

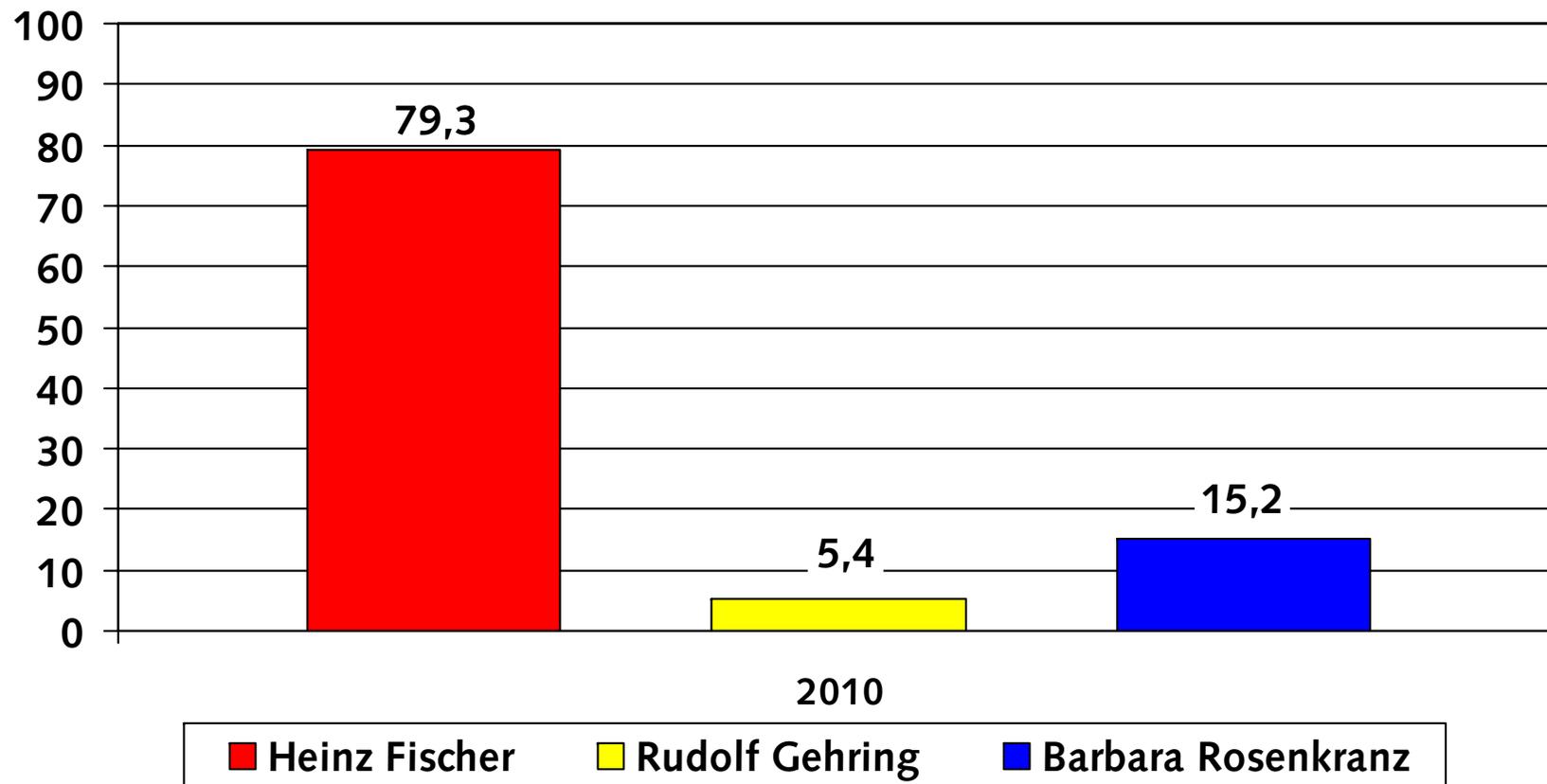
Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse BundespräsidentInnenwahl 2010

Flooh Perlot

Martina Zandonella

Stand: 2.05.2010 Vorläufiges Endergebnis inkl. Briefwahl

Gesamtergebnis (inkl. Briefwahl)



Wahlbeteiligung: 53,6 %

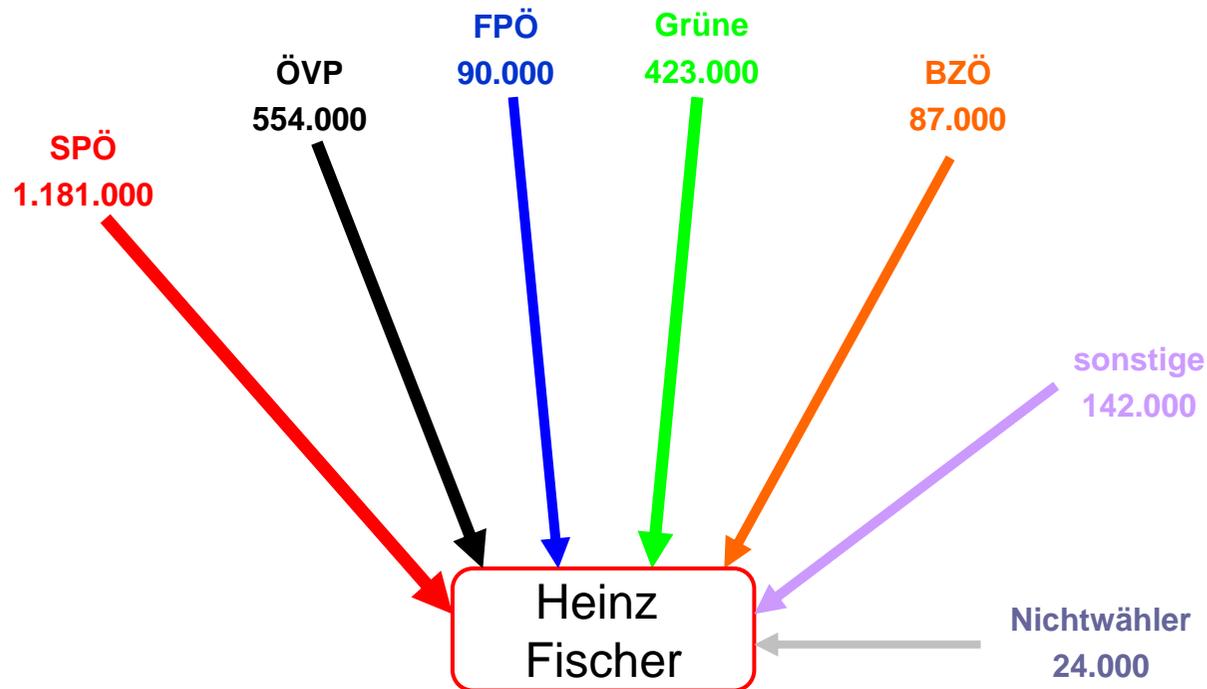
Angaben in Prozent der gültigen Stimmen; vorläufiges Endergebnis inkl. Briefwahl

Methodik Wählerstromanalyse

- Statistische Analyse aus den amtlichen Wahlergebnissen
 - Ergebnisse NRW
 - Ergebnisse BundespräsidentInnenwahl 2010

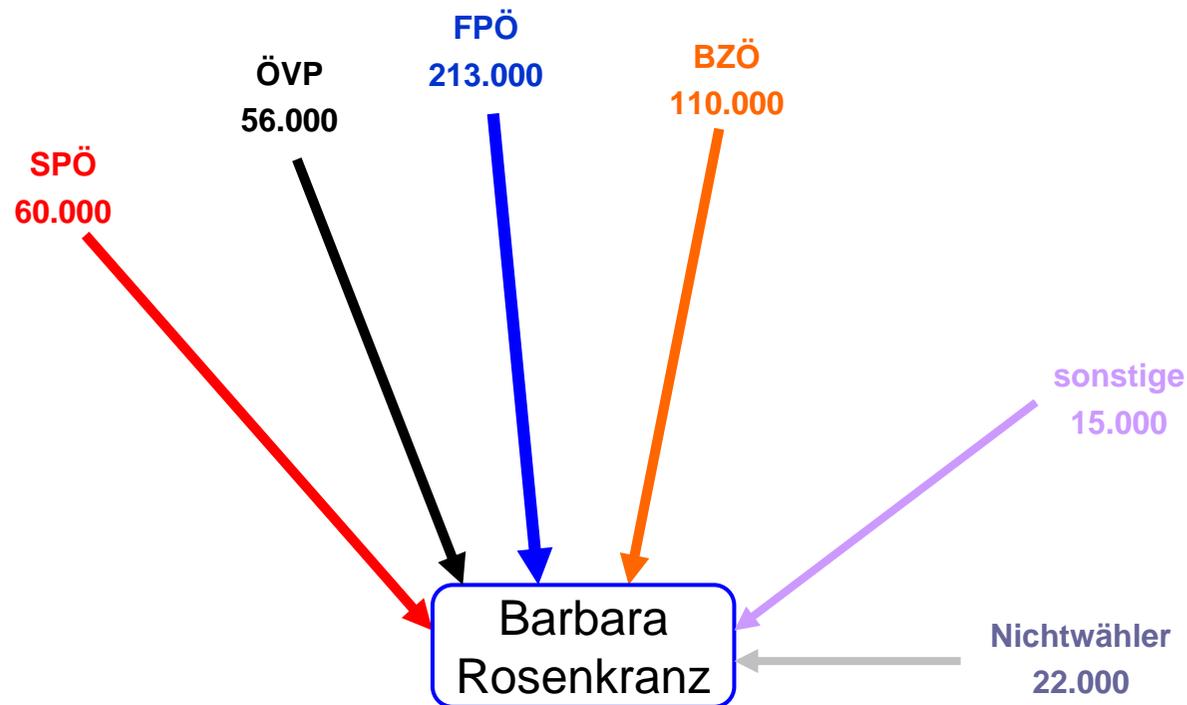
- Schätzung durch die systematische Analyse der Zusammenhänge zwischen Stimmenstärken, Stimmenzuwächsen und Stimmenverlusten
 - Auf Basis der Gemeinden und Wahlsprengele

SORA-Wählerstromanalyse BundespräsidentInnenwahl 2010



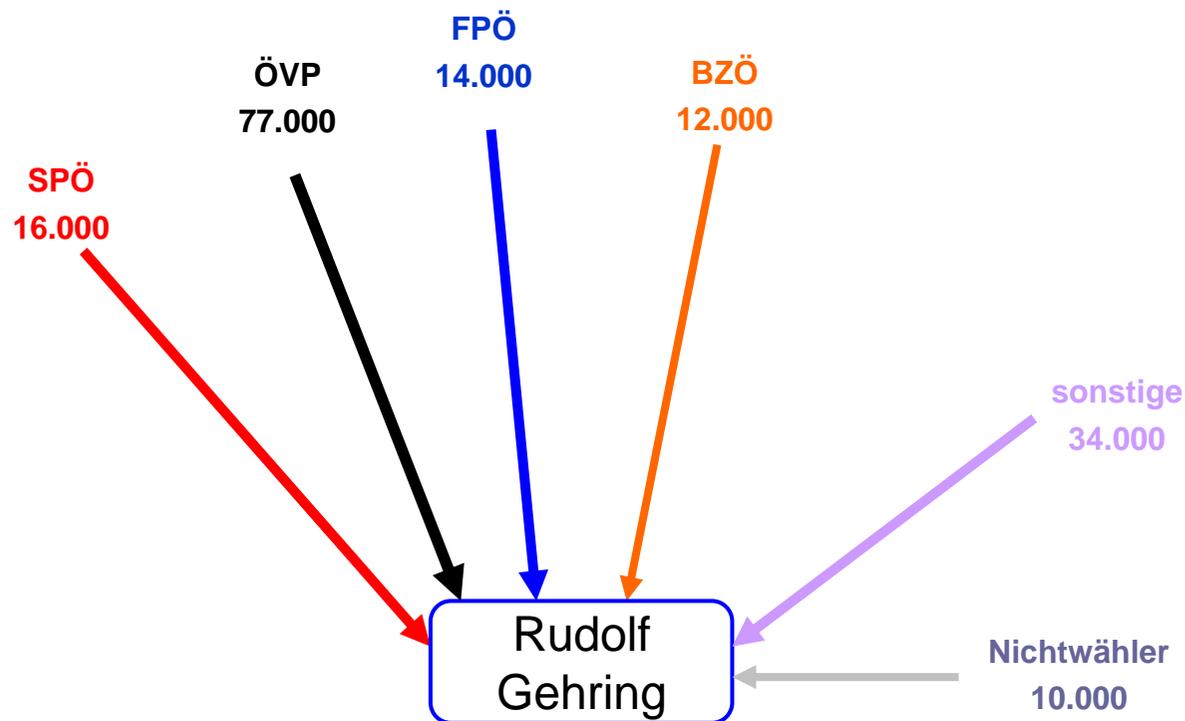
Nur Ströme über 10.000 Stimmen; Quelle: ORF / SORA
Basiert auf dem vorläufigen Ergebnis inkl. Briefwahlprognose

SORA-Wählerstromanalyse BundespräsidentInnenwahl 2010



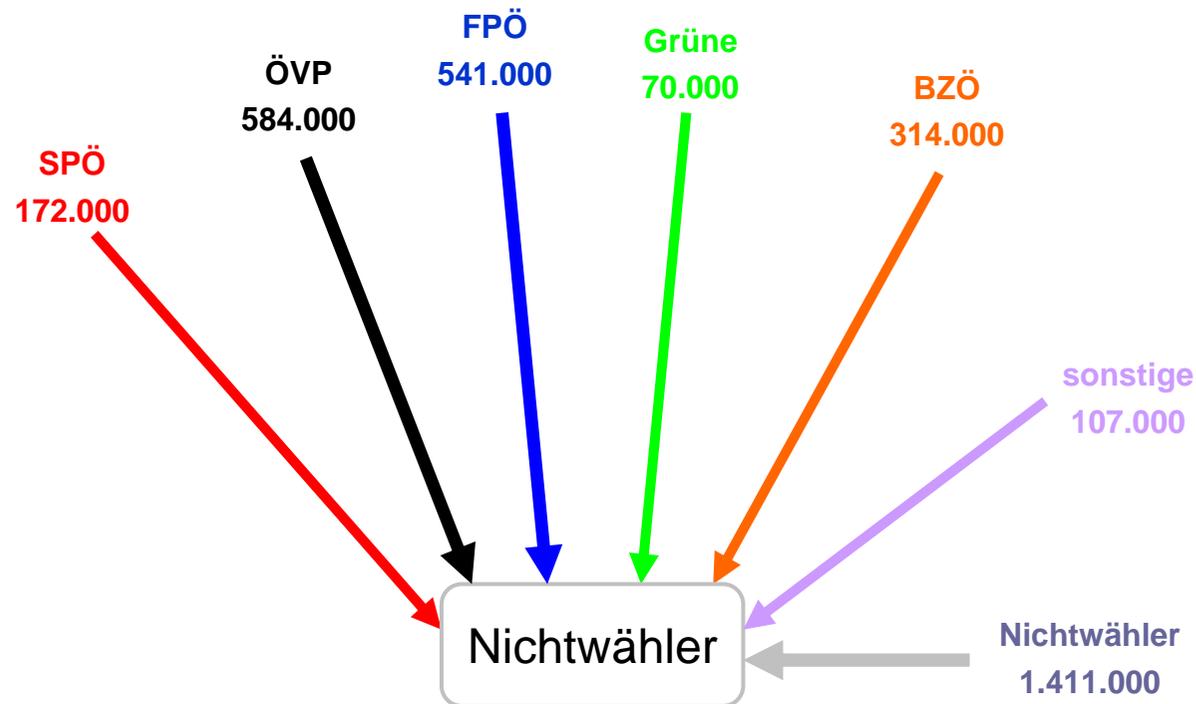
Nur Ströme über 10.000 Stimmen; Quelle: ORF / SORA
Basiert auf dem vorläufigen Ergebnis inkl. Briefwahlprognose

SORA-Wählerstromanalyse BundespräsidentInnenwahl 2010



Nur Ströme über 10.000 Stimmen; Quelle: ORF / SORA
Basiert auf dem vorläufigen Ergebnis inkl. Briefwahlprognose

SORA-Wählerstromanalyse BundespräsidentInnenwahl 2010



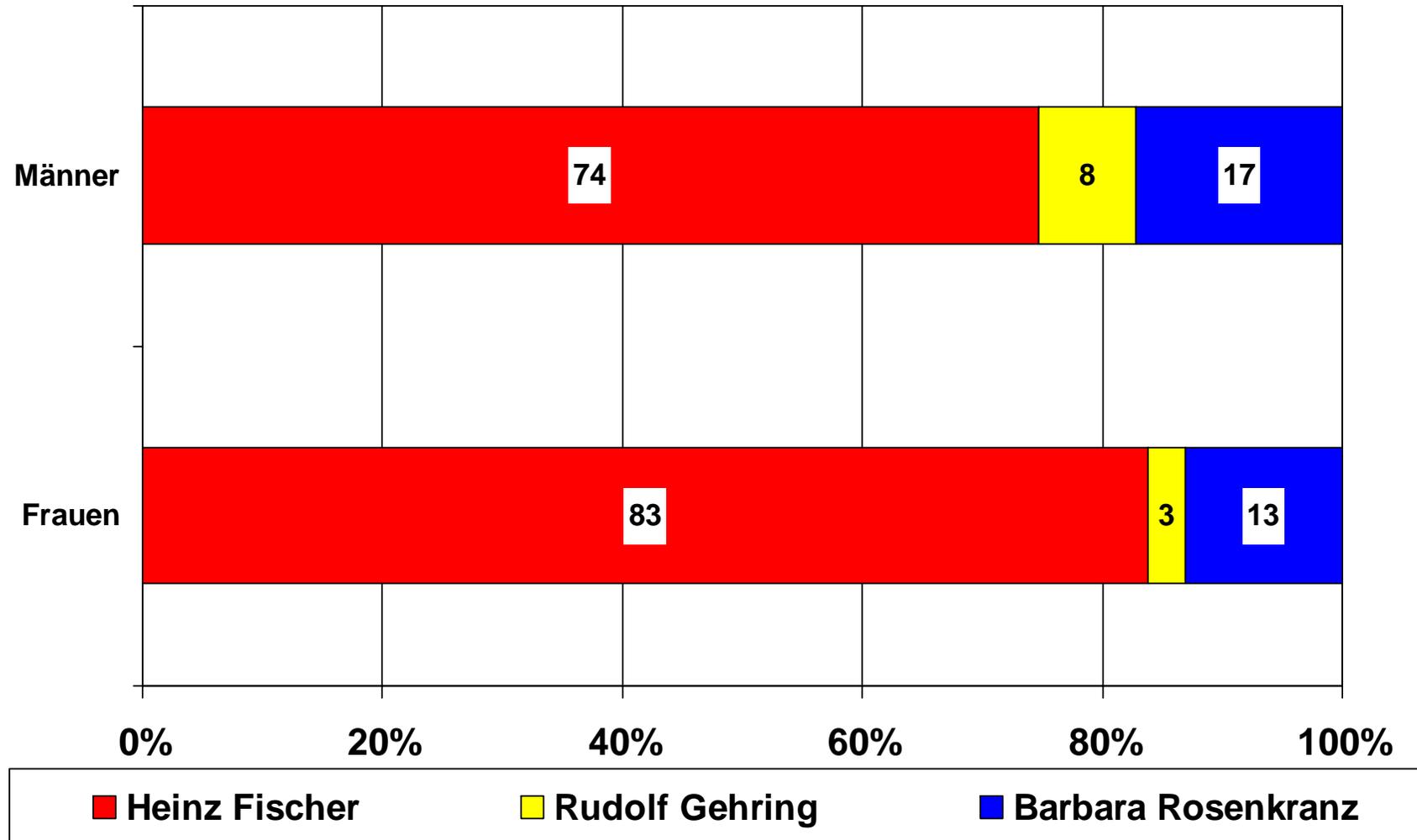
Nur Ströme über 10.000 Stimmen; Quelle: ORF / SORA
Basiert auf dem vorläufigen Ergebnis inkl. Briefwahlprognose

Daten zur Wahltagsbefragung

- Projektgemeinschaft:
 - ISA Institut für Strategieanalysen
 - SORA Institute für Social Research and Analysis
- Auftraggeber: ORF
- Stichprobe: n= 1.246
- Grundgesamtheit: Wahlberechtigte zur BundespräsidentInnenwahl 2010
- Art der Erhebung: telefonische Interviews
- Befragungszeitraum
 - 22. bis 25. April 2010
- Durchführung der Interviews: Institut für Panel Research (IPR)

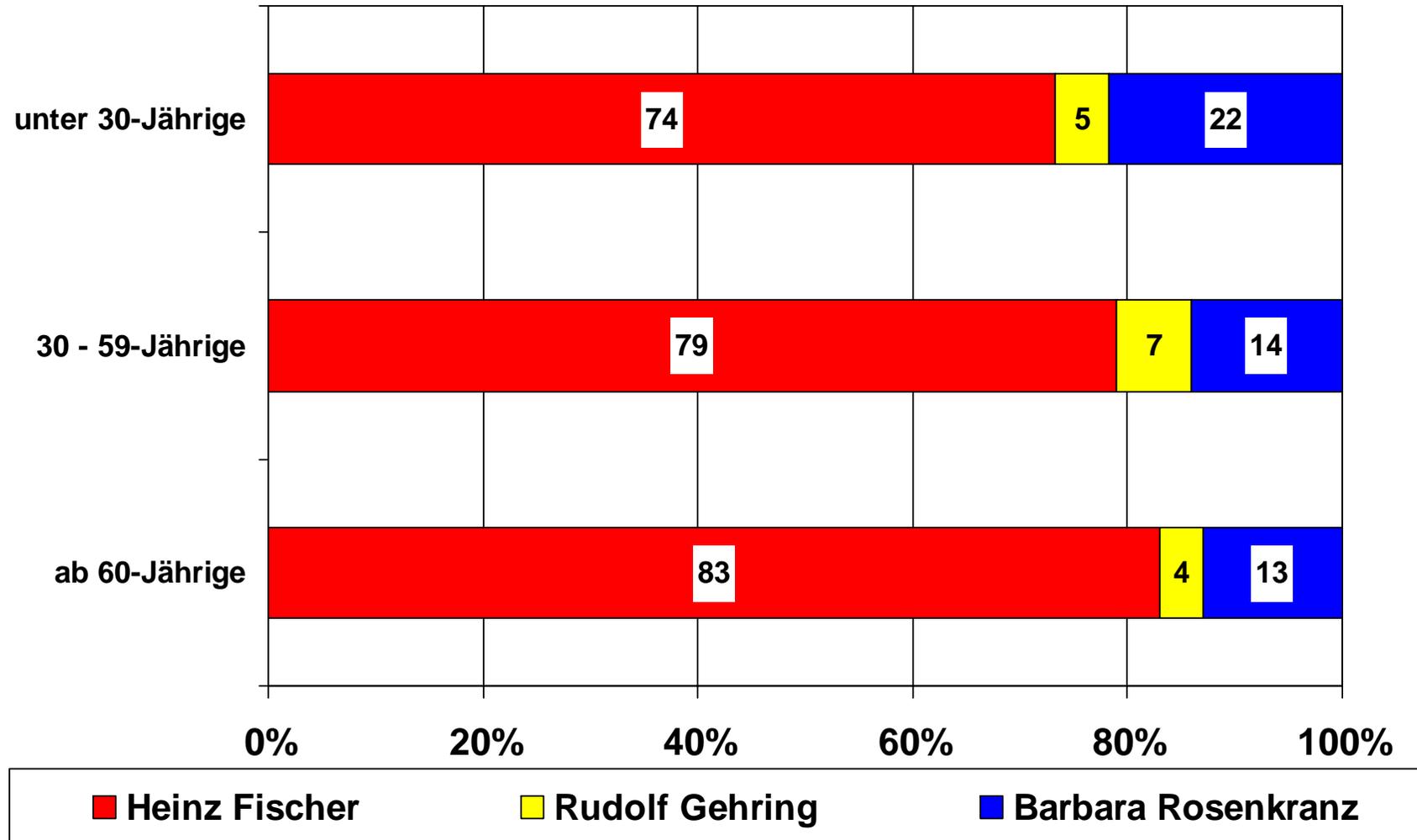
- Die Wahltagsbefragung reproduziert das Wahlergebnis nicht exakt, aber innerhalb der Schwankungsbreiten von +/- 2,8%! Für die Interpretation wichtig sind die Unterschiede zwischen den Gruppen, nicht so sehr die absoluten Zahlen einer Partei!

Wahlverhalten nach Geschlecht



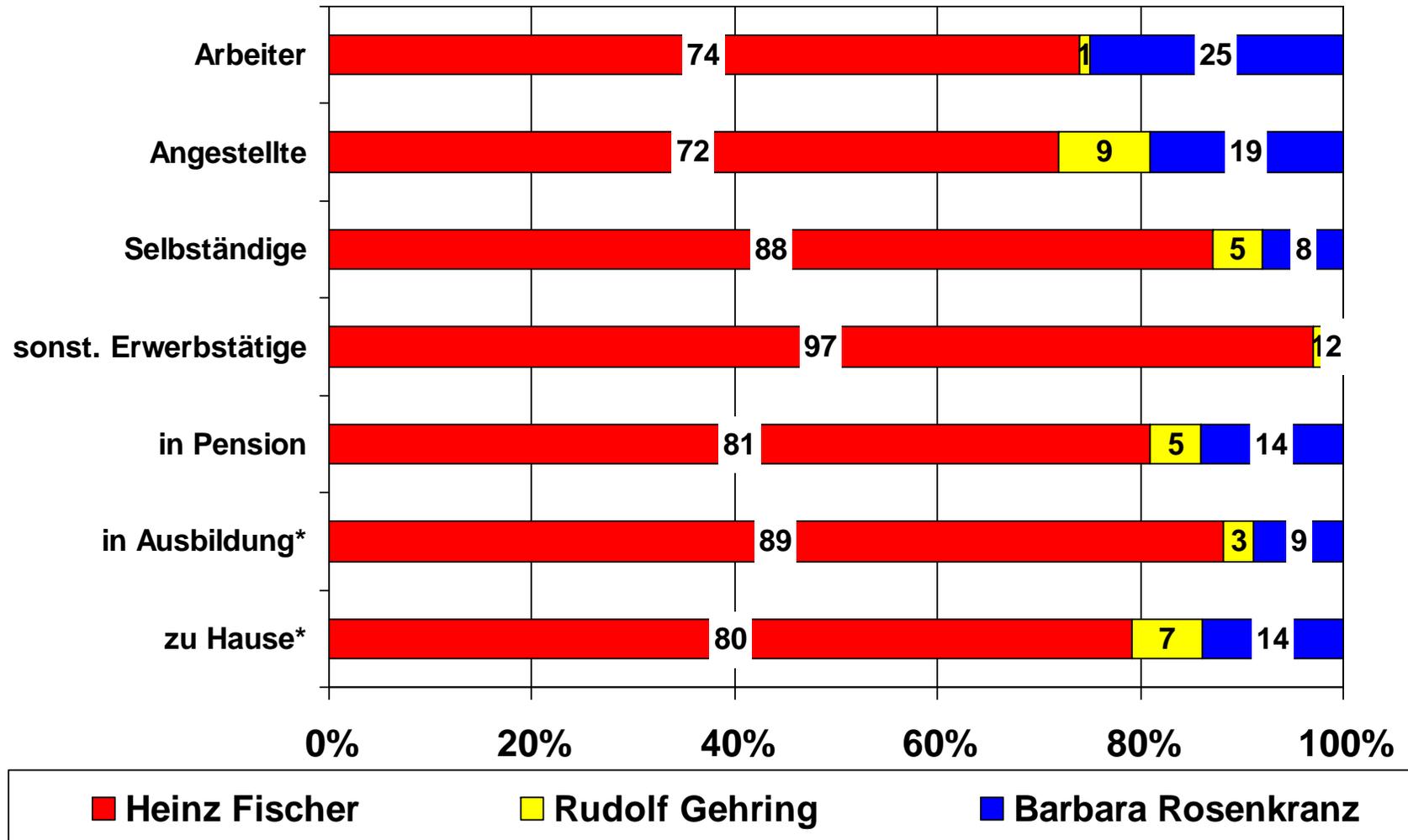
in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

Wahlverhalten nach Alter



in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

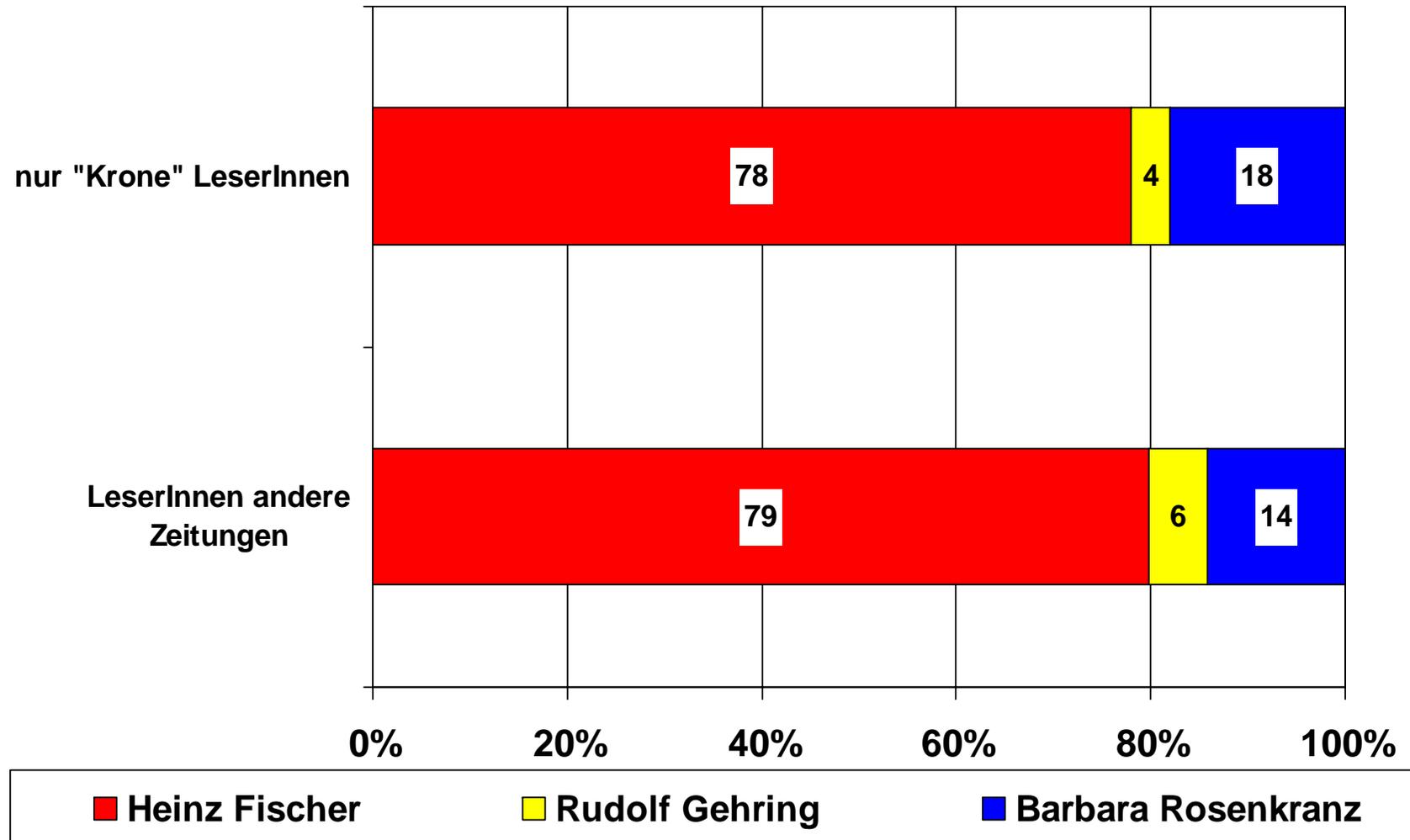
Wahlverhalten nach Erwerbsgruppen



in Prozent aller Deklariererten, Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

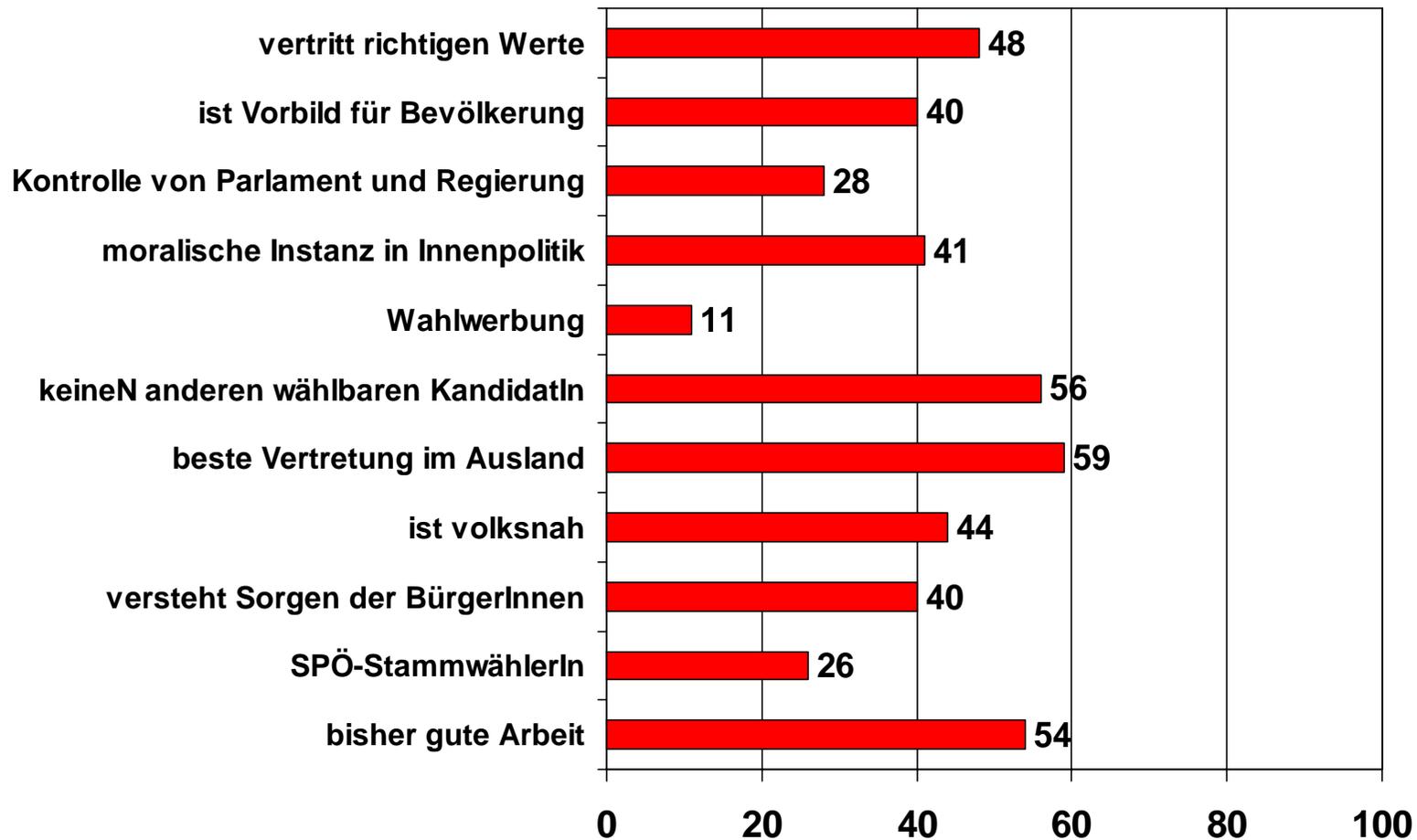
* Kleine Fallzahl < 100, große Schwankungsbreite

Wahlverhalten nach „Krone“-LeserInnen



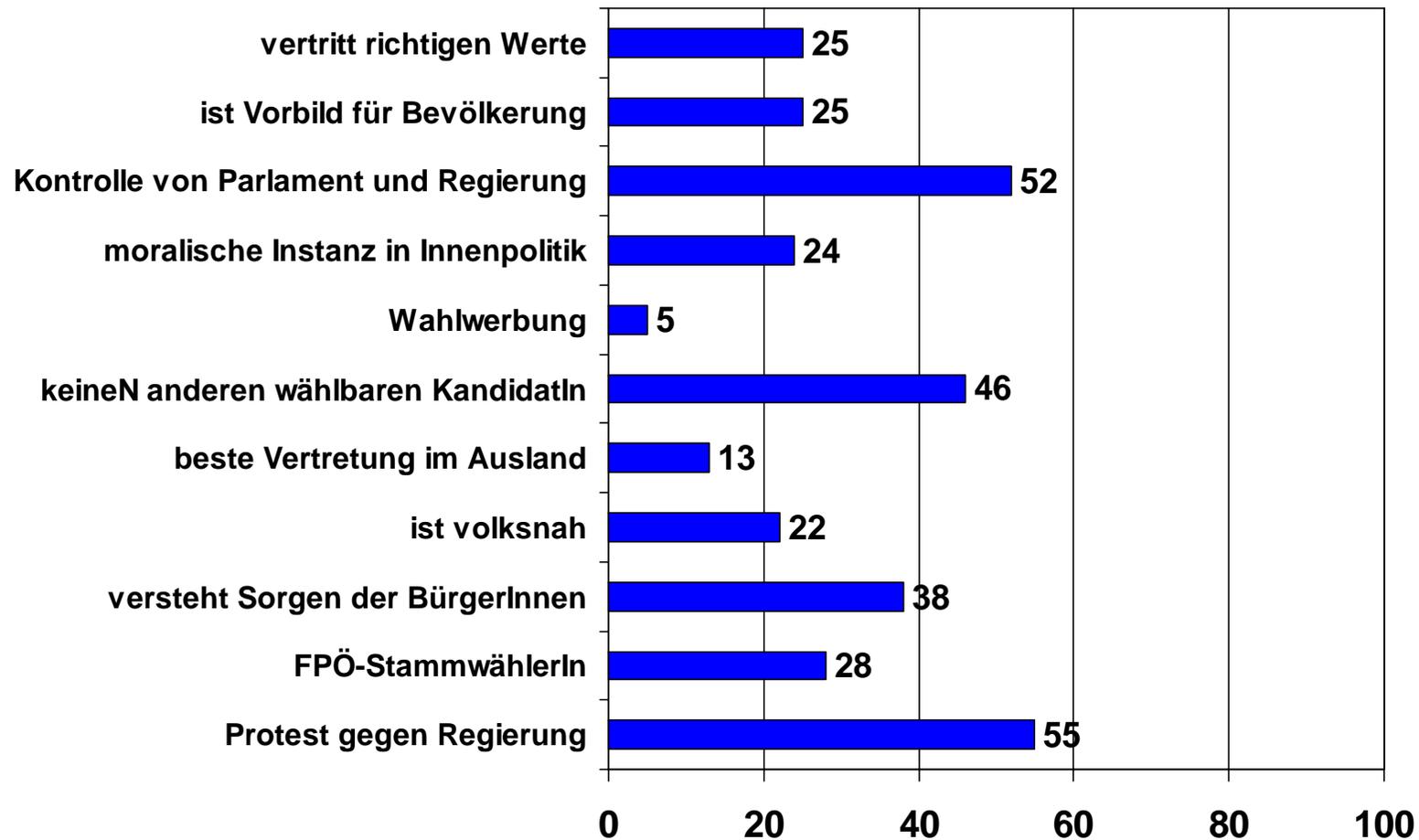
in Prozent aller Deklariererten, Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF
 * Kleine Fallzahl < 100, große Schwankungsbreite

Wahlmotive Heinz Fischer



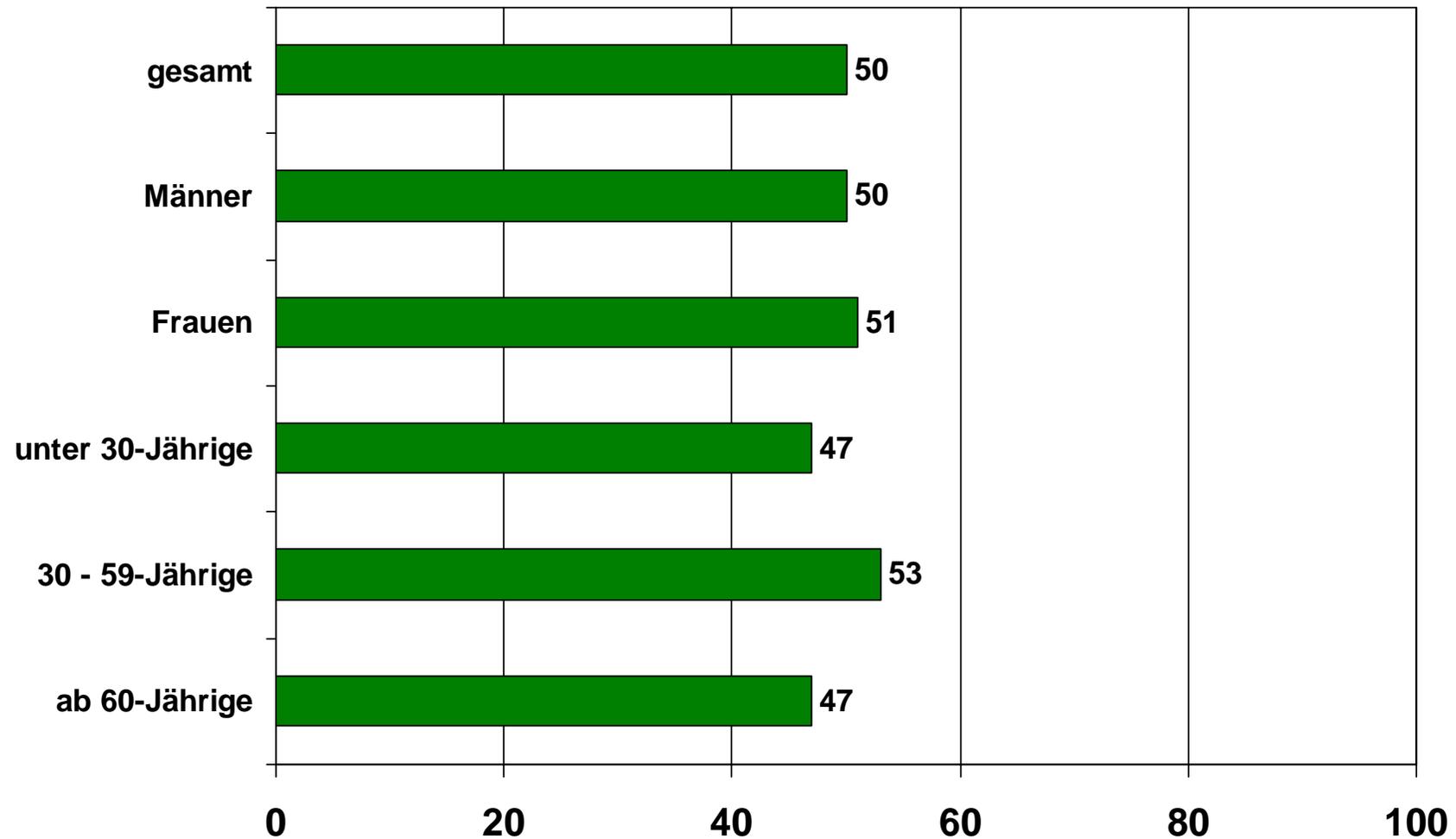
in Prozent der Fischer-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

Wahlmotive Barbara Rosenkranz



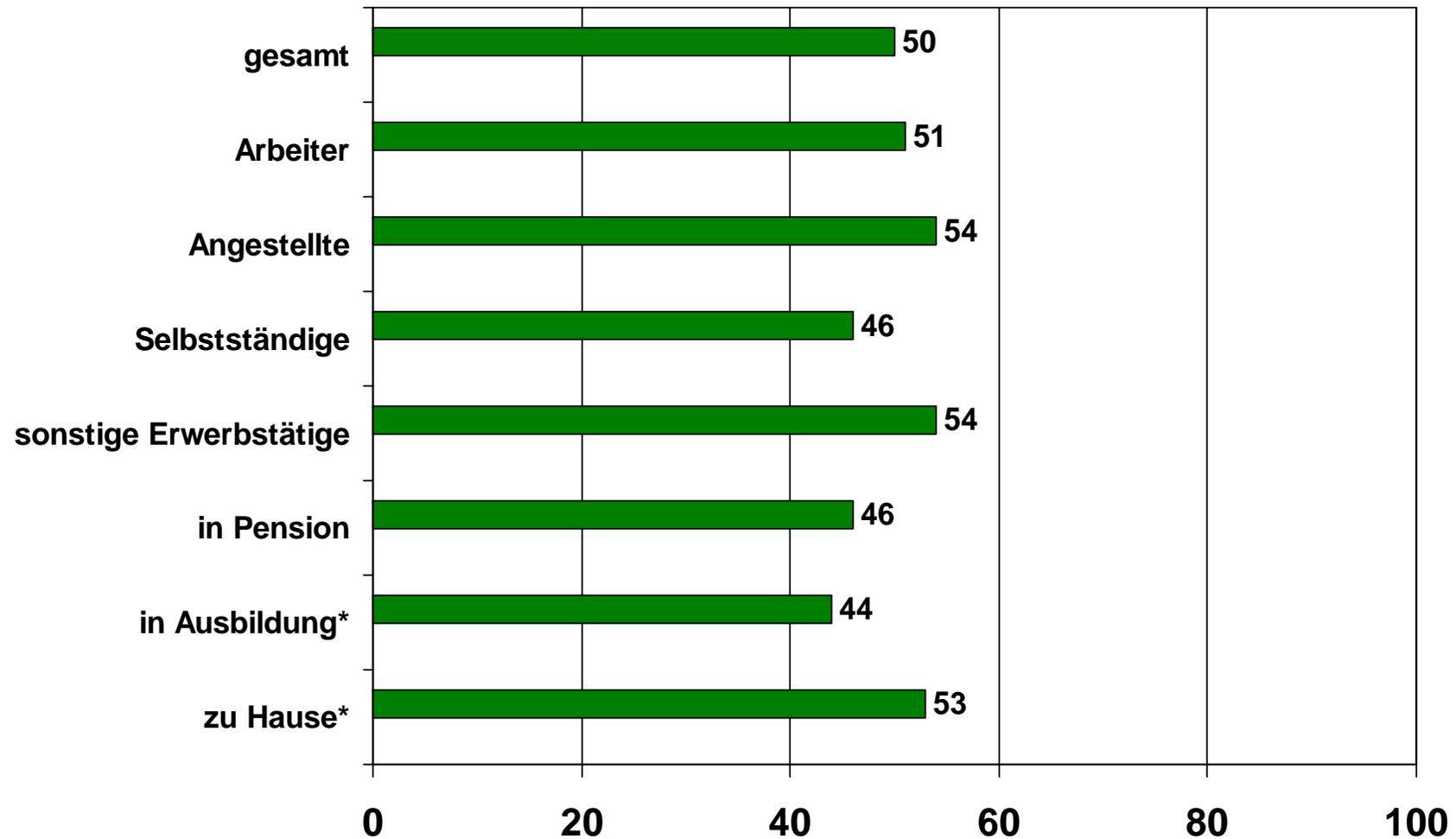
in Prozent der Rosenkranz-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

Wahlbeteiligung nach Gruppen



in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

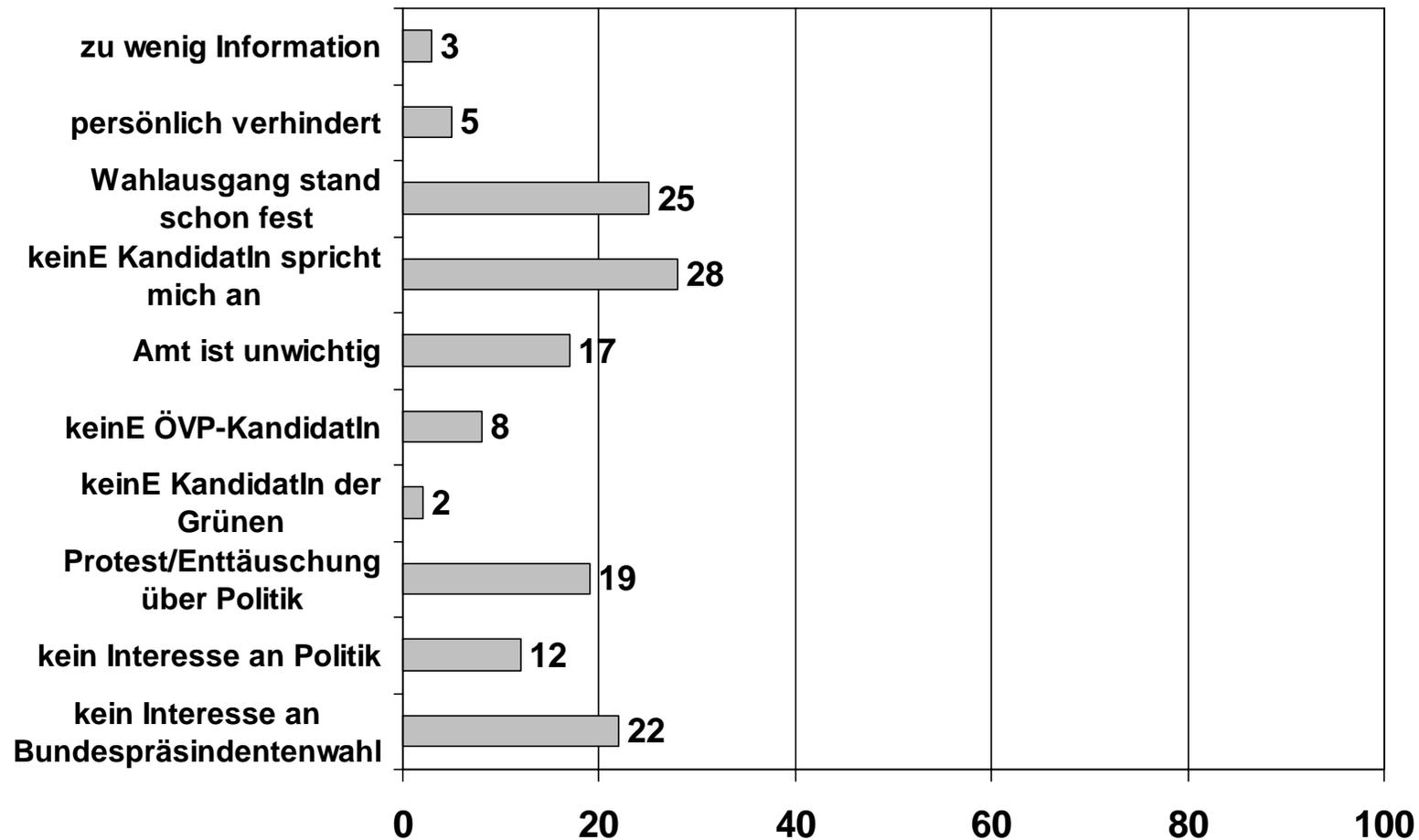
Wahlbeteiligung nach Gruppen



in Prozent aller Deklariereten, Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

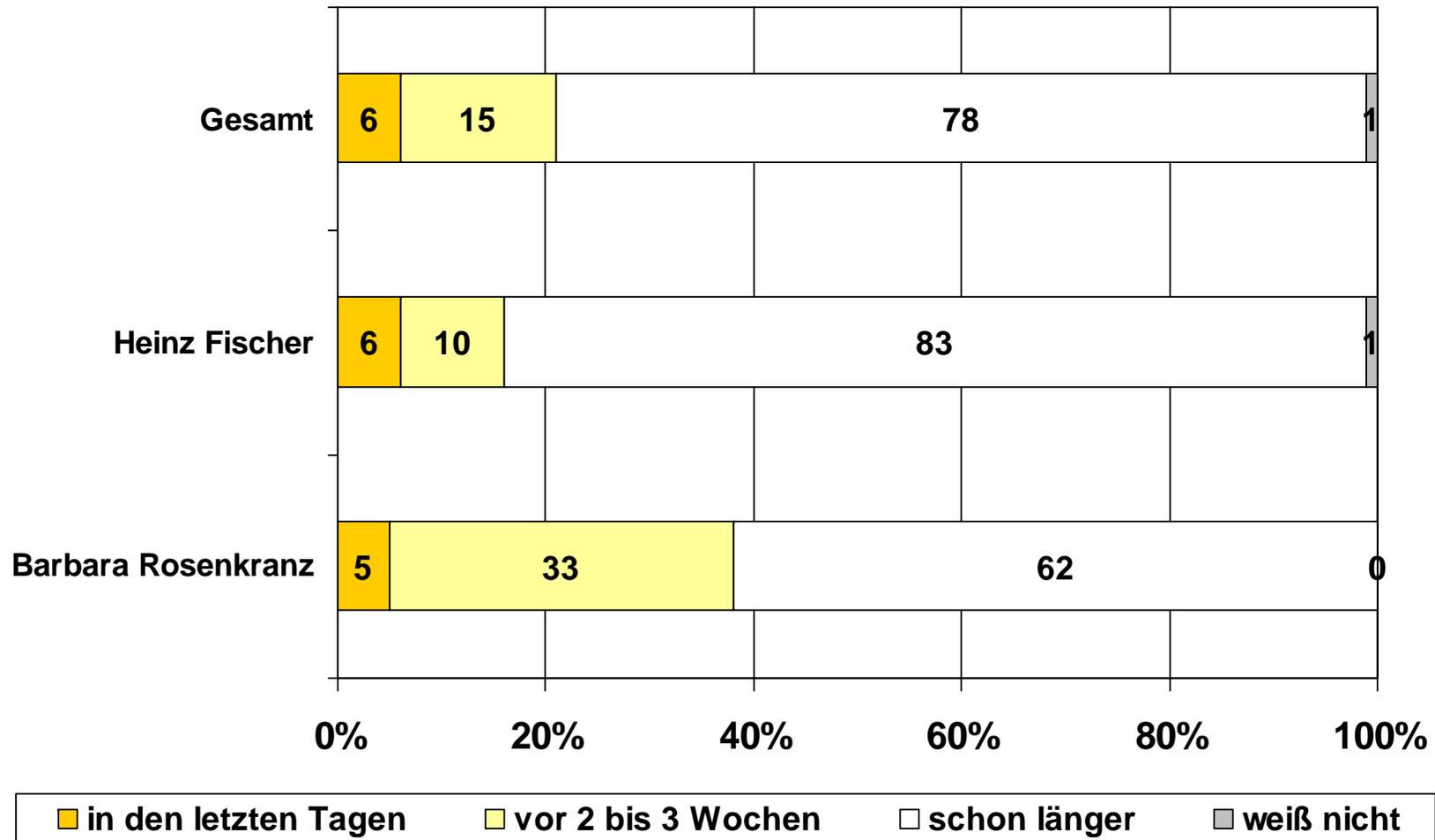
* Kleine Fallzahl < 100, große Schwankungsbreite

Nichtwahlmotive



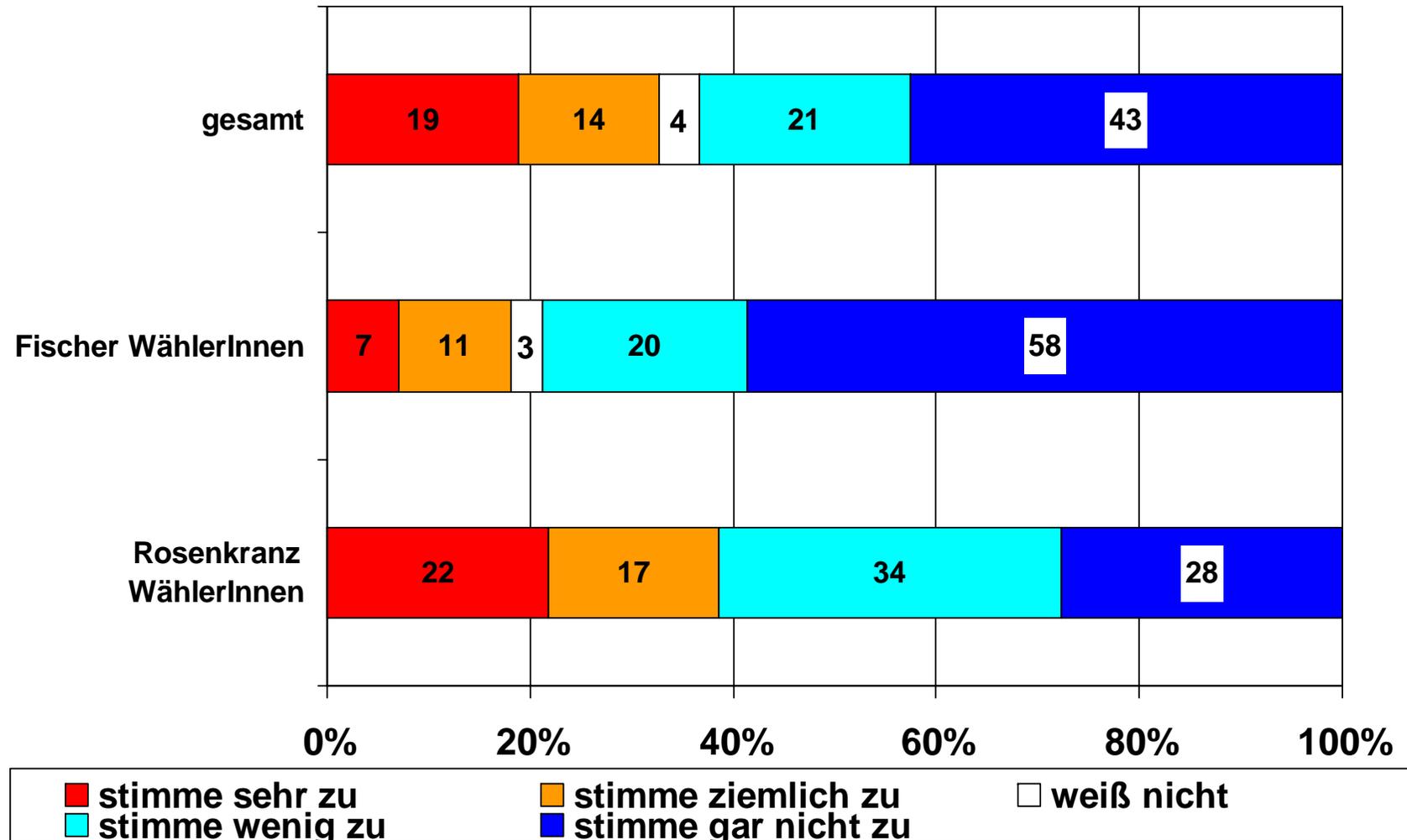
in Prozent der NichtwählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

Zeitpunkt der Wahlentscheidung nach KandidatIn



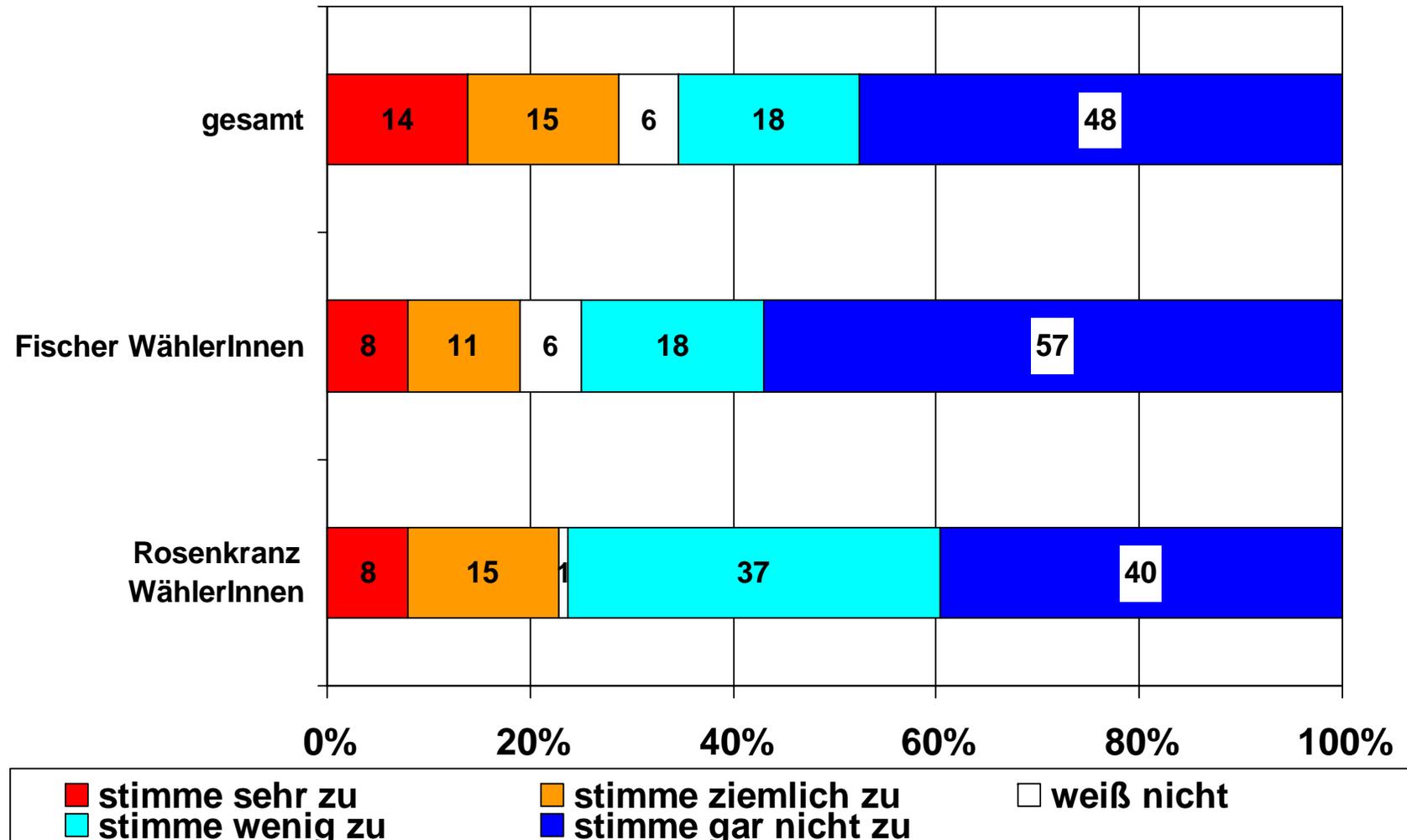
in Prozent der jeweiligen KandidatInnen-WählerInnen. Fallzahl bei Rudolf Gehring zu gering.
Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

BundespräsidentIn soll abgeschafft werden



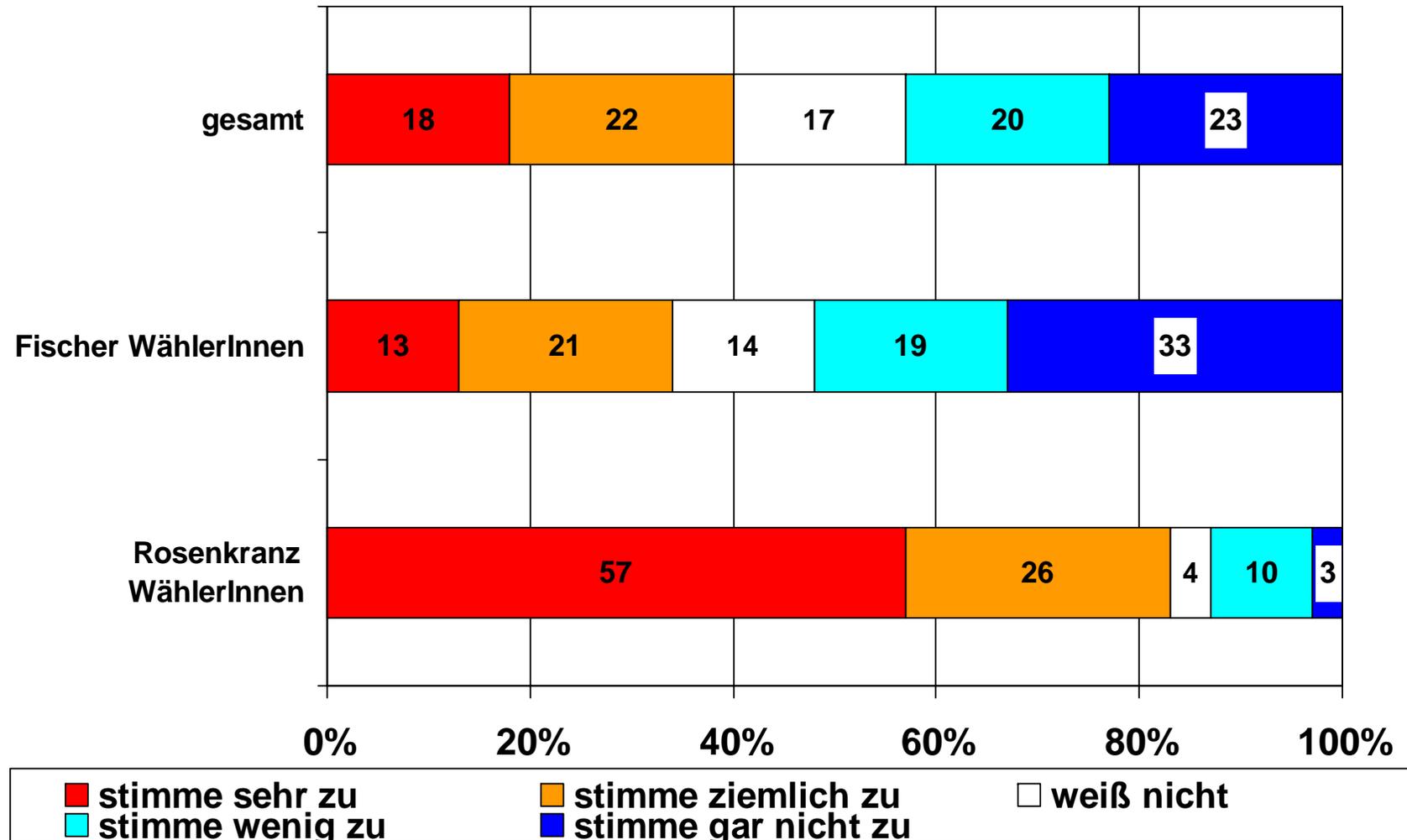
in Prozent der jeweiligen KandidatInnen-WählerInnen, Fallzahl bei Rudolf Gehring zu gering.
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

BundespräsidentInnen-Wahl durch Parlament



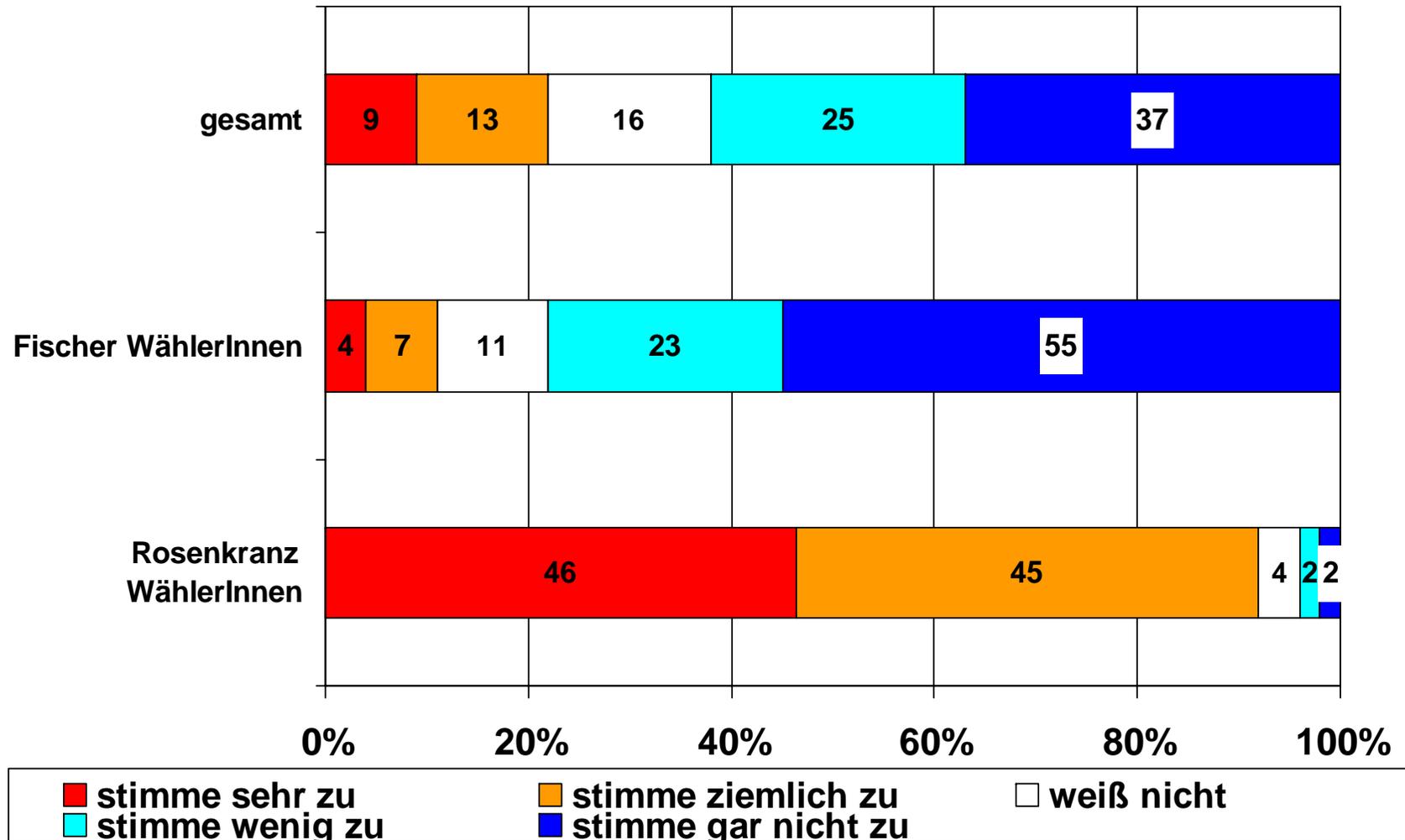
in Prozent der jeweiligen KandidatInnen-WählerInnen, Fallzahl bei Rudolf Gehring zu gering.
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

Diskussion um Verbotsgesetz war übertrieben



in Prozent der jeweiligen KandidatInnen-WählerInnen, Fallzahl bei Rudolf Gehring zu gering.
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

Distanzierung von Rosenkranz zum Nationalsozialismus war glaubwürdig



in Prozent der jeweiligen KandidatInnen-WählerInnen, Fallzahl bei Rudolf Gehring zu gering.
 Wahltagsbefragung BundespräsidentInnenwahl im Auftrag des ORF

SORA Institute for Social Research and Analysis

- Eines der führenden privaten sozialwissenschaftlichen Institute in Österreich
- Mehr als 70 nationale und internationale Forschungsprojekte im Jahr
- Gegründet 1996 von Christoph Hofinger und Günther Ogris
- Beschäftigt ExpertInnen der Forschungsbereiche Politikwissenschaft, Soziologie, Psychologie, Statistik, Kommunikationswissenschaft, Ökonomie und Germanistik
- SORA ist Mitglied im Verband der Meinungsforscher Österreichs (VMO) sowie in der European Association of Political Consultants (EAPC)

SORA Institute for Social Research and Analysis

Inhaltliche Schwerpunkte

- Wahlverhalten
- Politische Kultur
- Arbeitsmarkt & Erwerbstätigkeit
- Wohnen & Lebensqualität
- Jugendliche & junge Erwachsene
- Migration & Integration
- Organisationen & Stakeholder

Methoden

- Qualitative Interviews und Fokusgruppen
- Standardisierte Befragungen (telefonisch, mündlich, schriftlich, online)
- Multivariate Modellierungen
- Segmentierungen und Netzwerkanalysen
- Aggregatdaten-Analysen und Multilevel-Analysen
- Evaluation und Medienresonanzanalysen

ISA Institut für Strategieanalysen (ISA)

- Gegründet 2007 von Peter Filzmaier, Dietmar Ecker und Wolfgang Rosam
- Studien und Strategieberatung auf sozialwissenschaftlicher Datenbasis
- Fokussiert auf public goods (Politik, Medien, Gesundheit, Umwelt, Energie, Bildung, Soziales usw.) als Themen der öffentlichen Kommunikation
- Zielgruppe: Medien- und Wirtschaftsunternehmen, öffentlicher Sektor, NGO`s

ISA Institut für Strategieanalysen (ISA)

- Leistungen
 - Studien zu unternehmensrelevanten gesellschaftlichen Entwicklungen
 - Wirtschaftsrelevante framework-Analysen über politische Zusammenhänge auf unterschiedliche Ebenen
 - Politische Partizipations- und Wahlforschung
 - Media-Analysen zum öffentlichen Informationsverhalten sowie der öffentlichen bzw. veröffentlichten Meinung
 - Studien zu Unternehmens-, Branchen- und Produktimages zur Positionierung im öffentlichen Meinungsbild