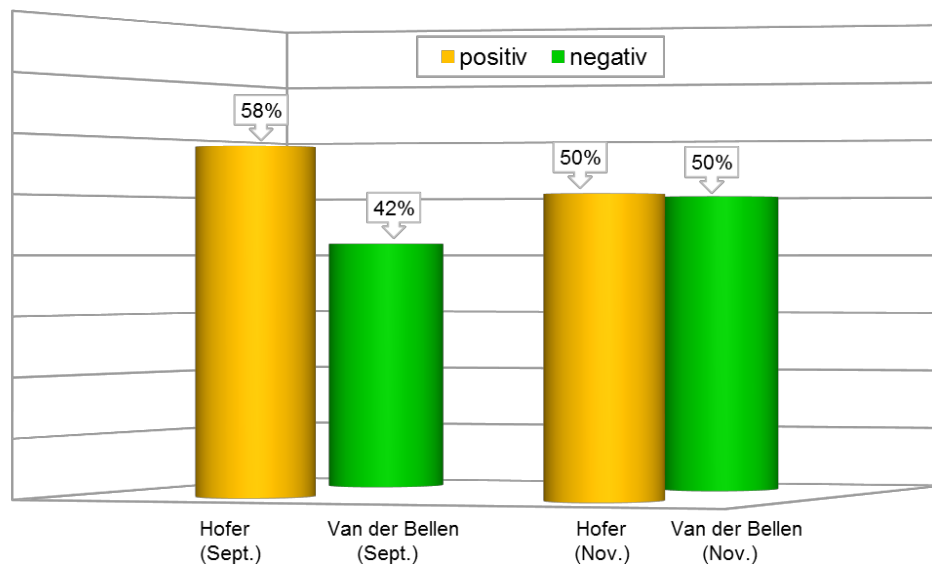
„Patt“ bei Politikerkompetenz sowie Anziehung

Bei der Frage hinsichtlich der Wahrnehmung der Politiker-Kompetenz schätzen die Probanden die Kandidaten bspw. danach ein, ob diese „starke Politiker“ sind und ob diesen Eigenschaften wie „Vertrauenswürdigkeit“ zugeschrieben werden. In Kombination für diese Dimension relevante Eigenschaften ergibt sich daraus die Einschätzung der „politischen Kompetenz“, - die einen Einfluss auf das Wahlverhalten hat. Je „kompetenter“ der zur Wahl stehende Politiker (intuitiv-emotional) eingeschätzt wird, umso größer die Wahrscheinlichkeit auch tatsächlich gewählt zu werden. Derzeit: 50:50.

Beide Kandidaten sind in der emotionalen Betrachtung nicht besonders attraktiv und anziehend (nur für jeweils 55% in den Dimensions-Zuschreibungen). Beiden wird in gleichem Ausmaß emotionale „Ablehnung“ entgegen gebracht (Attribute wie unangenehm, unmoralisch, verlogen, mag ich nicht sehr usw).

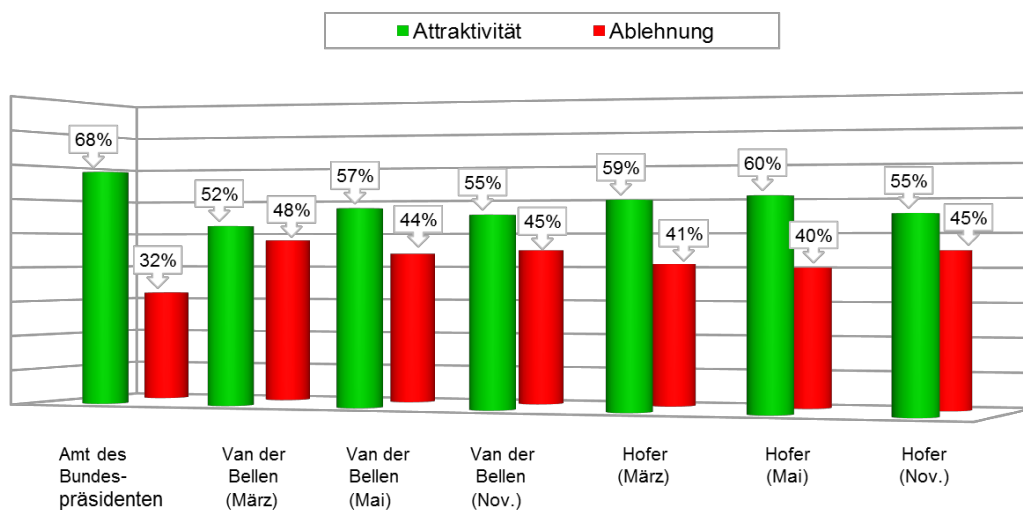
EmOpIn-Types™:

Emotionale Bewertung der Dimension „Kandidatenkompetenz“



EmOpIn-Types™:

Emotionale Bewertung der Dimensionen „Attraktivität oder Ablehnung“



Abwahl des bisherigen Amtsverständnisses

Das „Amt“ des Bundespräsidenten wird emotional sehr positiv wahrgenommen, hat einen hohen Wohlfühlfaktor, ist sympathisch und hat entsprechende Anziehungskraft (unverändert im Zeitverlauf bei den EmOpln-Type™-Testpersonen). Erwartet wird eine Ausgewogenheit der Dimensionen „Ordnung“ (Eigenschaften wie zuverlässig, traditionell, vernünftig..), „Sozialem“ (wie fürsorglich, menschlich, warmherzig...) sowie „Offenheit“ (begeisterungsfähig, kontaktfreudig, innovativ...) und „Macht“ (kämpferisch, zielgerichtet, erfolgsorientiert...).

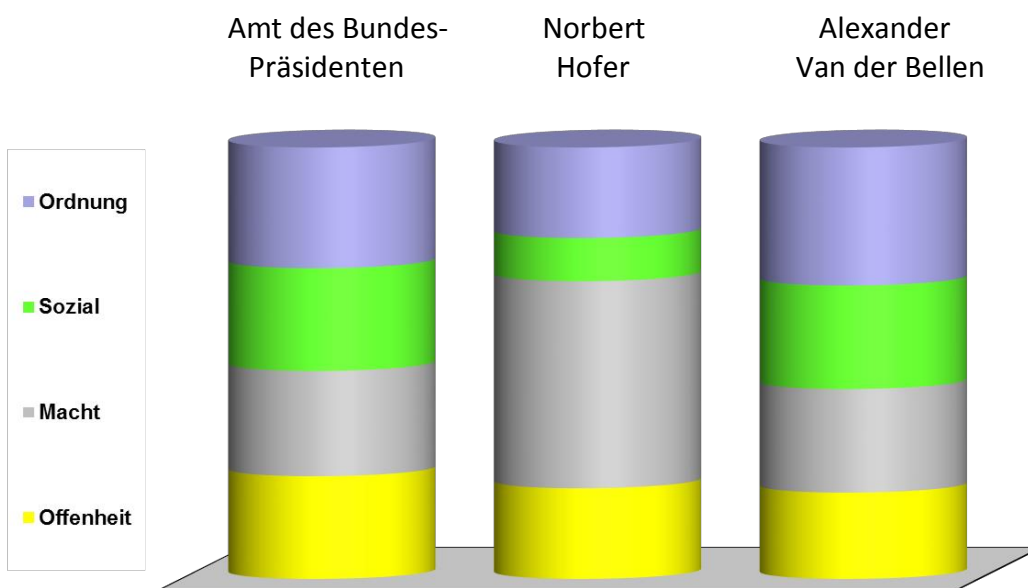
Ausgehend von aktuellen interdisziplinären Erkenntnissen (v.a. der Verhaltens-, Persönlichkeits-, Motiv- und Hirnforschung) werden bei EmOpln-Types™ die **menschlichen Motive** diesen **vier Kerndimensionen** zugeordnet. Jede Dimension besitzt positive und negative Zuschreibungen.

Das emotionale Profil von Van der Bellen scheint dem eines Bundespräsidenten am nächsten. Ginge es bei dieser Stichwahl nur um das „Amt“, dann hieße der Bundespräsident Van der Bellen.

Das bisherige Amtsverständnis, der bisherige Stil von Ausgewogenheit und Harmonie ist nicht mehr relevant. Es geht bei dieser Wahl nicht um das „Amt“ als solches, sondern um eine Richtungsentscheidung, um das emotionale „Weltbild“. Die **Anziehungskraft** liegt bei Norbert Hofer, welcher als „starker Mann“ wahrgenommen wird. Die Hälfte der Testpersonen fühle sich von Hofer trotz negativer Zuschreibungen (wie egoistisch, abgehoben, arrogant...) „angezogen“.

EmOpln-Types™:

Emotionale Bewertung nach den vier Kern-Dimensionen menschlicher Motive



Fazit aus der emotionalen Betrachtung

In der Gesamtschau signalisieren alle relevanten Dimensionen ein enges Kopf-an-Kopf-Rennen, Stichwort: „Foto-Finish“. Aufgrund der emotionalen Wahrnehmung von Norbert Hofer als „starken Mann mit starker Anziehungskraft trotz auch negativer Emotionen“ ist aus heutiger Betrachtung als Momentaufnahme zum Wahlkampfstart ein „Trump-Effekt“ nicht auszuschließen.

Aufgrund der starken emotionalen Aufladung der Kandidaten als „starker Mann“ (Hofer) versus dem „Wohlfühlkandidaten“ (Van der Bellen) können mit inhaltlichen Diskussionen keine großen Effekte mehr erzielt werden.

Die Wähler der beiden Kandidaten bei der Stichwahl haben ihre „Bauchentscheidung“ getroffen und bleiben dabei. Entscheidend sind die Unentschlossenen. Im „Finish“ wird die Wahlbeteiligung der relevante Faktor sein. Van der Bellen muss es gelingen, die Front der „Hofer-Verhinderer“ tatsächlich zur Wahlurne zu bringen.

Studien-Facts: n=500 repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Erhebungsmethodik: EmOpIn-Types™, Erhebungszeitraum: 3. bis 14. November 2016.