

Wem glaubt Österreich 2016?

klar.SORA Glaubwürdigkeits-Ranking

Christoph Hofinger, SORA
Sepp Tschernutter, klar

Warum diese Umfrage?

- Zunehmendes Bedürfnis der Bevölkerung nach Glaubwürdigkeit und Transparenz
- Wissenschaftlich basiertes, verständliches Instrument zur Messung von Glaubwürdigkeit in Wirtschaft, Politik, Gesellschaft
- Was macht Unternehmen, Institutionen, Personen glaubwürdig?
- Was schwächt die Glaubwürdigkeit?
- Wen finden die ÖsterreicherInnen glaubwürdig, wen nicht?



Glaubwürdigkeit

Sagen und Tun
stimmen überprüfbar
überein.



Vertrauen

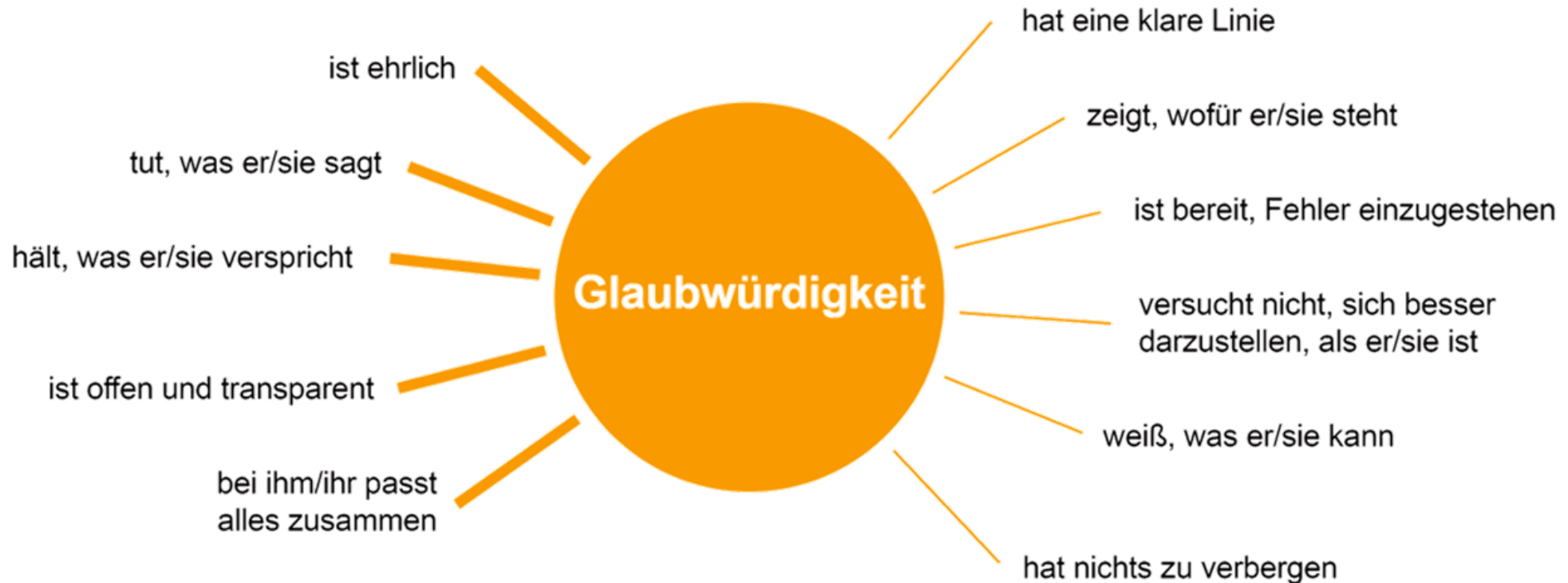
Sagen und Tun
werden auch ungeprüft
als übereinstimmend
wahrgenommen.



Wohlwollen

Selbst wenn Sagen und Tun
Voneinander abweichen,
bleiben Glaubwürdigkeit und
Vertrauen erhalten.

Was glaubwürdig macht



Fragestellung: „Bitte sagen Sie mir, ob die folgenden Eigenschaften auf ... sehr, ziemlich, wenig oder gar nicht zutreffen.“

linke Seite: bivariate Korrelationen zwischen 0,55 und 0,61; rechte Seite: bivariate Korrelationen zwischen 0,38 und 0,48

Daten zur Umfrage

Auftraggeber:	klar.SORA Eigenforschung
Grundgesamtheit:	öst. Wohnbevölkerung ab 16
Stichprobe:	n = 750
Erhebung:	Telefoninterviews
Durchführung:	Jaksch & Partner
Befragungszeitraum:	24. Mai – 6. Juni 2016
Vergleichszeitraum:	27. April – 20. Mai 2015
Schwankungsbreite:	+/- 3,6%

Fragestellung

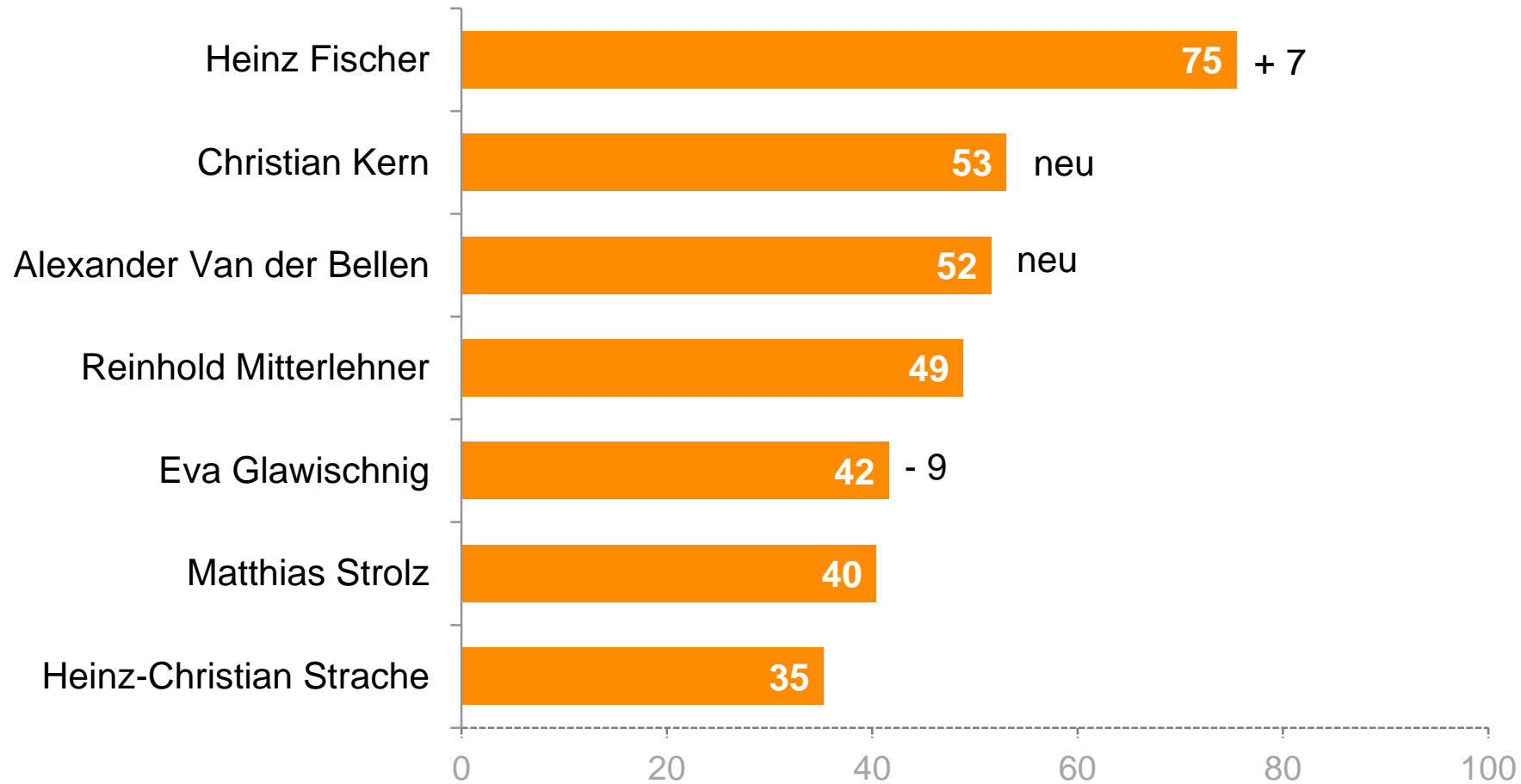
„Menschen und Organisationen sind dann glaubwürdig, wenn das, was sie sagen, auf lange Sicht mit dem übereinstimmt, was sie tun.“

Sind die folgenden Personen und Organisationen in diesem Sinne für Sie sehr, ziemlich, wenig oder gar nicht glaubwürdig?“

Antwortmöglichkeiten: sehr glaubwürdig, ziemlich glaubwürdig, wenig glaubwürdig, gar nicht glaubwürdig, weiß nicht, kenne ich nicht.

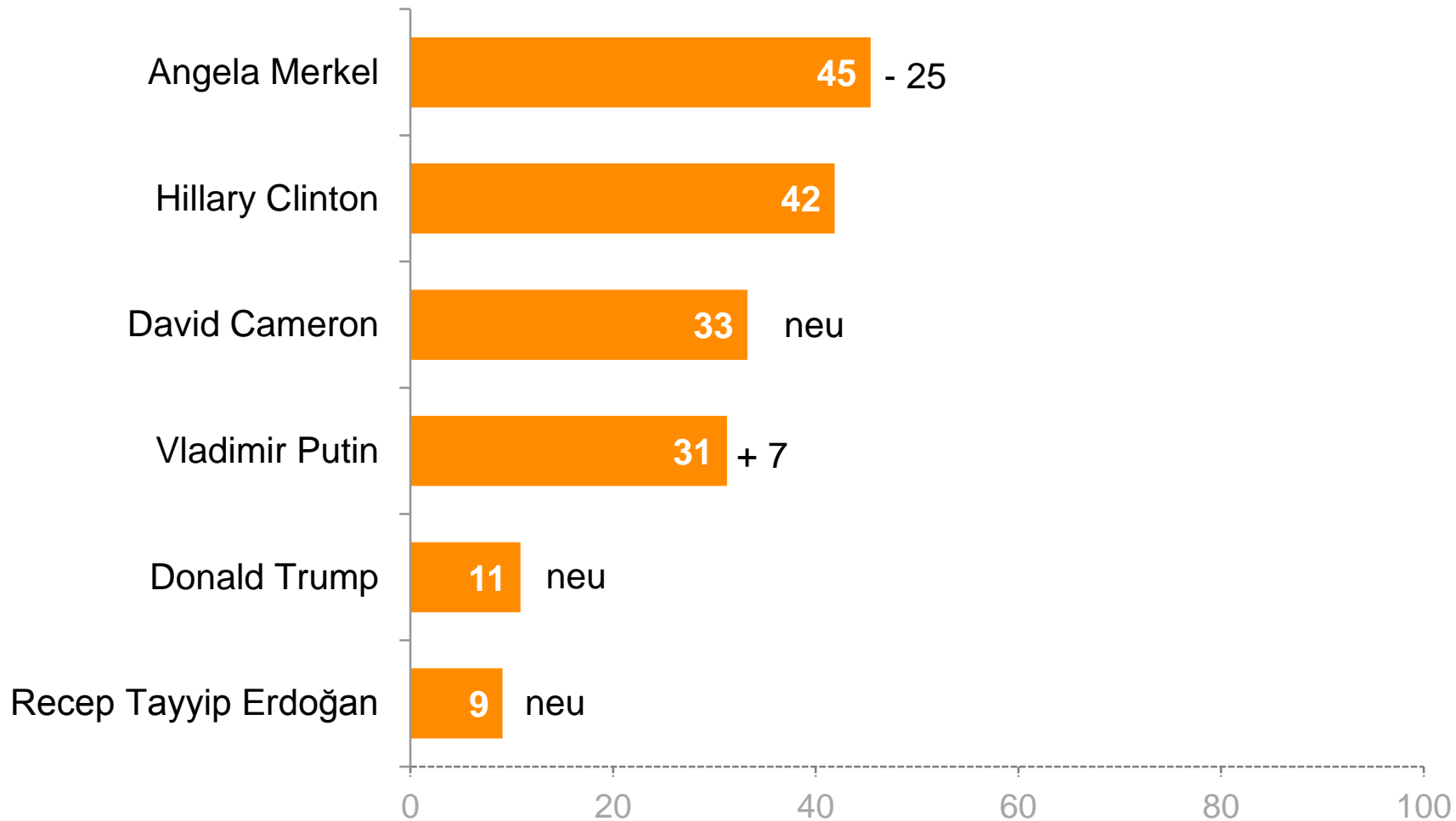
Ergebnisse Personen

Glaubwürdigkeit – Politik national

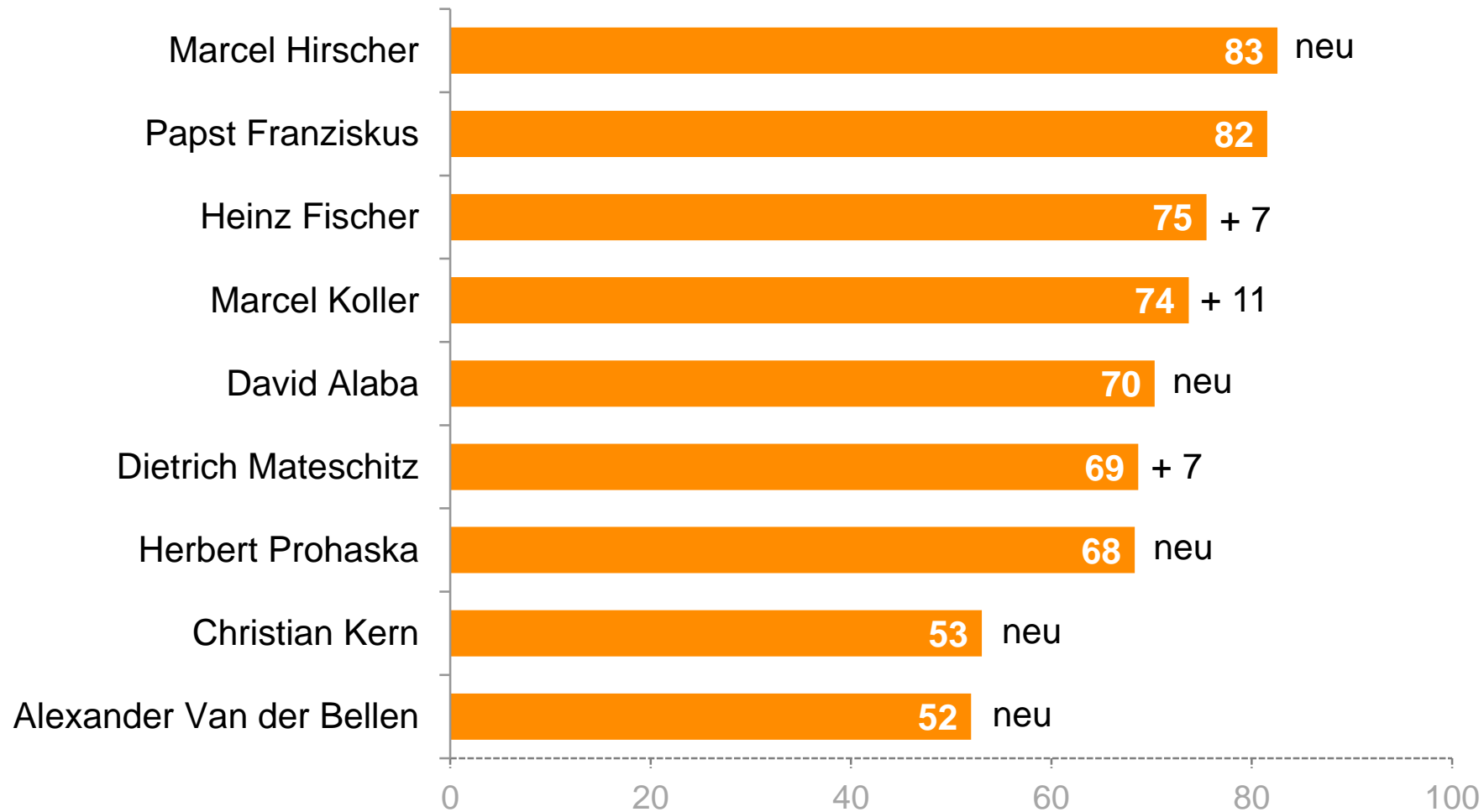


Werte: Summe aus "sehr glaubwürdig" + "ziemlich glaubwürdig", falls bekannt,
Rest auf 100 Prozent: "wenig glaubwürdig" + "gar nicht glaubwürdig" + "weiß nicht"

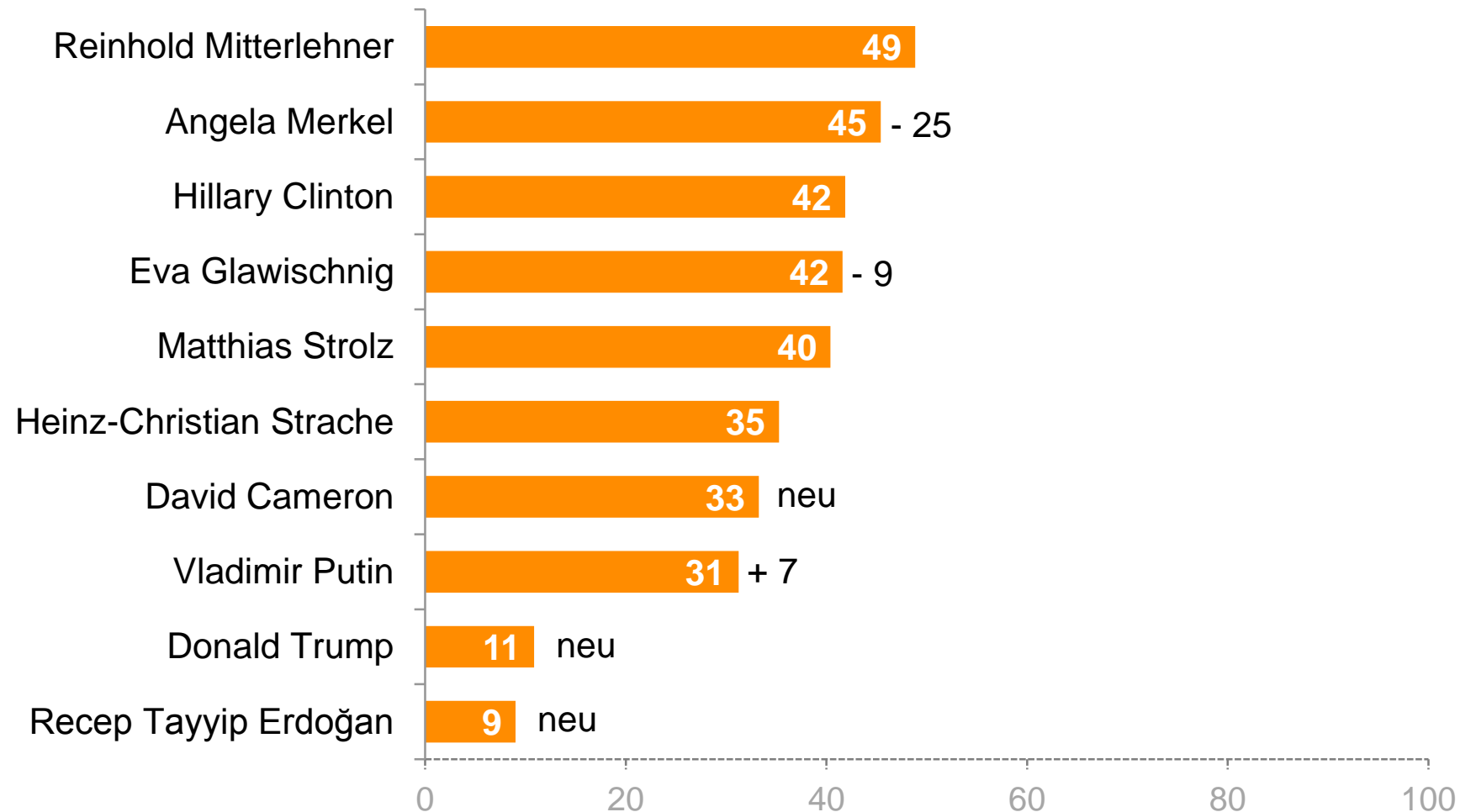
Glaubwürdigkeit – Politik international



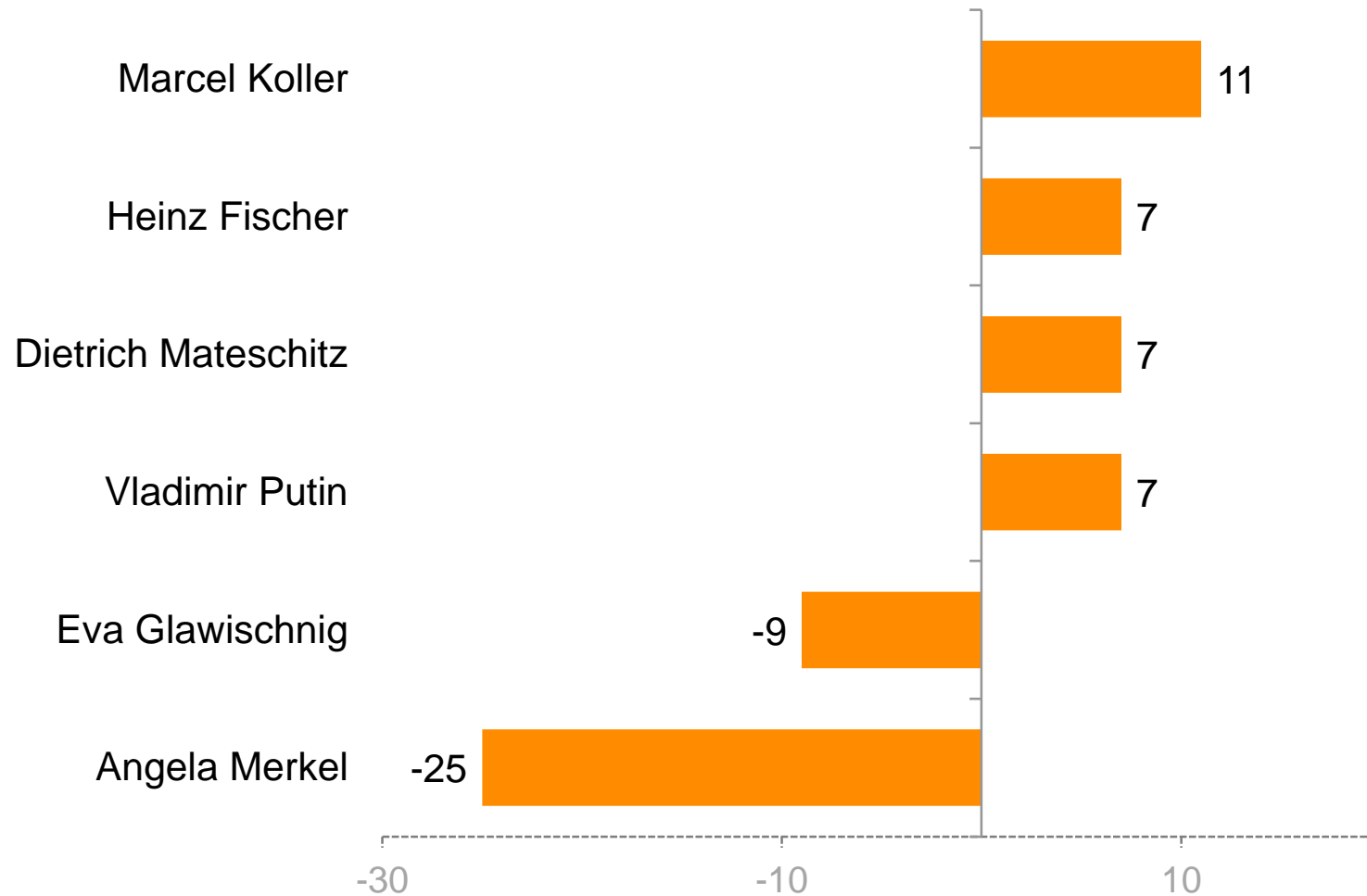
Glaubwürdigkeit – Übersicht Personen 1/2



Glaubwürdigkeit – Übersicht Personen 2/2

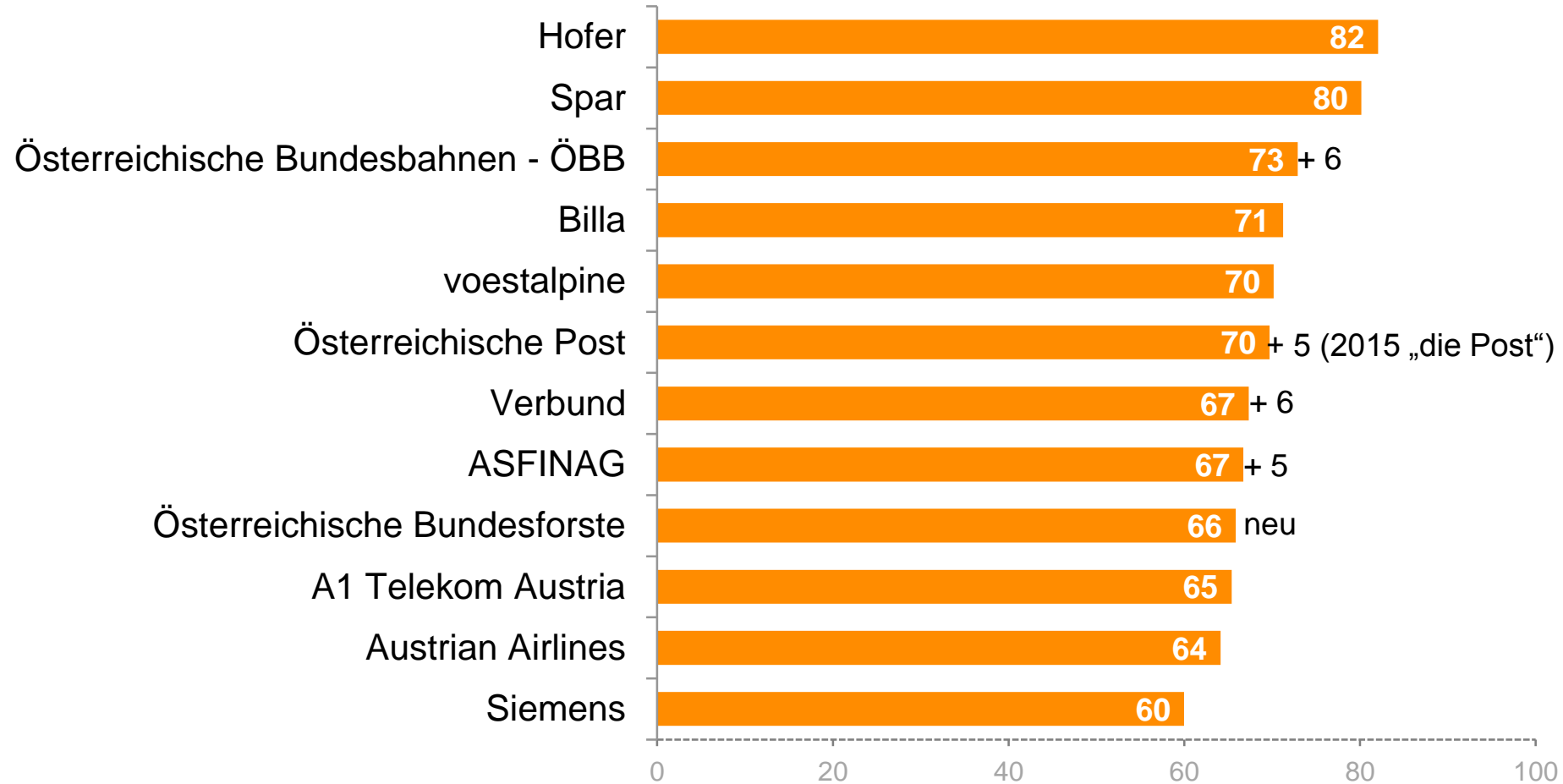


Glaubwürdigkeit Personen – Auf- und Absteiger



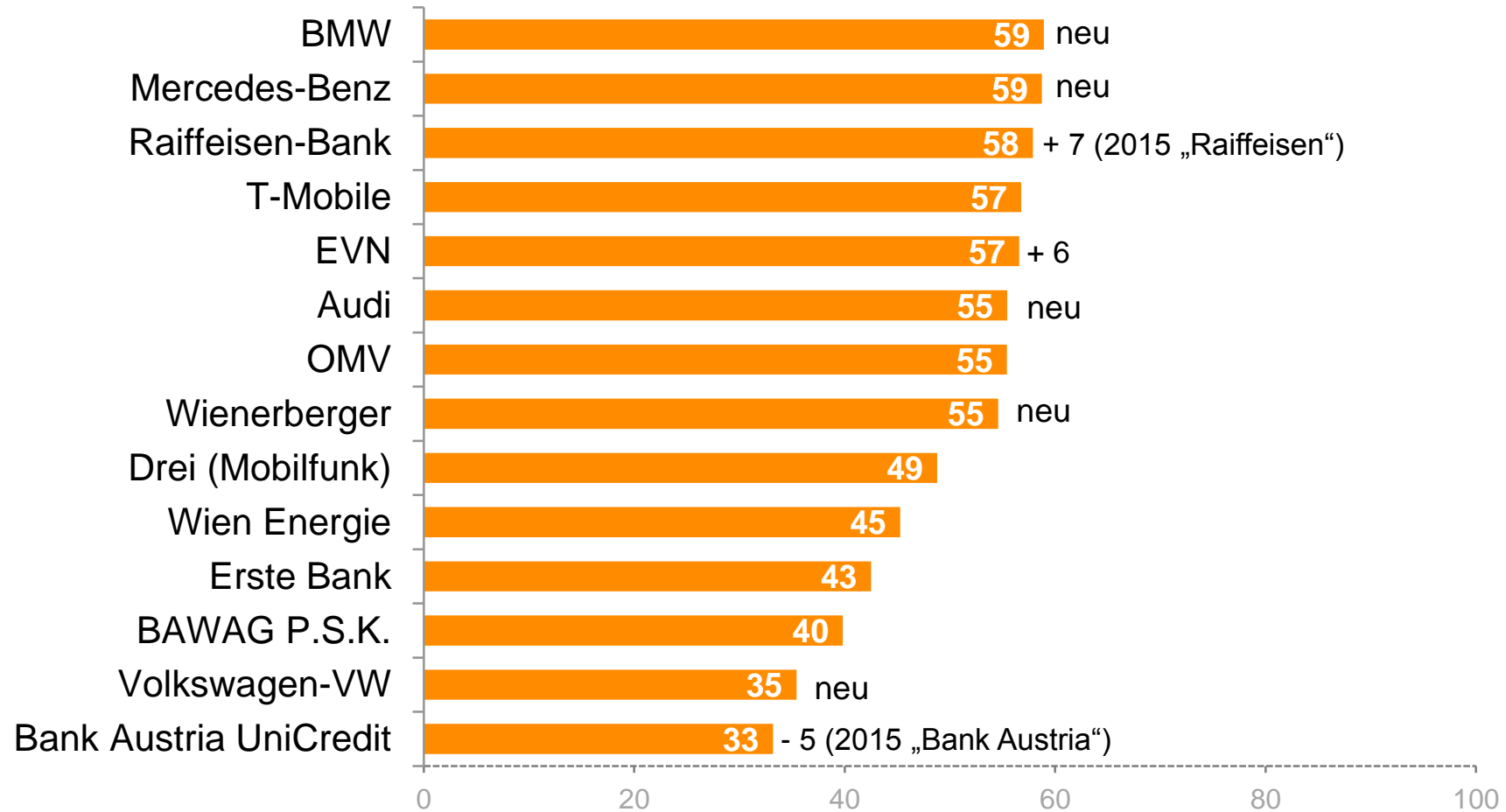
Ergebnisse Unternehmen

Glaubwürdigkeit – Unternehmen 1/2

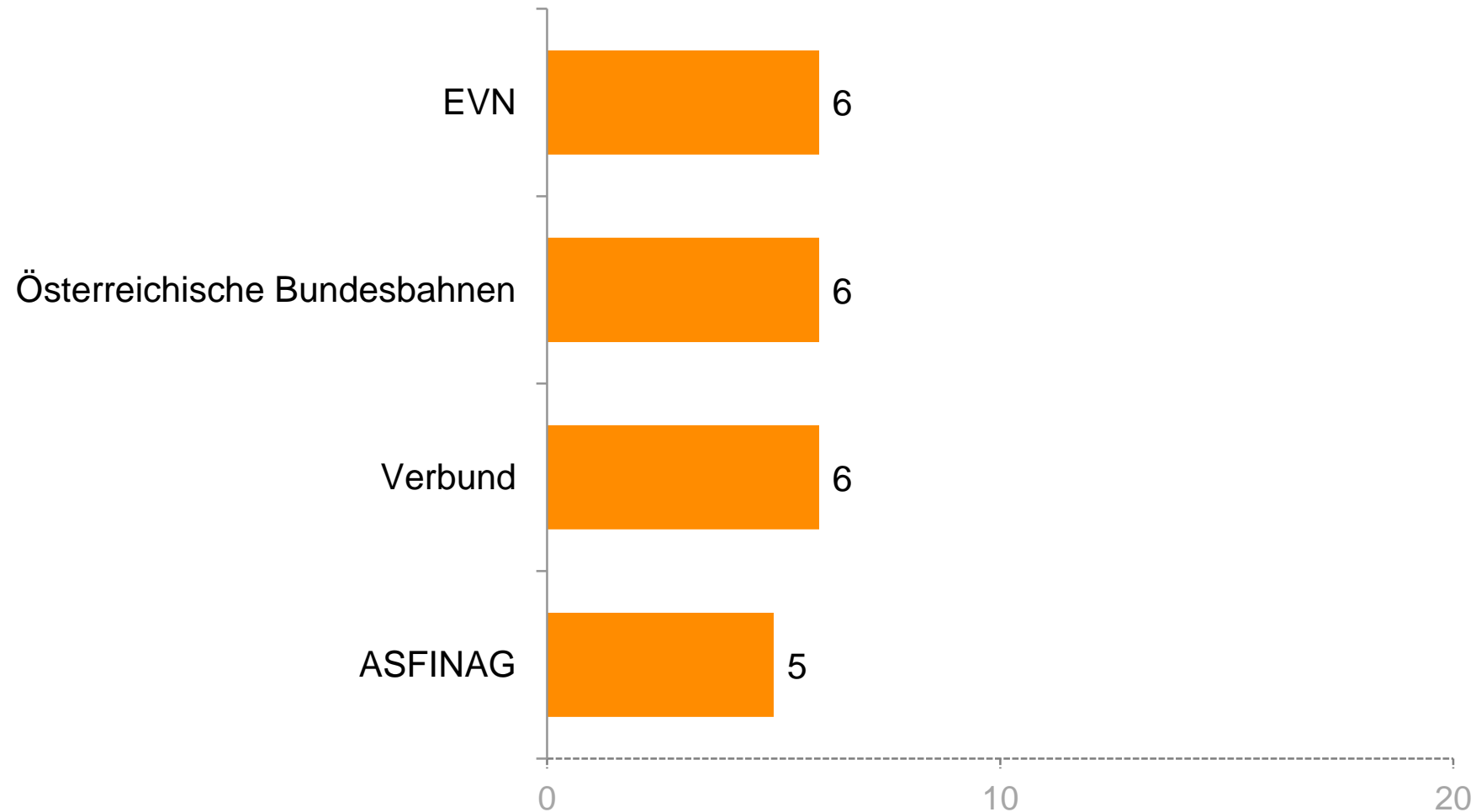


Werte: Summe aus "sehr glaubwürdig" + "ziemlich glaubwürdig", falls bekannt,
Rest auf 100 Prozent: "wenig glaubwürdig" + "gar nicht glaubwürdig" + "weiß nicht"

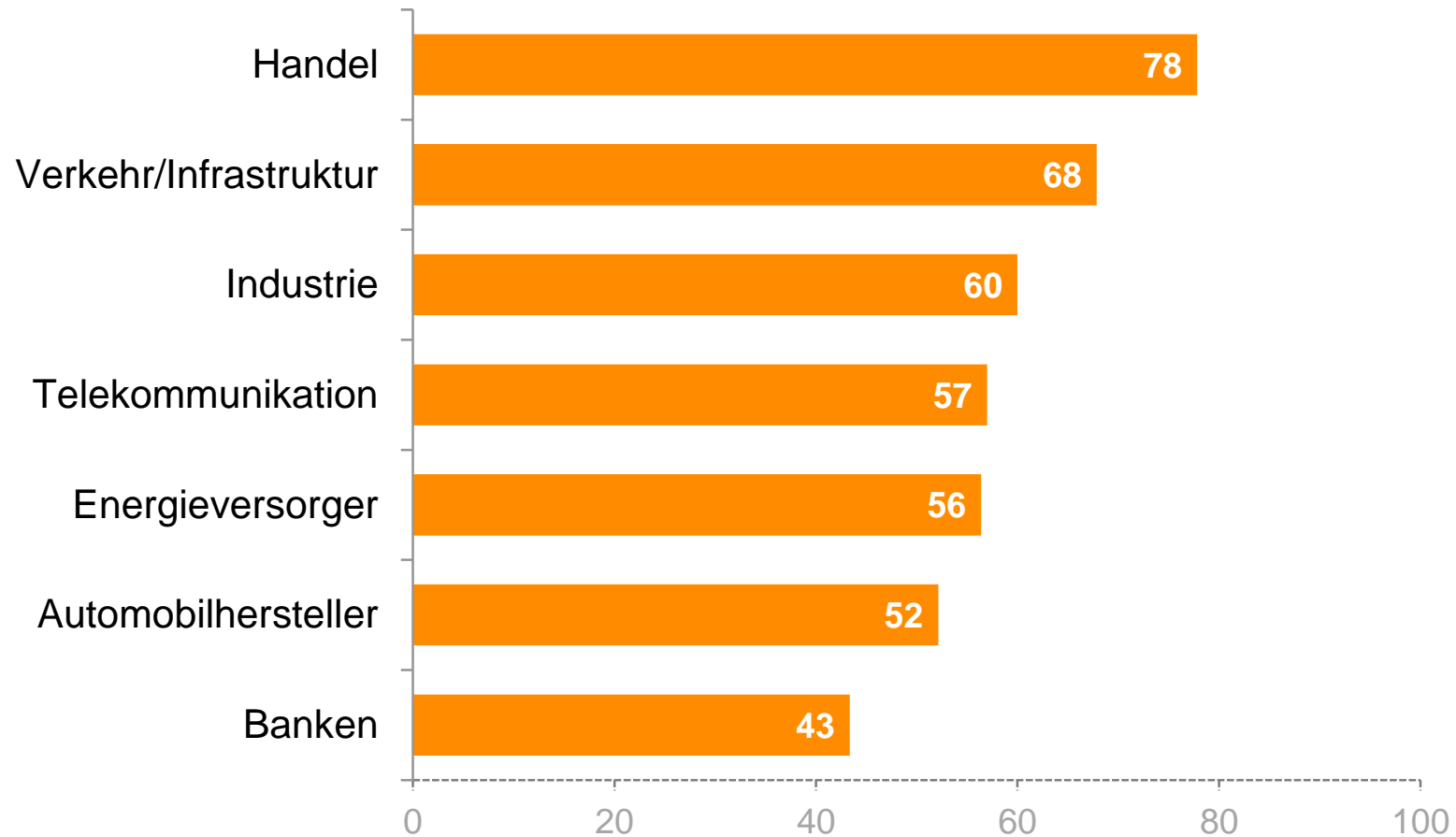
Glaubwürdigkeit – Unternehmen 2/2



Glaubwürdigkeit Unternehmen – Aufsteiger



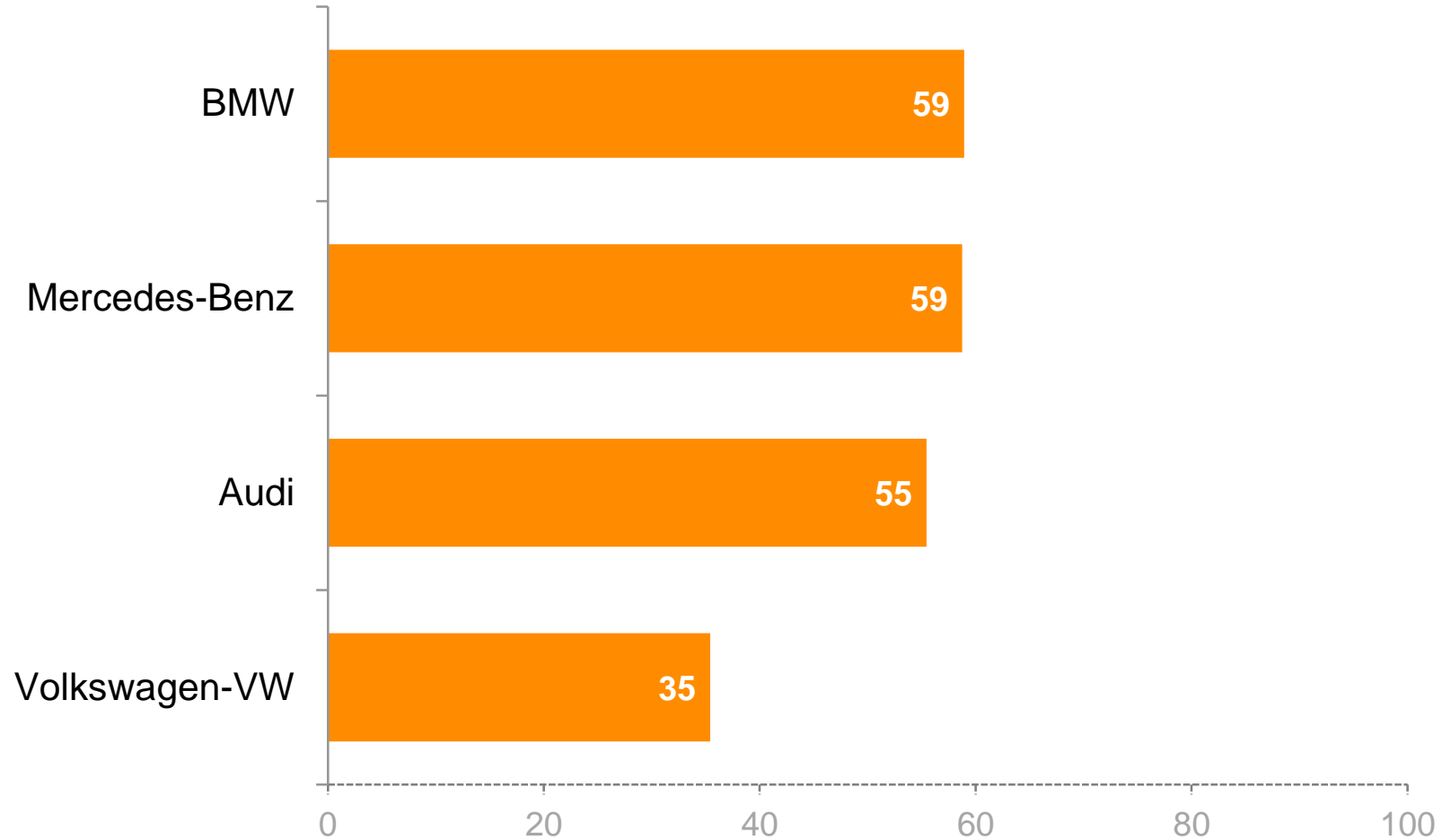
Glaubwürdigkeit – Branchen



Werte: Summe aus "sehr glaubwürdig" + "ziemlich glaubwürdig", falls bekannt, Mittelwerte der Branchenvertreter

Rest auf 100 Prozent: "wenig glaubwürdig" + "gar nicht glaubwürdig" + "weiß nicht"

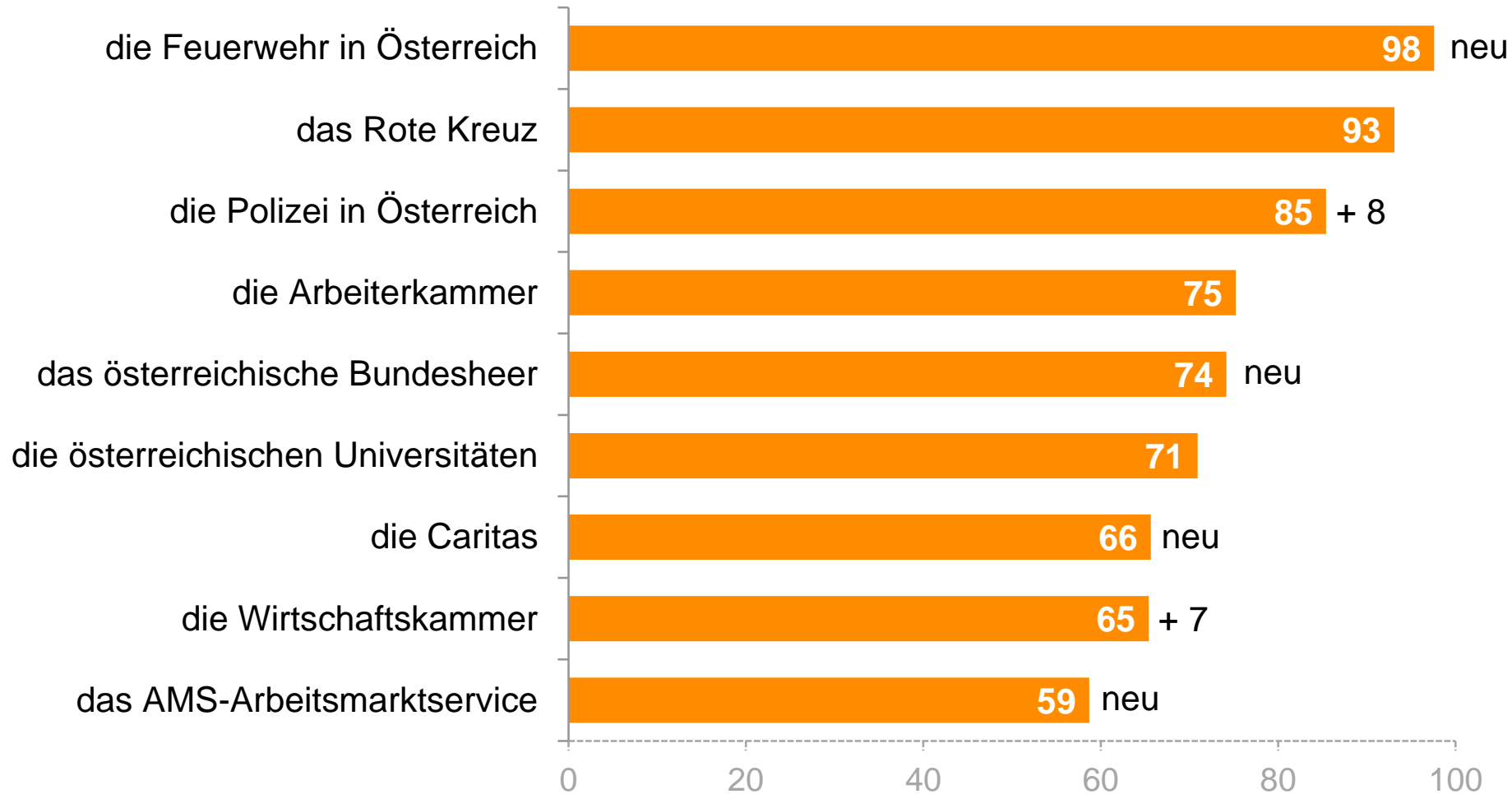
Glaubwürdigkeit – Automobilhersteller



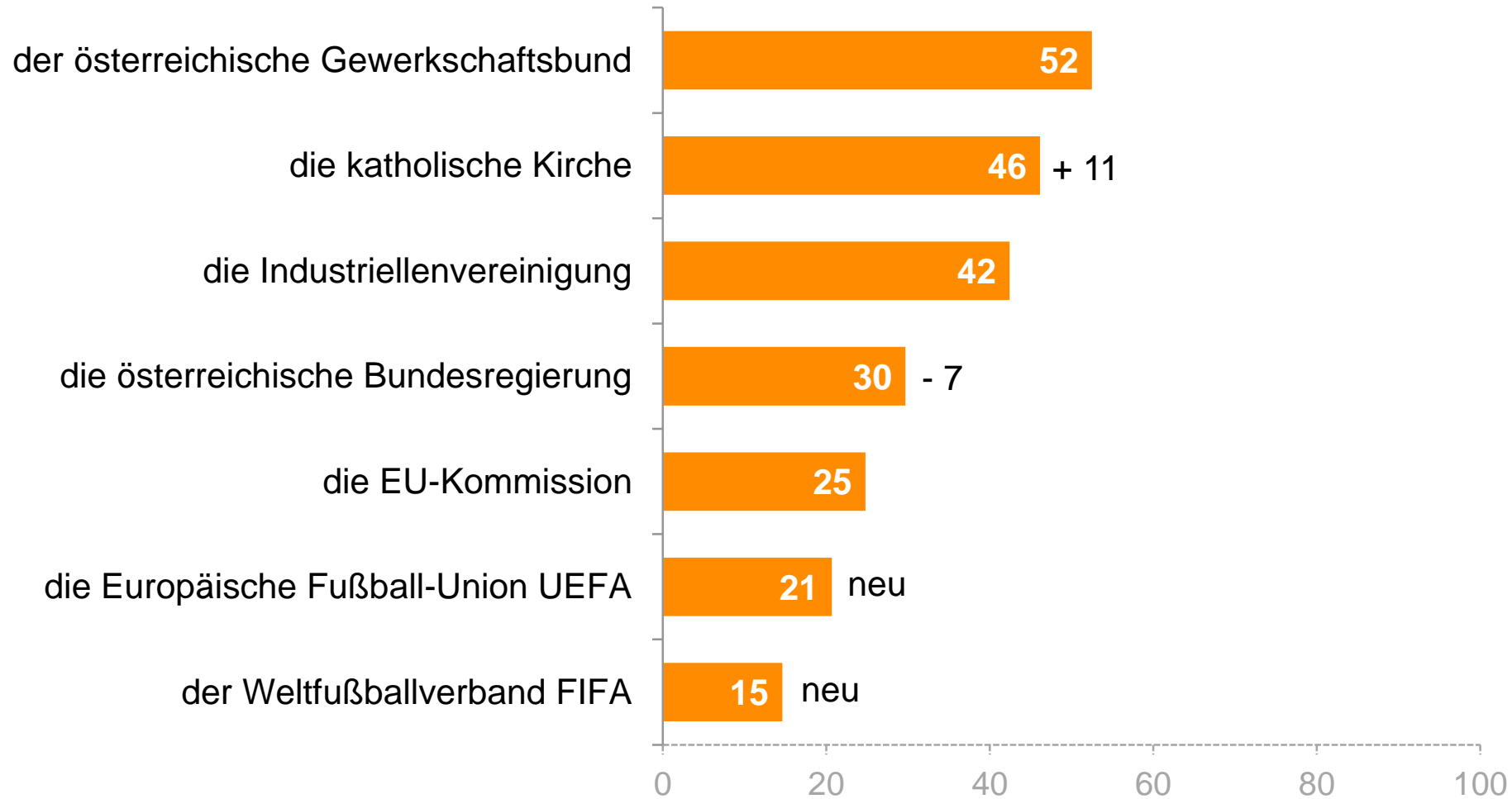
Werte: Summe aus "sehr glaubwürdig" + "ziemlich glaubwürdig", falls bekannt,
Rest auf 100 Prozent: "wenig glaubwürdig" + "gar nicht glaubwürdig" + "weiß nicht"

Ergebnisse Institutionen

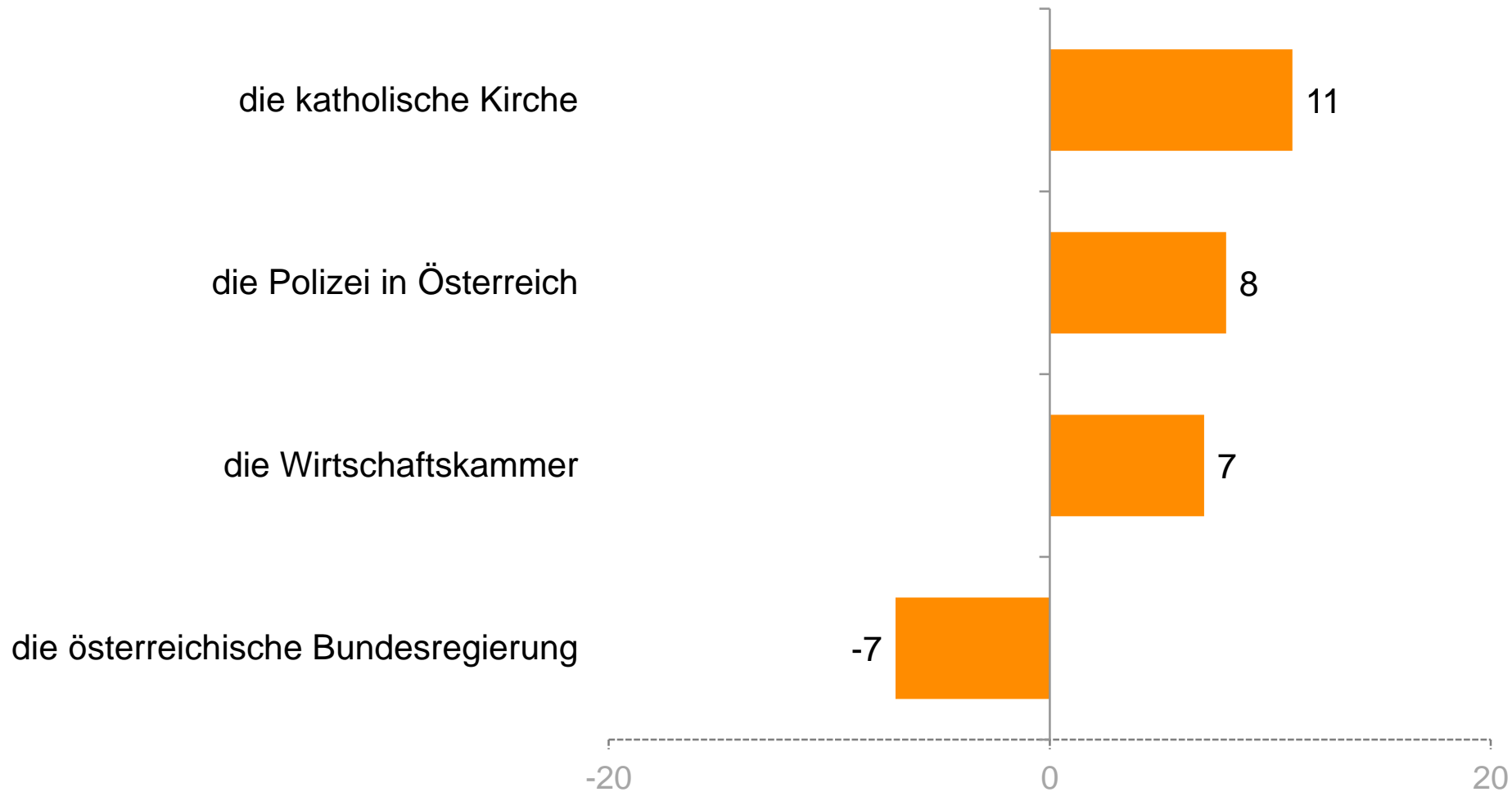
Glaubwürdigkeit – Institutionen 1/2



Glaubwürdigkeit – Institutionen 2/2

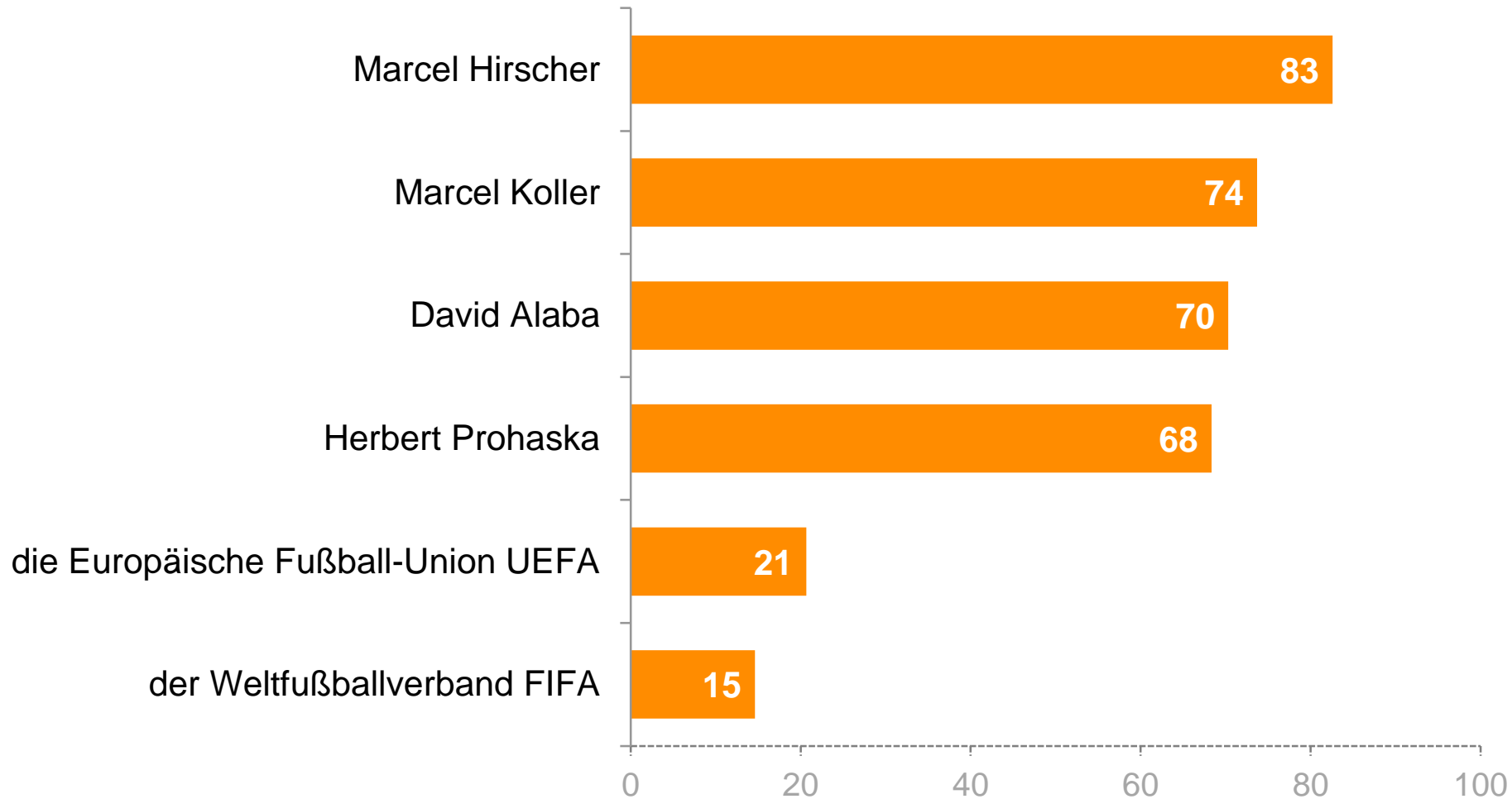


Glaubwürdigkeit Institutionen – Auf- und Absteiger



Ergebnisse Sport

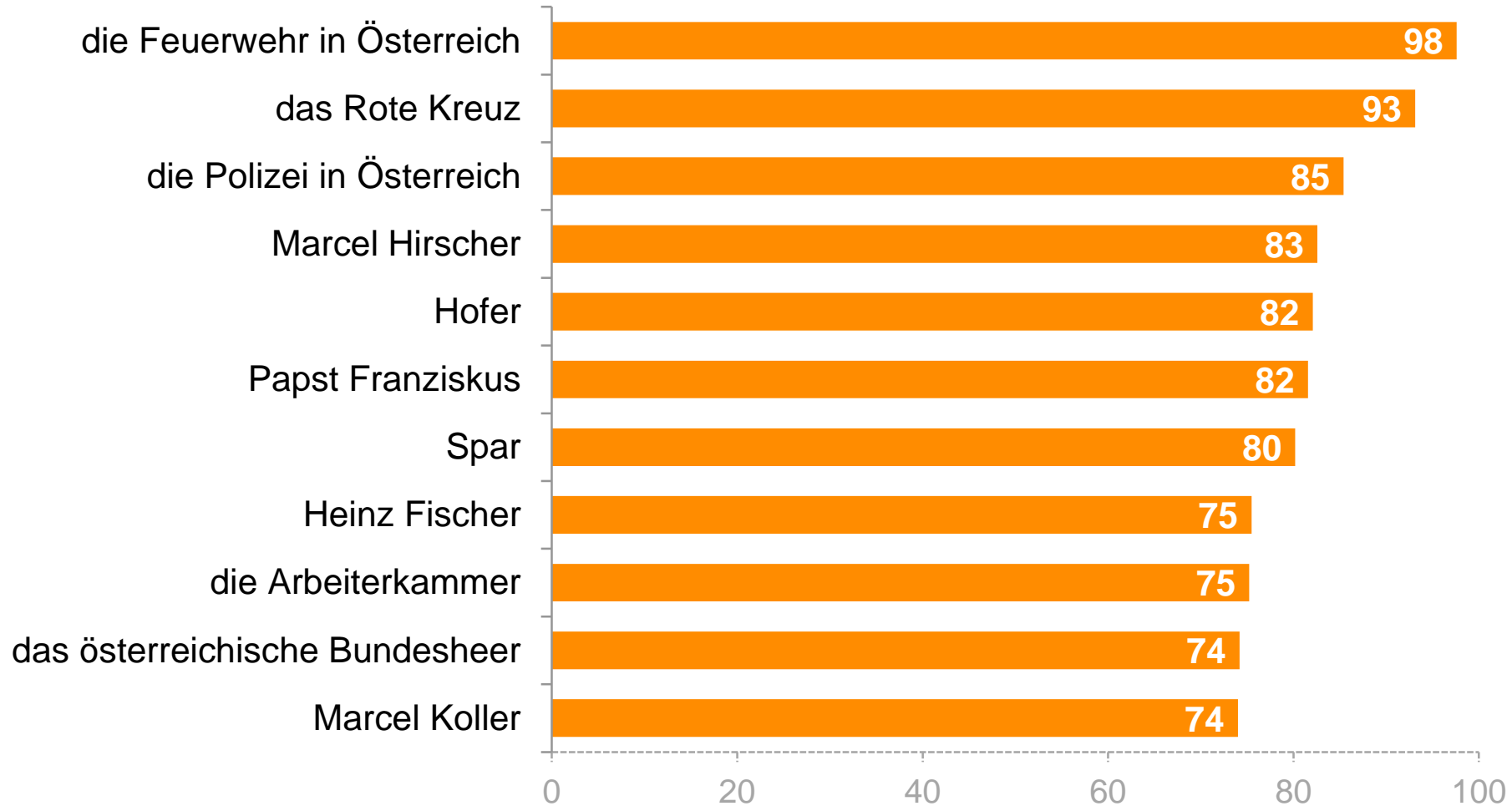
Glaubwürdigkeit – Sport



Glaubwürdigkeit

Die Top 10 aus allen Bereichen

Glaubwürdigkeit – Top 10



Was glaubwürdig macht



Fragestellung: „Bitte sagen Sie mir, ob die folgenden Eigenschaften auf ... sehr, ziemlich, wenig oder gar nicht zutreffen.“

linke Seite: bivariate Korrelationen zwischen 0,55 und 0,61; rechte Seite: bivariate Korrelationen zwischen 0,38 und 0,48

Anleitung zum Unglaubwürdig-Sein

1. Sei unehrlich!
2. Sag das eine, aber tu etwas anderes!
3. Halte deine Versprechen nicht ein!
4. Lass großen Worten keine Taten folgen!
5. Vermeide Offenheit und Transparenz!
6. Zeige ein widersprüchliches Bild von dir!
7. Ändere häufig deine Linie!
8. Lass niemanden wissen, wofür du stehst!
9. Gesteh Deine Fehler nicht ein!
10. Versuche dich besser darzustellen, als du bist!

Kontakt

klar. Strategie- und Kommunikationsberatung GmbH

Josefstädter Straße 7 /18, 1080 Wien, Tel. +43 664 922 77 87

office@klar.net, www.klar.net

SORA Institute for Social Research and Consulting Ogris & Hofinger GmbH

Bennogasse 8/2/16, 1080 Wien, Tel. +43 1 585 33 44

office@sora.at, www.sora.at