

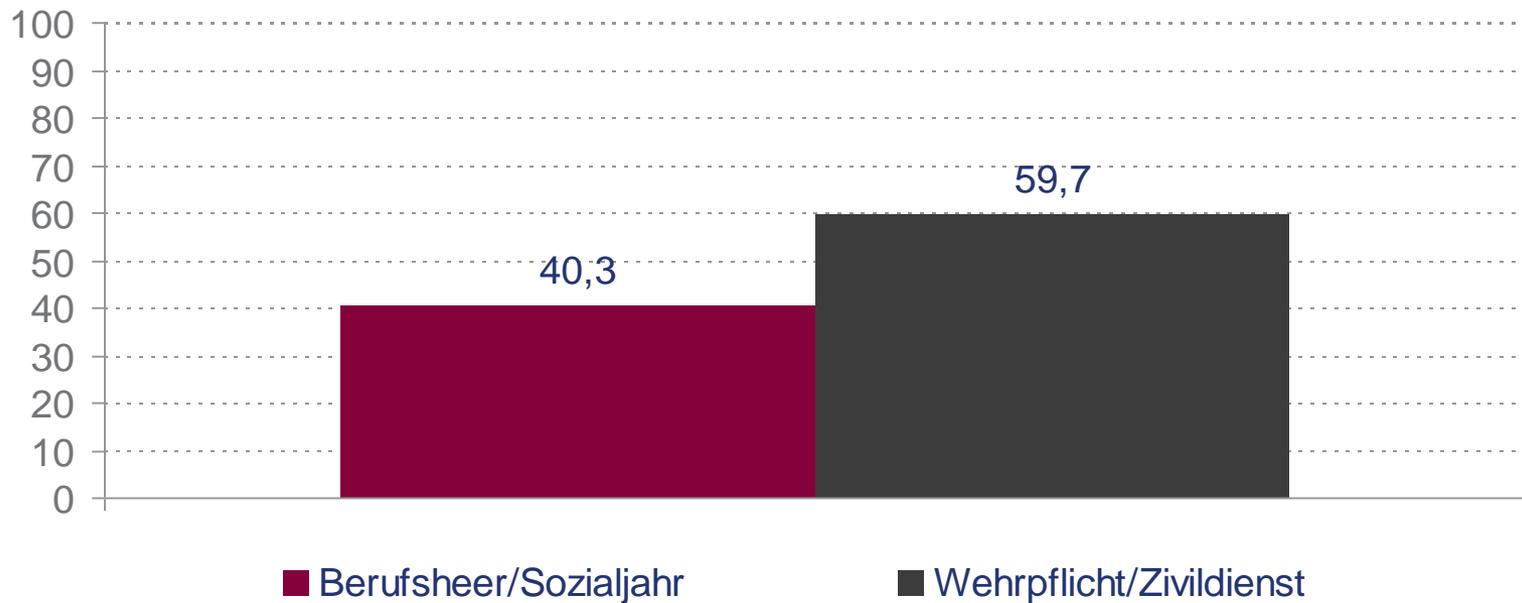
# Erhebung Volksbefragung zur Wehrpflicht 2013

Flooh Perlot  
Martina Zandonella  
Jänner 2013

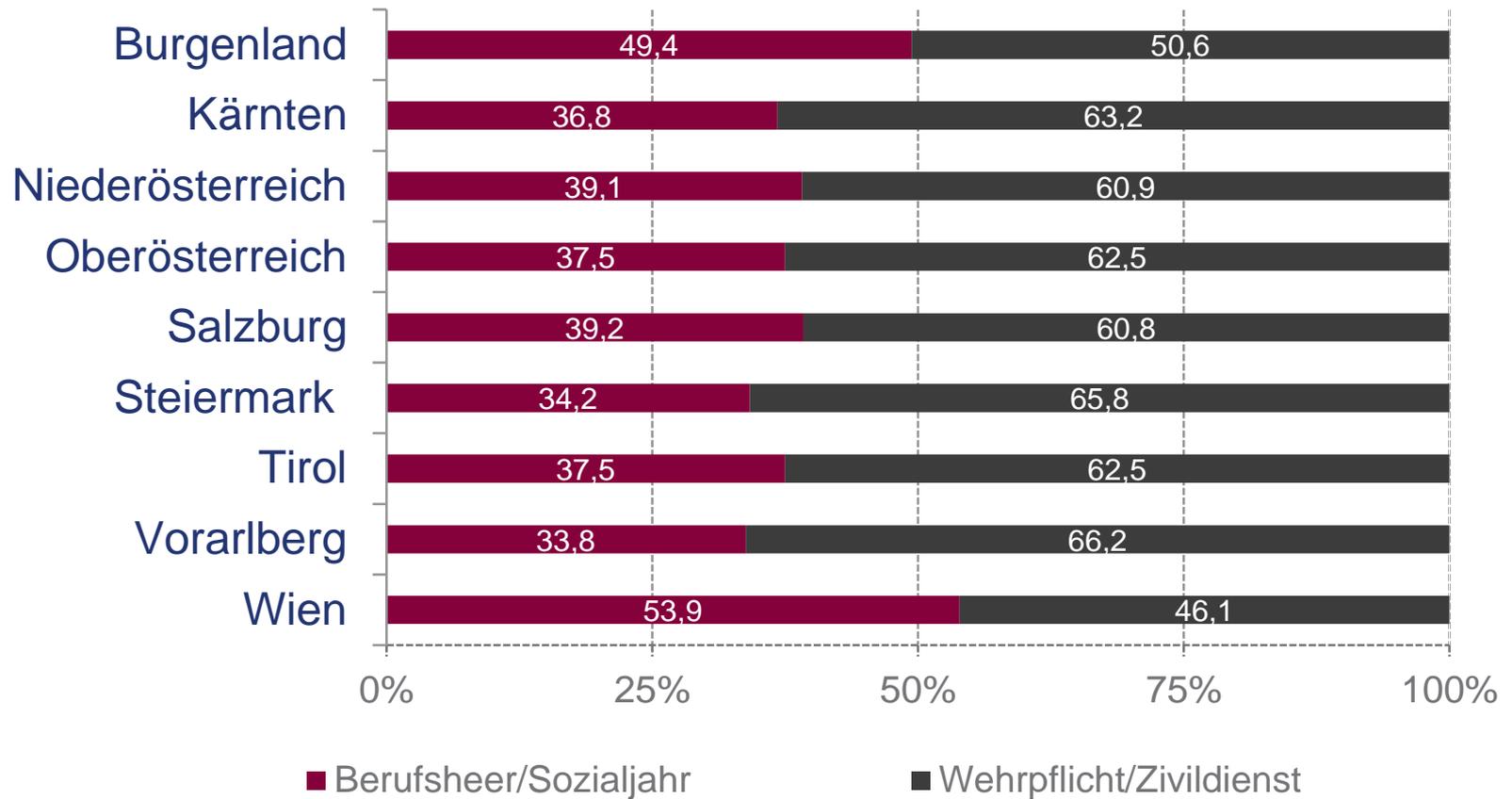
# Endergebnis

---

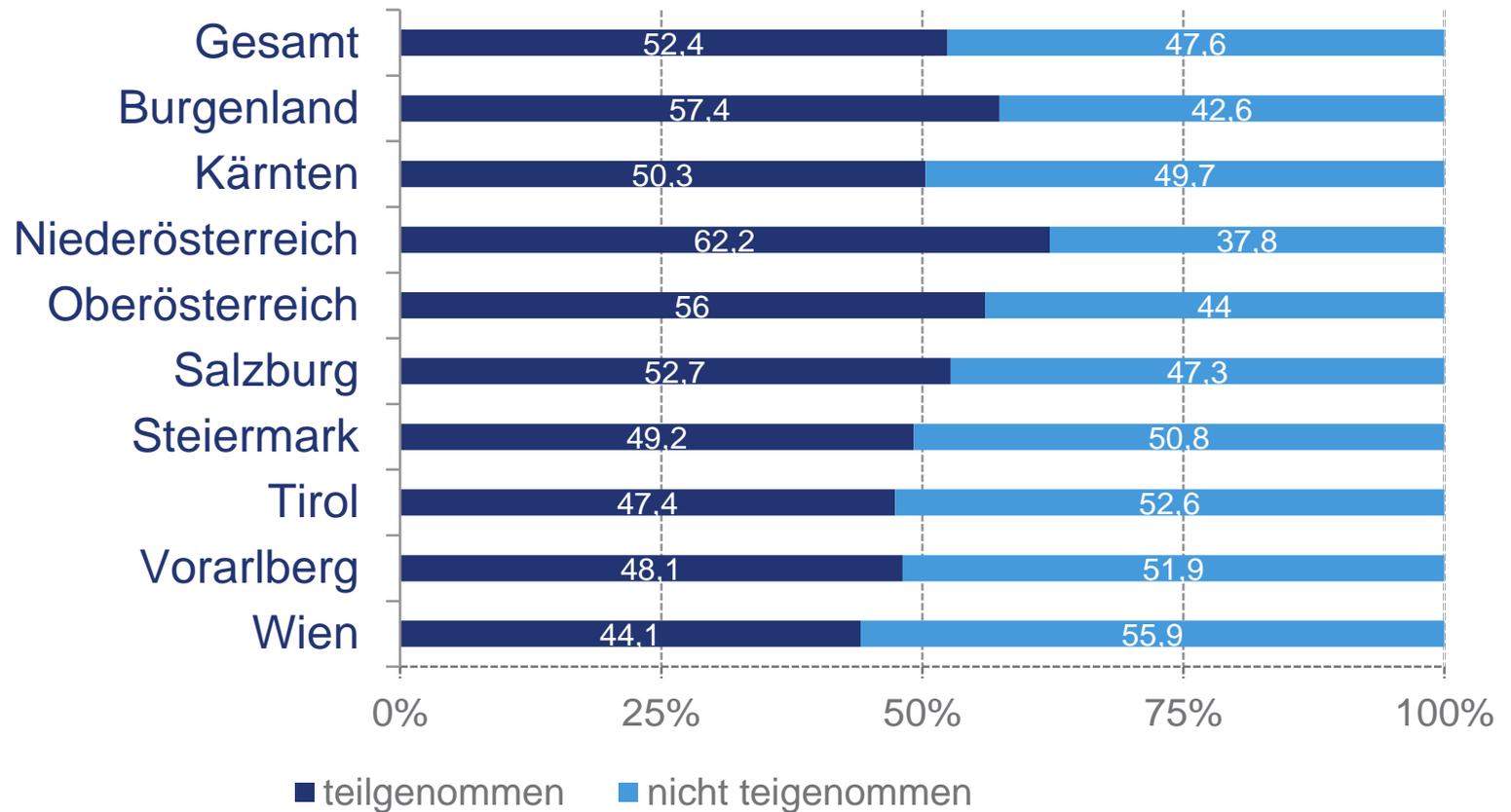
Beteiligung: 52,4%



# Ergebnisse der Bundesländer

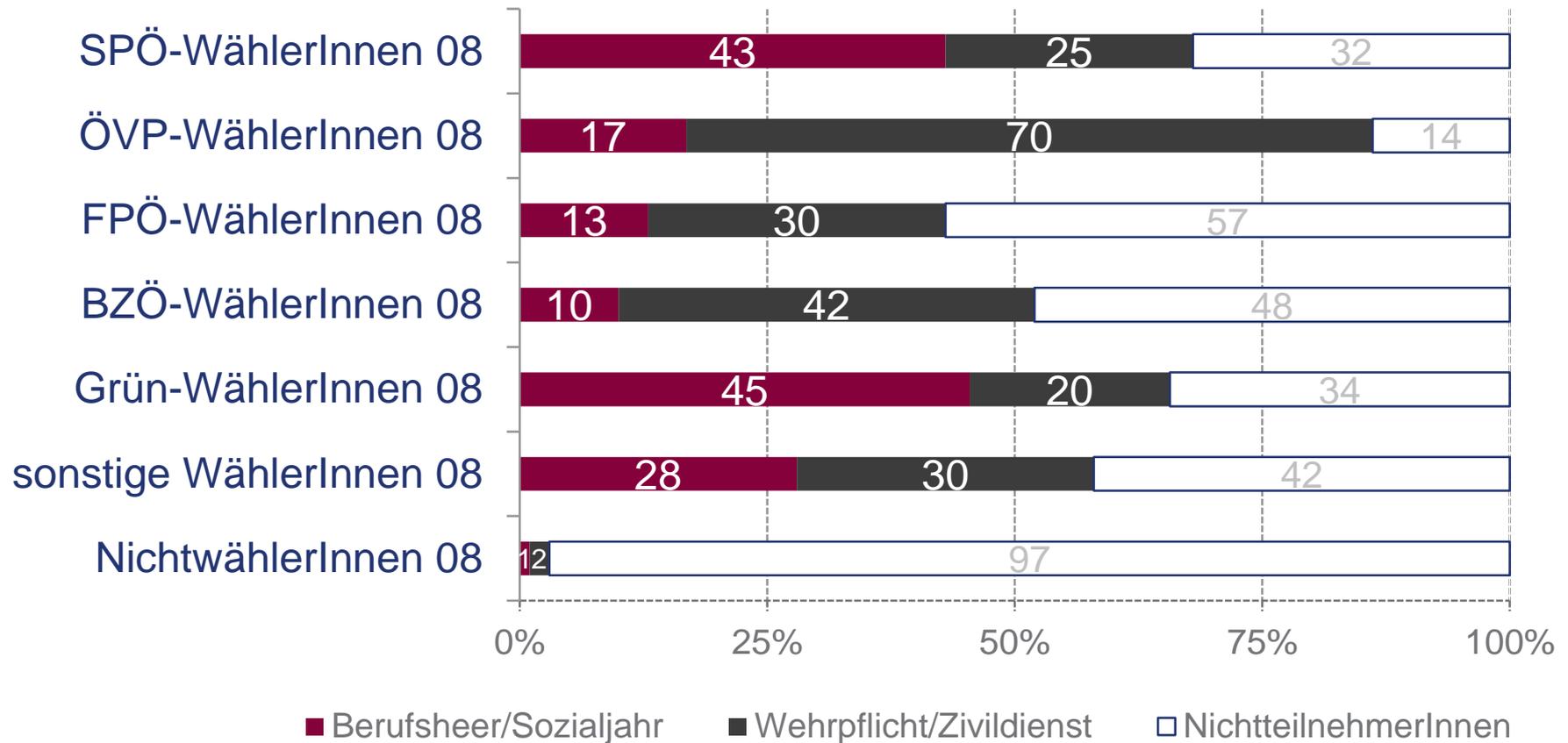


# Beteiligung



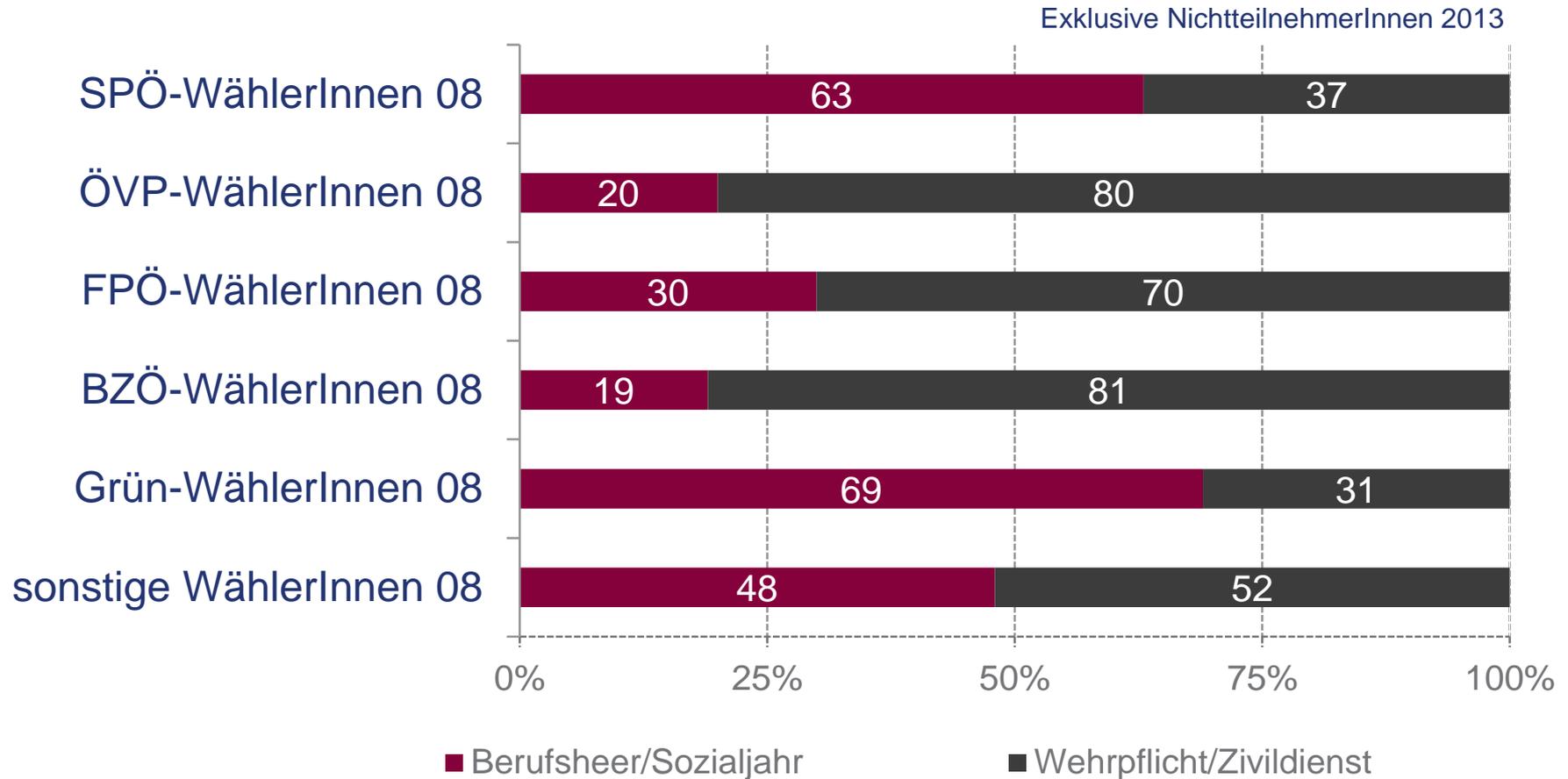
# SORA Wählerstromanalyse

## Nationalratswahl 2008 => Volksbefragung



# SORA Wählerstromanalyse

## Nationalratswahl 2008 => Volksbefragung



# Daten zur Erhebung

---

Projektgemeinschaft:

- ISA Institut für Strategieberatungen
- SORA Institute für Social Research and Consulting

Auftraggeber: ORF

Stichprobe: n= 1.028

Grundgesamtheit: Wahlberechtigte in Österreich

Art der Erhebung: telefonische Interviews

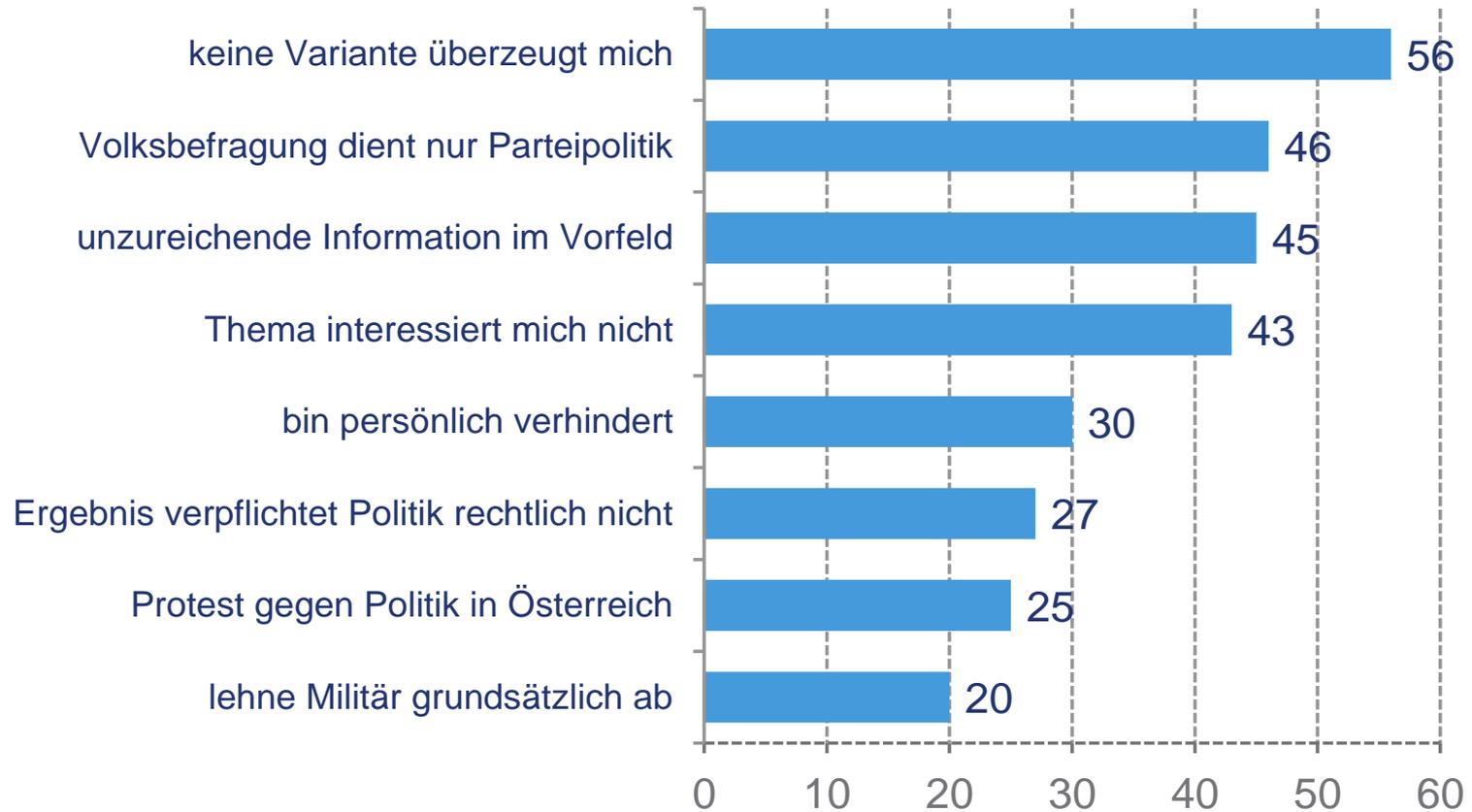
Befragungszeitraum

- 17. bis 20. Jänner 2013

Durchführung der Interviews: IPR

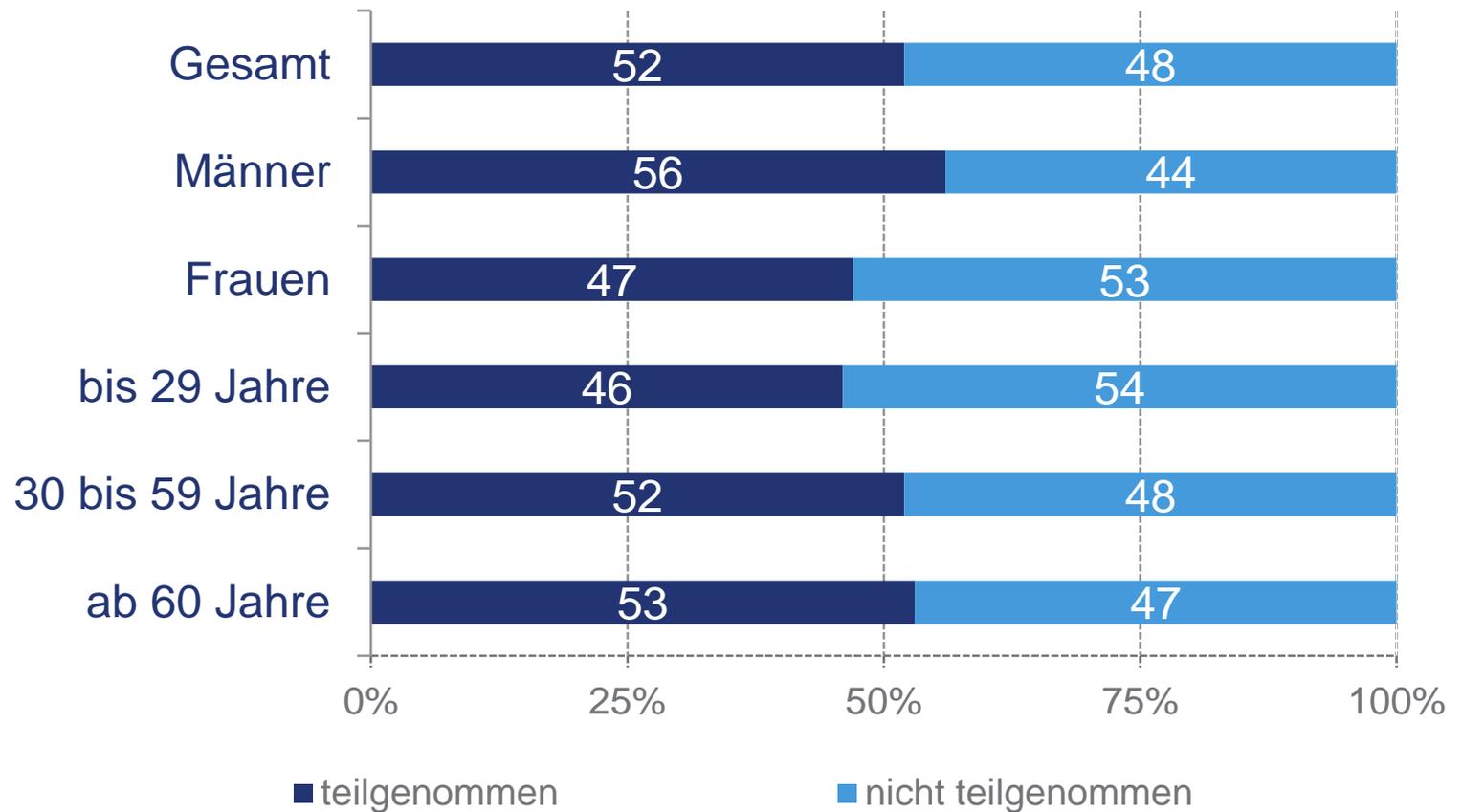
# Motive der NichtteilnehmerInnen

In Prozent der NichtteilnehmerInnen „trifft sehr zu“+„trifft eher zu“,  
Mehrfachnennung möglich



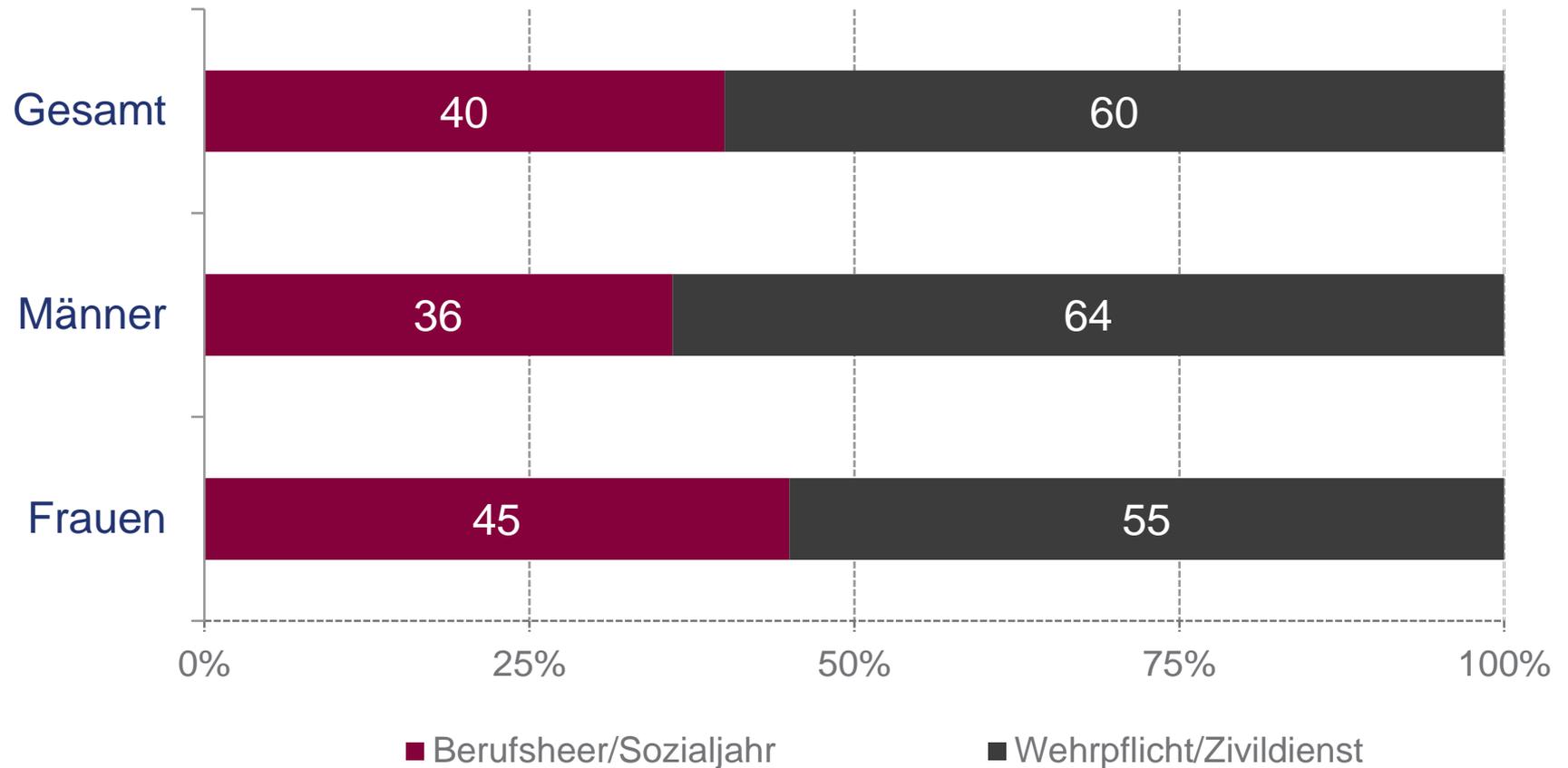
# Beteiligung nach Alter und Geschlecht

In Prozent aller Deklarierenden, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



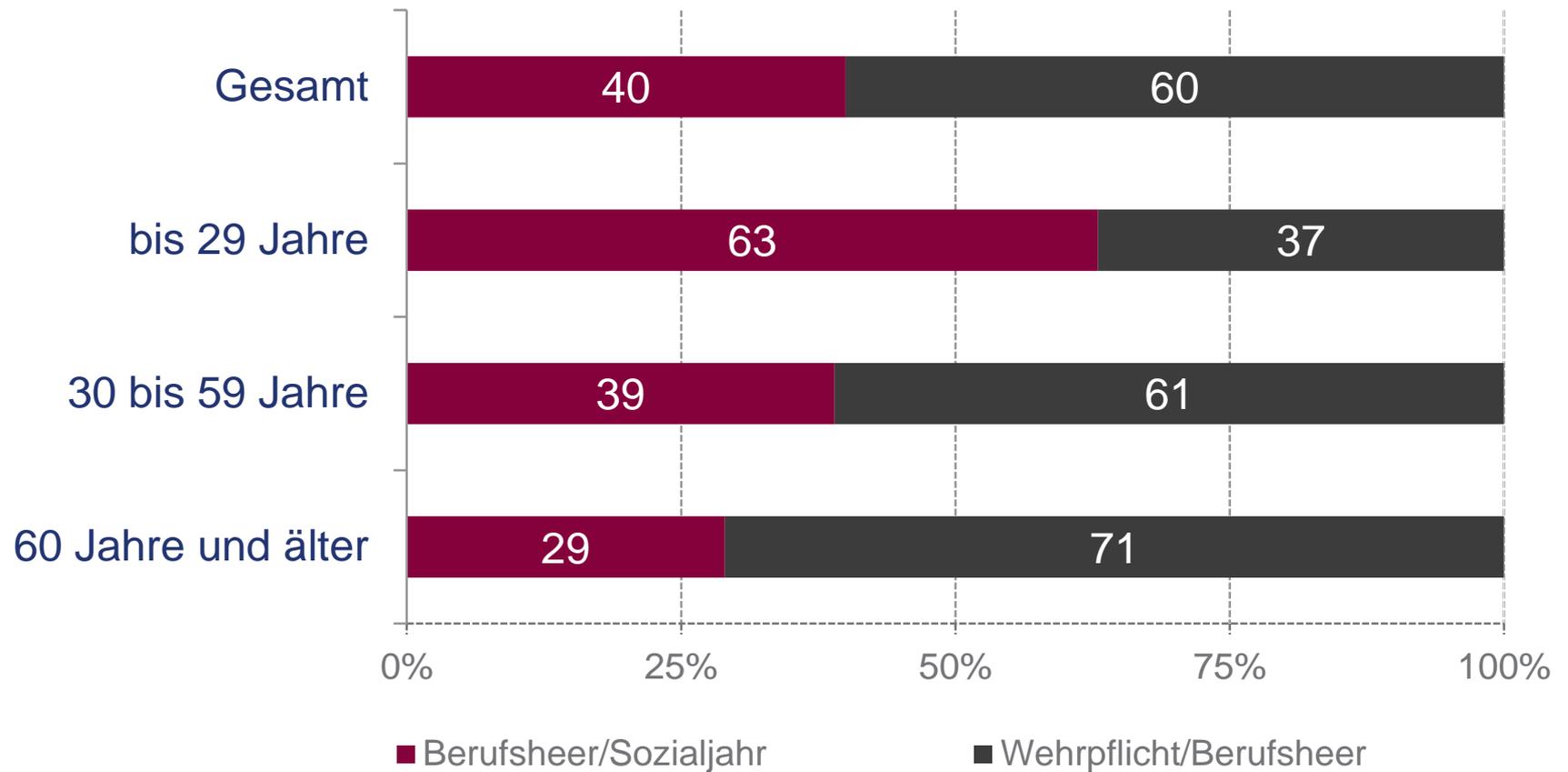
# Wahl nach Geschlecht

In Prozent aller Deklarierenden, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



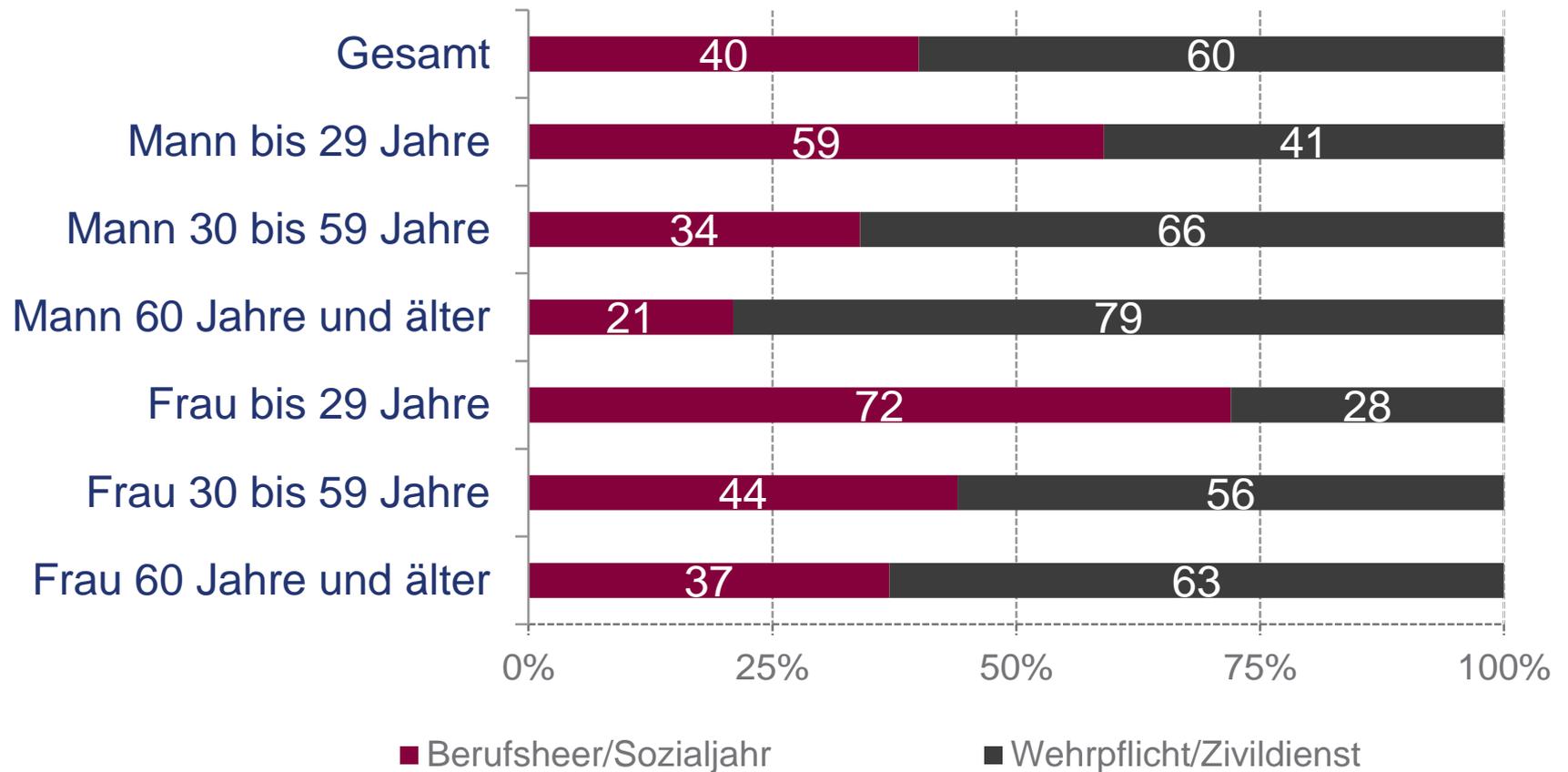
# Wahl nach Alter

In Prozent aller Deklarierenden, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



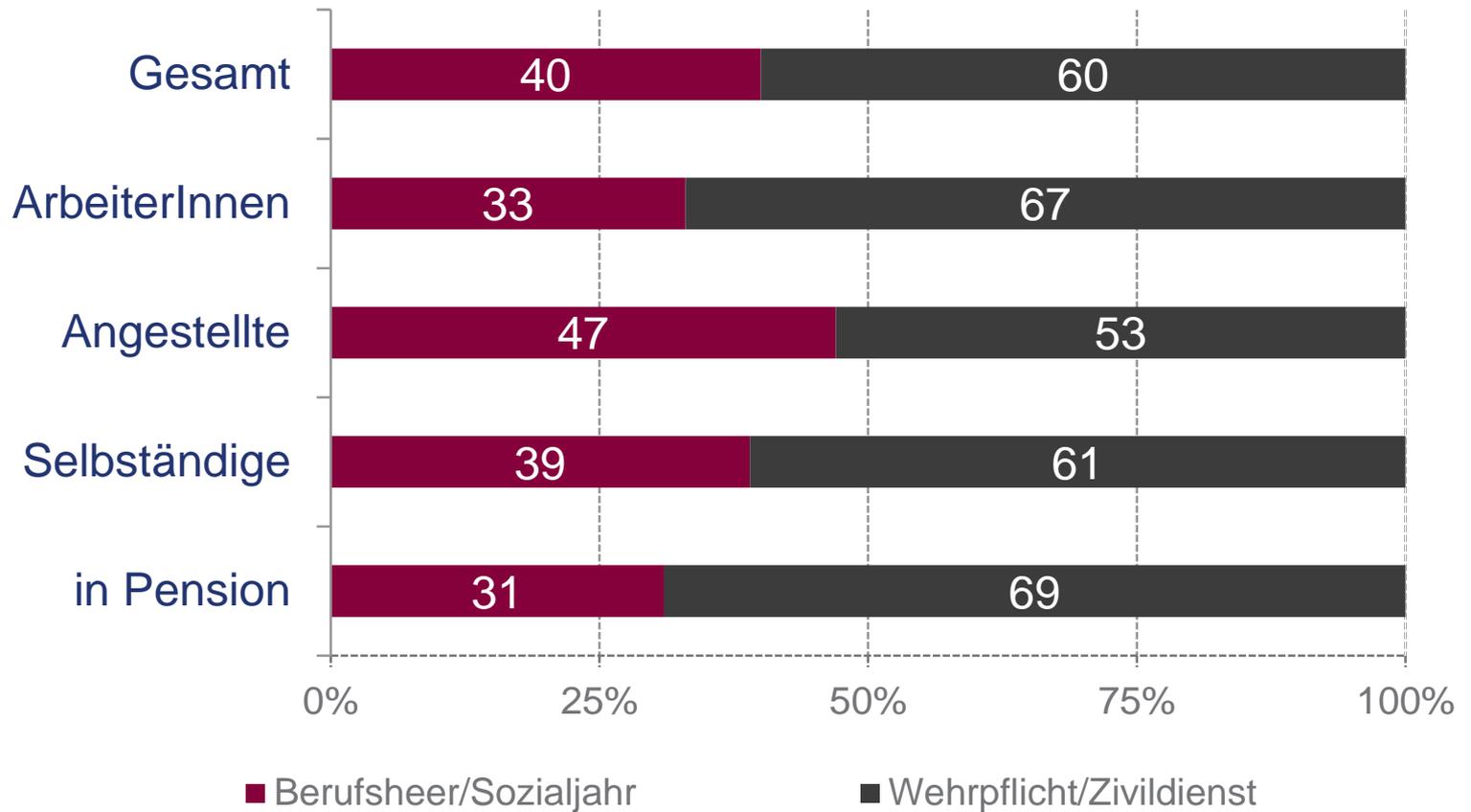
# Wahl nach Alter und Geschlecht

In Prozent aller Deklarierenden, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



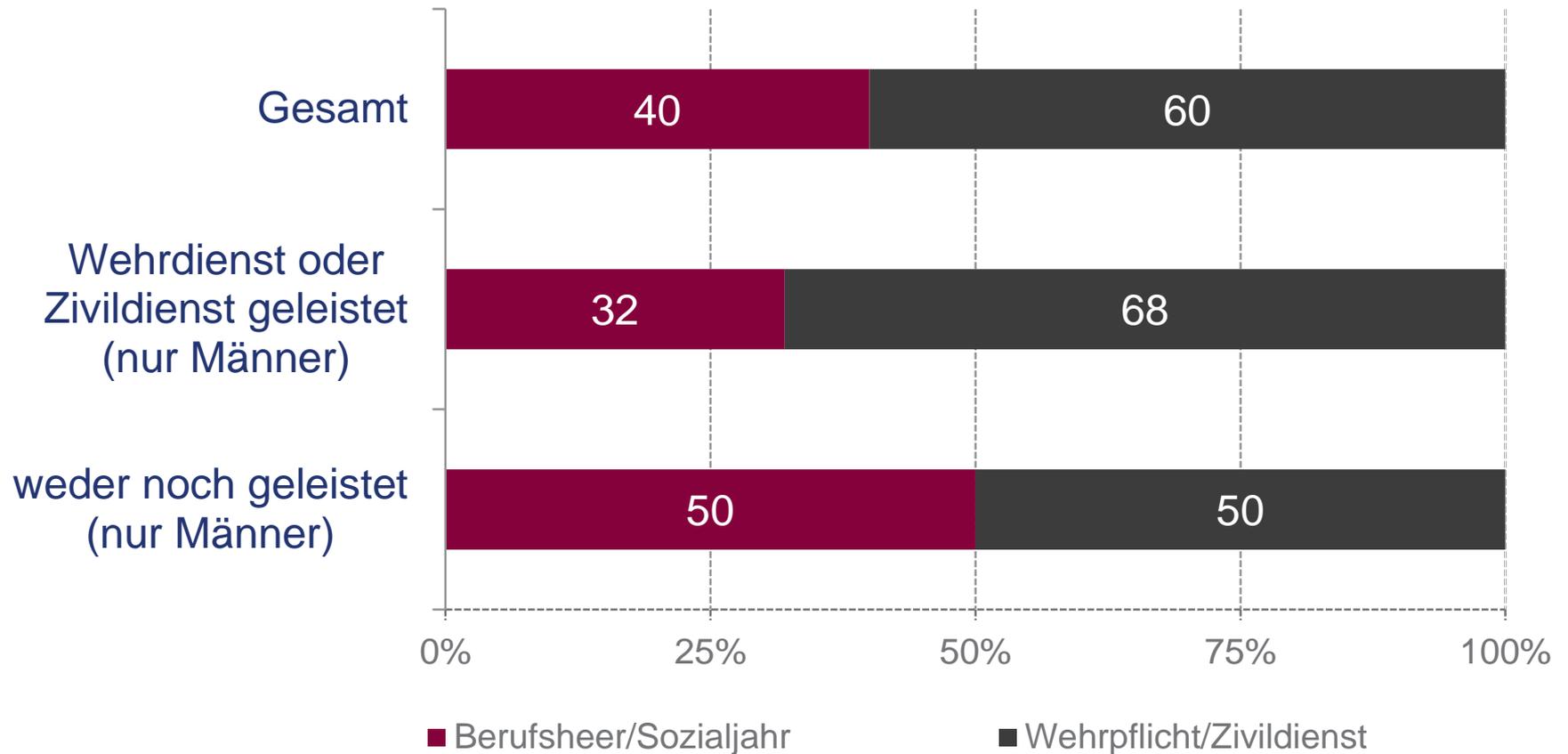
# Wahl nach Erwerb

In Prozent aller Deklarierenden, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



# Wahl nach Wehr- / Zivildiensterfahrung

In Prozent aller Deklarierenden, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



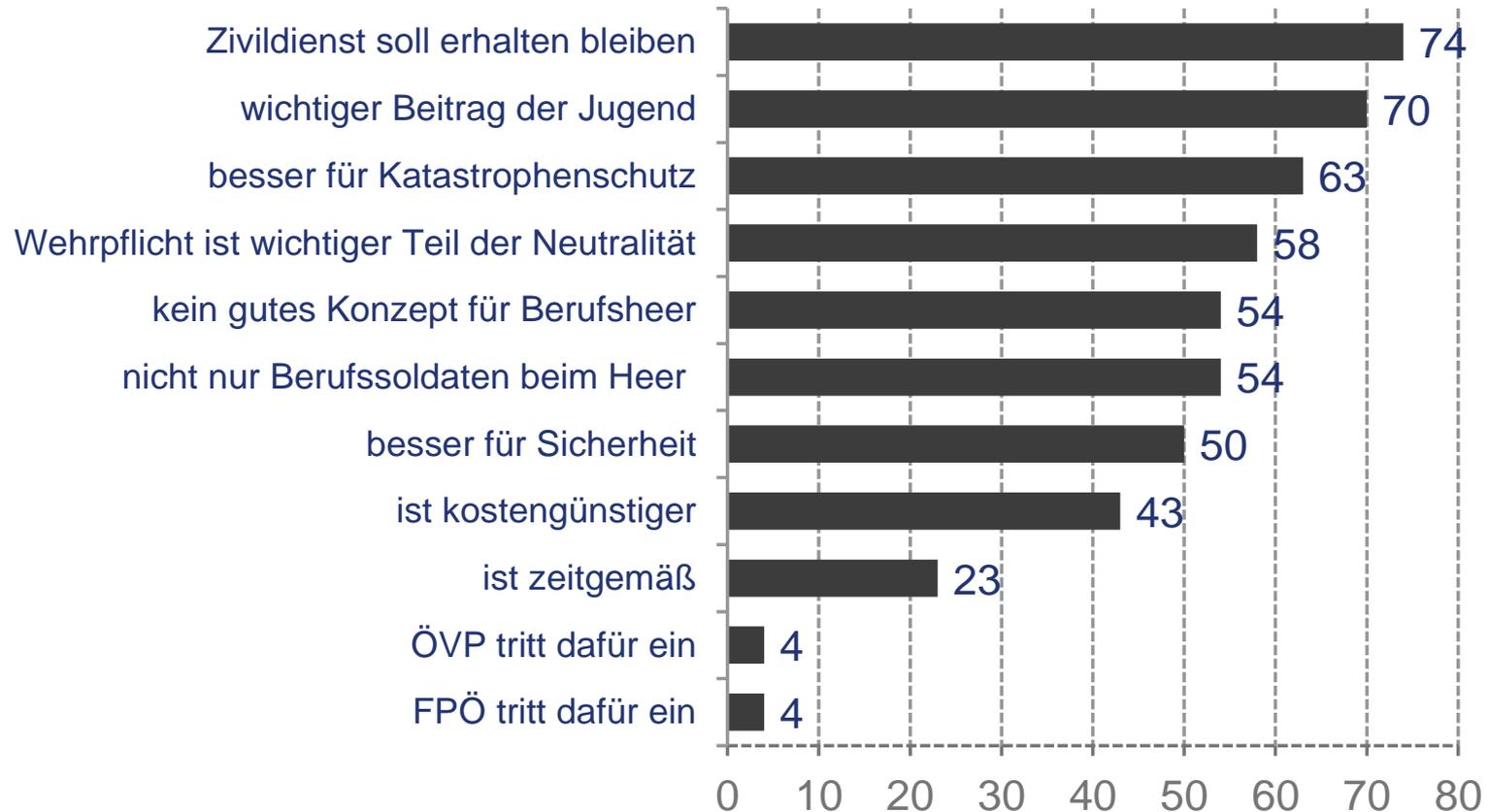
# Motive Einführung Berufswehr/Sozialjahr

In Prozent der Berufswehr-BefürworterInnen „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich



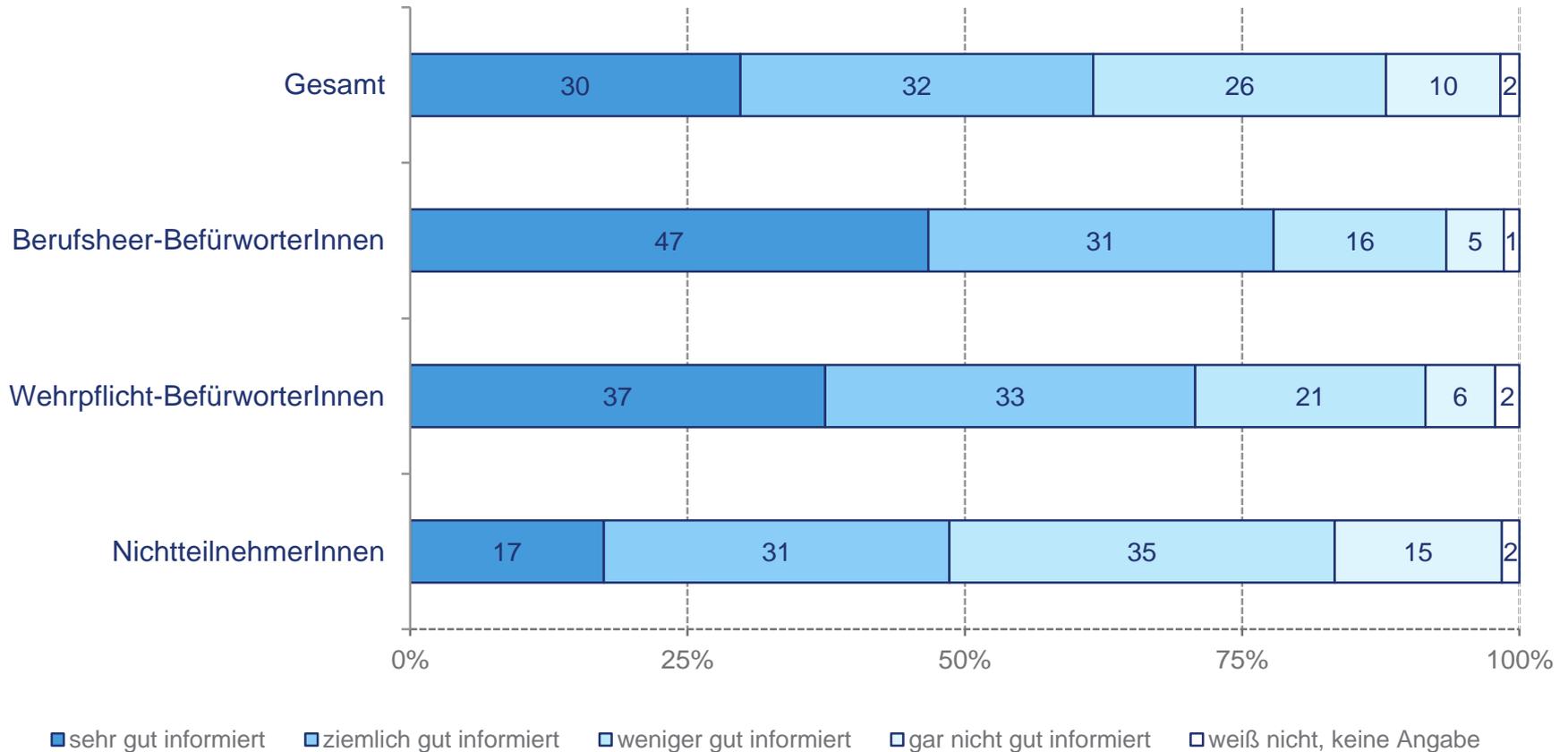
# Motive Beibehaltung Wehrpflicht/Zivildienst

In Prozent der Wehrpflicht-BefürworterInnen „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich



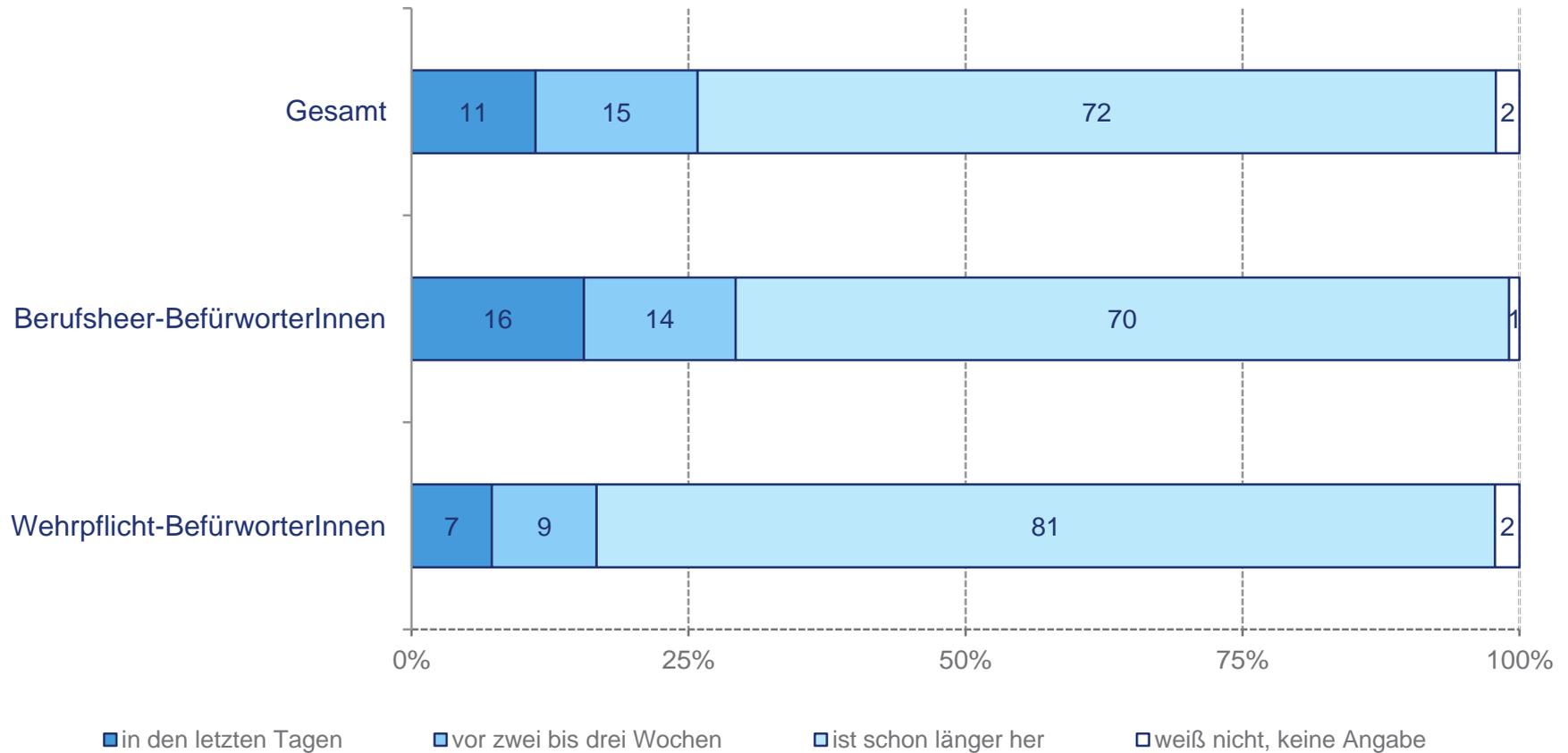
# Informiertheit über Volksbefragung

In Prozent aller Befragten  
Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



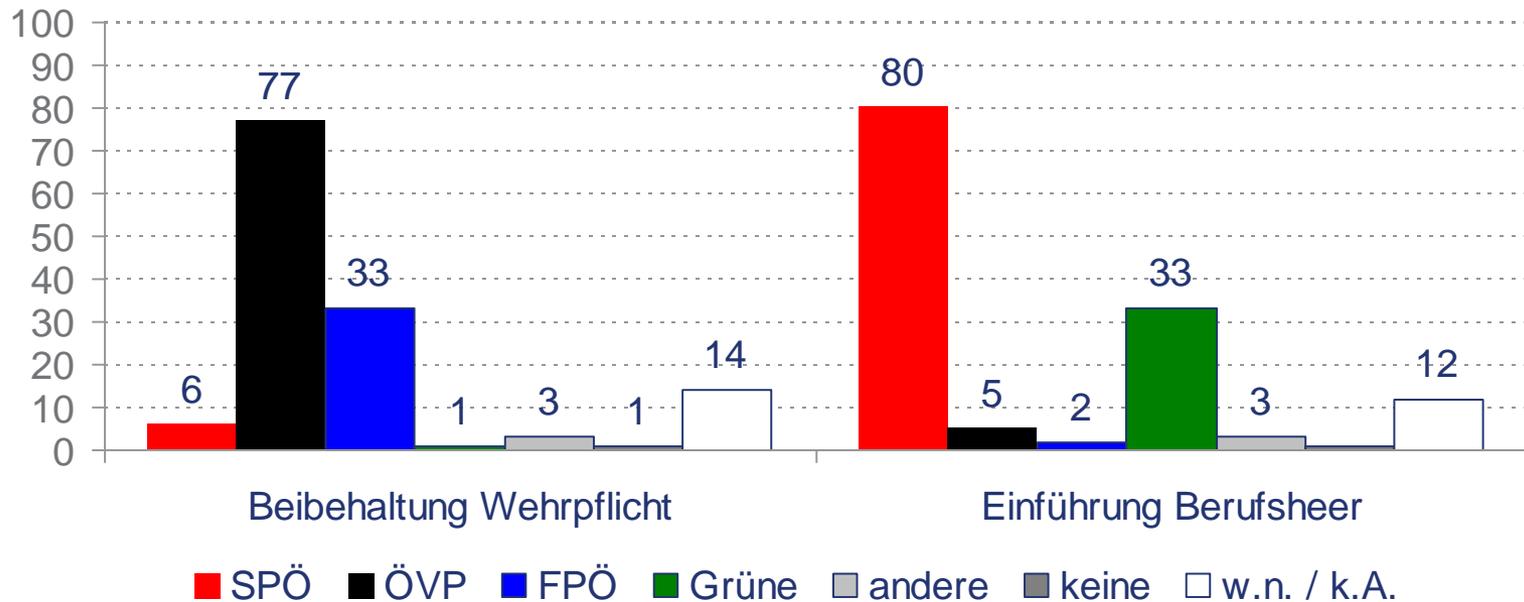
# Zeitpunkt der Entscheidung

In Prozent aller Befragten  
Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



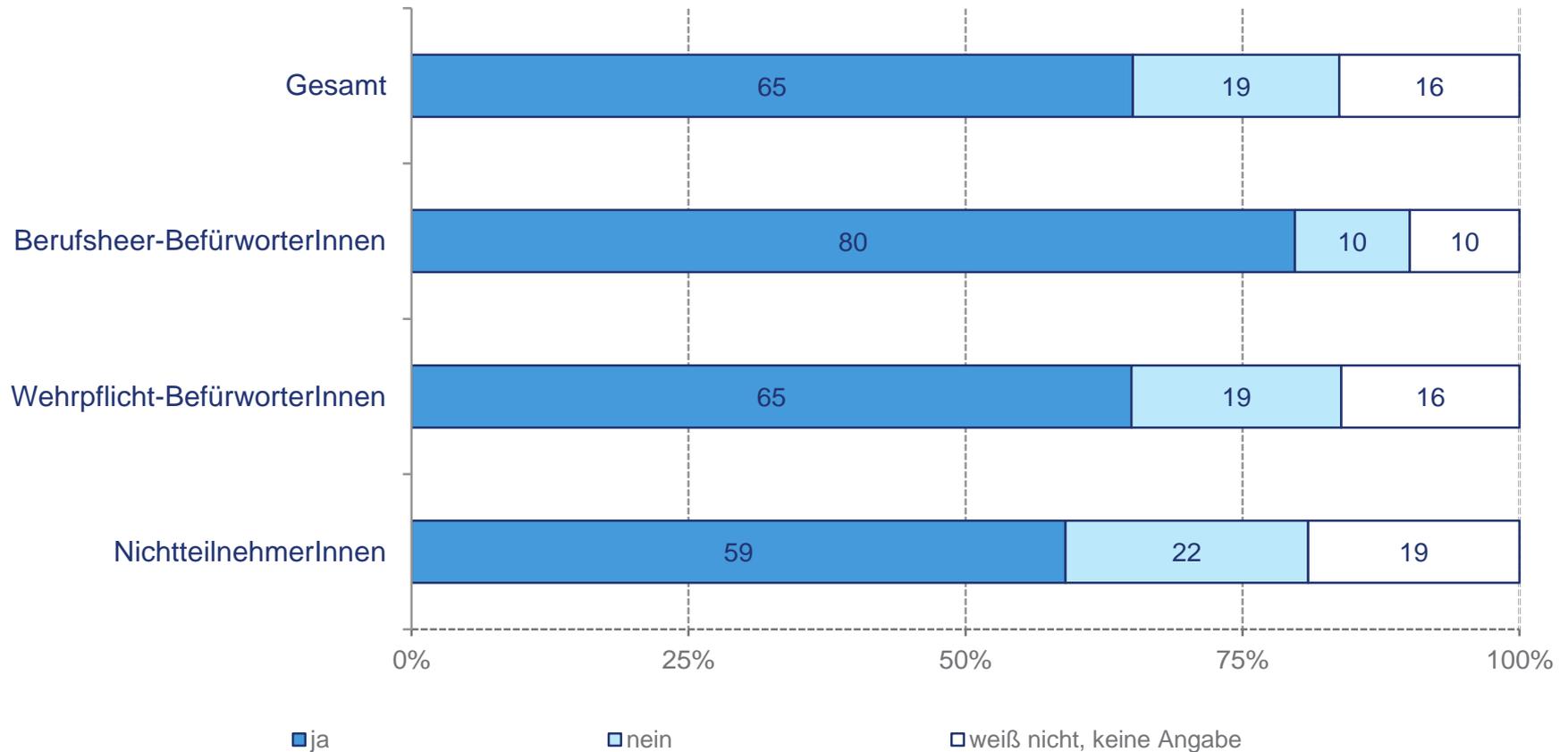
# Welche Partei hat sich für...eingesetzt?

In Prozent aller Befragten, Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF

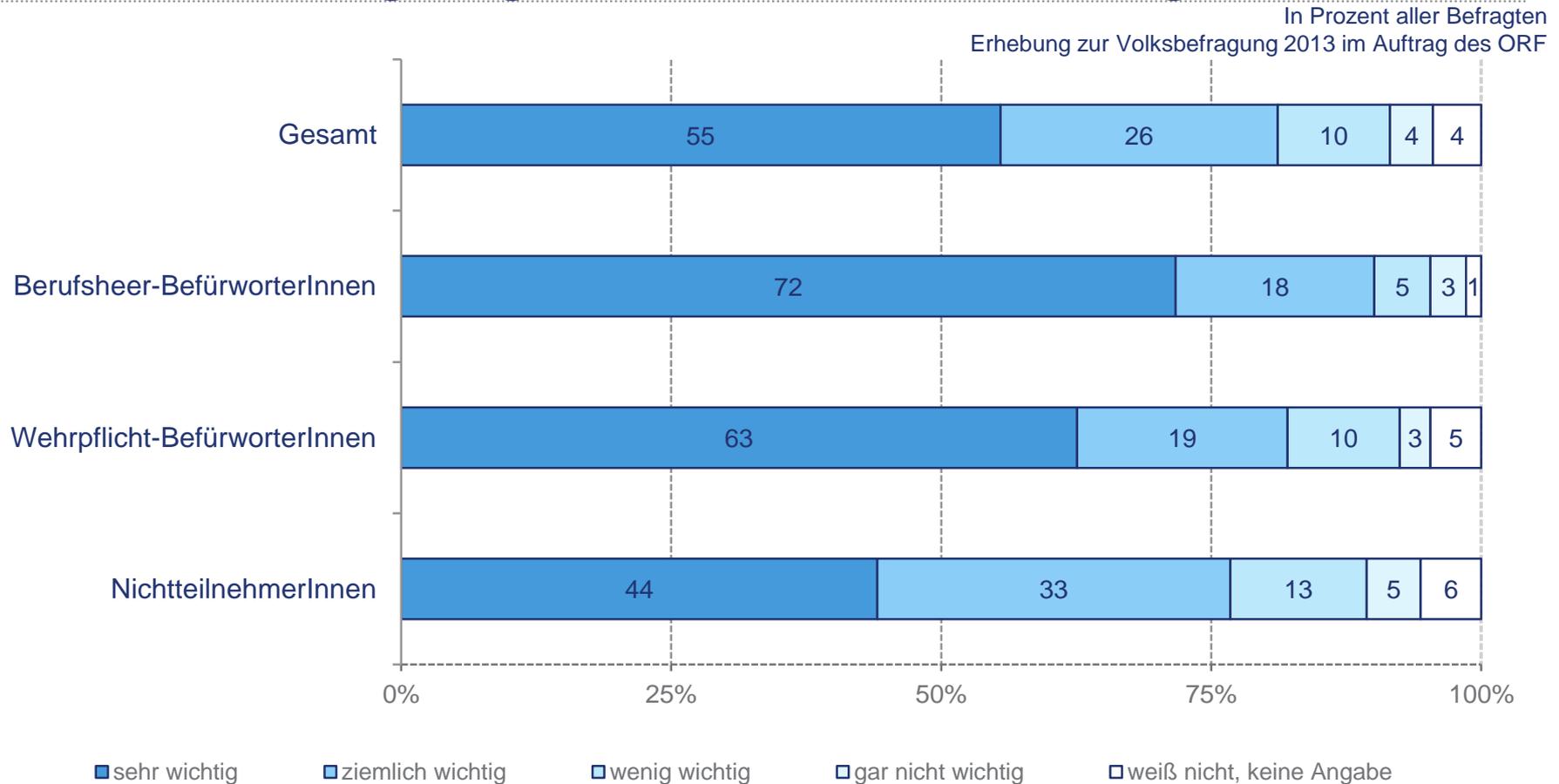


# Wird Politik Ergebnis umsetzen?

In Prozent aller Befragten  
Erhebung zur Volksbefragung 2013 im Auftrag des ORF



# Einbeziehung der Bevölkerung über Volksbefragungen und -abstimmungen



# S ● R A Institute for Social Research and Consulting

---

- Eines der führenden privaten sozialwissenschaftlichen Instituten in Österreich
- Gegründet 1996 von Christoph Hofinger und Günther Ogris
- Beschäftigt WissenschaftlerInnen aus Politikwissenschaft, Soziologie, Psychologie, Statistik Kommunikationswissenschaft, Ökonomie und Germanistik
- SORA ist Mitglied im Verband der Meinungsforscher Österreich (VMO) sowie der European Association of Political Consultants (EAPC)

# S ● R A Institute for Social Research and Consulting

---

## Forschungs- und Beratungsfelder:

- Wahlverhalten
- Politische Kultur
- (Social) Media & Communication
- Arbeitsmarkt & Erwerbstätigkeit
- Wohnen & Lebensqualität
- Jugendliche & junge Erwachsene
- Migration & Integration
- Organisationen & Stakeholder

## SORA bietet:

- methodisch fundierte Planung und Durchführung von Studien
- strategische und prozessbegleitende Beratung
- Trainings, Methodenberatung und Vorträge

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

## 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 Unternehmen-, Branchen- und Produktimages zur Positionierung im öffentlichen Meinungsbild