



Analyse: Unentschlossene Wähler schauen Privatfernsehen, Christdemokraten das "Wort zum Sonntag" und FDP-Wähler Zeichentrickfilme

Analyse zur Bundestagswahl 2013: Medienpräferenz in Wählergruppen. Welche Wähler schauen welche Sender und welche Sendungen?

(ddp direct) Kurz vor der Bundestagswahl liefert Mediaplus Strategic Insights eine Prognose der unterhaltsamen Art: Die Forscher der Mediaagentur haben analysiert, wie Parteinähe und Fernsehnutzung verschiedener gesellschaftlicher Milieus übereinstimmen.

Wer ARD oder ZDF zu den bevorzugten Sendern zählt und gerne Schlagersendungen, Familienserien oder "Das Wort zum Sonntag" schaut, wird wahrscheinlich die Christdemokraten wählen. SPD-Wähler hingegen präferieren das ZDF und sehen gerne die Lotto oder TV-Shows wie "Wetten dass???". Wer Zeichentricksendungen oder Sport auf ProSieben oder Kabel Eins schaut, wählt eher die FDP.

Wollen Politiker in den verbleibenden Tagen bis zur Wahl noch unentschlossene Wähler erreichen, finden sie diese vor allem auf Privatsendern wie ProSieben oder RTL II.

>> Ausführliche Infografiken zu den Ergebnissen der Analyse unter <http://mp-url.com/btw13> .

München, den 17. September 2013 ? Die Mediaplus Gruppe hat zur Bundestagswahl die im Rahmen der "Typologie der Wünsche 2013" über 20.000 erfassten Personenprofile analysiert und in Zusammenhang gestellt, welche gesellschaftlichen Gruppierungen welchen Parteien nahestehen und vor allem: welche TV-Sender sie präferieren, welche Sendungen sie gerne sehen und welche Themen sie interessieren. Besonders interessant ist im Endspurt des Wahlkampfes natürlich der Blick auf die unentschlossenen Wähler.

Unentschlossene überwiegend im Privatfernsehen zu erreichen

In den kommenden Tagen werden die Parteien versuchen, neben ihren Stammwählern vor allem auch die große Gruppe der (noch) unentschlossenen Wähler zu erreichen, deren Stimme am kommenden Sonntag eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen wird. Aber wo sind die unentschlossenen Wähler zu finden?

Wie die Analyse von Mediaplus ergab, gehören Unentschlossene überwiegend dem expeditiven (große Weltoffenheit bei stabiler sozialer Verankerung) und prekären Milieu an. Zu ihren favorisierten Fernsehsendern zählen dabei die Privatsender und unter ihnen überdurchschnittlich häufig ProSieben und RTL II. Die öffentlich-rechtlichen Sender schalten sie um rund 20 Prozent seltener ein als der Durchschnitt der Gesamtbevölkerung.

"Wenn Parteien noch unschlüssige Wähler erreichen wollen, sollten sie in den kommenden Tagen auf Kommunikation im Privatfernsehen setzen ? vor allem im Umfeld von Musikvideos, Sendungen zu Wissenschaft und Technik oder Spielfilmen der Gattungen Science-Fiction, Mystery oder Fantasy. Das sind Themen und Formate, die Unentschlossene am meisten interessieren?", erklärt Barbara Evans, Geschäftsführerin von Mediaplus Strategic Insights.

"Die bekannten Polit-Sendungen der Öffentlich-Rechtlichen schalten sie kaum ein ? von daher war es ein hervorragender Zug, Stefan Raab als Moderator beim TV-Duell an Bord geholt zu haben. Das hat bei der Gruppe der Unentschlossenen mit Sicherheit einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen?", so Evans weiter.

CDU-Wähler schauen am liebsten religiöse Sendungen, FDP-Wähler Zeichentrickfilme

Die Analyse bringt aber auch erstaunliche Eigenheiten und Vorlieben der Wähler zutage:

Wähler der großen Parteien CDU/CSU und SPD sind stark im kleinbürgerlich geprägten traditionellen Milieu anzutreffen und sehen bevorzugt die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF. Während CDU/CSU-nahe Wähler Werte präferieren, die das individuelle Lebensumfeld betreffen (Lebensqualität, Gesundheit) und über religiöse Themen, Musiksendungen und deutsche Familienserien überproportional erreicht werden können, sind SPD-Nahe interessanterweise weit weniger profiliert. Sie sind weder sonderlich für individuelle noch für gesellschaftliche Interessen (Umwelt, Natur, Bildung) zu begeistern. Auch haben sie keine ausgeprägten Umfeldpräferenzen.

FDP-Nahestehende entstammen überproportional dem Milieu der Performer ? beruflich erfolgreich und aufstiegsorientiert. Sie haben stärker individuelle Ziele denn gesellschaftliche Themen im Fokus und präferieren Kabel Eins als Sender. Eine deutliche Beeinflussung (oder aber auch die Information zur Bundestagswahl) geschieht eher über andere Medienkanäle.

Die Grünen finden ihre Wähler ebenfalls wie die Unentschiedenen hauptsächlich im expeditiven Milieu. Interessant ist eine leichte Senderpräferenz zu ProSieben. Die befragten Personen weisen eine große Vorliebe zu gesellschaftspolitischen Themen auf ? insbesondere (und erwartungsgemäß) zu Umweltthemen. Sie beziehen ihre politischen Informationen allerdings in hohem Umfang aus dem Internet. Kinder- und Jugendsendungen im TV, aber auch Musiksendungen mit moderner Musik sind hier bevorzugte Genres.

Die Linke findet ihre Wähler in den unteren sozialen Schichten. Es dominieren Themen zur Sicherung der Grundbedürfnisse. Bei der Mediennutzung gibt es Schwerpunkte beim ZDF und bei Kabel Eins.

Insgesamt zeigt sich, dass über die öffentlich-rechtlichen Sender häufig diejenigen Personen angesprochen werden, die sich bereits für eine Partei entschieden haben und mehrheitlich in ihrer Präferenz bestätigt werden. Politisch Unentschlossene werden eher über die privaten Sender erreicht.

Vorgehensweise

Dargestellt werden längerfristige Parteieinstellungen, wie sie im Grundsatz auch bei der Wahlprognose verwendet werden. Sie entsprechen nicht den Werten der Parteienpräferenz in der sogenannten "Sonntagsfrage" (wen würden Sie wählen, wenn am nächsten So Bundestagswahl wäre?). Die großen Volksparteien sind in ihren Sympathieanteilen ? anders zur Sonntagsfrage ? in etwa gleich groß, was darauf hindeutet, dass Wahlentscheidungen u.a. in hohem Maße über Personen gefällt werden (?Merkel-Bonus?). Die Informationen sind der Studie Typologie der Wünsche 2013 entnommen, die Mediennutzung, Zielgruppen- und Einstellungsmerkmale in einer Studie zusammenfasst. Die Umfeld-Nutzung wird in der TdW über TV-Genrepräferenzen dargestellt.

>> Ausführliche Infografiken zu den Ergebnissen der Analyse unter <http://mp-url.com/btw13> .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/zdinom>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/politik/analyse-unentschlossene-waehler-schauen-privatfernsehen-christdemokraten-das-wort-zum-sonntag-und-fdp-waehler-zeichentrickfilme-45890>

<http://www.themenportal.de/politik/analyse-unentschlossene-waehler-schauen-privatfernsehen-christdemokraten-das-wort-zum-sonntag-und-fdp-waehler-zeichentrickfilme-45890>

Pressekontakt

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

Herr Florian Stemmler
Brienner Str. a-d 45
80637 München

f.stemmler@serviceplan.com

Firmenkontakt

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

Herr Florian Stemmler
Brienner Str. a-d 45
80637 München

serviceplan.com
f.stemmler@serviceplan.com

-