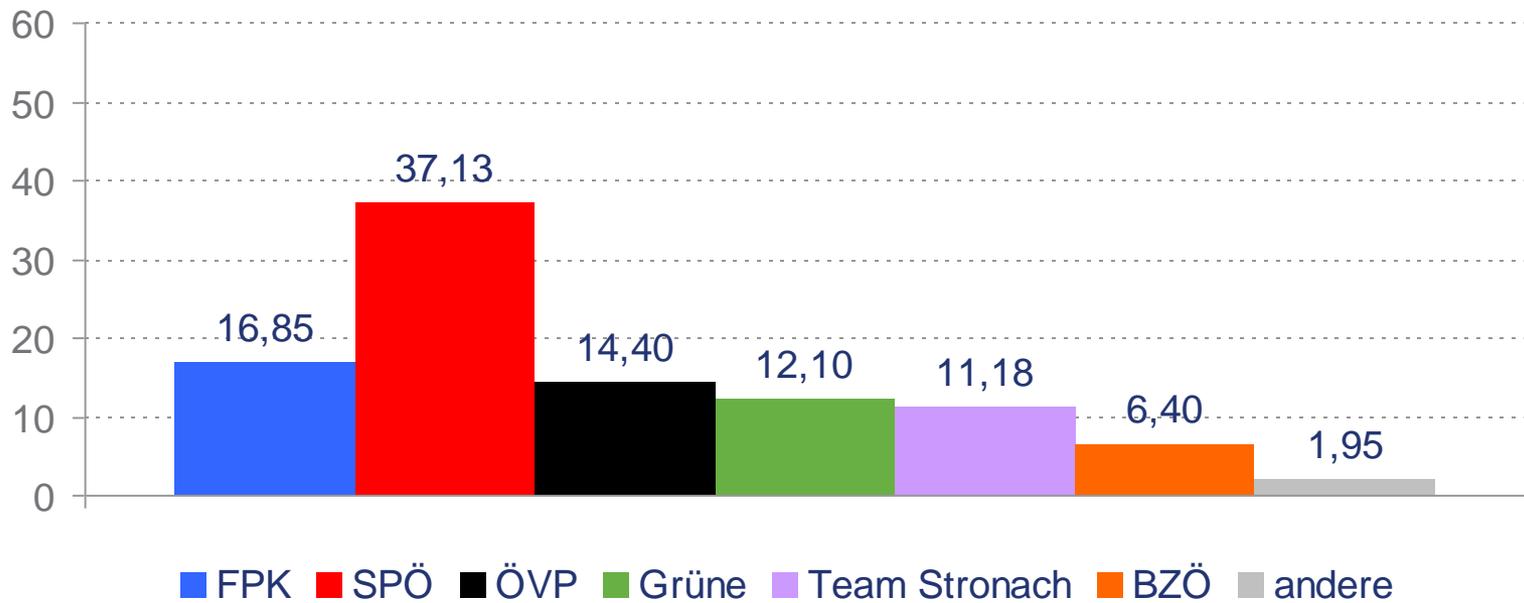


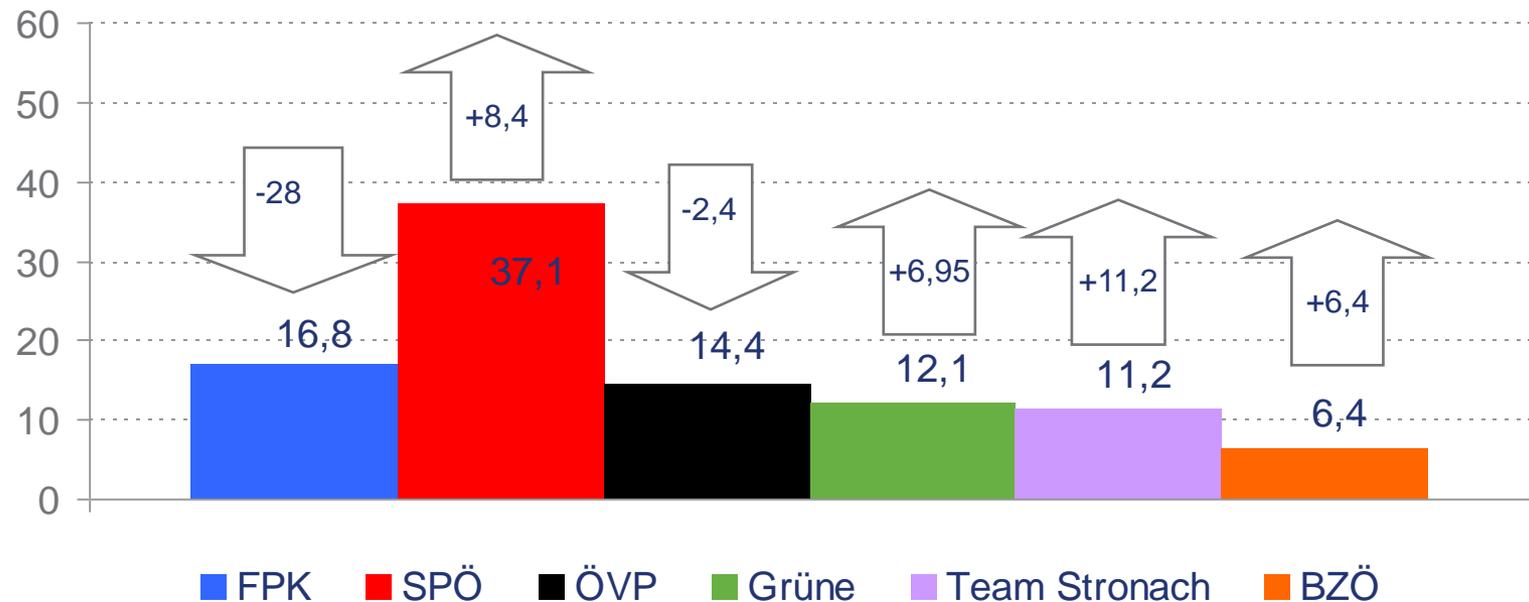
Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse Landtagswahl Kärnten 2013

Flooh Perlot
Martina Zandonella
März 2013

Gesamtergebnis



Wahlverhalten im Zeitvergleich (Wahl 2013 zu Wahl 2009)



SORA Wählerstromanalyse

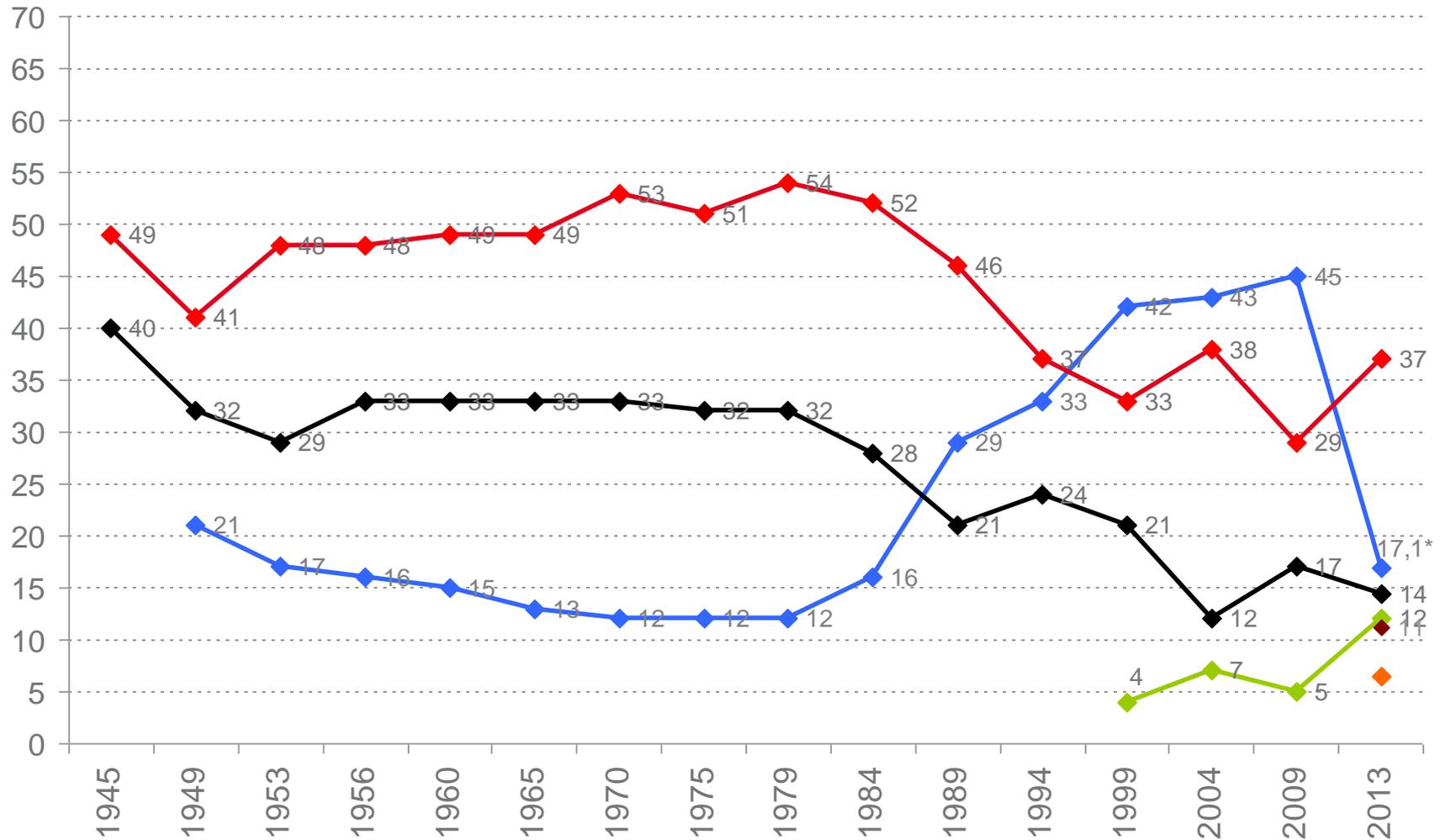
Landtagswahl Kärnten 2013

	FPK 13	SPÖ 13	ÖVP 13	GRÜN 13	Stronach 13	BZÖ 13	Sonstige 13	Nichtw. 13	Summe
BZÖ 09	46	35	3	8	18	11	2	37	160
SPÖ 09	2	72	3	6	7	1	2	10	102
ÖVP 09	2	4	38	7	3	2	-	3	60
GRÜN 09	-	4	1	11	-	-	-	1	18
FPÖ 09	1	3	1	3	1	1	1	3	13
Sonstige 09	-	-	-	1	-	-	1	-	2
Nichtw. 09	2	4	3	4	8	4	1	60	85
Summe	55	121	47	40	36	21	6	114	441

Ströme absolut in 1.000 Stimmen; Quelle: ORF/ SORA
 Basiert auf dem vorläufigem Ergebnis inkl. Briefwahl-Prognose

Lesebeispiel: 72.000 SPÖ-WählerInnen von 2008 haben auch 2013 wieder SPÖ gewählt..

Zeitreihe (in % der Deklarierten)



*2009 BZÖ/2013 FPK

Daten zur Wahltagsbefragung

Projektgemeinschaft:

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

Auftraggeber: ORF

Grundgesamtheit: Wahlberechtigte zur Landtagswahl Kärnten 2013

Art der Erhebung: telefonische Interviews (CATI)

Befragungszeitraum: 28. Februar abends bis 3. März 2013 mittags

Durchführung der Interviews: IPR (Institute for Panel Research)

Stichprobe: n=1.231 (repräsentative Zufallsauswahl)

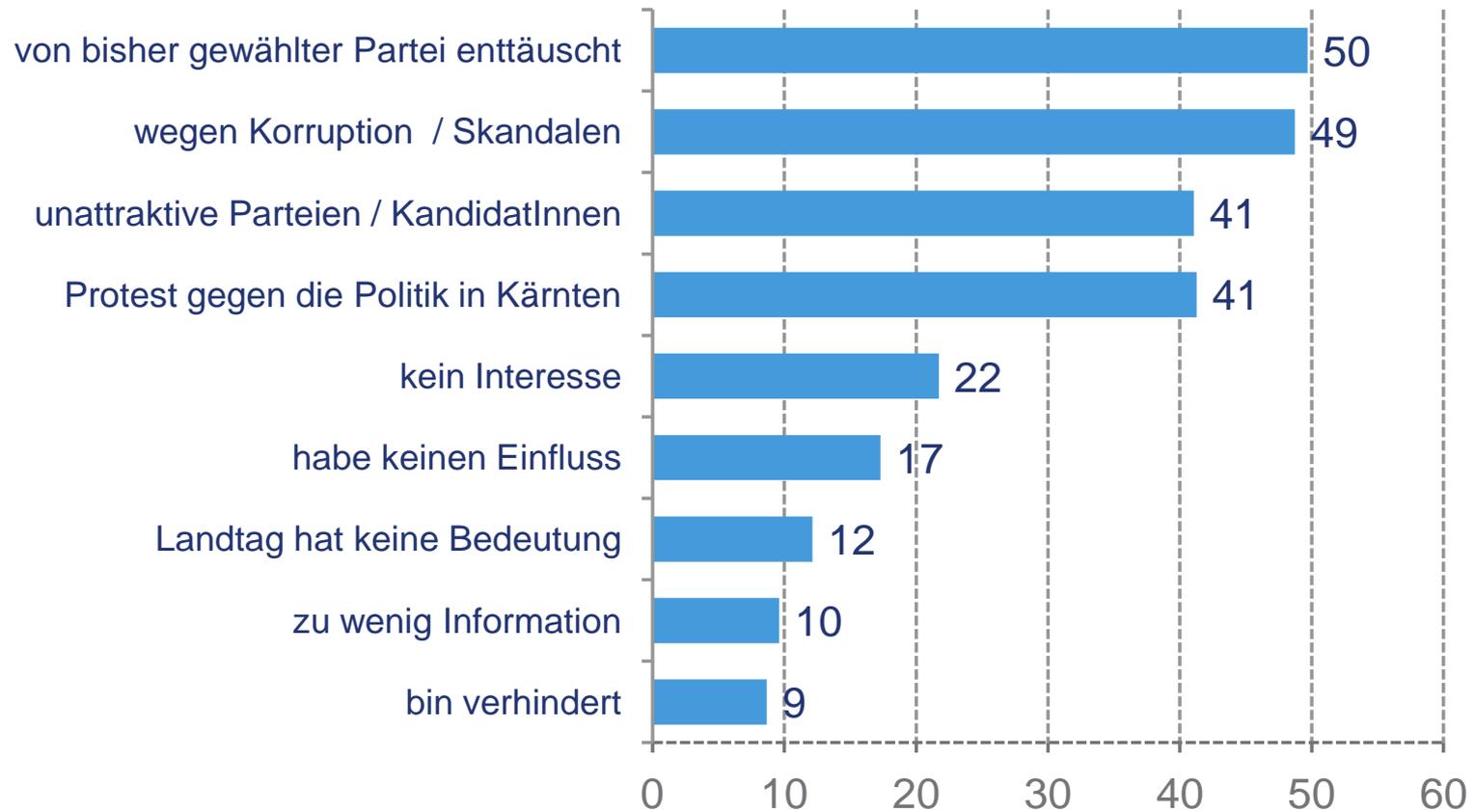
Gewichtung der Daten: soziodemographisch (Geschlecht, Alter, Bildung, Erwerb)
Recall Landtagswahl 2009
Hochrechnung um 17:20 Uhr

Schwankungsbreite: max. 2,8%

Bei der Auswertung von Untergruppen muß berücksichtigt werden, daß die Schwankungsbreiten größer werden: für z.B. 150 Personen maximal +/- 8%.

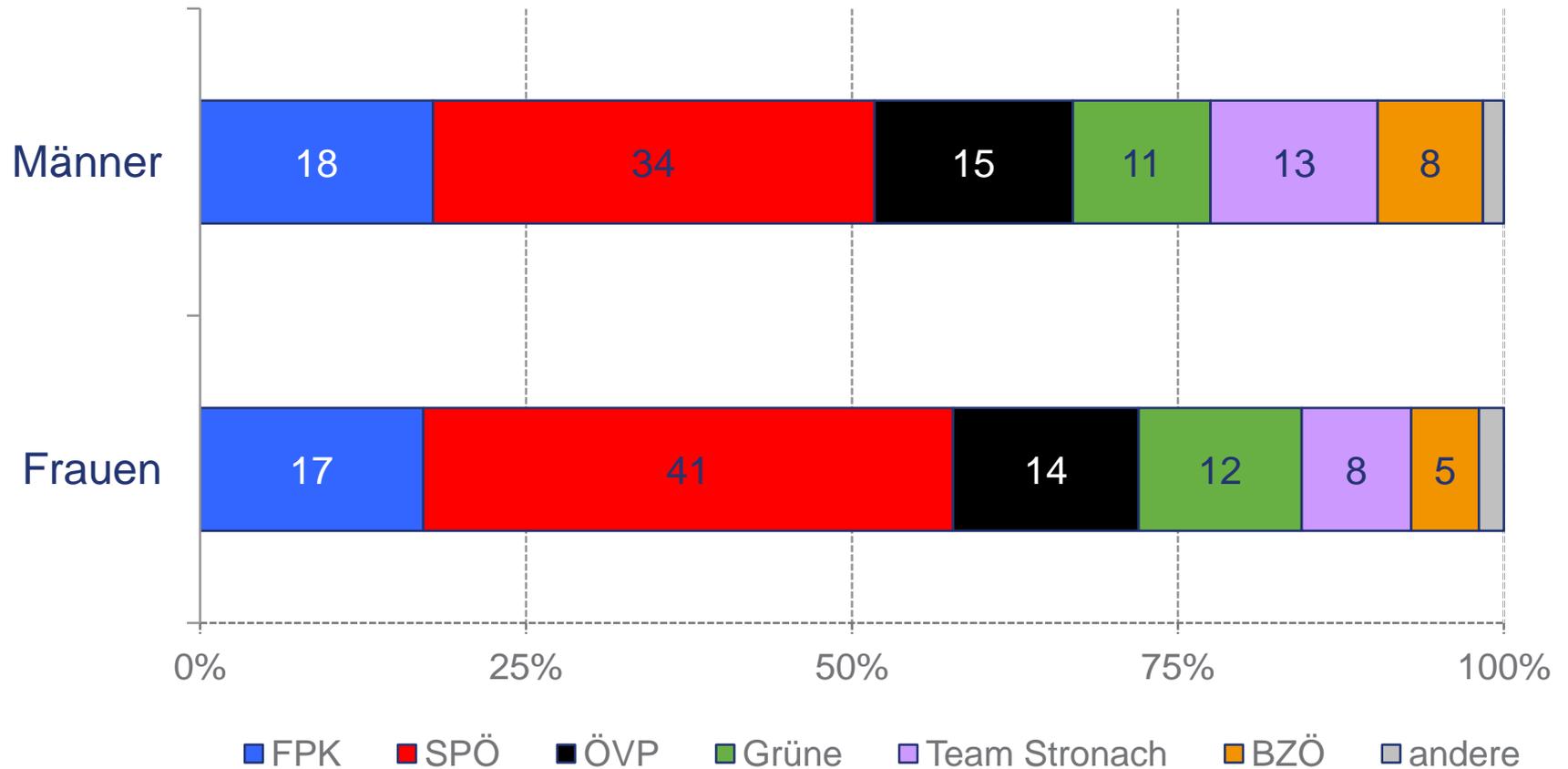
Motive der NichtwählerInnen

In Prozent der NichtwählerInnen „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich



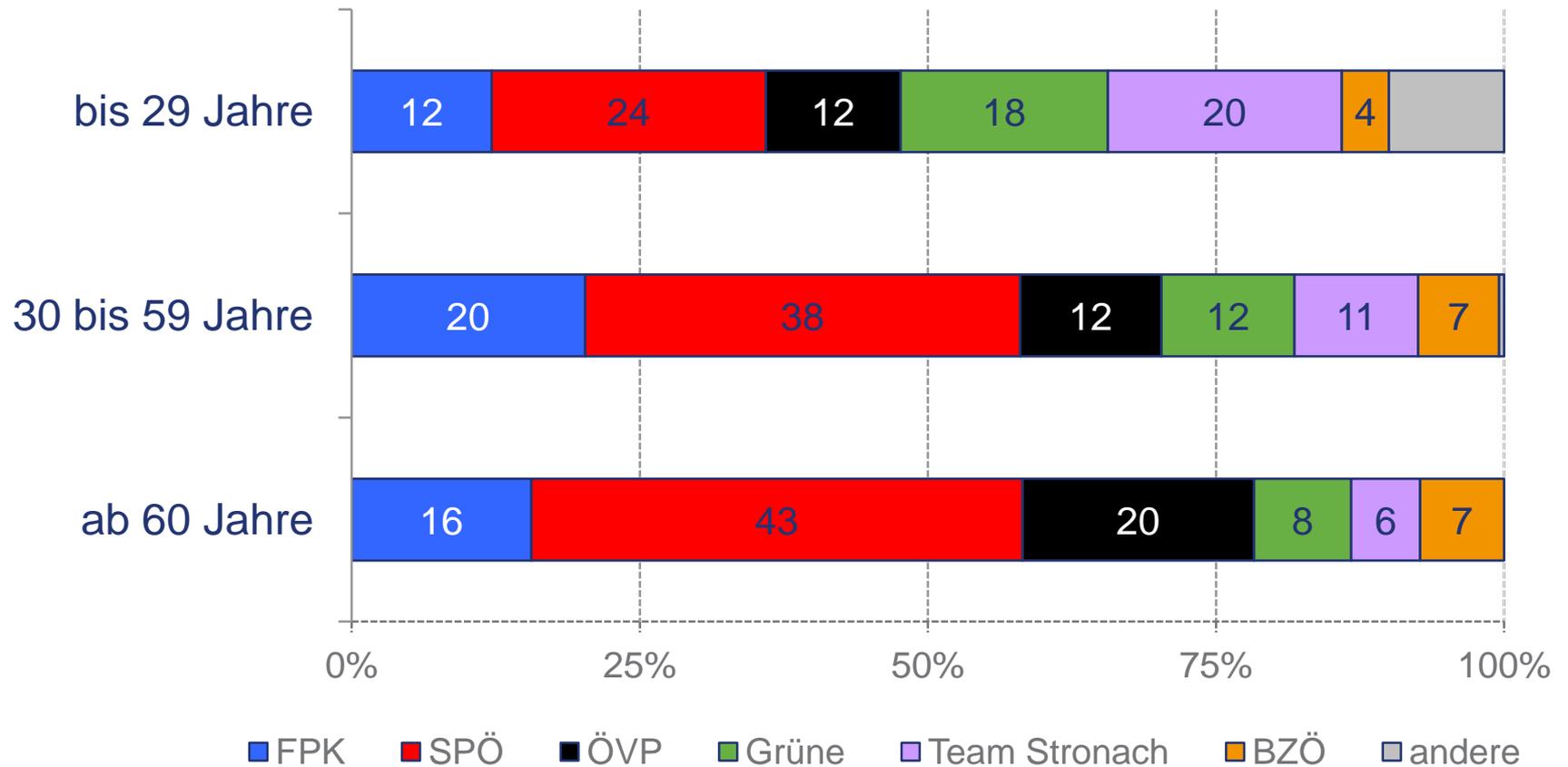
Wahlverhalten nach Geschlecht

In Prozent aller Deklariereten, Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



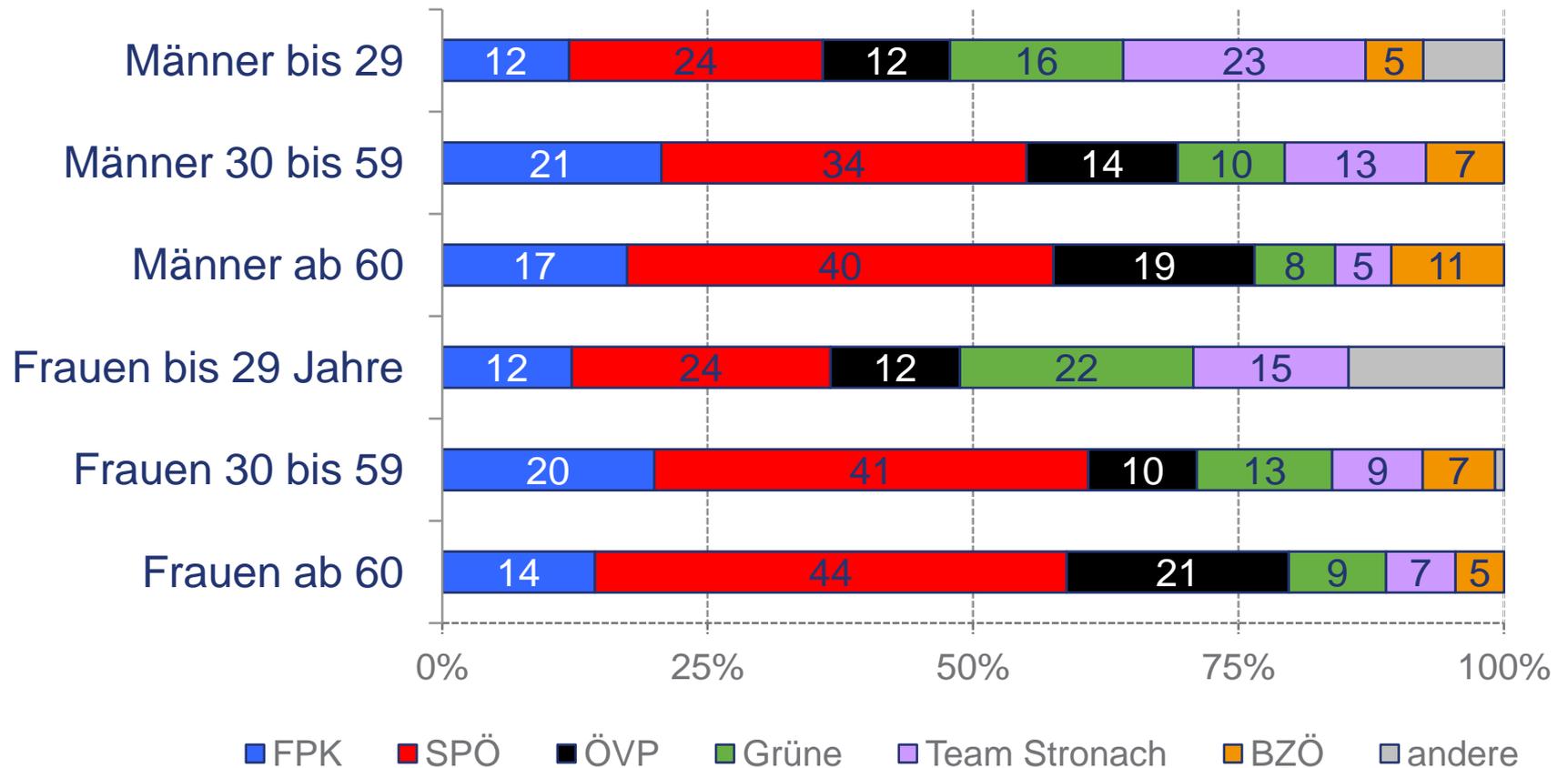
Wahlverhalten nach Alter

In Prozent aller Deklariereten, Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



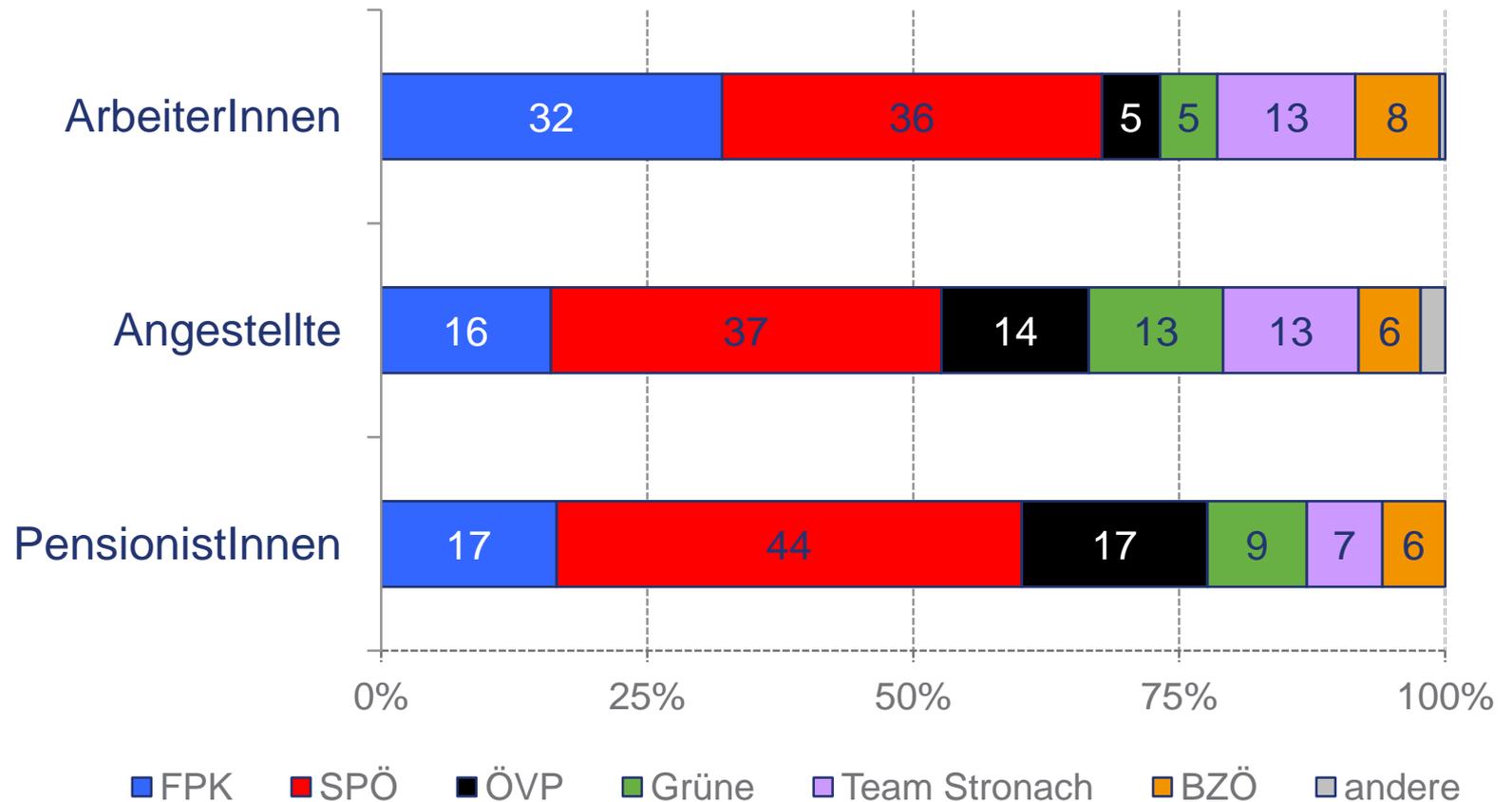
Wahlverhalten nach Alter und Geschlecht

In Prozent aller Deklarierenden, Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



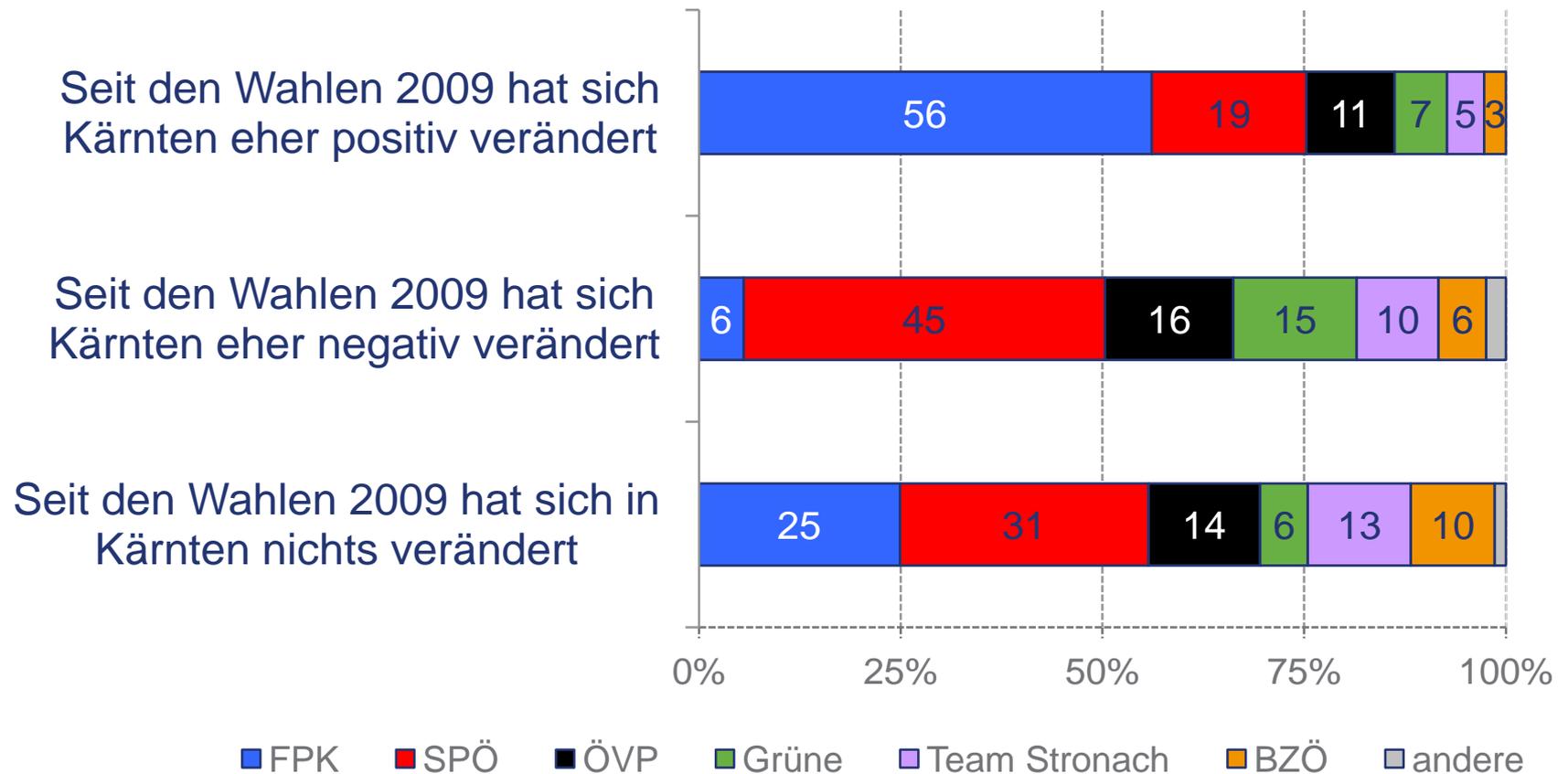
Wahlverhalten nach Erwerb

In Prozent aller Deklarierenden, Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



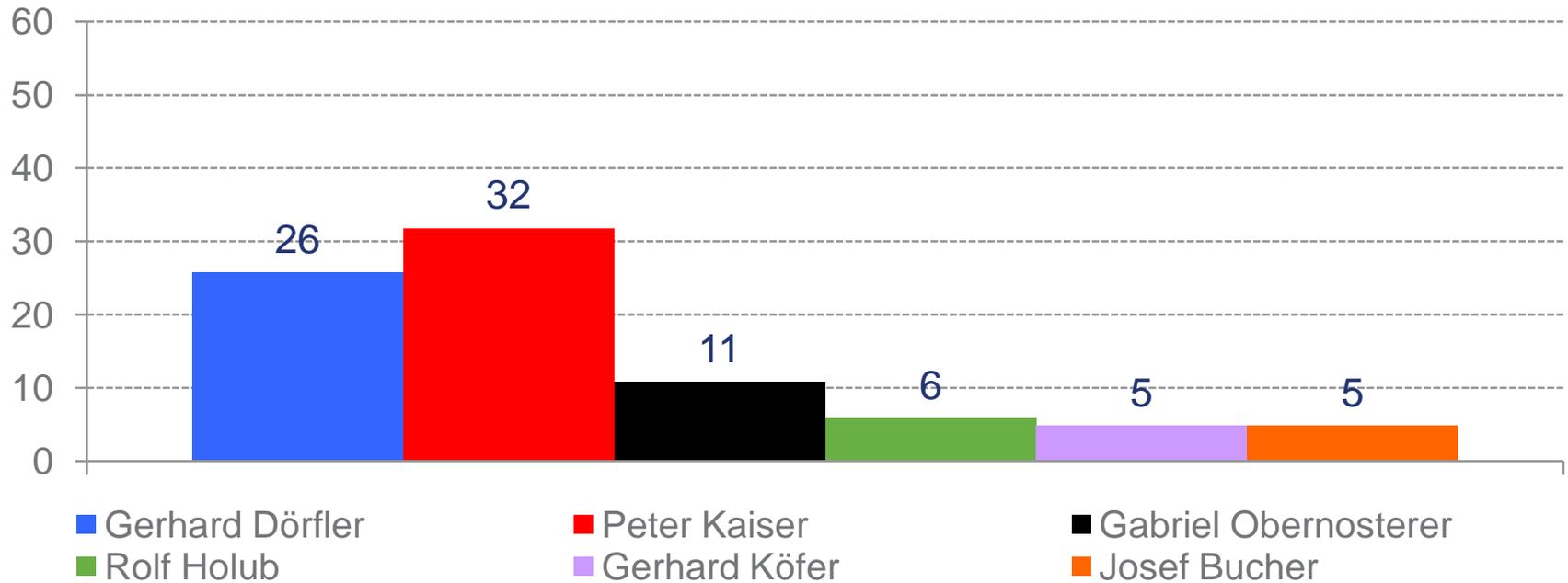
Wahlverhalten in Abhängigkeit von der Einschätzung der Entwicklung in Kärnten

In Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



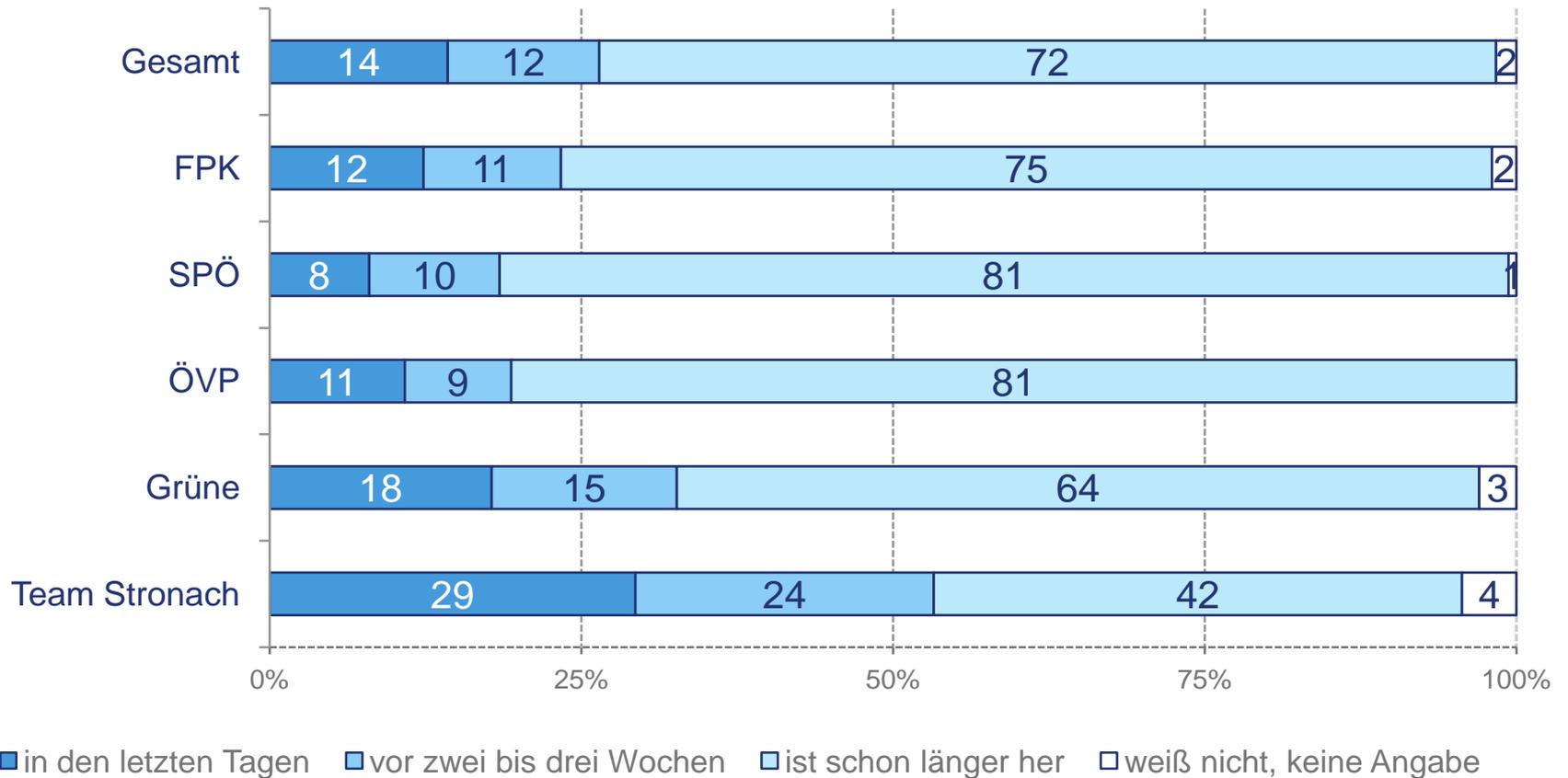
Direktwahl Landeshauptmann

In Prozent aller WählerInnen, Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



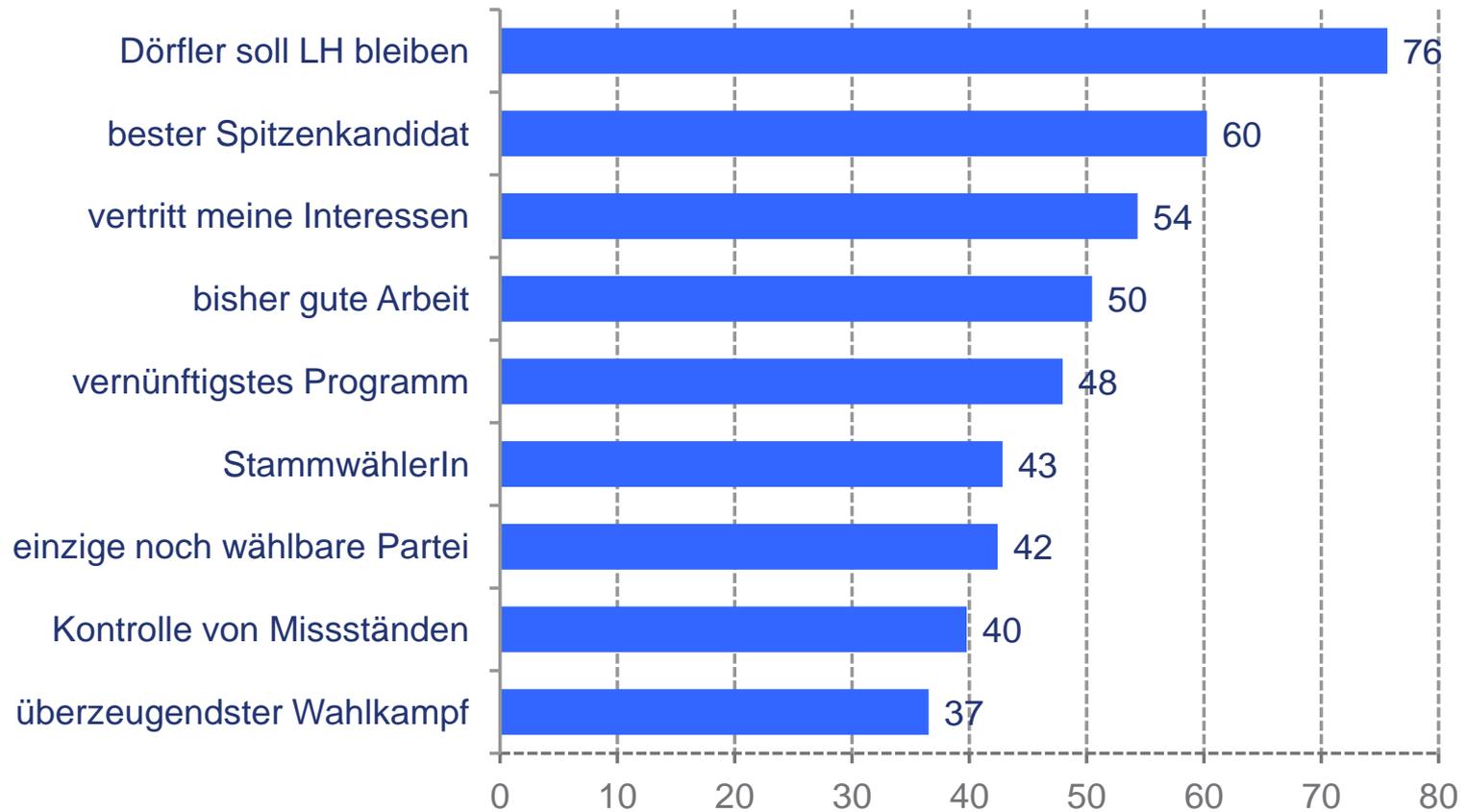
Zeitpunkt der Entscheidung

In Prozent aller WählerInnen
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



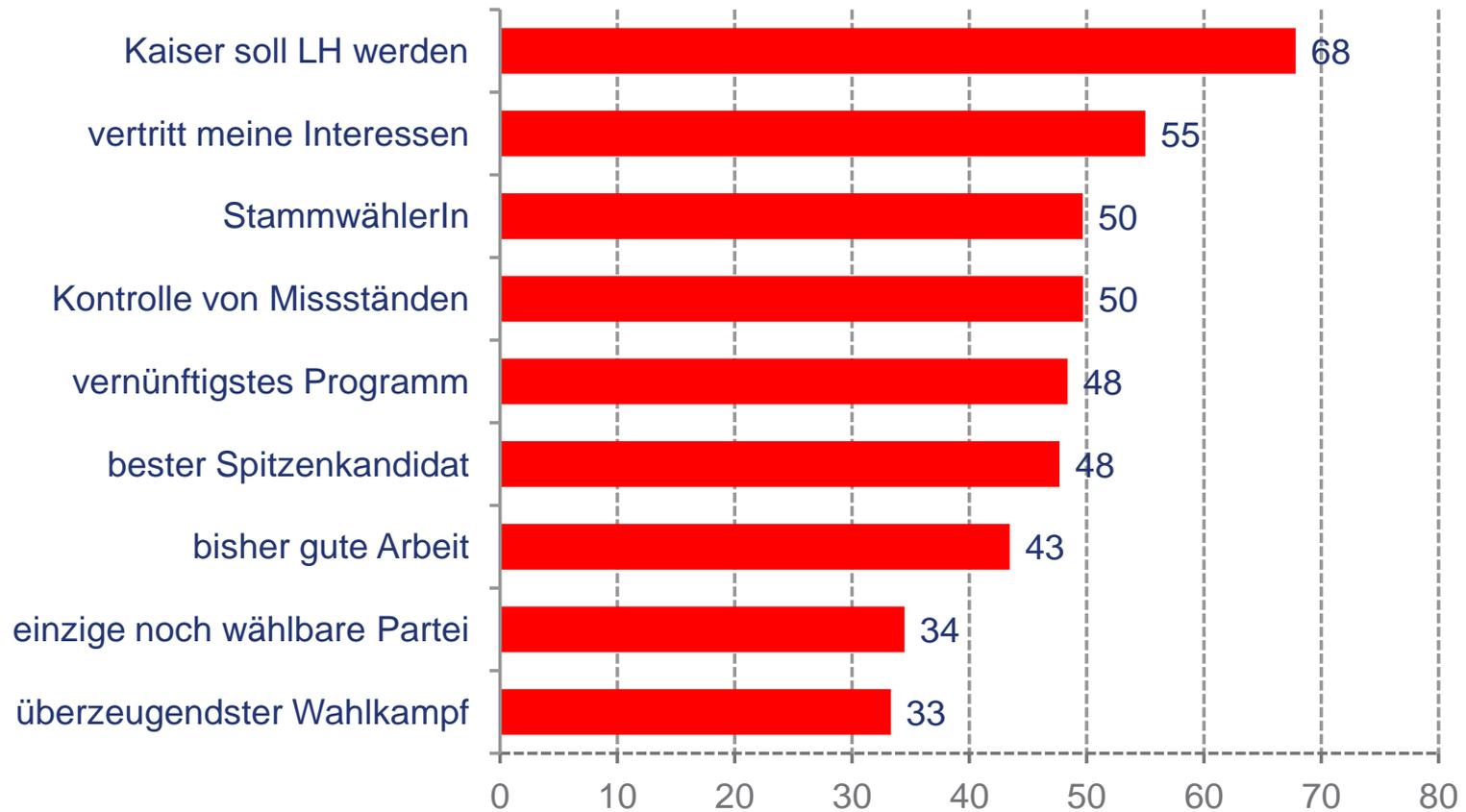
Wahlmotive FPK

In Prozent der FPK-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



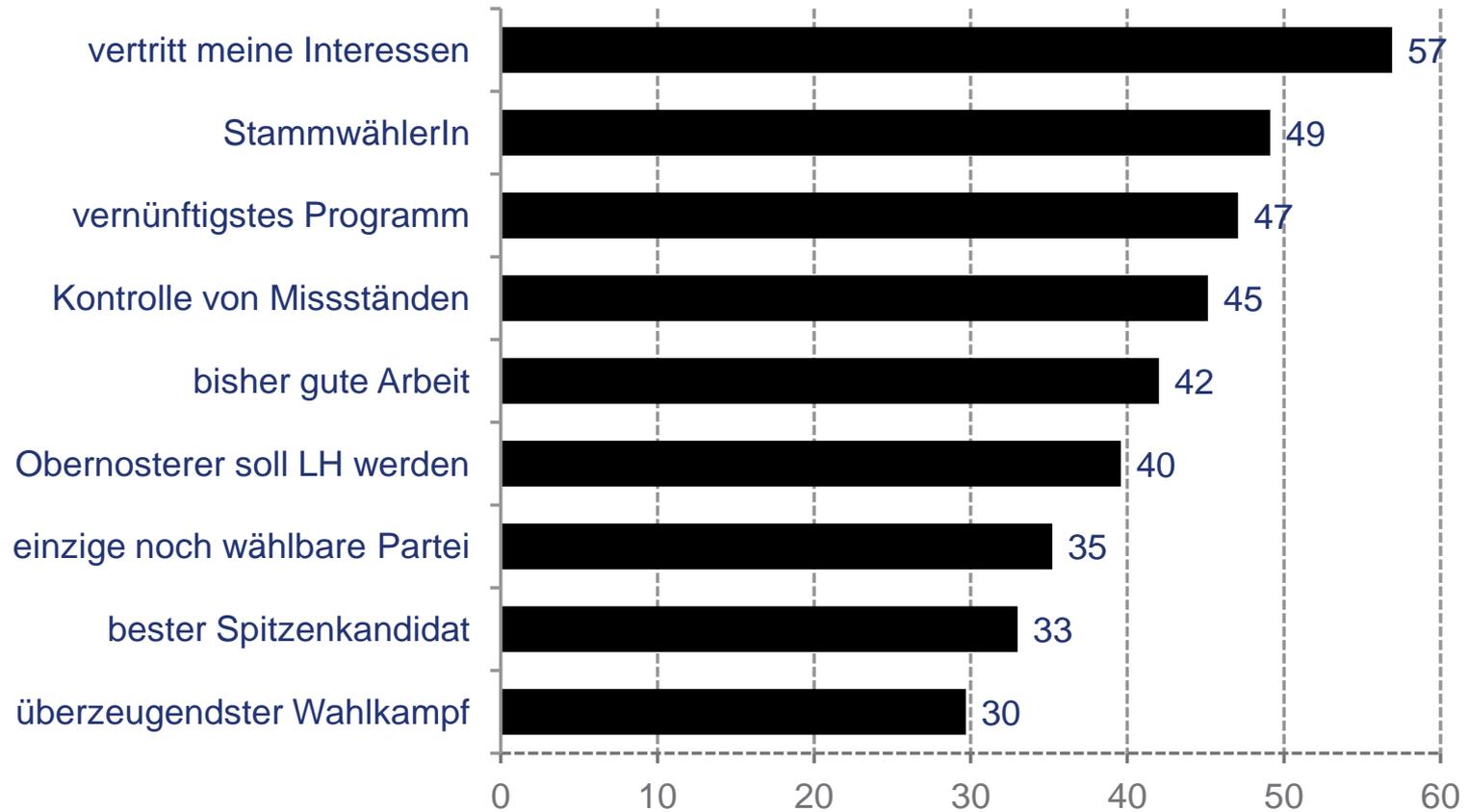
Wahlmotive SPÖ

In Prozent der SPÖ-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



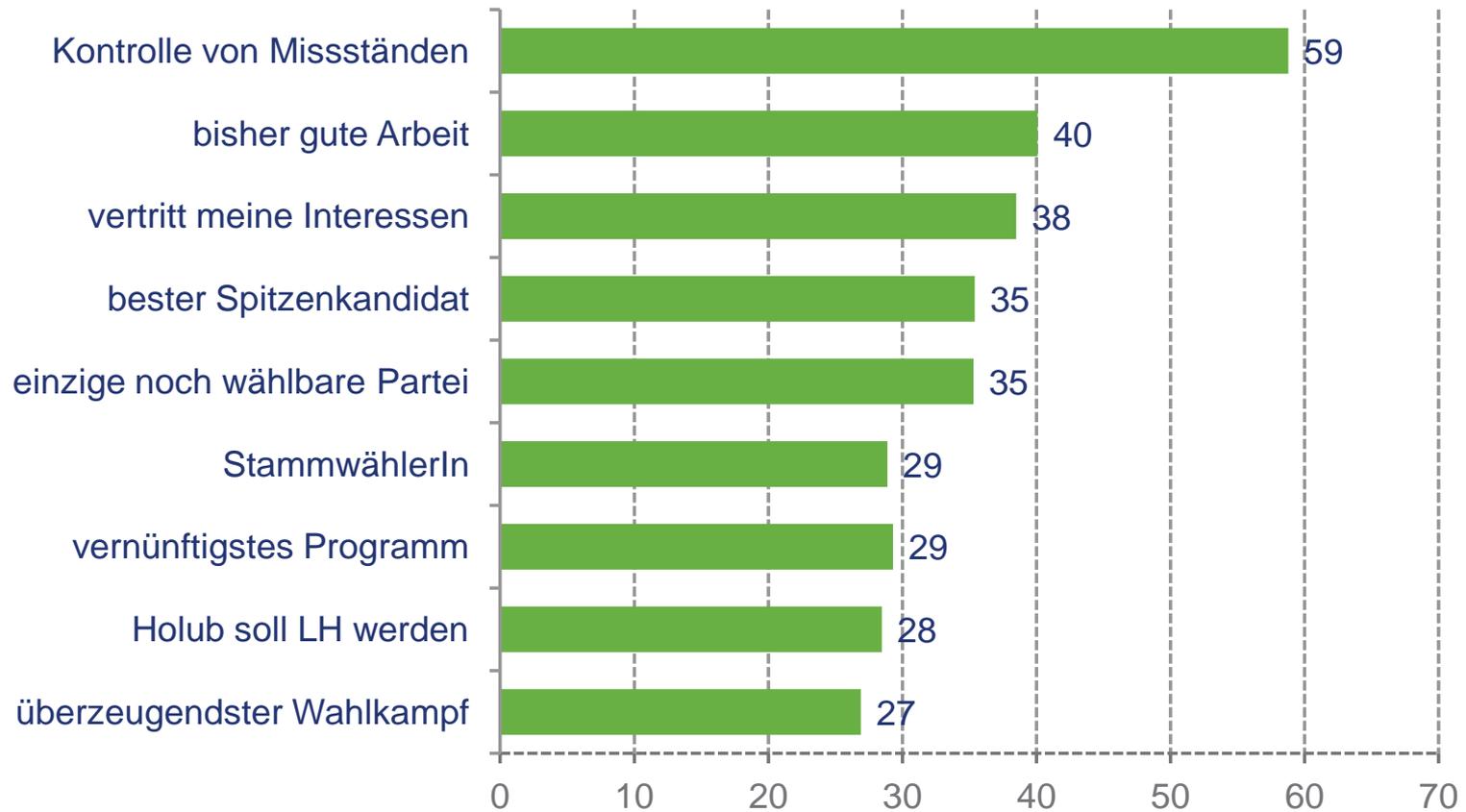
Wahlmotive ÖVP

In Prozent der ÖVP-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



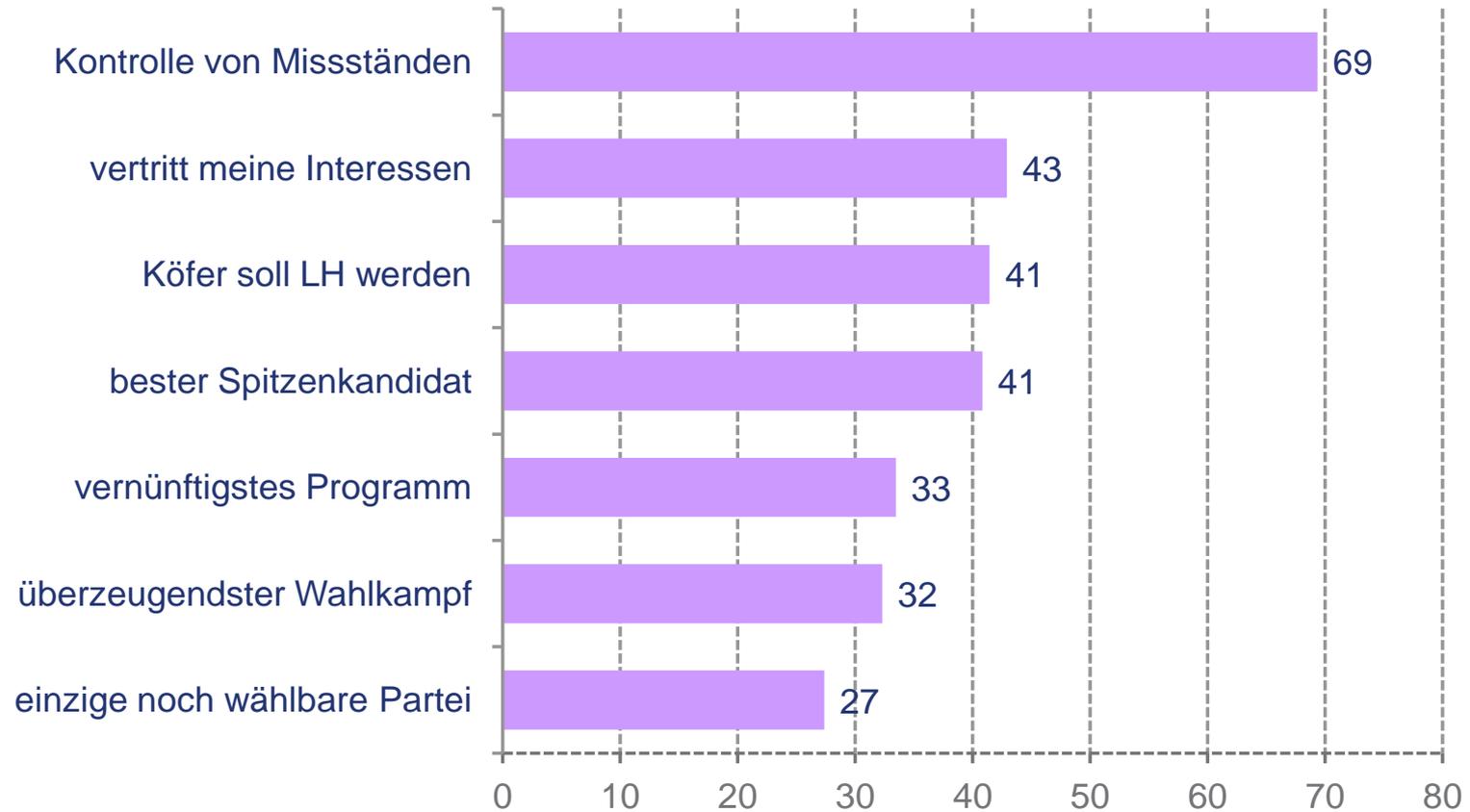
Wahlmotive Grüne

In Prozent der Grün-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



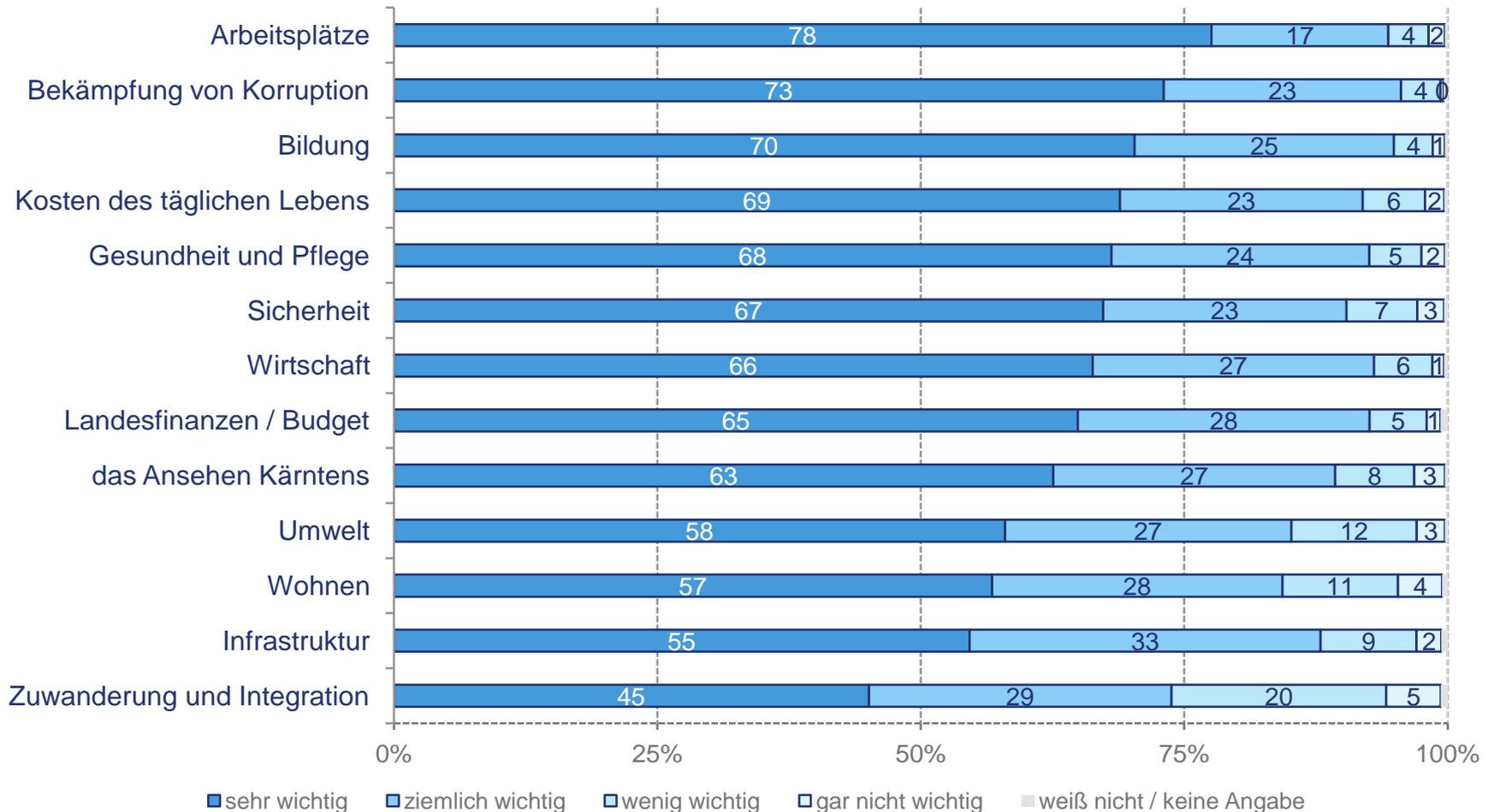
Wahlmotive Team Stronach

In Prozent der Team Stronach-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



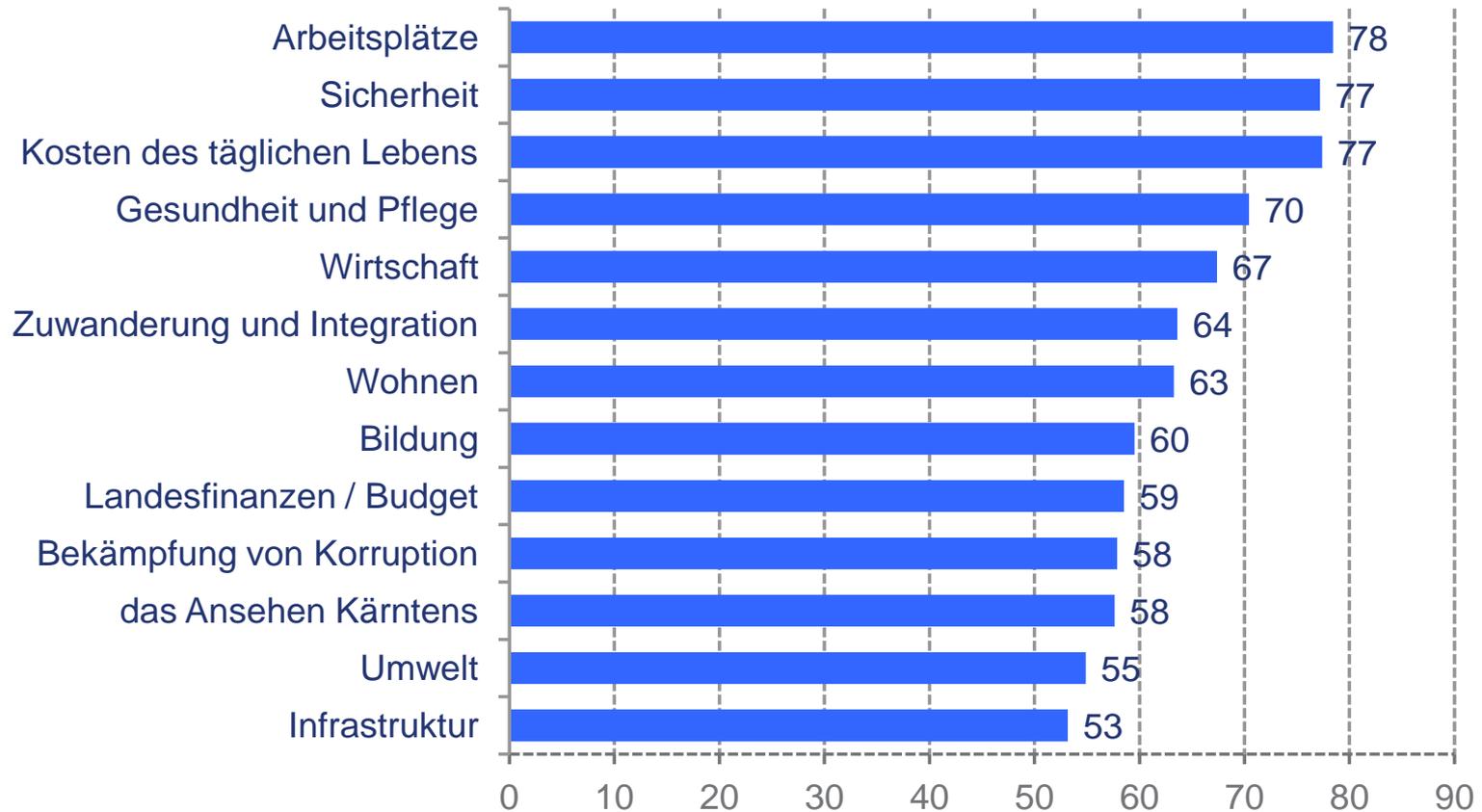
Wichtige Themen für Wahlentscheidung

In Prozent aller Befragten
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



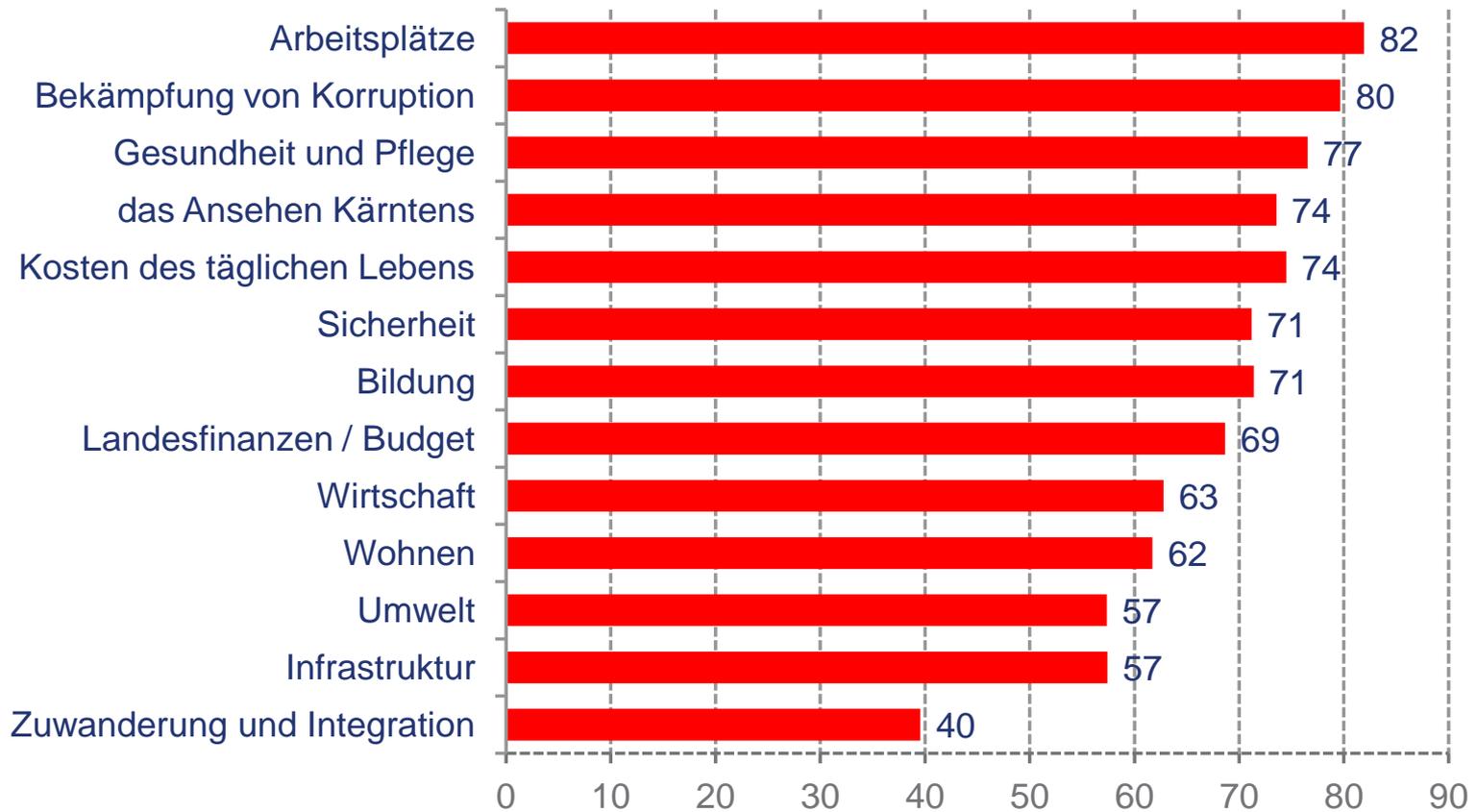
Wichtige Themen: FPK

In Prozent der FPK-WählerInnen, „sehr wichtig“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



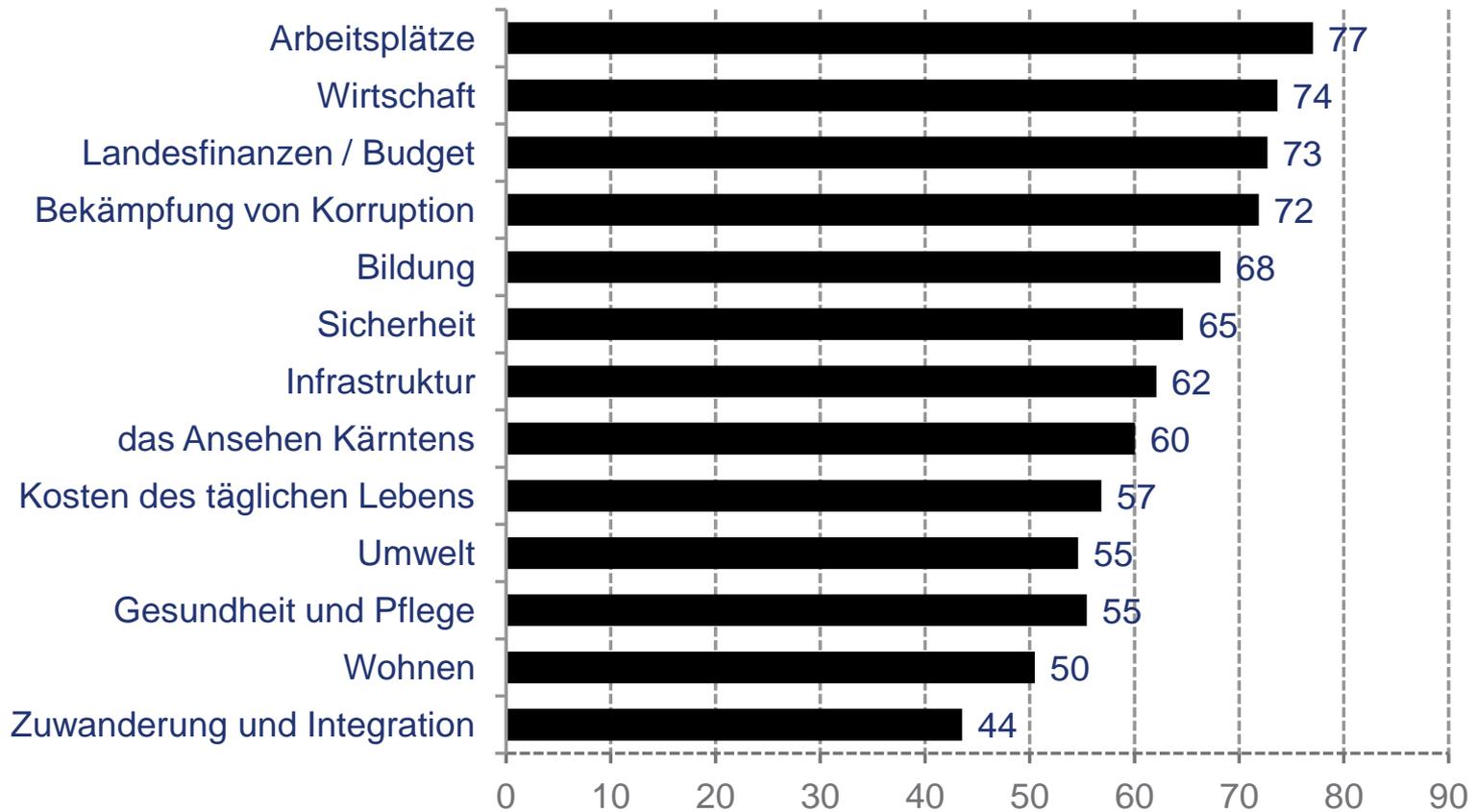
Wichtige Themen: SPÖ

In Prozent der SPÖ-WählerInnen, „sehr wichtig“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



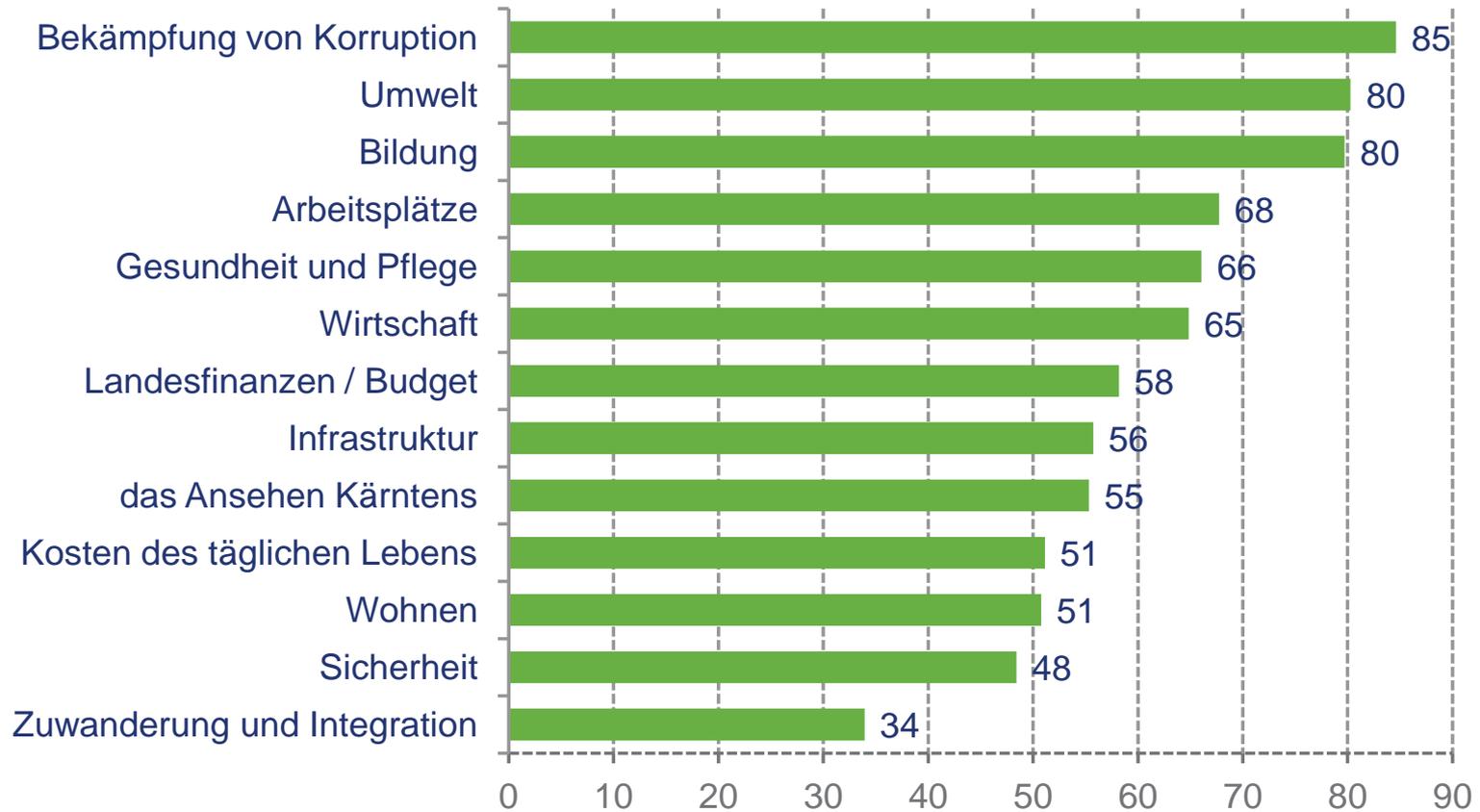
Wichtige Themen: ÖVP

In Prozent der ÖVP-WählerInnen, „sehr wichtig“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



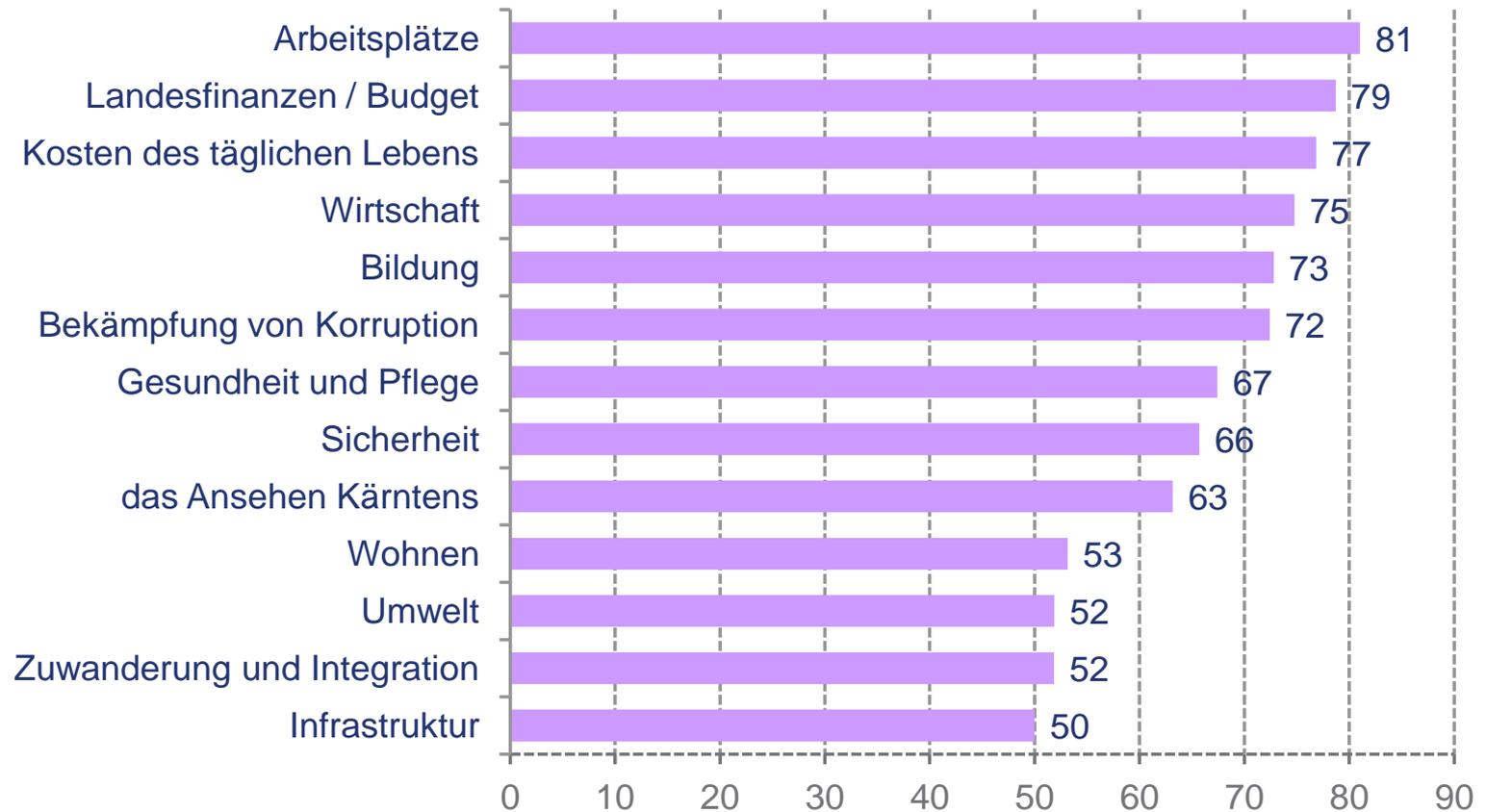
Wichtige Themen: Grüne

In Prozent der Grün-WählerInnen, „sehr wichtig“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



Wichtige Themen: Team Stronach

In Prozent der Team Stronach-WählerInnen, „sehr wichtig“, Mehrfachnennung möglich
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



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)

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