

Die Gemeinderatswahl und Landtagswahl in Wien 2010 und die standortpolitischen Folgen

Politische Analyse und Empfehlungen für Unternehmen

Alexandra Siegl, Peter Hajek, Walter Osztovcics, Andreas Kovar

18. November 2010

Inhalt

Ergebnisse der Landtagswahlen	2
Analyse der Kampagnen	3
Politische Szenarien für Bund und Land	10
Ergebnisse für den Standort und Empfehlungen für Unternehmen	13

Alle nachfolgenden auf Personengruppen bezogenen Formulierungen verstehen sich als geschlechtsneutral.

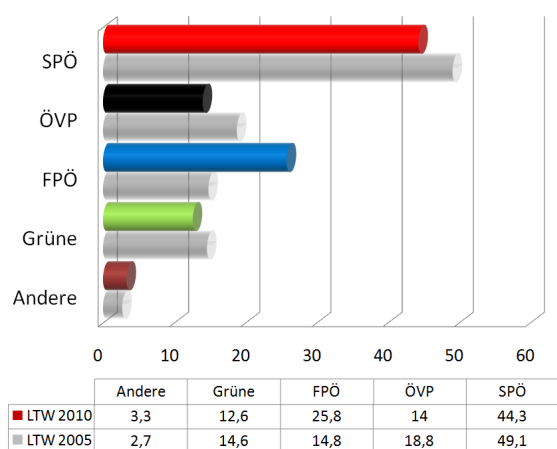
Kovar & Köppl Public Affairs Consulting GmbH
1010 Wien, Dorotheergasse 7, Österreich
T: +43 (1) 522 9220, F: +43 (1) 522 92 20-22
office@publicaffairs.cc, www.publicaffairs.cc

Peter Hajek Public Opinion Strategies GmbH
1010 Wien, Dorotheergasse 7, Österreich
T: +43 (1) 513 2200, F: +43 (1) 513 2200-60
office@peterhajek.com, www.peterhajek.com

Ergebnisse der Gemeinderats- und Landtagswahl

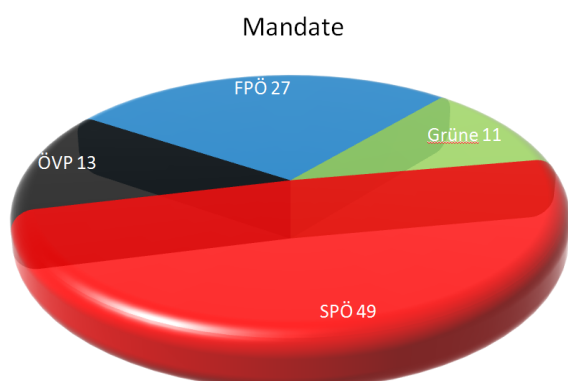
Wien hat eine Koalitionsregierung. Was anderswo zur Normalität gehört, ist für die Sozialdemokraten der Bundeshauptstadt ein Sonderfall, der ihnen erst zum zweiten Mal in ihrer Geschichte widerfährt. Beide Male waren es FPÖ-Wahlerfolge, die letztlich mit dem Thema „Ausländer“ errungen werden konnte. Das erste Mal erreichte 1996 die von Jörg Haider geführte FPÖ 27 Prozent der Wiener Wählerstimmen. Diesmal wiederholte FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache den Coup und erhielt 26 Prozent der Stimmen. Der Erfolg der Blauen wirkt umso größer im Vergleich zur Landtagswahl 2005, denn damals litt die FPÖ noch unter den Folgen der großen Spaltung von Knittelfeld und war mit knapp 15 Prozent weit unter ihrem Wählerpotenzial geblieben. Doch selbst wenn man berücksichtigt, dass der prozentuelle Zuwachs der FPÖ von 2005 auf 2010 eine optische Täuschung darstellt, bleibt das Faktum, dass das Ergebnis eines der höchsten darstellt, die freiheitliche je außerhalb Kärntens erreichen konnten.

Ein Desaster stellt das Wiener Wahlergebnis für die Wiener ÖVP, aber auch für die Bundespartei dar. Die einstmals stolze bürgerliche Partei dümpelt nun bei 14 Prozent herum und verlor nahezu ein Viertel ihrer Wählerschaft. Viel hätte nicht gefehlt und man wäre auf Platz vier abgerutscht. Doch auch die Grünen mussten im Vergleich zur letzten Wahl Verluste hinnehmen.



Die FPÖ konnte – wie schon 1996 – in den roten Hochburgen (Favoriten, Simmering, Donaustadt etc.) überdurchschnittlich punkten. Arbeiter und vor allem Wähler mit diffusen Abstiegsängsten wanderten in starkem Ausmaß zur FPÖ ab. Sie kamen jedoch nicht nur von der SPÖ, auch die ÖVP musste rund 20.000 Stimmen an die Blauen abgeben. Erstmals konnte die FPÖ aber auch stark bei Pensionisten und Frauen punkten, wenngleich sie in beiden Gruppen immer unter ihrem durchschnittlichen Ergebnis blieb.

Die SPÖ fehlten trotz ihrer Verluste nur zwei Mandate auf die absolute Mandatsmehrheit, was auf die Besonderheit des Wiener Wahlrechts zurückzuführen ist, das klare Mehrheiten begünstigt.



Im Landtag ergibt sich damit eine Mandatsverteilung von 49 Sitzen für die SPÖ, 27 für die FPÖ, 13 für die ÖVP, und 11 Mandaten für die Grünen. Der Wiener Landtag wird also weiterhin klar von der SPÖ dominiert. Die FPÖ, die von Beginn an von Bürgermeister Häupl als Koalitionspartner ausgeschlossen wurde, wird eine (laut)starke Opposition abgeben.

Analyse der Kampagnen

Die SPÖ startete im Februar 2010 mit einer Volksbefragung in den Wahlkampf. Dabei wurde die Wiener Bevölkerung zu den Themen Wiedereinführung von Hausbesorgern, Ausbau von Ganztagschulen, Einführung einer Citymaut, Einführung des U-Bahn-Nachtbetriebs am Wochenende sowie zum Kampfhundeführschein befragt. Diese Fragen betrafen teils lang gehegte Forderungen der Oppositionsparteien, denen Wind aus den Segeln genommen werden sollte. So war die Citymaut ein Wunsch der Wiener Grünen, der Nachtbetrieb der U-Bahn ein Vorschlag der JVP. Bürgermeister Michael Häupl setzte die Idee knapp vor der Wahl gemeinsam mit der Verlängerung der U2 um – und die Jungschwarzen hatten ein Wahlkampfthema weniger, denn die Botschaft „eigentlich war das unsere Idee“ war noch nie sonderlich zugkräftig. Insgesamt wurde so ein ganzer Strauß von Themen aus dem Wahlkampf hinausgedrängt.

Mit der Wiedereinführung der Hausbesorger sollten vor allem Menschen in Gemeindebauten angesprochen werden. Schließlich wohnt dort etwa ein Drittel der Wiener Wahlberechtigten, vorwiegend SPÖ-Stammwähler, die es zu halten galt. Durch den Einzug von Menschen mit Migrationshintergrund in den Gemeindebau war mit einem Abwandern unzufriedener Gemeindebau-Bewohner zur FPÖ zu rechnen. Diesen wollte die SPÖ suggerieren, dass sie dafür Sorge, dass Migranten die Spielregeln im Land einhalten und so alle gut zusammenleben könnten. Und das war dann auch das Mantra des SPÖ-Wahlkampfs. Parallel zur Volksbefragung startete die Partei eine Kampagne, die insbesondere an die SP-Schlüsselzielgruppe Gemeindebau-Bewohner adressiert war. Unter dem Slogan „Gemeinsam geht's besser“ sah man auf den Plakaten fröhliche Alltagssituationen im Gemeindebau. Tenor: Wenn alle die Regeln einhalten (und hier wurde insbesondere auf Migranten angespielt), leben wir alle gut. Damit alle die Regeln einhalten, führte die Partei eine Reihe neuer Ordnungshüterkategorien ein, so z.B. Mediatoren im Gemeindebau, „Waste Watchers“ auf öffentlichen Plätzen, oder Sicherheitspersonal in der Nacht-U-Bahn. Dieses sichtbare Aufrüsten richtete sich vorsorglich gegen den absehbaren Sicherheits- und Anti-Ausländer-Wahlkampf der FPÖ. Die Aktivitäten der Wiener SPÖ gingen insbesondere Wählern in Bezirken mit hohem Migrationsanteil aber nicht weit genug. In den Augen vieler war die SPÖ überdies nicht glaubwürdig als Partei, die sich plötzlich über Nacht um die Probleme der Integration kümmerte. Strache hat sein Image

als Aufpasser bei Ausländer-Problemen über Jahre hinweg aufgebaut, er musste es bei der Wahl lediglich wieder aktivieren.

Im Herbst 2010 plakatierte die SPÖ Wien mit dem Slogan „Jetzt geht’s um Wien“ die Themen Sicherheit („Mir geht’s um die sicherste Hauptstadt der Welt“), Jobs („Mir geht’s um sichere Jobs für Wien“) und Lebensqualität („Mir geht’s um ein lebenswertes Wien für alle“). Insbesondere die Lebensqualität in Wien wurde hervorgehoben, die im internationalen Vergleich auch tatsächlich immer wieder als gut bewertet wird.

Wie jede Regierungspartei tat sich die SPÖ natürlich schwer, Verbesserungen zu versprechen oder gar Missstände zu kritisieren, schließlich hatte sie ja 10 Jahre lang allein die Geschicke der Stadt bestimmt, es gab daher kaum einen Vorschlag, bei dem die SPÖ nicht sofort die Frage provoziert hätte, warum sie ihn nicht einfach schon längst verwirklicht habe. Die Botschaft vom lebenswerten Wien verfehlte allerdings in manchen Regionen ihre Wirkung. Gerade in Bezirken mit niedrigeren Bildungs- und Einkommenskohorten und hohem Migrantenanteil fühlte sich nicht jeder als Teil dieses lebenswerten Wiens. So rasselte die SPÖ beispielsweise in der Donaustadt von 57,8% im Jahr 2005 auf 47,8%, die FPÖ steigerte sich dahingegen von 16,4% auf ganze 32,5%. Ein ähnliches Bild ergab sich in Floridsdorf (die SPÖ verlor knapp über 10 Prozentpunkte, die FPÖ gewann um die 17) oder in Favoriten (SPÖ: minus 10, FPÖ plus 15 Prozentpunkte). Insgesamt verlor die SPÖ laut SORA/ISA-Wählerstromanalyse 46.000 Stimmen an die FPÖ, diese wilderte in der SP-Kernklientel der Arbeiter (FP-Ergebnis von 40%) und älteren Menschen und konnte wie seit Jahren wiederum deutlich stärker bei Männern punkten.

Parallel zur inhaltlichen Kampagne investierte die SPÖ Wien vor allem in die Mobilisierung und affichierte in ganz Wien „Wer gehört werden will, muss auch sein Kreuz machen“ bzw. „Wer Michael Häupl als Bürgermeister haben will, muss ihn auch wählen“. Schließlich war die Ausgangslage einer mit absoluter Mehrheit regierenden SPÖ und einer Wahlkampfbotschaft, die im Grund genommen auf der Fortführung des bisherigen Kurses basierte, per se nicht gerade fördernd für die Wahlbeteiligung.

Online kommunizierte die SPÖ über eine Reihe von Plattformen mit unterschiedlichen Zielgruppen. Neben den mittlerweile üblichen Kanälen wie der Kampagnenwebsite und der Kommunikation über diverse soziale Netzwerke wie facebook, YouTube oder Twitter nutzte die Partei eine Reihe weiterer Websites (www.ilovevie.at, www.mission2010.at, www.ichbinwien.at, www.redbook.at, www.vielegesichter.at). Diese waren auf breittaugliche soziale Netzwerke wie facebook, YouTube oder Twitter verlinkt, um eine Verbreitung über die engen Sympathisanten hinaus zu gewährleisten. Die I love Vienna-Plattform war an ein breites, tendenziell jüngeres Publikum gerichtet, im Fokus stand Wien als lebens- und lebenswerte Stadt und die Schaffung eines Gemeinschaftsgefühls. Im Rahmen der Kampagne konnte man sich I love Vienna-T-Shirts kaufen, eine Party im Rathaus wurde veranstaltet und Wiener erklärten per Videobotschaft, was sie an ihrer Stadt lieben. Auf der ichbinwien-Seite wurde in jenem jungen Wählerteich gefischt, den auch Heinz-Christian Strache sehr stark ansprach. So gab es auf dieser Seite einen eigenen Rap, wiederum mit der Kernaussage „Wien ist alles in allem eine lebenswerte und schöne Stadt“. Die Redbook-Plattform diente der Planung von Aktivitäten und der Vernetzung von Aktivisten und Sympathisanten der Partei und war wohl nach dem Vorbild der Aktivisten-Seite Obamas im letzten amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf, www.my.barackobama.com, konzipiert. Die Stimmen-für-Wien-Plattform sprach schwerpunktmäßig die Zielgruppe jenseits der 30 an, dort konnte man beispielsweise Video-Sympathiebekundungen für Michael Häupl und die SPÖ

online stellen und jene von bekannten Persönlichkeiten ansehen. Über die Viele-Gesichter-Seite lief eine Kampagne gegen Fremdenfeindlichkeit, die verdeutlichen sollte, was Menschen mit Migrationshintergrund für Wien leisten. Und auch zur Mobilisierung der Jungen ließ sich die Kampagne die eine oder andere lustige Idee einfallen, beispielsweise die „Wahlkabinenparty“, eine an die Erfolgsnummer „Kabinenparty“ angelehnte Aktion, die junge Menschen zur Stimmabgabe motivieren sollte. Ein letzter Versuch war der wenige Tage vor der Wahl über die Krone gespielte Vorschlag einer Volksbefragung über die Abschaffung der Wehrpflicht, der jedoch zu knapp vor der Wahl präsentiert wurde, um noch sickern zu können bzw. glaubwürdig zu sein. Für den Stimmenverlust der Partei gibt es vor allem zwei Gründe: einerseits bot die SPÖ den Wienerinnen und Wienern kein Konzept für die Zukunft, stattdessen wurde abgesehen von ein paar kosmetischen Aktionen mehr oder weniger die Fortschreibung des Status Quo propagiert, andererseits wurde Häupl vom Integrationsthema eingeholt, hier hätten früher Lösungen für Probleme im Zusammenleben angeboten werden müssen.

Die FPÖ setzte wie schon im letzten Landtagswahlkampf auf die Polarisierung Häupl – Strache und auf das Migrationsthema. Ab 2009 griff die FP-Kampagne Häupl mit den bereits aus 2005 bekannten Vergleichssujets (links ein Meuchelfoto von Häupl, rechts ein lächelnder Strache) frontal an und warf dem Bürgermeister unter dem Slogan „Aus für Häupl“ ein Sündenregister vor, von mangelnder Sicherheit und Problemen mit Zuwanderern in Wien über einen Mangel an Arbeitsplätzen bis hin zu hohen Lebenshaltungskosten. ‚HC Strache‘ bot auf der rechten Seite die Lösung für diese Probleme, wie mehr Polizisten, weniger Asylanten, etc.

Die nächste Plakatwelle im Frühling 2010 richtete sich an die Zielgruppen Familien, Arbeitnehmer und Pensionisten. Unter dem Slogan „Sag ja zu HC Strache“ las man „Er will, was wir wollen“, und dann jeweils die zielgruppenspezifischen Forderungen „Endlich Zukunft“ (Familien), „Endlich Gerechtigkeit“ (Arbeitnehmer, sowohl „Blue collar“ als auch „White collar“, gemeinsam auf dem Plakat abgebildet) und „Endlich Respekt“ (Pensionisten). In Inseraten erläuterte die Partei die Vorschläge für die Zielgruppen – so gab es ein Seniorenpaket mit Forderungen wie gerechter Pensionen und regelmäßiger Pflegegelderhöhungen, ein Familienpaket mit Forderungen wie höheres Kindergeld oder leistbare Familienstartwohnungen und ein Arbeitnehmerpaket, in dem unter anderem eine Arbeitsplatzoffensive oder „Einkommen zum Auskommen“ gefordert wurden. Zudem wurde das Thema Sicherheit angesprochen. Die zweite Interpretationsebene des Sujets mit der Botschaft „Endlich Sicherheit“, auf dem Strache von zwei Polizisten flankiert wurde, fiel erst Journalisten bzw. aufmerksamen Lesern auf.

In der dritten Plakatwelle im Spätsommer 2010 schoss sich die Partei schließlich wieder auf die bekannten Reime ein, neben „Wo rot regiert, wird abkassiert“ brachte der Partei vor allem „Mehr Mut für unser Wiener Blut. Zu viel Fremdes tut niemandem gut“ den einkalkulierten Sturm der Entrüstung.

Die Polarisierung zwischen Häupl und Strache wurde im Herbst 2010 forgesetzt, mit Botschaften wie „Wir erhöhen eure Sicherheit. Die SPÖ eure Steuern und Gebühren“, „Wir glauben an unsere Jugend. Die SPÖ an Zuwanderung.“, „Wir schützen Frauenrechte. Die SPÖ den Kopftuchzwang.“ oder „Wir respektieren die ältere Generation. Die SPÖ nutzt sie aus.“ Slogan der Kampagne war zu diesem Zeitpunkt „Jetzt geht’s um die Wiener“. In Inseraten bzw. City Lights wurden wiederum konkrete Vorschläge der FPÖ zum jeweiligen Themenbereich aufgelistet.

Im Intensivwahlkampf spitzte die FP-Kampagne die Botschaften noch einmal zu: „Wir bewahren unsere Heimatstadt. Die SPÖ macht sie uns fremd.“, und „Wir belohnen ehrliche Arbeit. Die SPÖ das Nichtstun“ war auf den Plakaten zu lesen, darunter jeweils der Slogan „Weil er an euch glaubt“ – und schließlich „Weil ich an euch glaube. Die SPÖ nur an sich selbst“ mit dem Slogan „Wien sagt ja zu HC Strache“. Zudem wurden bekannte Persönlichkeiten wie Alice Schwarzer zitiert, die ebenfalls den „Islamismus“ kritisieren. Strache sprach im Wahlkampf nicht vom Islam, sondern vom Islamismus, die Zitierung von als politisch links geltenden Personen im Zusammenhang mit dem Thema unterstützte die Argumentation, die Strache den ganzen Wahlkampf über brachte: Ich bin kein radikaler Politiker, immer mehr Menschen aus unterschiedlichen politischen Lagern geben mir Recht, dass zu viel moslemischer Einfluss der Gesellschaft nicht gut tut. Zudem unterschied Strache zwischen den „guten“ Zuwanderern, die sich hier integriert haben, „arbeiten und Steuern zahlen“ und den „schlechten“ Zuwanderern, die sich nicht integrieren wollen und den Sozialstaat ausnutzen.

Diese scheinbar vordergründige Differenzierung hat ihren Hintergrund in der schon seit Jahren beobachtbaren Strache-Strategie, die Gruppe der serbischen Zuwanderer anzusprechen. Diese zahlenmäßig große Wählergruppe ist auch für religiös unterlegte Botschaften (pro Christentum, contra Islam) empfänglich – nicht zufällig trug Strache auf manchen Plakaten das serbisch-orthodoxe Gebetsband am Handgelenk. Noch wichtiger ist aber, dass mit der moderaten Positionierung über No-na-Slogans verstärkt auch Wähler aus der politischen Mitte angesprochen werden sollten. Der Aussage „Es gibt gute und schlechte Zuwanderer“ stimmen wohl die meisten Wiener zu, mit einer Positionierung in Richtung „Wir sind gegen jegliche Zuwanderung“ hätte die Partei nur ihre rechten Stammwähler ansprechen können. Diese Positionierung wurde auch in den beiden wienweit versandten Foldern der Partei sichtbar. So wandte sich Strache in einem Brief (inklusive „Bürgermagazin Wir Wiener“) an die Wiener Bevölkerung mit Aussagen wie „Vor mir und meiner FPÖ muss sich niemand fürchten. [...] Ich will nur das Beste für die Wiener Bevölkerung. Und dazu zähle ich auch all jene Zugewanderten, die sich integriert haben und auch im Herzen Teil dieser Stadt geworden sind.“ Bemerkenswert ist, dass diese mehrheitstauglich samtweichen Sätze Seite an Seite mit harten Provokationen koexistierten und die jeweiligen Zielgruppen die nicht ins eigene Bild passenden Sager ausblenden konnten. In den Bereich der Aufreger fiel beispielsweise das hetzerische Comic „Sagen aus Wien“, das an alle Wiener Haushalte verschickt wurde. In dieser eigenwilligen Interpretation der Türkenbelagerung fordert ein Strache im Ritterkostüm einen Jungen auf, „dem Mustafa“ mit einer Steinschleuder „ane aufzubrennen“.

Online kommunizierte Strache neben sozialen Netzwerken vor allem über seine Website www.hcstrache.at/2010, dort konnte man einen Blog Straches lesen und den Strache Rap anhören, in dem er der SPÖ Arroganz und Nichtstun vorwarf und Integrationsprobleme anprangerte. Generell konzentrierte sich die FPÖ in ihrer Kampagne sehr auf die junge Zielgruppe, auch in zwei Briefen kurz vor der Wahl richtete sie sich dezidiert an die junge Generation. Zu lesen waren Aussagen wie „Ich glaube an die Kraft, an die Begabung und die Talente unserer eigenen jungen Generation!“ oder „Ich will, dass unsere eigene Jugend eine echte Chance bekommt!“ Betrachtet man das Wahlverhalten nach Altersgruppen, ist jedoch festzustellen, dass Strache bei der jungen Zielgruppe leicht unterdurchschnittlich abgeschnitten hat. Junge Männer wählten Strache immerhin zu 27%, also im selben Ausmaß wie der Durchschnitt der Bevölkerung, junge Frauen bleiben aber weiterhin eine FP-Problemzielgruppe. Überdurchschnittlich punktete die Partei dahingegen bei den Über-60-Jährigen. Das wichtigste Wahlmotiv für FP-Wähler war neben dem Brechen der absoluten SP-Mehrheit das Thema Zuwanderung. Der Erfolg der Kampagne ist also relativ leicht erklärt:

Strache hat das Problemthema Nummer eins authentisch angesprochen und hat sich dabei nicht zu radikal positioniert, um für breitere Bevölkerungsschichten wählbar zu bleiben.

Die ÖVP musste durch den Wechsel von Johannes Hahn nach Brüssel knapp ein Jahr vor der Wahl den Spitzenkandidaten austauschen. Auf Hahn folgte Christine Marek, bis dato Familienstaatssekretärin und dem liberalen Flügel der Partei zuzurechnen. Der Wahlkampf baute nicht unbedingt auf dieser Ausrichtung auf. Nach einer Imagekampagne, die noch mit keinem Thema verknüpft war, sondern Marek einfach einmal in Wien bekannt machen sollte, startete die Partei im Sommer 2010 mit dem Slogan „Mehr Wien ist möglich“ in den Wahlkampf. Inhaltlich wurden die hohen Ausgaben der Rathaus-Roten („Gutes Rathaus muss nicht teuer sein“) kritisiert und das Thema Förderung von Unternehmensgründungen („Geben wir Gründern Gründe zu gründen“) angesprochen.

Im Spätsommer startete dann unter dem Motto „Frischer Wind für Wien“ die zweite Plakatwelle. Die Argumentation dahinter war, dass die SPÖ nach der Wahl ohnehin weiter den Bürgermeister stellen würde, dass man jedoch die absolute Mehrheit der Partei brechen und die ÖVP als Juniorpartner in die Stadtregierung wählen sollte, die dann die absolut regierende SPÖ kontrollieren könnte. Insbesondere ein Plakat aus dieser Serie gewann mehr Aufmerksamkeit, als es dem Kampagnenteam lieb war: ein lächelnder Michael Häupl, dem „frischer Wind“ durch die Haare wehte. Der Vorwurf der Kritiker: die ÖVP plakatiert wienweit Häupl, und dann auch noch mit einem guten Foto. Tatsächlich wirkte der Wiener Bürgermeister am Plakat des politischen Gegners etwas jünger, schlanker und sympathischer, als auf den eigenen Wahlplakaten.

„Es geht auch anders“ plakatierte die ÖVP schließlich in der dritten Plakatwelle im Herbst 2010. Christine Marek war darauf mit verschränkten Armen in entschlossener Pose zu sehen. Weitere Botschaften waren „Wir geben Wien ein neues Gesicht“ und „Reden wir über Bildung. Am besten auf Deutsch“ – hier forderte die ÖVP 1.000 neue Lehrer für Wien und verpflichtende Vorschule bzw. Deutschkurse bei Deutsch-Defiziten. Auch mit den Vorschlägen einer Verpflichtung zu gemeinnütziger Arbeit für Langzeitarbeitslose ließ Marek aufhorchen. Im Intensiv-Wahlkampf fokussierte sich die Partei schließlich auf den Regierungsanspruch bzw. den Bruch der roten absoluten Mehrheit und warnte vor einer rot-grünen Koalition.

Die Regierungsansage der Partei war als Mobilisierungsinstrument strategisch logisch und richtig, was die Partei jedoch nicht schaffte, war, einem größeren Wählerkreis ein schlagkräftiges Argument zu liefern, *warum* man die ÖVP in der Stadtregierung haben wollen müsste. Das Wirtschaftsthema wurde von der Partei nicht zuletzt aufgrund der verbesserten Wirtschaftslage nicht nachhaltig angesprochen, stattdessen positionierte man die eigentlich liberale Marek als „Fekter Light“. Hintergrund war wohl die Überlegung, dass rechts der Mitte mehr Stimmen zu holen waren, und dass das Migrationsthema in Wien eines der wichtigsten, wenn nicht *das* wichtigste Thema ist. Beides richtig, nur dass im Fall Christine Mareks die Spitzenkandidatin nicht besonders gut zum Thema passte und vor allem, dass die Wiener FPÖ das Migrationsthema seit vielen Jahren besetzt hat, und hier ganz einfach authentischer auftreten kann. Wäre Strache im Wahlkampf radikaler aufgetreten, wäre mehr Platz für eine Positionierung der ÖVP als jene Partei geblieben, die das Thema „vernünftiger“ angeht als die FPÖ. Da sich Strache jedoch selbst relativ nahe an der politischen Mitte positionierte, blieb für die ÖVP hier kein Spielraum. Wer Änderungen im Bereich Integration haben wollte, konnte gleich Strache wählen, ging also nicht zum Schmiedl sondern zum vielzitierten Schmied. Vor

diesem Hintergrund wäre es für die ÖVP sinnvoller gewesen, ein eigenes Thema zu besetzen, das keine andere Partei thematisiert, und das bestehende Stammwähler sowie neue VP-Zielgruppen bewegt. Darüberhinaus muss sich die Wiener ÖVP in einer längerfristigen Perspektive überlegen, wie sich eine konservative Partei im urbanen Raum positionieren soll, welche neuen Zielgruppen gewonnen werden sollen, und mit welchen Themen.

Die Grünen starteten im Frühling 2010 mit den Botschaften „Weltoffen aus Überzeugung“ und „Sozial aus Überzeugung“ sowie „Weltoffen und mutig statt kleingeistig und ängstlich“ in den Wahlkampf. Das Fürchten lehrte Spitzenkandidatin Maria Vassilakou dann aber die eigene Parteibasis. In Mariahilf und der Josefstadt kam es nach internen Querelen um die Listenstellung zu Parteispaltungen, das Thema wurde daraufhin wochenlang in den Medien am Köcheln gehalten und die Partei wurde einmal mehr als „Chaotentrupp“ dargestellt. Nichtsdestotrotz stellte Spitzenkandidaten Vassilakou genau wie Christine Marek den Regierungsanspruch und forderte eine rot-grüne Koalition nach der Wahl. Auch Zugpferd Alexander van der Bellen klinkte sich in den Wahlkampf ein und führte neben seinem Engagement auf Bezirksebene eine Vorzugsstimmen-Kampagne auf Gemeindeebene – ebenfalls mit dem kommunizierten Ziel einer Regierungsbeteiligung der Grünen in Wien.

Auch im Web kommunizierten die interneterprobten Grünen neben den üblichen Verdächtigen Youtube, facebook und twitter über diverse weitere Plattformen. So gab es beispielsweise ein „Grüncamp“, bei dem Ideen für den Wahlkampf gesammelt wurden und Sympathisanten zum Mitmachen animiert wurden, oder „ich mach grün“, ebenfalls eine Seite, auf der den Grünen nahestehende Wienerinnen und Wiener zum Engagement im Wahlkampf motiviert werden sollten – alles mit Verlinkung auf die klassischen sozialen Netzwerke. Auch der persönliche Kontakt mit der Partei war für Interessenten niederschwellig möglich – beispielsweise im „Open House“ oder im „Grünzeux-Shop“ in der Grünen Hochburg Neubau.

Im Herbst starteten die Grünen eine weitere Plakatwelle, in der sie sich mit dem Slogan „Auf die Plätze fertig grün“ auf die Themen Schule, Öffis und Mieten konzentrierten. Im Bereich Schule forderten die Grünen eine Gemeinsame Schule, 1.000 neue Lehrer für Wien, sowie eine Sprachoffensive, im Bereich öffentliche Verkehrsmittel (verknüpft mit dem urgrünen Thema Klimaschutz) billigere öffentliche Verkehrsmittel sowie einen Ausbau der Öffis. Ein neues Thema war der Bereich Senkung der Mieten und Heizkosten – also der Fixkosten, die in Wien im Österreichvergleich relativ hoch sind. Vor allem mit diesem Thema versuchte die Partei offenbar, abseits des Umweltthemas neue Zielgruppen zu erreichen. Prinzipiell ein guter Vorstoß, nur dass die Partei das Thema zu knapp vor der Wahl lancierte, eine Positionierung über ein paar Monate hinweg wäre notwendig gewesen, um hier glaubwürdig agieren zu können. Ansonsten war die Themensetzung grundsätzlich gut, da sie breitere Wählerschichten als die grünen Stammwähler ansprach. Und auch der Regierungsanspruch war insbesondere für die Grünen die richtige Entscheidung, schließlich wollen Grün-Wähler ihre Partei nach vielen Jahren auch einmal in der Verantwortung sehen. Und aus der Regierung heraus fiel es den Grünen auch leichter, neue Zielgruppen von sich zu überzeugen. Nichtsdestotrotz verlor die Partei Stimmen. Zum einen ist das sicher auf die Querelen im 6. und 8. Bezirk zurückzuführen. Ein weiterer Grund ist der Stimmenabfluss zur SPÖ. 24.000 Grün-Wähler von 2005 haben laut Wählerstromanalyse diesmal Michael Häupl ihre Stimmen gegeben. Das dürfte einerseits auf die Polarisierung zwischen Häupl und Strache zurückzuführen sein, andererseits darauf, dass die SPÖ im Wahlkampf sehr liberal positioniert war und Bürgermeister Häupl sich immer wieder klar von Heinz-Christian Strache distanziert und sich

gegen „rechte Hetze“ ausgesprochen hat. Das dürfte auch bei Grün-Sympathisanten gut angekommen sein, einige gaben schlussendlich der SPÖ die Stimme, damit Strache das vielzitierte „Duell“ um Wien nicht gewinnt.

Das BZÖ schließlich hatte wenig Geld für den Wahlkampf zur Verfügung, dementsprechend weniger wurde auch geworben. Auf den Plakaten inszenierte die Partei Spitzenkandidat Sonnleitner ähnlich wie in der Steiermark Gerald Grosz als Volksvertreter, der den Mächtigen auf die Finger schaut. Slogans wie „Kontrolliert die Mächtigen!“ oder „Stoppt die Verschwender!“ wollten aber nicht ganz zum ruhigen, pensionierten Wirtschaftsjournalisten passen, das konnte Gerald Grosz in der Steiermark noch eher authentisch vertreten. Im Übrigen erinnerte der Wahlkampf eher an alte Haider-Wahlkämpfe und hatte mit der von Parteichef Bucher kommunizierten neuen Ausrichtung des BZÖ als wirtschaftsliberale Partei wenig zu tun, die Positionierung der Partei war also relativ unklar. Das Um und Auf war aber wohl wie schon bei anderen Wahlgängen auch in Wien, dass die Wähler dem BZÖ den Einzug in den Landtag ganz einfach nicht zutrauten, und eine Stimme für das BZÖ als verlorene Stimme sahen. Nach einer Reihe von desaströsen Wahlergebnis kämpft das Bündnis ums politische Überleben, der endgültige Knackpunkt werden die Nationalratswahlen 2013 sein.

Politische Szenarien für Bund und Land

Landespolitische Auswirkungen

Dass die SPÖ nun nicht nur einen Koalitionspartner brauchte, sondern auch noch die österreichweit erste rot-grüne Regierung gebildet hat, verändert das Bild des politischen Wien gründlich. Doch darf nicht übersehen werden, dass sich an den realen politischen Gegebenheiten weniger ändert als an der Inszenierung. Die Grünen werden versuchen, in ihren Kernbereichen – Umwelt, Verkehr und Integration – erkennbare Schwerpunkte zu setzen. Der Wiener Landtag, aber auch der Wiener Magistrat ist weiterhin klar SPÖ-dominiert und dementsprechend wird die SPÖ die politischen Linien vorgeben.

Durch die rot-grüne-Koalition wird sich möglicherweise die politische Konfrontation zuspitzen, da man zum ersten Mal eine gemeinhin klassische linke Regierung einer rechten Rathausopposition gegenüber stehen hat. Besonders die FPÖ wird das – auch aufgrund ihrer nunmehrigen Größe – für sich zu nützen wissen.

Schwer wird es dagegen die ÖVP haben. Partei und Klub stehen vor einem sich schon lange hinziehenden Generationswechsel. Für eine schlagkräftige Opposition ist man derzeit denkbar schwach aufgestellt. Zudem hat der vergangene Wahlkampf gezeigt, dass man kein originäres Parteiprofil hat. Dies gilt es in der nächsten Legislaturperiode aufzubauen – erst dann kann man sich um die Kampagnefähigkeit der Partei kümmern.

Aus Sicht der Opposition ist eine linke Stadtregierung von Vorteil. Es darf aber bezweifelt werden, dass die nächste Legislaturperiode im Chaos versinkt, so wie es sich Heinz-Christian Strache wünscht. Zudem darf nicht übersehen werden, dass die Wiener Grünen auf Projektebene bereits seit längerem Erfahrung mit der Umsetzung ihrer Forderungen haben. Auf Basis einer durchaus ungewöhnlichen Form der Zusammenarbeit zwischen Stadtregierung und einer Oppositionspartei wurden 2001 bis 2010 insgesamt 23 sogenannte „Rot-grüne Projekte“ verwirklicht. Die Initiative dafür ging letztlich von den Grünen aus, wo sich wiederum Christoph Chorherr besonders für die Idee stark machte. Strategisches Ziel der damaligen Oppositionspartei war es, die Machbarkeit grüner Ideen unter Beweis zu stellen. Dafür nahm man in Kauf, der Regierung zu politischen Erfolgen zu verhelfen. Zumindest in Teilbereichen wurden tagespolitische Anforderungen zurückgestellt. Auf diese Weise entstanden mehrere große Infrastrukturprojekte, etwa der Wiental-Radweg, Europas größte Wohnhausanlage in Passivbauweise (Eurogate) sowie das Biomasse-Kraftwerk Simmering, aber auch Initiativen im gesellschaftspolitischen Bereich, etwa zur Frauenförderung, gegen die Ausgrenzung von Homosexuellen oder der offene TV-Kanal Okto.

Diese Projekte wurden, wie gesagt, in einer Zeit umgesetzt, wo die Grünen in Opposition zur Rathaus-Regierung standen. Allerdings wurde nur im Bereich der jeweiligen Projekte die Oppositionsrolle gegen ein staatstragendes Miteinander vertauscht. An anderen politischen Baustellen tobte die Auseinandersetzung in aller Härte weiter. Der schärfste Konflikt war zweifellos jener um die Umgestaltung des Wiener Praters, wo die Kritik der Grünen im März 2008 zum Rücktritt von Vizebürgermeisterin Grete Laska führte.

Sowohl Grüne als auch SPÖ haben also eine gewisse Erfahrung in der Gleichzeitigkeit von Kooperation und Abgrenzung. Deshalb sollten die naturgemäß zahlreichen Reibungsflächen und Konfliktfelder nicht überbewertet werden: Es gehört zur inneren Logik der Politik, dass

nach Wahlen aus erbitterten Gegnern über Nacht Koalitionspartner werden und dass dann frühere Streitpunkte ruhend gestellt werden – und später trotz aufrechter Koalition wieder aufleben. Und die Grünen haben gezeigt, dass sie ebenso imstande sind, Konflikt zugunsten eines vordringlichen Zieles hintanzustellen, wie das letztlich von jeder Partei erwartet werden muss.

Effekte auf Bundesebene

Die Auswirkungen auf die Bundesregierung werden zunächst gering sein. Die Novität der neuen Regierung beschränkt sich ja auf das Faktum der rot-grünen Zusammenarbeit. Schwarz-grüne Koalitionen gibt es seit längerem in Landeshauptstädten wie Graz oder Bregenz und sogar im Land Oberösterreich. Es darf daher nicht erwartet werden, dass die Bundes-ÖVP die Wiener Koalition zur Vertrauenskrise mit der Bundes-SPÖ hochstilisiert. Das wäre unglaublich. Zudem wird Bürgermeister Häupl die großen Linien in der Landespolitik weiterhin vorgeben und sich zwar als selbstbewusster, aber verlässlicher Partner der Bundesregierung darstellen.

Längerfristig hängen allerdings große Hoffnungen am Gelingen des Experiments, nicht nur bei den Grünen. Wenn sich Rot-Grün für die Wähler als attraktiv erweist und bei der Nationalratswahl 2013 die beiden Parteien entsprechenden Zulauf erhalten, und wenn aus diesem Grund eine rot-grüne Mehrheit arithmetisch möglich wird – dann hätte die SPÖ erstmals seit 1983 eine Alternative zur Fortführung von Rot-Schwarz und damit entsprechenden Spielraum bei den Regierungsverhandlungen. Das sind ziemlich spekulative „Wenns“. Aber das Gedankenexperiment zeigt: Die Bundes-SPÖ muss großes Interesse haben, dass die Grünen durch die Vorgänge in Wien gestärkt werden.

Ob die Bundes-Grünen von der Regierungsbeteiligung ihrer Wiener Freunde profitieren oder darunter zu leiden haben, darüber lässt sich nur spekulieren. Am Beispiel Oberösterreich zeigt sich, dass negative Einflüsse durchaus gering gehalten werden können. In Linz absolviert die Koalition aus ÖVP und Grünen seit 2003 bereits die zweite Legislaturperiode – wobei eingeschränkt angemerkt werden muss, dass aufgrund der Landesverfassung auch die SPÖ und die FPÖ über Landesräte und entsprechende Kompetenzen verfügen und daher nicht wirklich in Opposition stehen. Lediglich bei Abstimmungen im Landtag werden die Frontlinien sichtbar. Jedenfalls sind in diesen sieben Jahren bisher nur zweimal Konfliktthemen aufgetaucht, bei denen die Landes-Grünen aus Regierungsraison in Gegensatz zur politischen Linie der Bundespartei kamen. Das war einmal beim geplanten (dann aber abgesagten) Börsengang der Energie AG der Fall – auf Bundesebene lehnen die Grünen Privatisierungen von Energieversorgern ab. Das zweite Beispiel betraf das Glücksspiel – während die Grünen im Nationalrat massiv gegen Spielautomaten wetteten, führte Oberösterreich Automatensalons neu ein. Beide Fälle waren aber bestenfalls medial oder im Parteien-Hick-Hack ein Problem und führten zu keinen innerparteilichen Spannungen oder gar Zerreißproben.

Daraus ließe sich also ableiten, dass die Grünen durchaus Chancen haben, die Koalition in Wien mit all ihren Kompromiss-Zwängen ohne großen Schaden für die Glaubwürdigkeit zu überstehen.

Viel wichtiger sind die Signale des Wiener Wahlergebnisses für FPÖ und ÖVP. Insbesondere die ÖVP muss sich Gedanken um ihre weitere Entwicklung in Wien machen. Denn will man bei der nächsten Nationalratswahl erfolgreich sein, muss man in Wien wieder an Profil und Boden

gewinnen, kommen doch 20 Prozent der Stimmen bei Nationalratswahlen aus der Hauptstadt. Dass die ÖVP im urbanen Bereich große Schwierigkeiten hat, bei den Wählern anzukommen, wird in der Partei seit mehr als zehn Jahren diskutiert. Ein Mittel, wie die Partei für weltoffene liberale Bürger des 21. Jahrhunderts attraktiv werden und trotzdem die sehr traditionsbewussten Stammwähler in den ländlichen Regionen halten kann, wurde bisher nicht gefunden.

Die FPÖ kann dafür entspannt in die Zukunft blicken. Zwar darf angenommen werden, dass sie als typische Protestpartei auch weiterhin so volatil bleiben wird wie bisher: Eine veränderte Themenkonjunktur oder ein paar Skandale genügen, und schon sind wieder 10 Prozentpunkte weg. Doch wenn die Brisanz des Integrationsthemas anhält und Strache keine gravierenden Fehler macht, dann muss mit einem hohen Wähleranteil 2013 gerechnet werden.

Ergebnisse für den Standort und Empfehlungen für Unternehmen

Für Interessensvertreter ergibt sich nach dieser Wahl die Notwendigkeit, bestehende Kontakte zu den Entscheidungsträgern wie auch jene auf Arbeitsebene systematisch zu überprüfen und neu zu bewerten. Vor allem in den Landtagsklubs gab es personelle Änderungen, auf Regierungsebene wurden Kompetenzen neu geordnet und neue Zuständigkeiten geschaffen. Im Verkehrsbereich, der jetzt völlig unter grüner Verantwortung steht und dort auch als Vorzeige-Objekt dienen wird, kann auch mit inhaltlicher Neuorientierung gerechnet werden.

Aus Public Affairs-Sicht ist der Hinweis wichtig, dass die Wiener Grünen, was ihr Selbstverständnis betrifft, mindestens ebenso sehr „Techno-“ oder „Cyber-Partei“ sind wie „Öko-Partei“. Zwar vertreten sie in der Stadtplanung sehr wohl die bekannten grünen Positionen (Öffis und Fahrräder statt Autos, soziale Durchmischung der Wohnbevölkerung, öffentlich finanzierte Freiräume für kulturelle Aktivitäten). Sie haben sich aber ebenso sehr für Forschung und die Erleichterung der Technologie-Anwendung eingesetzt, vor allem rund um Web 2.0. In Summe darf von den Wiener Grünen daher eine technologiefreundliche Politik (sofern es sich nicht um Atomenergie oder Gentechnologie handelt) erwartet werden.

Eine weitere Konstante der nächsten fünf Jahre kann im Fokus auf Jugendthemen erwartet werden. Eines der bisher wenig beachteten strategischen Ziele der SPÖ besteht darin, junge Wähler zurück zu gewinnen. Mit dem grünen Koalitionspartner ist die Pensionisten- und Gemeindebau-Partei nun endlich wieder ein bisschen cool geworden. Um dieses entstandene Potenzial inhaltlich aufzufüllen, will Wien den Bildungsbereich stark forcieren. Die Ankündigungen im Regierungsprogramm sind unverkennbar auch als Kampfansage an die Bundespolitik und an die ÖVP-dominierten Bundesländer formuliert. Der kaum verschleierte Subtext lautet: Wien will zeigen, dass es auf Landesebene all jene Reformen umsetzen kann, die im Bund mangels Einigung der Großparteien seit Jahrzehnten nicht möglich sind – von der gemeinsamen Schule für alle unter 15 bis zur Ganztagsbetreuung und der verstärkten Förderung von Problemschülern. Die Nominierung des Ex-Grünen-Chefs Alexander Van der Bellen zum „Bildungsbeauftragten des Landes im Nationalrat“ muss freilich eher als kreativer Schönsprech dafür gewertet werden, dass für Van der Bellen keine adäquate Position auf Wiener Ebene gefunden werden konnte. Seine „Beauftragung“ ist eine reine politische Willenserklärung, von einer detaillierten Agenda oder konkreten Projekten wurde nichts bekannt.

Steigende Bedeutung könnte vor dem Hintergrund des Werbens um die Jugend auch die Kulturpolitik erhalten, die im Regierungsübereinkommen deutlich grüne Handschrift trägt. So werden unter dem Schlagwort „Interkulturalität“ kulturelle Aktivitäten mit integrationspolitischen Anliegen vernetzt. Der Fokus geht deutlich weg von der Hoch- und Repräsentationskultur; kulturelle Bildung, Partizipation und die Förderung von jungen, durchaus auch experimentellen Kunstformen erhalten (zumindest im Programmstadium) erhöhte Aufmerksamkeit. Es darf erwartet werden, dass mit diesem Bekenntnis auch eine gewisse Verschiebung von budgetären Schwerpunkten einhergeht. Genauer zu beobachten bleibt, ob diese Prioritätensetzung so massiv ausfällt, dass zum Beispiel für die Tourismuswirtschaft interessante Großveranstaltungen betroffen sind.

Einen ziemlich tiefgreifenden Richtungswechsel lassen die bisher bekannt gewordenen Pläne in der Verkehrspolitik erwarten, für die die neue Grüne Vizebürgermeisterin Maria Vassilakou

nahezu allein zuständig ist („nahezu“ deshalb, weil konkrete Projekte in der Regel entweder eine Mehrheit im Landtag oder aber die Zustimmung der Finanzstadträtin brauchen werden). Für das Ziel, den Autoverkehr um ein Drittel zu reduzieren, wird es in der Praxis nicht genügen, Öffis und Fahrräder zu fördern. Vielmehr werden sehr viele städtebauliche und stadtplanerische Maßnahmen nötig sein, vom Stopp für Garagenprojekte über die Verhängung von Fahrverboten bis hin zur verkehrssarmen Organisation von Einkaufsstrassen. Da solche Projekte immer mit dem schwierigen Ausbalancieren von vielen höchst unterschiedlichen Interessen einhergehen, darf hier eine Fülle von Herausforderungen für das Public Affairs-Management erwartet werden.

Themenkonjunktur auf Bundesebene

Bisher hat die rot-grüne Wiener Regierung, obwohl von den Medien mit Wohlwollen und Vorschuss-Vertrauen begrüßt, nicht zum Aufleben von klassischen Grün-Themen in der politischen Diskussion auf Bundesebene geführt. Für ein echtes Konjunkturhoch von Grün-Issues ist es auch noch zu früh, da es sich ja zunächst nur um Ankündigungen handelt. Es kann aber erwartet werden, dass viele dieser Themenbündel medial eskalieren, sobald es zu echten politischen Auseinandersetzungen um konkrete Vorhaben kommt. Kandidaten für eine österreichweite Diskussion sind etwa die Bemaunung des Personenverkehrs, E-Autos, aber auch Integration oder Bildung.

Eine Einwirkung auf die politische Themenlage lässt sich bereits jetzt feststellen, nämlich die intensivierete Debatte über das Issue „Politikversagen/Better Government“. Auslöser dafür war die Vielzahl von spekulativen Kommentaren über die nächsten Nationalratswahlen und eine allfällige rot-grüne Option auf Bundesebene. Im Zuge dieser Spekulationen wurde sehr häufig beklagt, wie dringend die österreichische Politik „neue Perspektiven“ und „frischen Wind“ nötig hätte. Die mediale Enttäuschung über die Budgeterstellung fungierte als zusätzlicher Auslöser.

Diese Debatte wird auch nach Bewältigung der aktuellen Budget-Debatte nicht völlig abflauen. Das Issue-Monitoring von Kovar & Köppl und die Erhebungen von Peter Hajek liefern nun schon seit geraumer Zeit deutliche Signale, dass „Besseres Regieren“ (Better Regulation, Qualität in der Gesetzgebung, Qualität des politischen Personals, Veränderungswillen und Reformbereitschaft, etc. – das Thema taucht in vielen Facetten auf) zu den großen Metathemen der nächsten fünf Jahre zählen wird. Dass das erste rot-grüne Experiment in einem österreichischen Bundesland mit dieser Debatte verknüpft wird, ist also nur folgerichtig.

Die Autoren



Mag. Alexandra Siegl, MSc

ist Consultant bei Peter Hajek Public Opinion Strategies. Die Meinungsforscherin ist spezialisiert auf die Schwerpunkte Demoskopie, politisches Marketing und Microtargeting. Alexandra Siegl studierte Betriebswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien und politische Kommunikation an der Donauuniversität Krems.



Dr. Peter Hajek

ist geschäftsführender Gesellschafter der Peter Hajek Public Opinion Strategies. Der Meinungsforscher und Politologe verfügt über internationale Erfahrung als Berater in Österreich, Deutschland und bei den UN in New York. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Markt- und Meinungsforschung und Strategieberatung. Er hat Lehraufträge an der Uni Wien, an der Uni Klagenfurt und der Donauuniversität Krems.



Walter Osztovcics

ist Politikberater und Partner von Kovar & Köppl. Er verfügt über langjährige Erfahrung als Politikjournalist, war Redakteur der deutschen Wirtschaftswoche und in Österreich bei Format, Kurier und der Wochenpresse.



Andreas Kovar

ist Partner von Kovar & Köppl und seit zehn Jahren als Public Affairs-Berater für europäische und internationale Unternehmen tätig. Seine profunden Kenntnisse der Politik sammelte er als politischer Berater im österreichischen Nationalrat und im Europäischen Parlament.