

Die Landtagswahl in Niederösterreich 2013 und die standortpolitischen Folgen

Politische Analyse und Empfehlungen für Unternehmen

Alexandra Siegl, Peter Hajek, Walter Osztovcics, Andreas Kovar

09. April 2013

Inhalt

Ergebnisse der Landtagswahl	2
Analyse der Kampagnen	3
Politische Szenarien für Bund und Land	6
Ergebnisse für den Standort und Empfehlungen für Unternehmen	7

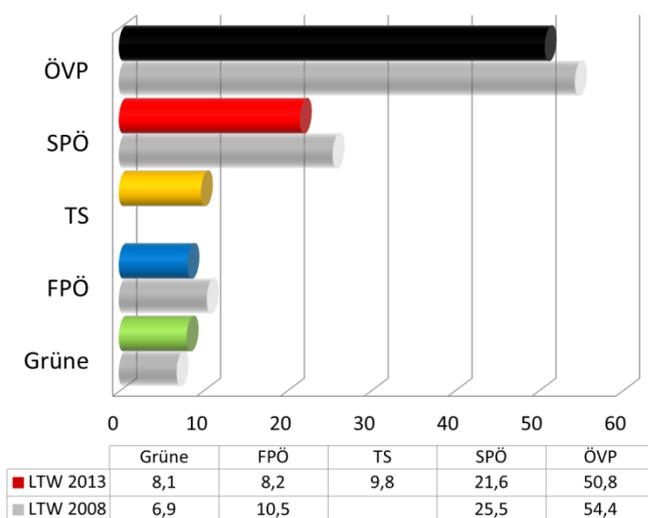
Alle nachfolgenden auf Personengruppen bezogenen Formulierungen verstehen sich als geschlechtsneutral.

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 Landtagswahl

Die Landtagswahl in Niederösterreich wäre wohl sehr beschaulich verlaufen, hätte Frank Stronach nicht die politische Bühne betreten, um auch gleich selbst als Spitzenkandidat anzutreten und den mit absoluter Mehrheit regierenden Landeshauptmann Pröll herauszufordern. Wird Pröll die absolute Mehrheit halten können oder nicht, war fortan die entscheidende Frage. Schlussendlich ging sich der Erhalt der absoluten Mehrheit für die ÖVP mit leichten Verlusten und einem Stimmenanteil von 50,8% knapp aus.



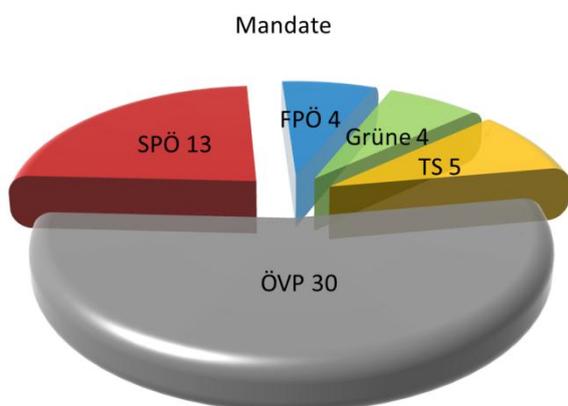
Frank Stronach erreichte aus dem Stand 9,8% der Stimmen und überholte damit FPÖ und Grüne. Betrachtet man die Wählerstromanalyse¹, zeigt sich, dass Stronach vor allem im Nichtwählerlager und bei FPÖ-Wählern punkten konnte. Damit bestätigte sich in Niederösterreich der Bundestrend, dass das Team Stronach vor allem der FPÖ schadet, indem es Protestwähler abzieht.

Die FPÖ verlor leicht und erreichte 8,2 Prozent, was gemeinsam mit dem Ergebnis in Kärnten auch die Bundespartei gehörig unter Druck brachte. Eine Ablöse von Spitzenkandidatin Barbara Rosenkranz konnte Bundesparteiohmann Strache allerdings nicht durchsetzen.

Einen Rücktritt gab es hingegen bei der SPÖ. Spitzenkandidat Josef Leitner konnte den Abwärtstrend der Partei mit seinem angrieffigeren Stil genausowenig stoppen, wie seine Vorgängerin Heidemaria Onodi mit ihrem konsensualen Stil, und fuhr mit 21,6 Prozent das historisch schlechteste Ergebnis der SPÖ Niederösterreich ein. Es bleibt abzuwarten, mit welchem Konzept Nachfolger Matthias Stadler die Partei wieder nach vorne bringen will.

Die Grünen schließlich konnten sich leicht verbessern und erreichten 8,1 Prozent der Wählerstimmen. Vor dem Hintergrund diverser Skandale, Steuergeldspekulationen und Korruptionsprozesse sind die Grünen, die auf Sauberkeit in der Politik setzen, derzeit bundesweit im Aufwind. Die restlichen Parteien, die zur Wahl antraten, unter ihnen auch die Piraten, blieben unter der Wahrnehmungsgrenze. Das BZÖ trat in Niederösterreich gar nicht an, sondern konzentrierte sich auf die Landtagswahl in Kärnten.

¹ SORA/ISA Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse Landtagswahl Niederösterreich 2013, http://www.strategieanalysen.at/bg/isa_sora_noe_2013.pdf



Im Landtag regiert die ÖVP mit 30 Mandaten weiterhin mit absoluter Mehrheit. Die SPÖ kommt nach Verlusten auf 13 Mandate, das Team Stronach liegt mit fünf Sitzen im Landtag knapp vor FPÖ und Grünen, diese kommen auf jeweils vier Sitze im Landtag.

Analyse der Kampagnen

Die **ÖVP** Niederösterreich fokussierte den Wahlkampf wie schon bei vergangenen Landtagswahlen sehr stark auf die Person Erwin Pröll. Und auch diesmal war Klarheit bzw. die Möglichkeit, (allein) klare politische Entscheidungen treffen zu können, das Argument, der ÖVP mit Erwin Pröll wieder zur absoluten Mehrheit zu verhelfen. Schließlich seien die Zeiten „schon unsicher genug“. Und Erwin Pröll wurde wiederum als das personifizierte Niederösterreich dargestellt, die Wahlwerbung war wie schon beim letzten Mal in den Landesfarben blau-gelb, statt in der Parteifarbe schwarz gehalten. Zudem wurde auf die Erfolgsstory Niederösterreich hingewiesen, das sich, so die Kampagne, mit Erwin Pröll von der Peripherie Wiens zu einer eigenständigen Vorzeigeregion entwickelt hat.

Die Strategie gegenüber Stronach war, diesen als reichen Onkel aus Amerika darzustellen, der sich nun als Altersbeschäftigung in die Politik einkaufen möchte, an diesem neuen Hobby aber wohl bald wieder das Interesse verlieren wird. Diese Strategie ging auf, laut einer Umfrage von Peter Hajek im Auftrag von ATV² waren lediglich 24% der Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher der Meinung, dass Stronach auch nach der Landtagswahl für das Land arbeiten würde.

Ein weiteres Thema im Wahlkampf waren die Verluste bei der Veranlagung der niederösterreichischen Wohnbaugelder. Hier kommunizierte Erwin Pröll permanent und nachhaltig (*stay on the message*), dass es sich hierbei nicht um Verluste sondern um Gewinne handle, und hoffte möglicherweise, dass die Komplexität der Materie sedierend auf die Wähler wirkt. Und auch diese Strategie war in Anbetracht der Umstände nicht die schlechteste. Obwohl die Opposition das Thema trommelte, gaben rund um den Wahltag verhältnismäßig „nur“ 45% der Bevölkerung an, dass es sich bei der Veranlagung der Wohnbaugelder um eine

² Online befragt wurden 1.000 Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher ab 16 Jahren, die Feldarbeit fand zwischen 28. Februar und 2. März 2013 statt. Die Fragestellung war spontan, das heißt, die Antwortkategorien waren nicht vorgegeben. Es war mehr als eine Antwort auf die Frage möglich (Mehrfachnennungen).

„schlechte, risikoreiche“ Spekulation handeln würde, immerhin 21% waren der Meinung, diese sei eine „gute, langfristige Veranlagung“, die restlichen 34% trauten sich beim Thema keine Einschätzung zu.

Entsprechend der Kampagne fielen auch die Wahlmotive aus: 53% der ÖVP-Wähler gaben in der Umfrage von Peter Hajek an, zufrieden mit der Arbeit Erwin Prölls bzw. der „Erfolgsgeschichte Niederösterreich“ zu sein. 37% nannten die Person Erwin Pröll als Wahlmotiv, 19% „Stabilität, Kontinuität, klare Verhältnisse“ bzw. die „langjährige Erfahrung“ Prölls.

Die **SPÖ** setzte mit dem Slogan „näher beim Menschen“ auf sozialdemokratische Themenklassiker wie Arbeit, Bildung, Pflege oder leistbares Wohnen. Parallel dazu wurde auch Negative Campaigning gegenüber Erwin Pröll betrieben, einerseits aufgrund der Veranlagungen bzw. des Schuldenstands Niederösterreichs, andererseits aufgrund von „zu viel Macht in einer Hand“, so die Kampagne.

Diese Strategie fiel zumindest in der Wählerschaft der SPÖ auf fruchtbaren Boden. Mit einem Anteil von 32% war „die Absolute der ÖVP brechen“ bzw. ein „politischer Wechsel“ das wichtigste Wahlmotiv in der SPÖ-Wählerschaft. Weitere wichtige Wahlmotive waren „Stammwähler/Partei vertritt meine Interessen“ mit 19% und „politische Themen/Inhalte“ mit 10%.

Alles in allem hat die Partei keinen klassischen Kampagnenfehler begangen. Es wurden sowohl Themen angesprochen, mit denen die Partei in ihrer Zielgruppe punktet, als auch Erwin Pröll bei seinen Schwächen (Schuldenstand, Spekulationsverluste etc.) angegriffen. Das Problem der Partei war vielmehr, dass sie durch das Mitregieren in der Proporzregierung und die parallel dazu betriebene Oppositionsrolle in einer Zwitterposition war und der ÖVP in den wenigen Monaten Wahlkampf nicht wirklich etwas entgegensetzen konnte.

Die **Grünen** setzten vor dem Hintergrund diverser Spekulations- und Korruptionsskandale auf Bundesebene sowie (Stichwort Wohnbaugelder) auf Landesebene auf Sauberkeit in der Politik („Sauber bleiben. Sauber wählen“). Daneben thematisierte die Partei vor allem den Bereich öffentlichen Verkehr (Ausbau, günstigere Tickets etc.).

Die saubere Politik bzw. die Korruptionsbekämpfung war auch das Top-Wahlmotiv für 36% der Grün-Wähler. Mit Hilfe der Untersuchungsausschüsse, unter dem Vorsitz der Grünen in Bund und Kärnten, konnte sich die Partei bundesweit nachhaltig als die einzige Partei positionieren, die in keinerlei Skandale involviert war. Das zweitwichtigste Wahlmotiv war mit 32% die Umweltpolitik, am dritt wichtigsten waren die Themen und Inhalte der Partei bzw. „vertritt meine Werte“ mit einem Anteil von 30% der Grün-Wähler.

Die Partei fuhr eine klassische Grüne Wahlkampagne, mit der sie sich leicht verbessern konnte, der große Wurf ist in Niederösterreich jedoch nicht gelungen. Offenbar wiegt das Argument

der politisch „sauberen“ Partei in einem Umfeld wie Kärnten, wo eine Reihe von massiven Skandalen zu einer hohen Sensibilisierung der Bevölkerung beim Thema geführt hat, deutlich schwerer als in einem Umfeld wie Niederösterreich, wo für die Menschen politische Skandale kein großes Thema waren.

Keine großen Überraschungen bot auch die Kampagne der **FPÖ**. Mit dem Slogan „Mut zur Heimat. Niederösterreich zuerst!“ sprach die Partei ihre eigenen Kernthemen Kriminalitätsbekämpfung, Grenzsicherung, und Unterstützung von Familien an, zudem wurden der ÖVP Spekulationsverluste sowie „Arroganz und Machtmissbrauch“ zur Last gelegt.

Vor allem das Brechen der absoluten Mehrheit bzw. ein politischer Wechsel waren für die FPÖ-Wähler ein Wahlmotiv. 24% haben aus diesem Grund FPÖ gewählt. 17% gaben in der Umfrage von Peter Hajek an, mit den Themen und Inhalten der Partei überein zu stimmen, weitere 17% waren der Meinung, die Partei sei zumindest „besser als die anderen“.

Wie die Reaktion der Bundes-FPÖ nach der Wahl zeigte, gab es innerparteilich Zweifel an der Mobilisierungsfähigkeit von Spitzenkandidatin Barbara Rosenkranz, die kaum über die eigenen Kernwählerschichten hinausstrahlt. In erster Linie litt die Partei jedoch unter dem Antreten von Frank Stronach, der der Partei massiv Protestwähler abspenstig machen konnte.

Das **Team Stronach** legte den Wahlkampf auf ein „Duell“ zwischen Frank Stronach und Erwin Pröll aus, eine strategisch kluge Variante, die Stronach nicht nur in die Rolle des Herausforderers versetzte, sondern ihn auch auf Augenhöhe mit Pröll hob, den Stronach im Wahlkampf frontal attackierte. „Erwin Pröll! Du bist der größte Schuldenmacher!“ war da beispielsweise zu lesen, oder „Weil es so nicht weitergehen kann!“. Neben finanzwirtschaftlichen Kritikpunkten (Schuldenstand, Arbeitslosenzahlen etc.) wurden auch „Parteibuchwirtschaft“ und „Freunderlwirtschaft“ im schwarz regierten Niederösterreich gegeißelt. Parallel dazu wurde auf die Wirtschaftskompetenz Stronachs und dessen Errungenschaften als Unternehmer verwiesen („Weil er weiß, wie es geht“).

So zog Stronach auch in erster Linie Protestwähler an, die mit der bisherigen politischen Situation im Land unzufrieden waren: 44% der Stronach-Wähler gaben an, die Partei aus Protest, Unzufriedenheit mit den anderen Parteien bzw. um die absolute Mehrheit der ÖVP zu brechen, zu wählen. 30% hofften auf Veränderung und frischen Wind, für 27% war die Person Stronach ausschlaggebend.

Alles in allem sprach Frank Stronach mit seiner Positionierung als „kein klassischer Politiker“ eine Sehnsucht nach einem neuen Stil bzw. einem nicht näher definierten „frischen Wind“ in der Politik an, die von den herkömmlichen Parteien enttäuschte Wähler bzw. in starkem Ausmaß auch (bisherige) Nichtwähler zu den Urnen brachte.

Politische Szenarien für Bund und Land

Für die Bundespolitik war die Wahl in NÖ insofern bedeutend, als sie der ÖVP die seit langem erhoffte Zäsur in einem bis dahin ungebrochenen Abwärtstrend bescherte. Zwar hat der unbestrittene Triumph in St. Pölten keine nennenswerten Zuwächse bei den Umfragen auf Bundesebene erbracht, doch die veränderte Stimmung in der kleineren Regierungspartei ist unverkennbar. Sie wird noch durch die parallel verlaufenden Verluste der FPÖ verstärkt, die erstmals seit mehr als einem Jahr den Strategen in SPÖ und ÖVP wieder Hoffnung gibt, doch noch gemeinsam im Oktober 2013 mehr als 50% der Stimmen zu schaffen und damit eine neuerliche Koalition eingehen zu können.

Für die FPÖ ist das Ergebnis in NÖ bundespolitisch noch weit schlimmer als der Absturz der Schwesterpartei FPK in Kärnten. Konnte man dort immerhin darauf verweisen, dass die Wählerproteste den Ausläufern des „Systems Haider“ galten, das ja auch von FPÖ-Chef Heinz Christian Strache immer bekämpft worden war – so lässt sich in NÖ nicht leugnen, dass die FPÖ selbst mit ihren ureigensten Themen wie Heimat, (Ausländer-)Kriminalität, Anti-EU gescheitert war. Eine weitere Schwächung ergab sich für die Bundespartei aus der Tatsache, dass sich Wahlverliererin Barbara Rosenkranz dem Ausdrücklichen Willen Straches widersetzt und im Amt blieb. Schon öfter wurde in politischen Kommentaren behauptet, dass Strache in der Kernschicht seiner Funktionäre Autoritätsprobleme habe und sich nicht durchsetzen könne – hier erfuhr diese Behauptung erstmals öffentliche Bestätigung.

Darüber hinaus lassen sich mit dem Abstand von etwas mehr als einem Monat vor allem drei Auswirkungen der NÖ-Wahl auf die politische Großwetterlage im Bund festmachen:

1. Zersplitterung der Parteienlandschaft

Die absolute Mehrheit der ÖVP, die für klare Machtverhältnisse sorgt, darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch in NÖ, ähnlich wie in Kärnten, die politische Landschaft um vieles bunter geworden ist. Im Landtag sind nun 5 Parteien vertreten, von denen 4 in Opposition zur regierenden ÖVP stehen. Vor allem vom Team Stronach darf harte Oppositionspolitik gegen den übermächtigen Landeshauptmann erwartet werden. Dadurch bleibt das Thema „Macht braucht Kontrolle“ auch weiterhin politisch auf der Tagesordnung, nicht zuletzt deshalb, weil das Team Stronach ja dieses Thema auch für die Nationalratswahl im September einsetzen will.

2. Die ÖVP als Pröll-Partei – die Stärkung der Länder

Von den Vertretern der ÖVP im Land NÖ kann erwartet werden, dass sie in den nächsten Jahren besondere Loyalität zum wiedergewählten Partei- und Landeschef Erwin Pröll zeigen werden. Pröll wird bis zur nächsten Wahl 2018 seine Nachfolge regeln, da will niemand seine Chancen vorzeitig verspielen. Ein vielfach kolportiertes Szenario geht auch davon aus, dass Pröll 2016 für das Amt des Bundespräsidenten kandidiert und den Sessel des Landeshauptmanns daher schon früher räumt.

Auch auf Bundesebene hat Pröll seine Rolle als starker Mann der ÖVP zementiert. In den nächsten Jahren ist kaum vorstellbar, dass die ÖVP irgendwelche politischen Positionen vertreten kann, die nicht den Sanktus aus St. Pölten tragen. Diese Abhängigkeit führt automatisch zu einer Stärkung der Länder gegenüber dem Bund in sachpolitischen Fragen. Auch die Tatsache, dass Kärnten nun von einem relativ starken SPÖ-Landeshauptmann geführt wird, trägt zur Stärkung der Länder gegenüber dem Bund bei. Wo immer politische Konflikte zwischen Bund und Ländern bestehen, werden sich daher wohl die Länder durchsetzen – Beispiele liegen bereits vor, vom Jugendschutz über das Spekulationsverbot bis zur Wohnbauförderung.

3. Governance und Compliance als langfristige Trends

Sauberkeit, korrekte Amtsführung, das Einhalten von demokratischen Spielregeln, Fairness gegenüber dem politischen Gegner, Transparenz gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern, ein erhöhtes Maß an Partizipation – dass diese Themen ab sofort auch auf Bundesebene eine verstärkte Rolle spielen (und bereits zur Vorlage eines „Demokratiepakets“ geführt haben), ist vor allem der Kärnten-Wahl zu danken. Doch auch in Niederösterreich wurde die Kontrolle der Mächtigen dank der Themenwahl des Teams Stronach zum wichtigen Wahlmotiv – unter anderem wurden „Parteibuchwirtschaft“ und „Freunderlwirtschaft“ angeprangert.

Ergebnisse für den Standort und Empfehlungen für Unternehmen

Unmittelbar nach der Wahl in Niederösterreich (und der Wahl in Kärnten am selben Tag) wurde auch auf Bundesebene der Wahlkampf eröffnet. Beide Regierungsparteien fühlen sich durch das Ergebnis gestärkt. In Kärnten ist es vor allem die SPÖ, die nach nicht weniger als 23 Jahren eines ihrer traditionellen Kernländer zurückerobern konnte. Im Fall der ÖVP nährt sich die Zuversicht naturgemäß stärker aus dem Ergebnis von Niederösterreich, wo zum dritten Mal en suite die absolute Mehrheit geholt werden konnte.

Beide Regierungsparteien gehen seither gestärkt in den Vorwahlkampf, was sich im politischen Alltag allerdings vor allem in verstärkten Positionskämpfen und verminderter Konsensorientierung äußert – von der Wohnbauförderung über die Energiepolitik bis zum Bankengeheimnis führt fast jede aktuelle Frage zum Koalitionsstreit.

Für Public Affairs-Verantwortliche bedeuten Wahlkampfzeiten stets zweierlei: Zum einen sind die Parteien (nicht nur die Regierungsparteien) auf der Suche nach Themen, mit denen sie sich profilieren können. Zum anderen bleiben komplizierte Anliegen meist unerledigt liegen. Wer ein Anliegen vertritt, das inhaltlich zu einem Wahlkampfthema passt, findet damit in der Regel Gehör – läuft allerdings Gefahr, dass er in den Sturm einer unsachlich geführten Debatte gerät. Wer politische Entscheidungen herbeiführen will, die nicht in das Wahlkampf-Themenspektrum passen, wird vermutlich überall auf später vertröstet werden.

Ganz allgemein lässt sich daher die Empfehlung aussprechen: Die Phase von jetzt bis Oktober kann genutzt werden, um Anliegen für die Zeit danach zu platzieren. Ziel kann es etwa sein, dass das eigene Anliegen ins nächste Koalitionsabkommen aufgenommen wird. Die aktuelle politische Debatte wird jedoch zunehmend im Hinblick auf Profilierung geführt: Wenn eine Partei ein Anliegen aufgreift, führt das fast zwangsläufig dazu, dass alle anderen es ablehnen – weshalb es in diesen Monaten leichter sein sollte, Vorhaben (die für das eigene Unternehmen nachteilig wären) zu verhindern, als zu befördern.

*

Das Team Stronach muss ab sofort als politischer Player eingestuft werden, den die politischen Mitbewerber berücksichtigen müssen. Die Liste hat in Niederösterreich und Kärnten erstaunlich homogene Ergebnisse erzielt, sodass in beiden Fällen Effekte von lokal bekannten Kandidaten vernachlässigt werden können. Tatsächlich gehen auch alle Umfragen und Trendrechnungen davon aus, dass ein Stimmanteil von rund 10-12% dem Potenzial des Teams Stronach entspricht. Wenn „nichts mehr passiert“ – also keine Streitereien innerhalb der Gruppe, wie in Tirol, die Wähler vergraulen – wird die Partei voraussichtlich im Oktober 2013 mit bis zu 20 Mandaten in den Nationalrat einziehen. Für Public Affairs Verantwortliche empfiehlt sich daher, Kontakte zu Vertretern des Teams Stronach aufzubauen und die weitere Entwicklung dieser Gruppierung näher zu beobachten. Monitoring und laufende Anpassung der Einschätzungen ist deshalb notwendig, weil nach wie vor Unklarheit über die programmatische Ausrichtung der neuen Partei besteht. Nach der bisherigen Rhetorik zu schließen, steht Team Stronach für einen rechtsliberalen, wirtschaftsfreundlichen Kurs, wie er auch der persönlichen Lebenseinstellung des Gründers Frank Stronach entspricht. Die bisher vertretenen Positionen sind plakativ und stark vereinfachend, richten sich im Kern aber auf Deregulierung und Zurückdrängen des Staates. Mit der Position zur EU (Abschaffen des Euro) liegt die Gruppe hingegen abseits des europäischen Mainstreams liberaler Parteien. Hervorzuheben ist allerdings, dass die Partei – obgleich im weiteren Sinn rechtspopulistisch – bisher deutlichen Abstand zu den Positionen (und Personen) des äußeren rechten Rands hält: Team Stronach ist bis dato frei von Nazi-Sympathisantentum, Islam-Hetze oder Fremdenfeindlichkeit. In Tirol hat sich die Gruppe von ihrem Mitglied Alois Wechselberger rasch distanziert, als dessen Nähe zu einer rechtsextremen Internetgruppe bekannt wurden. Dennoch muss festgehalten werden, dass es noch zu früh ist, um zu beurteilen, ob Team Stronach im politischen Alltag ein Verbündeter der Wirtschaft für die Vertretung von legitimen Interessen sein kann. Der Streit in Tirol um die „echte Liste“ zeigt, dass noch kaum interne Strukturen vorhanden sind und die Gruppe in Abwesenheit des Gründers Frank Stronach nur bedingt handlungsfähig sein könnte. Zudem muss erst noch näher beobachtet werden, wie sich die Vertreter der Partei bei konkreten politischen Entscheidungen verhalten, vor allem auch, wie sehr sie allenfalls den Einflüssen von Ad-hoc-Entscheidungen des Parteigründers ausgeliefert sind.

*

Wie bereits im oberen Abschnitt ausgeführt, erwiesen sich die Issues „Good Governance“, „Kampf gegen Korruption“ und „Kontrolle der Mächtigen“ als starke Wählermotive. Darauf muss auch der Stil der Public Affairs Rücksicht nehmen. Augenzwinkernd-salopper Umgang mit den Spielregeln wird von der Öffentlichkeit und von den Vertretern der Politik selbst immer weniger toleriert. Gerade wenn ein Unternehmen oder eine Organisation legitime Anliegen vertreten will, sind Korrektheit und Transparenz unerlässliche Erfolgskriterien. Mehr noch: Auch ein „Kuschelkurs mit den Mächtigen“ sollte vermieden werden, ebenso die öffentliche Demonstration großer Nähe zu den Entscheidungsträgern.

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 dreizehn 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.