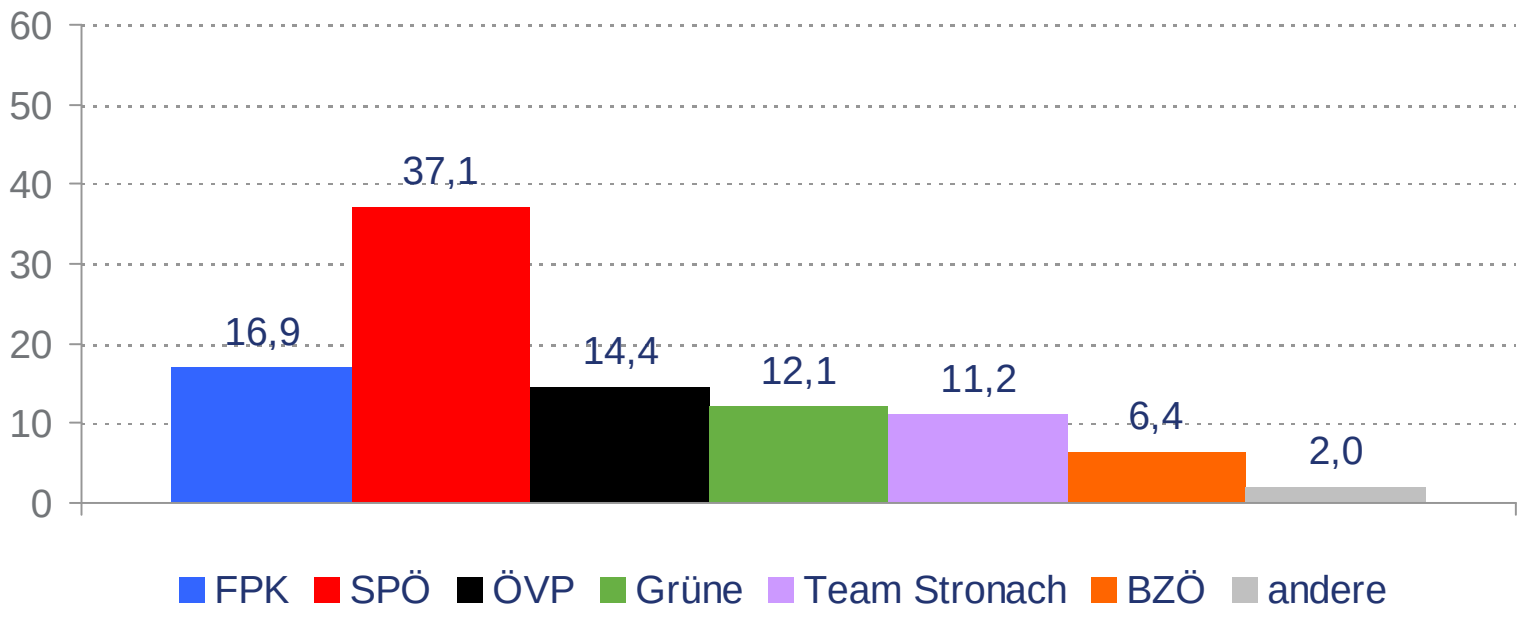
SORA

ISA INSTITUT für STRATEGIEANALYSEN

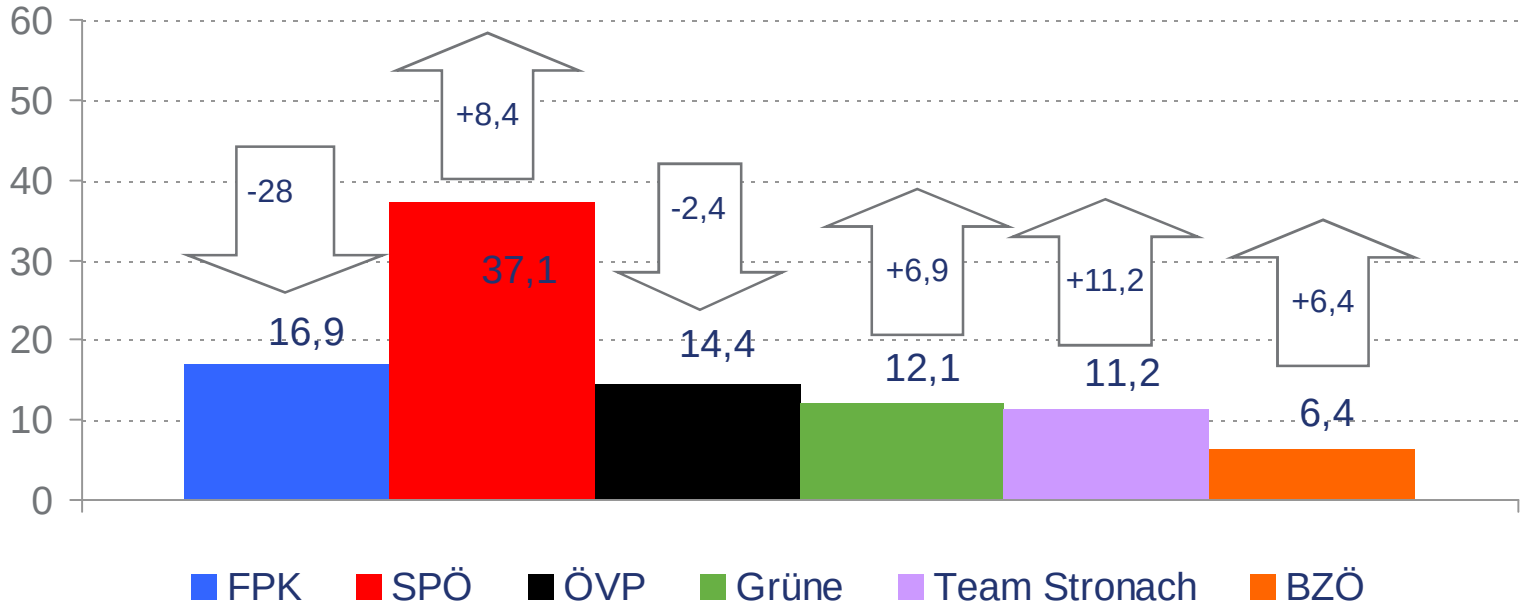
# Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse Landtagswahl Kärnten 2013

Flooh Perlot
Martina Zandonella
März 2013

# Gesamtergebnis



# Wahlverhalten im Zeitvergleich (Wahl 2013 zu Wahl 2009)



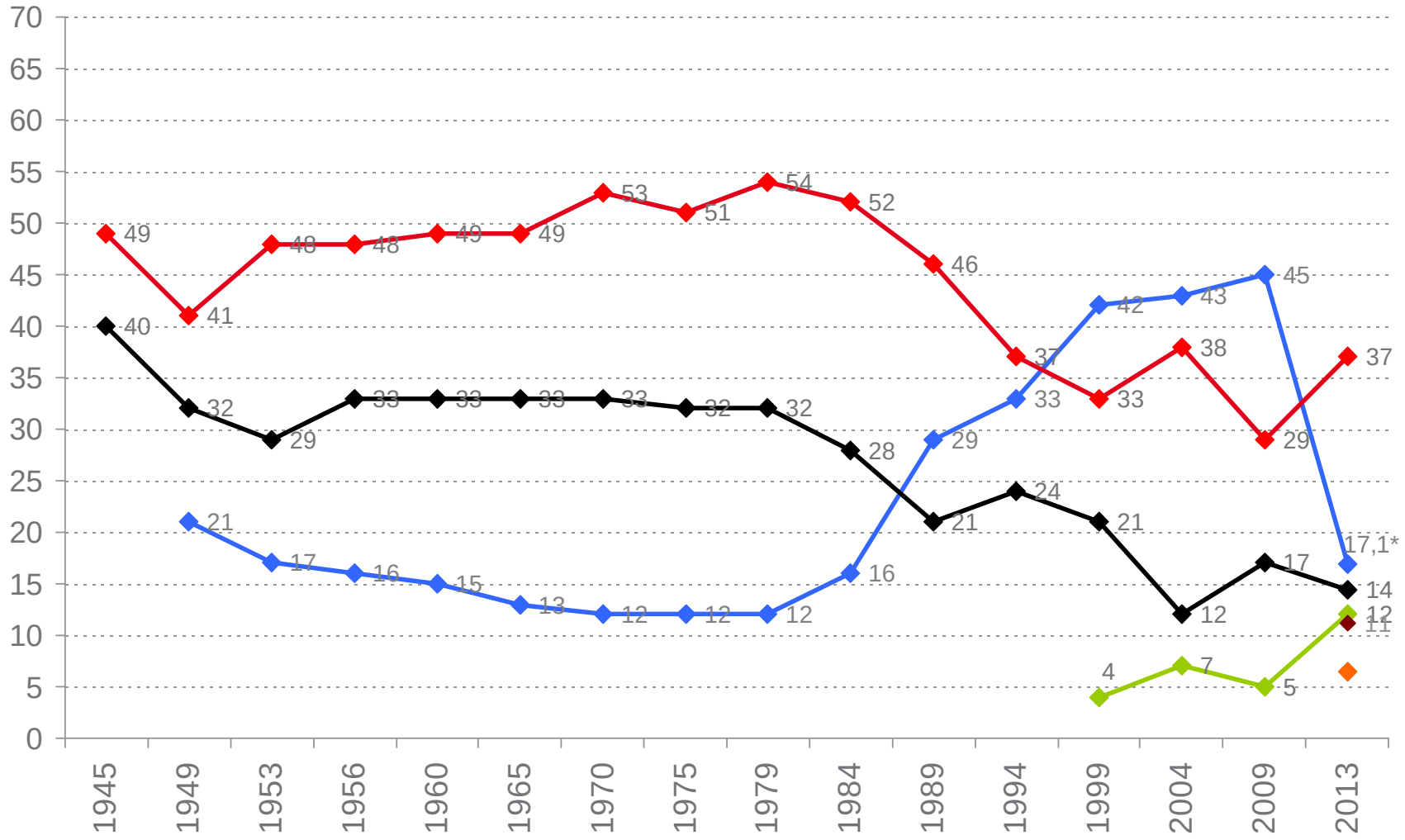
# SORA Wählerstromanalyse Landtagswahl Kärnten 2013

| | 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)

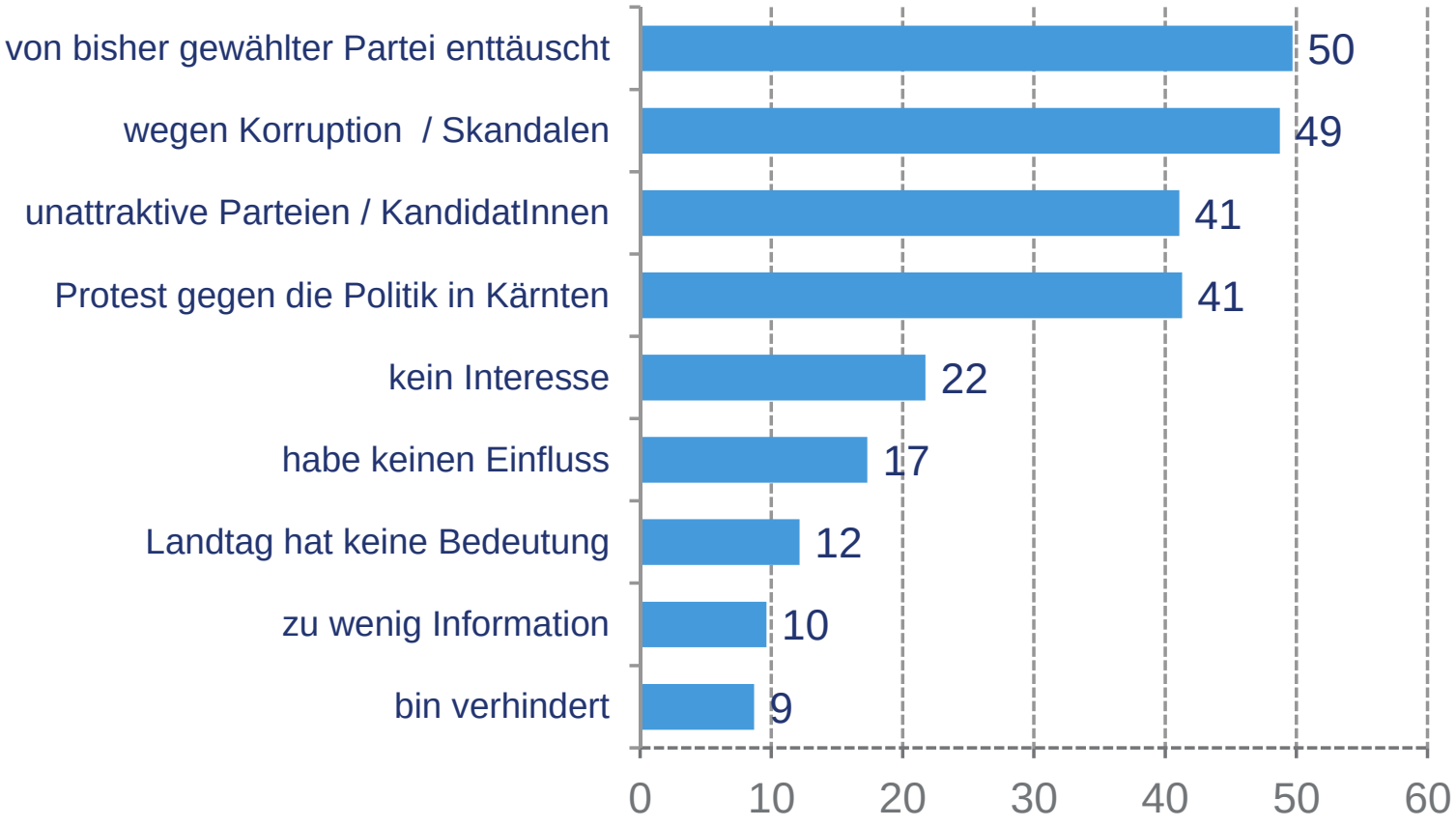
**Gewichtung der Daten:** soziodemographisch (Geschlecht, Alter, Bildung, Erwerb)
Recall Landtagswahl 2009
Hochrechnung um 17:20 Uhr

**Schwankungsbreite:** max. 2,8%

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

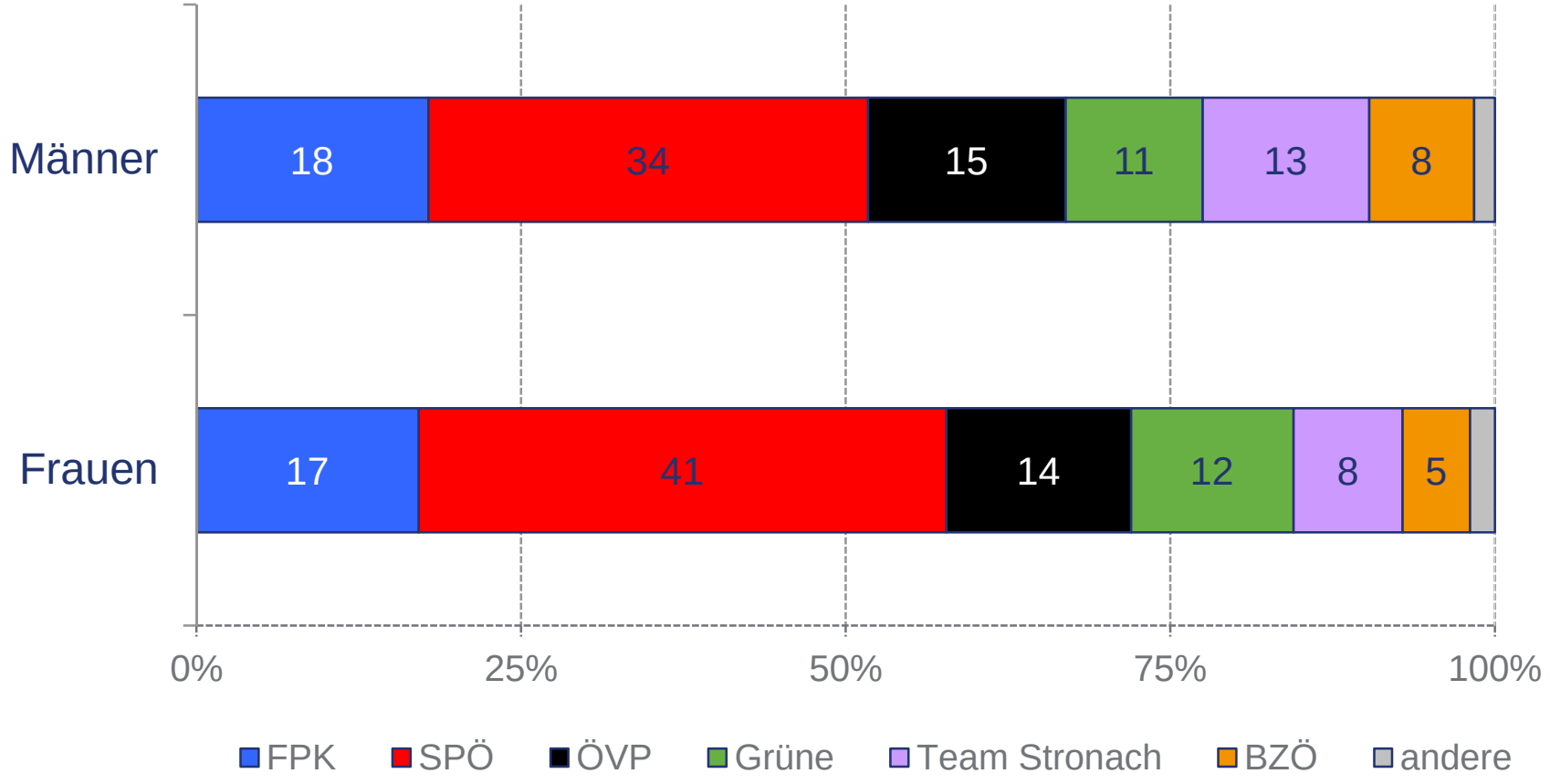
# Motive der NichtwählerInnen

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



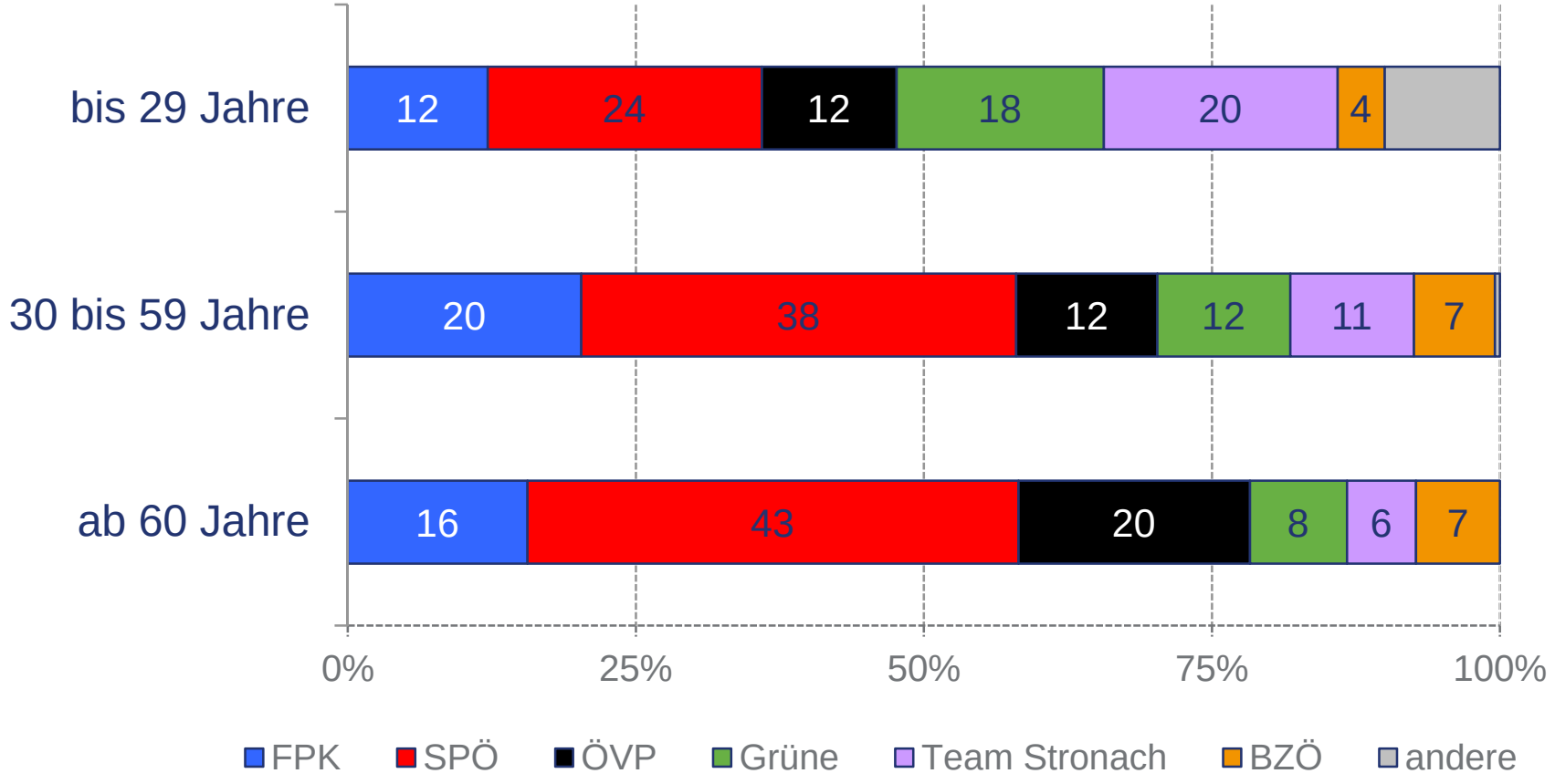
# Wahlverhalten nach Geschlecht

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



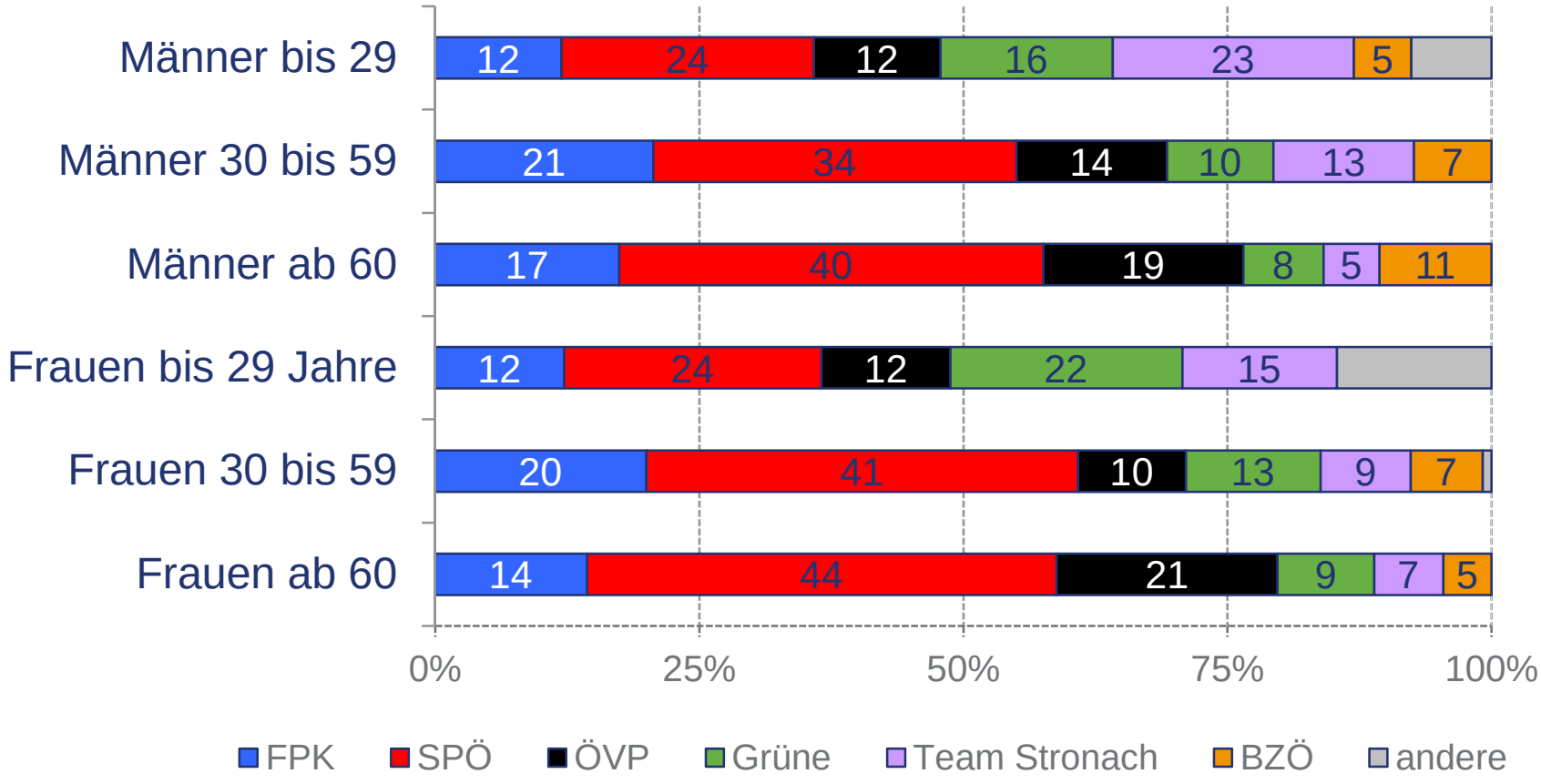
# Wahlverhalten nach Alter

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



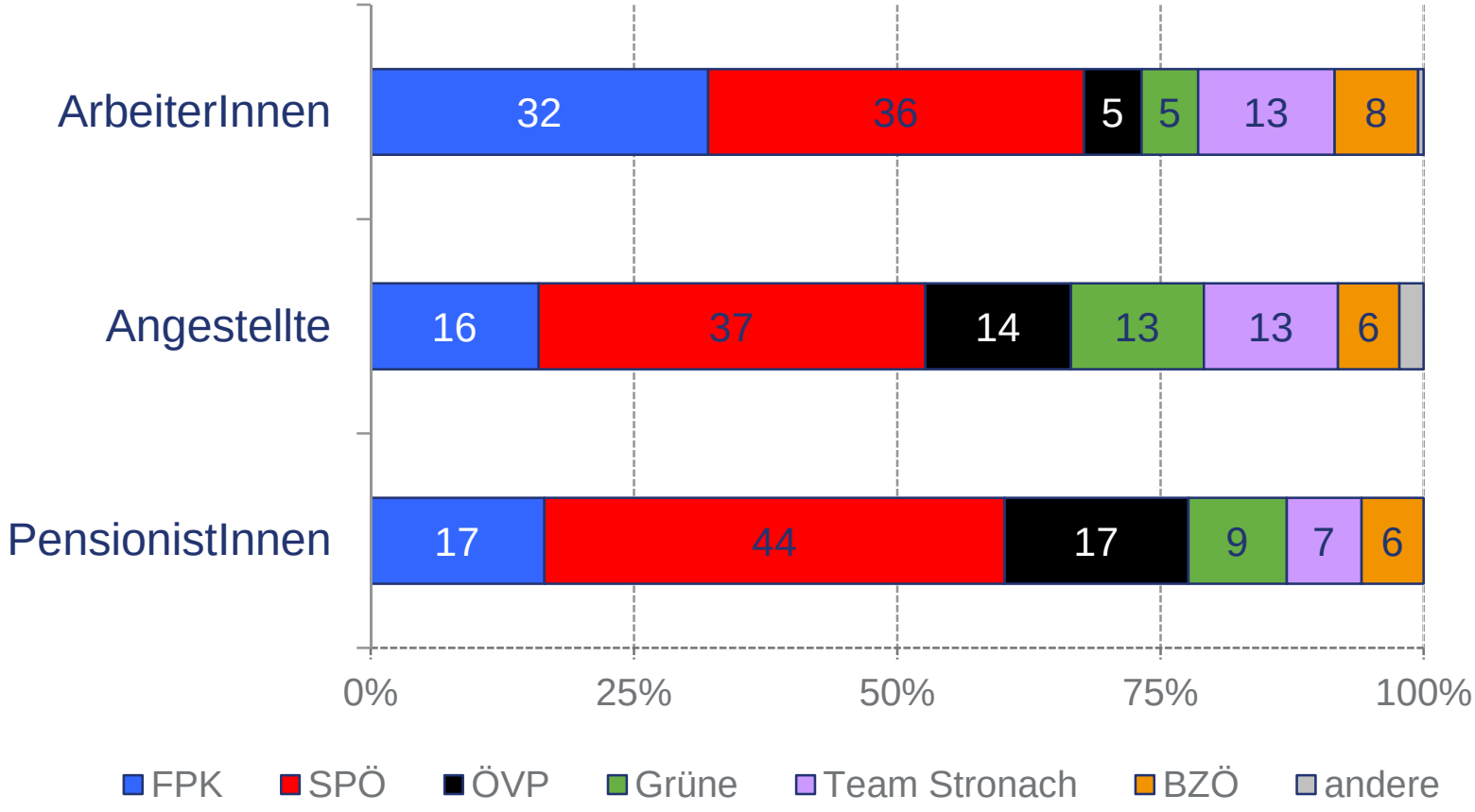
# Wahlverhalten nach Alter und Geschlecht

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



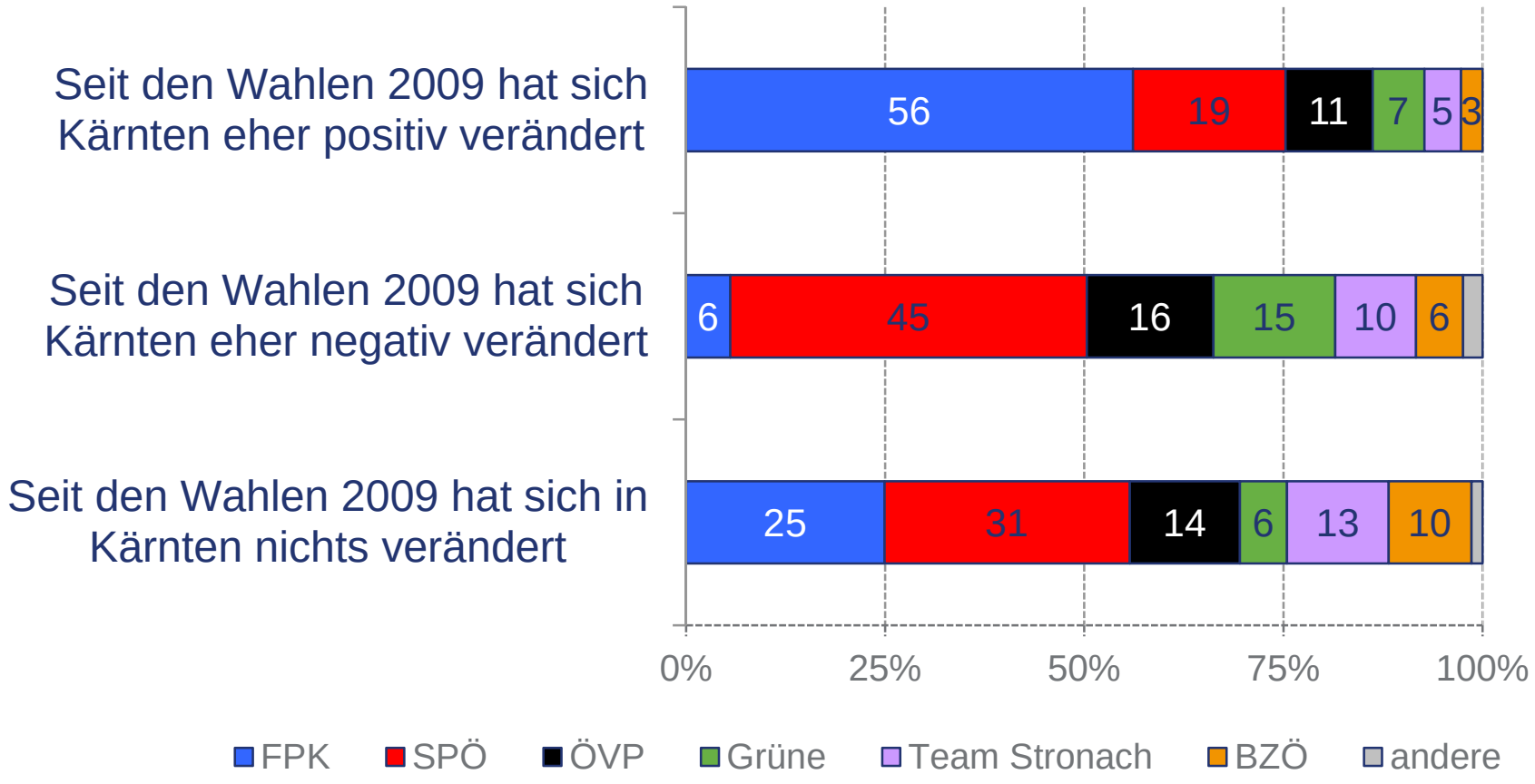
# Wahlverhalten nach Erwerb

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



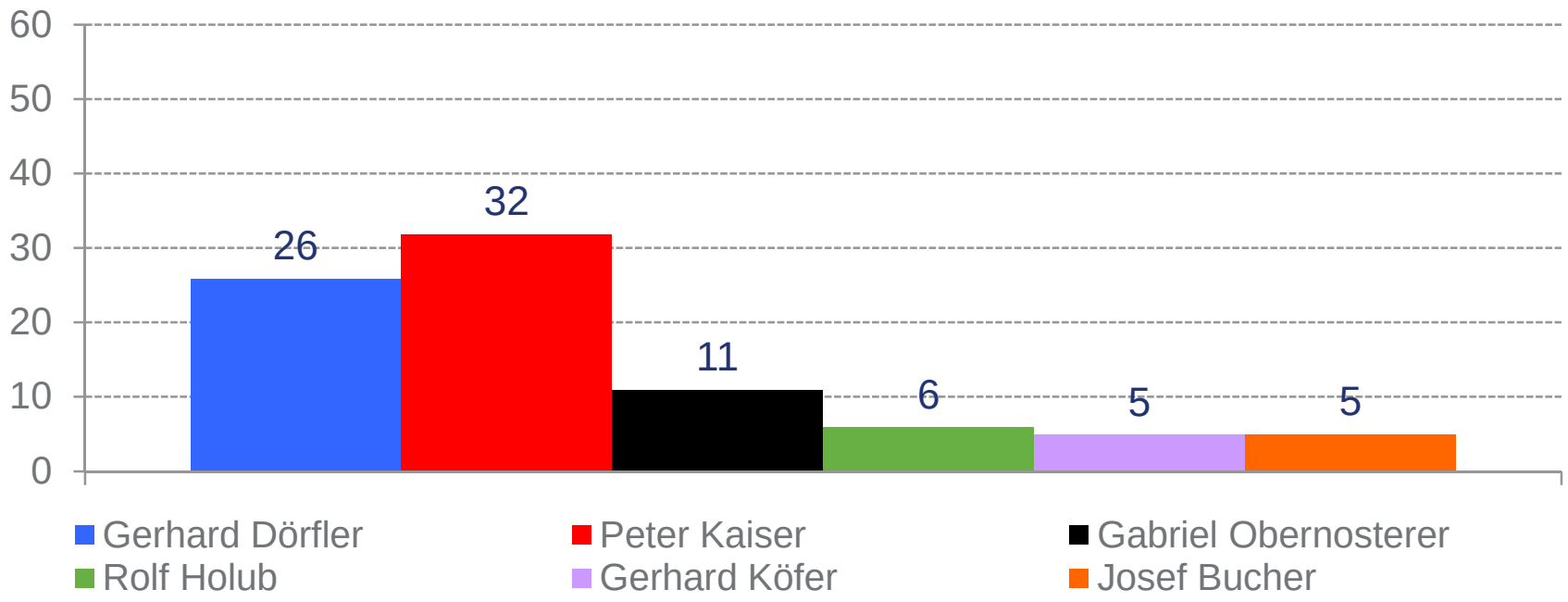
# Wahlverhalten in Abhängigkeit von der Einschätzung der Entwicklung in Kärnten

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



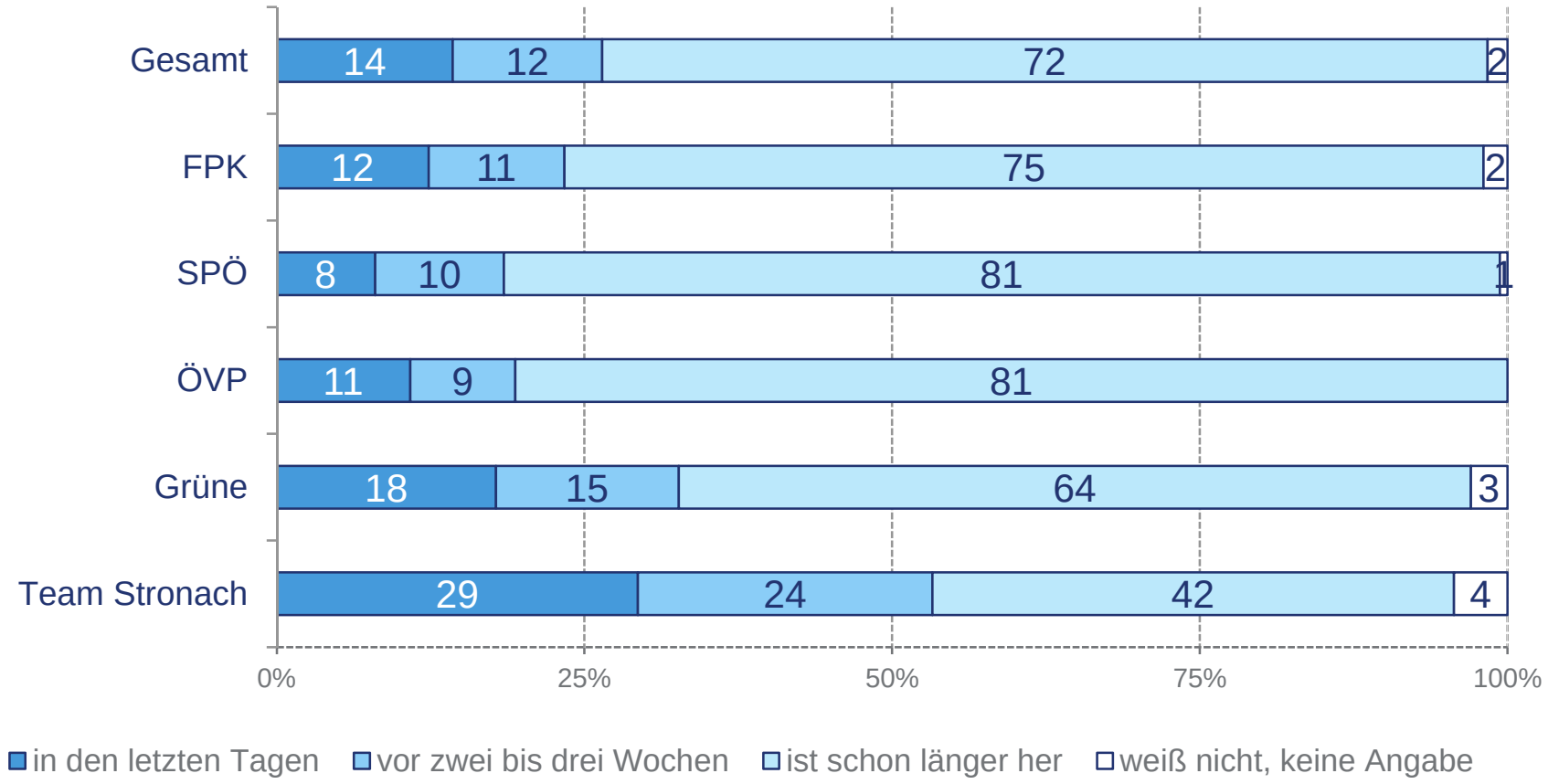
# Direktwahl Landeshauptmann

In Prozent aller WählerInnen, Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



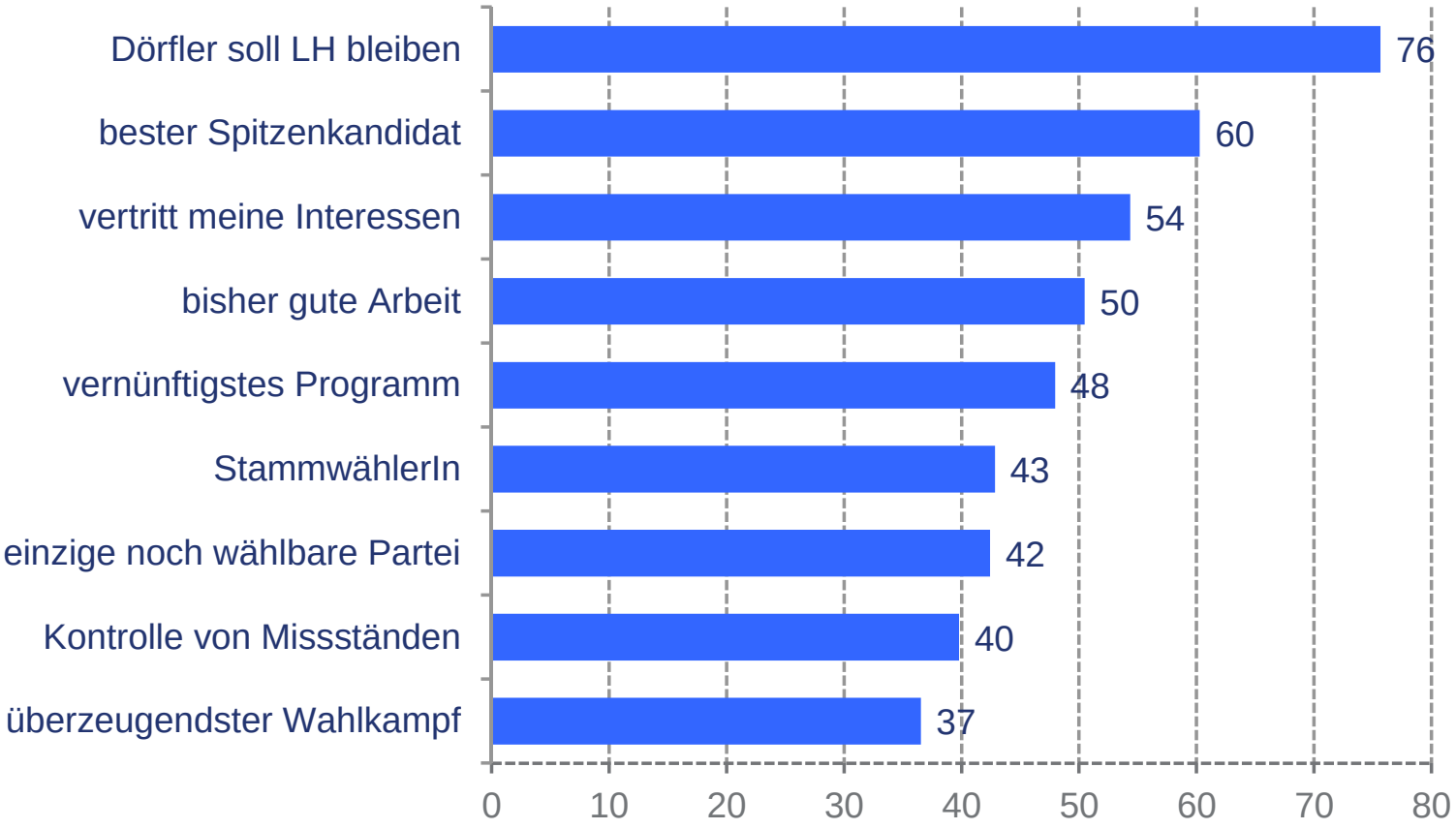
# Zeitpunkt der Entscheidung

In Prozent aller WählerInnen
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



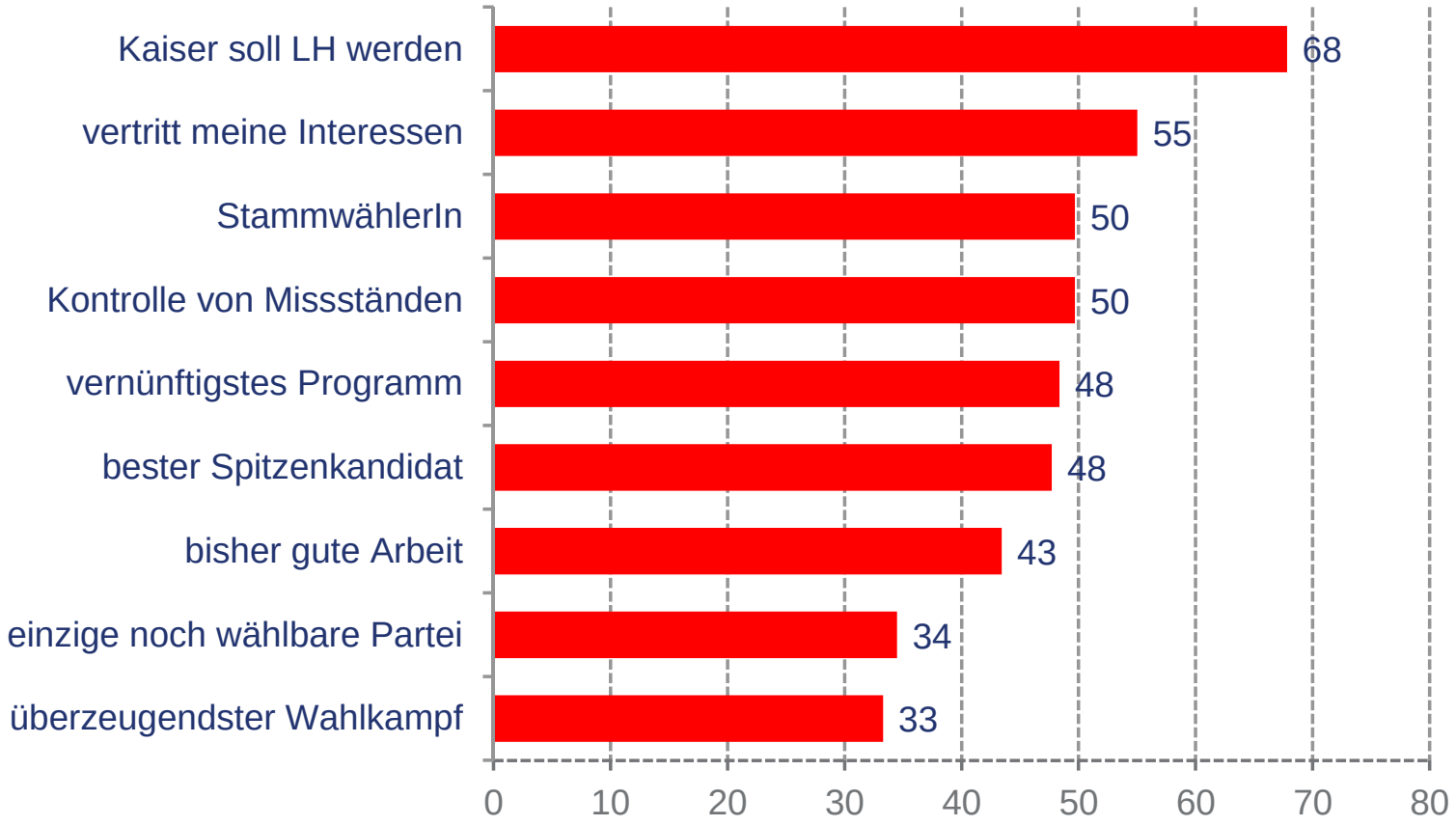
# Wahlmotive FPK

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



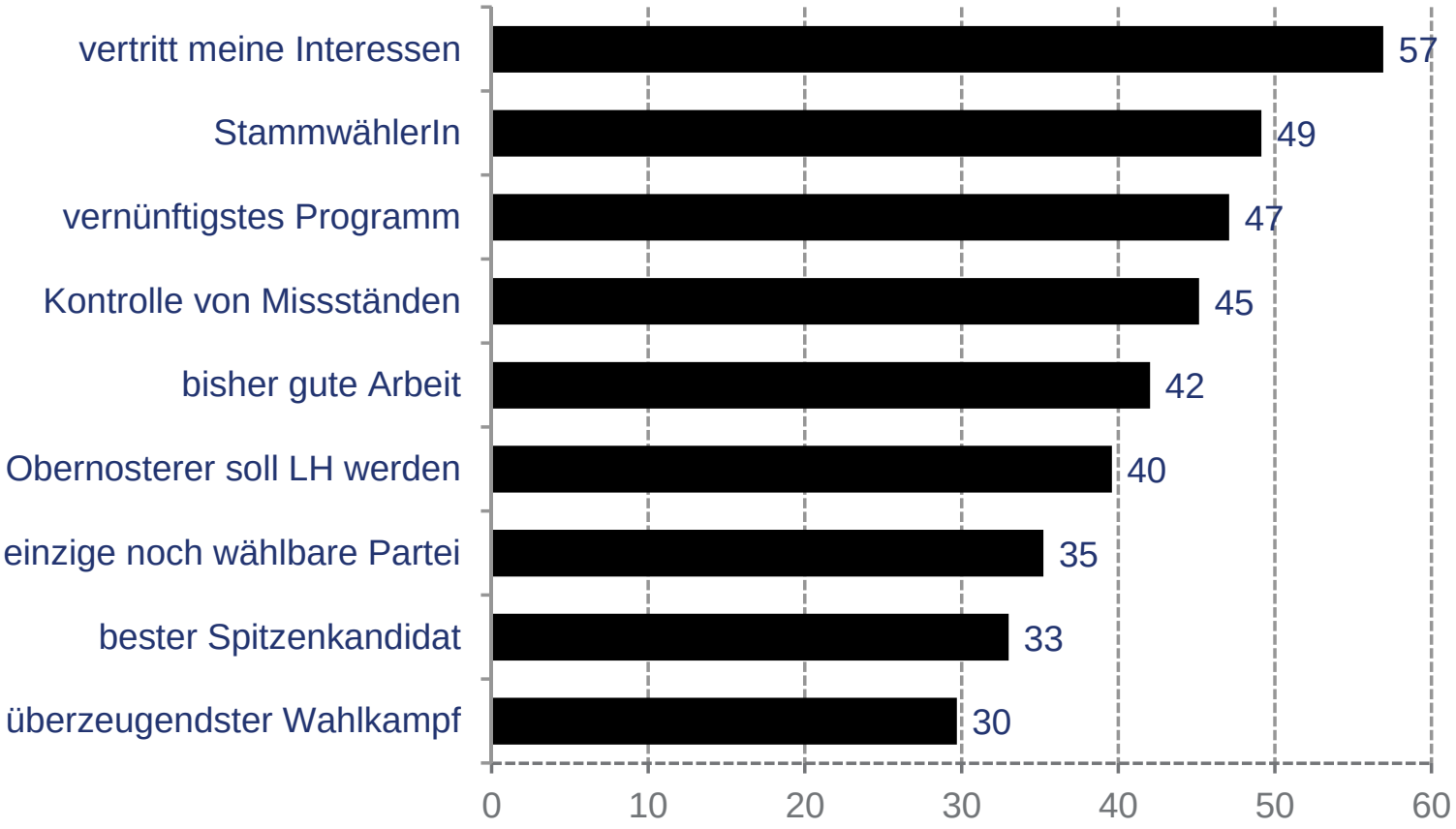
# Wahlmotive SPÖ

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



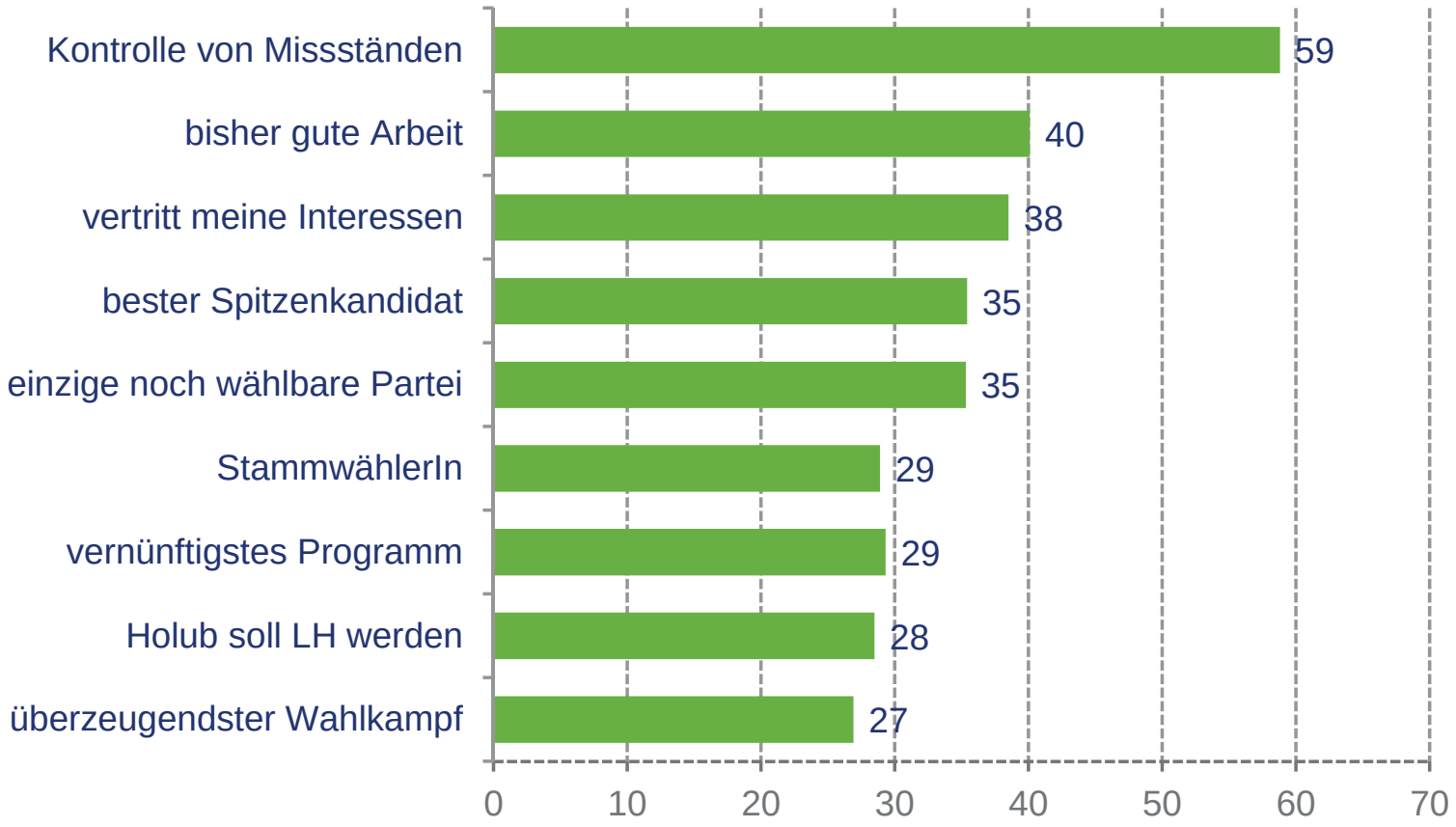
# Wahlmotive ÖVP

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



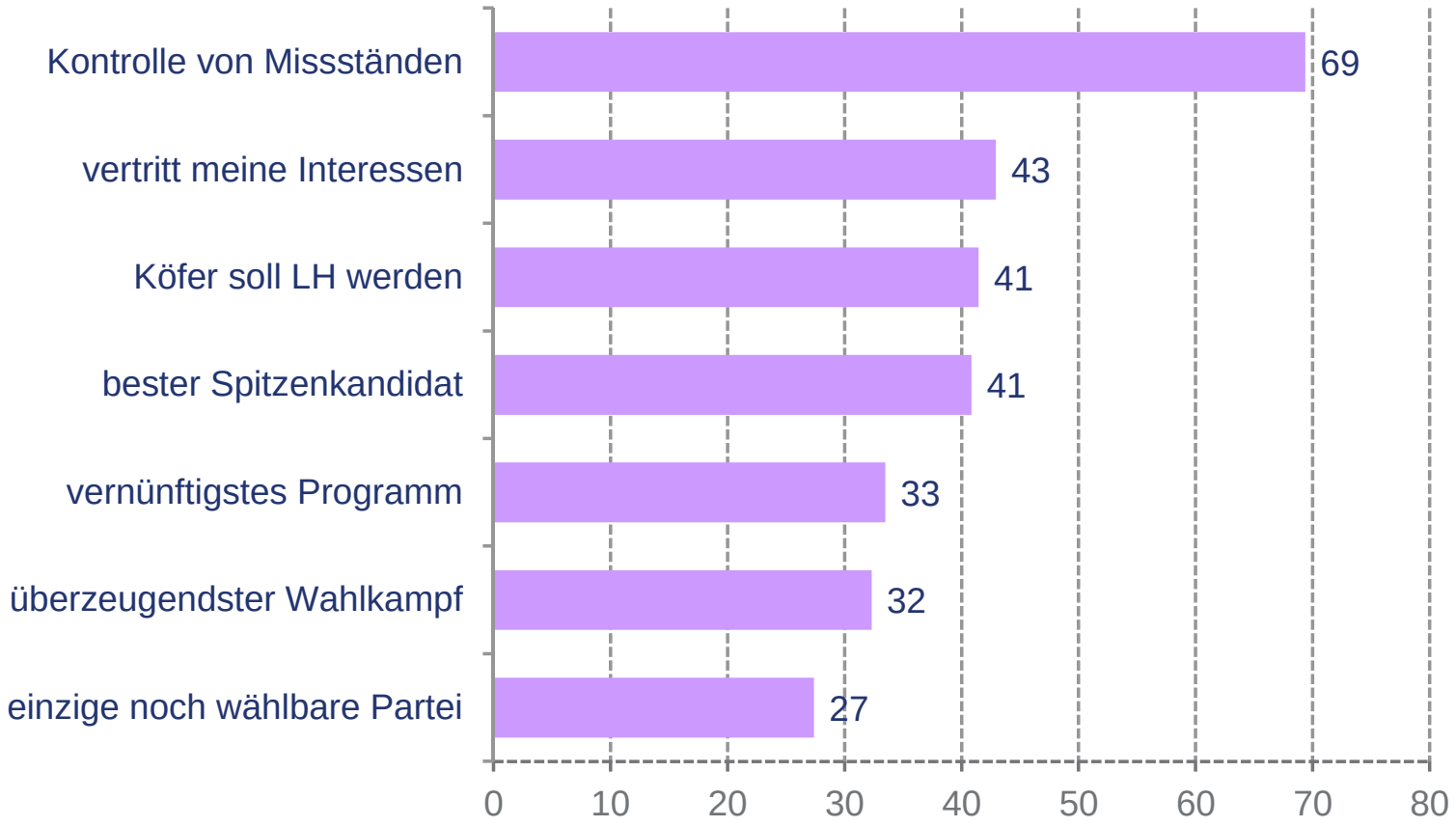
# Wahlmotive Grüne

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



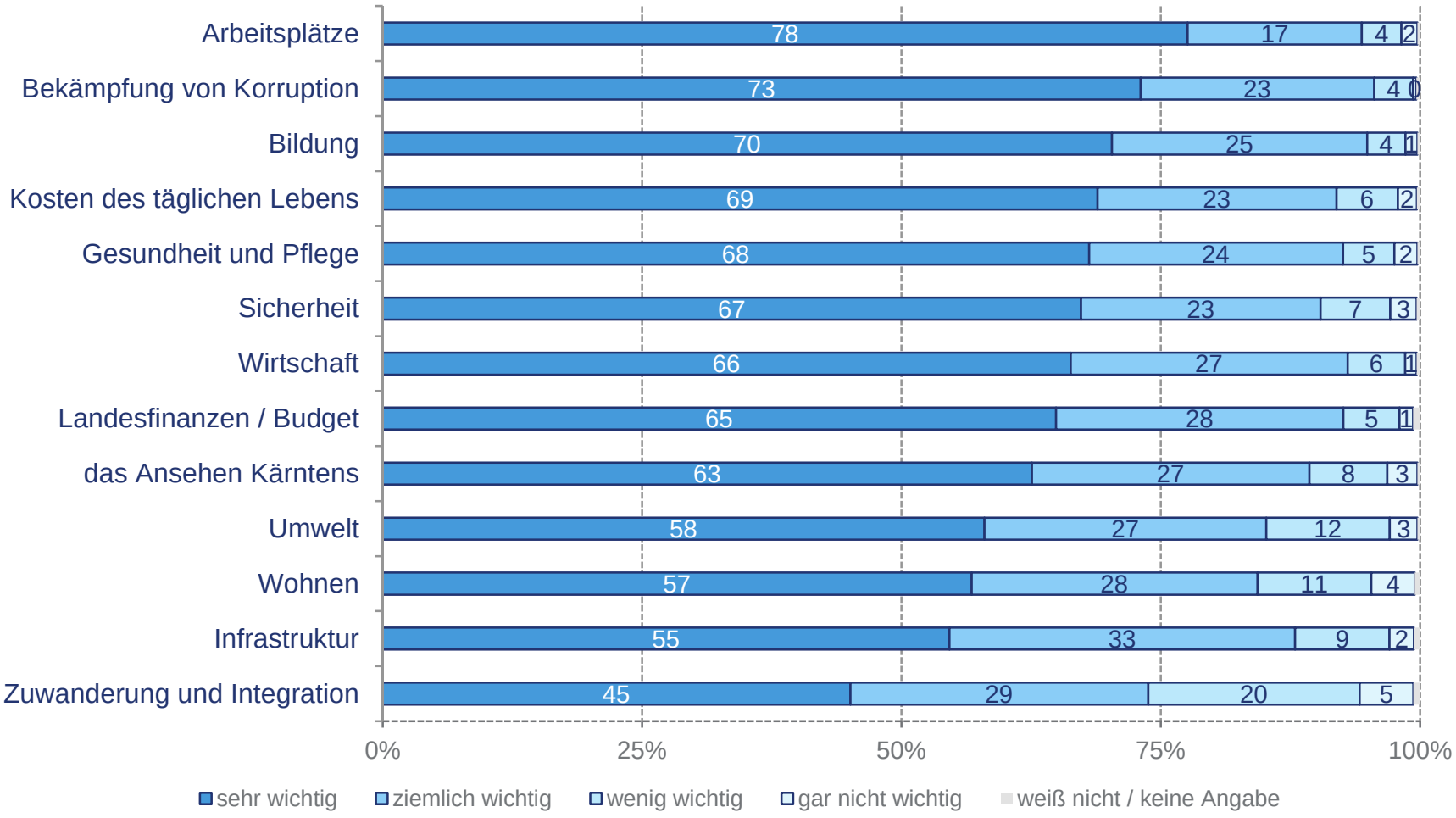
# Wahlmotive Team Stronach

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



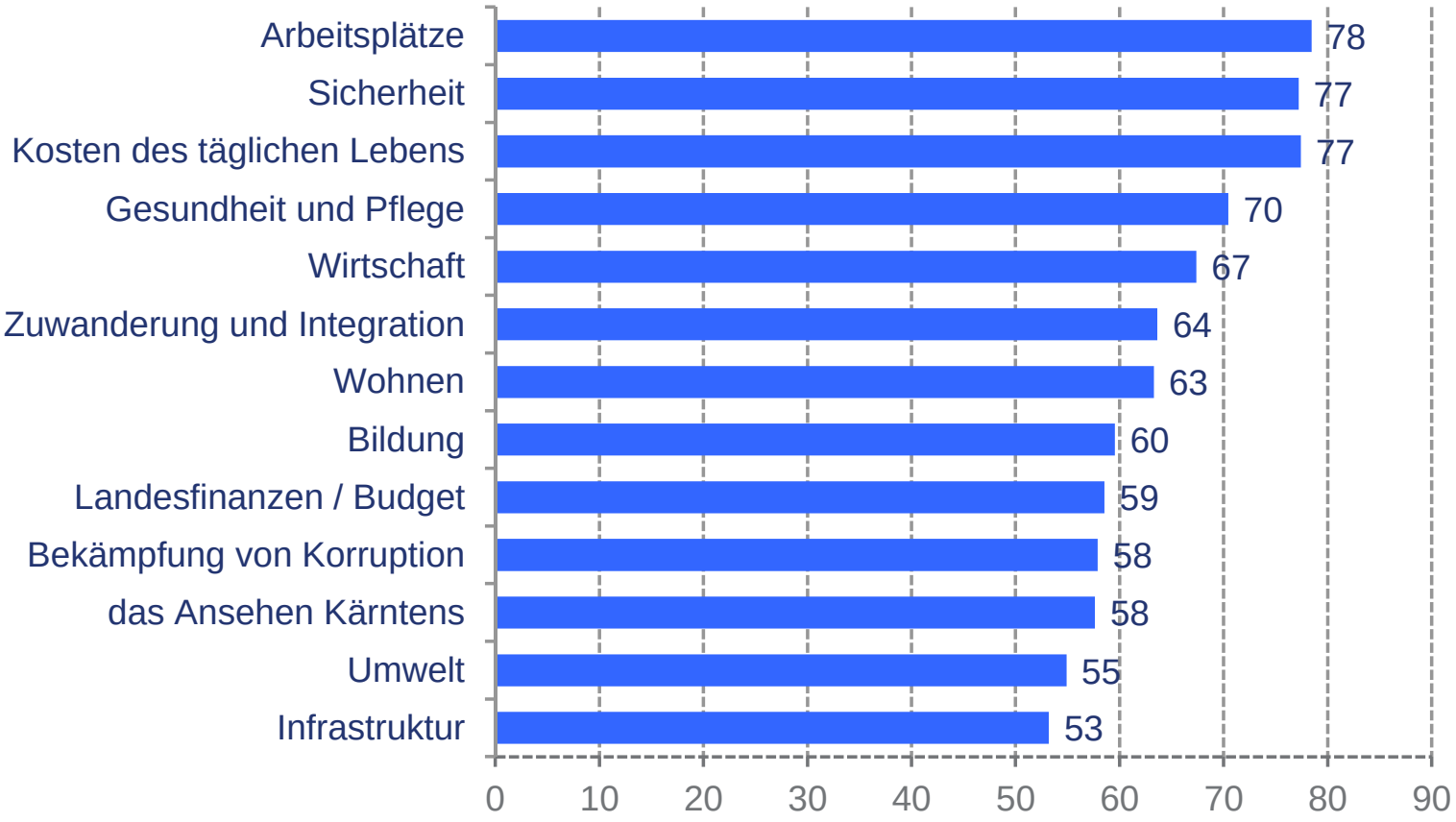
# Wichtige Themen für Wahlentscheidung

In Prozent aller Befragten
Wahltagsbefragung Landtagswahl Kärnten im Auftrag des ORF



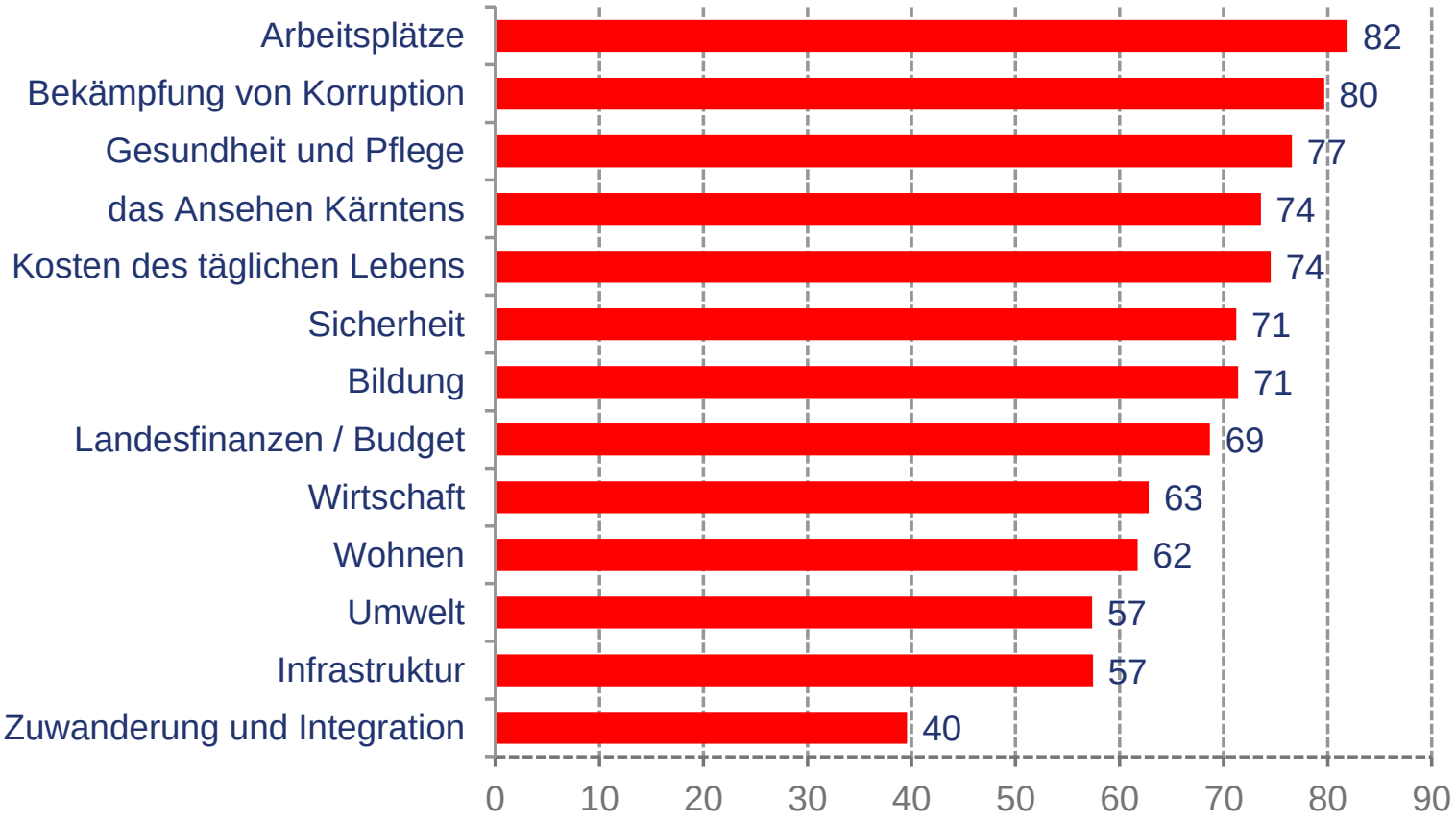
# Wichtige Themen: FPK

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



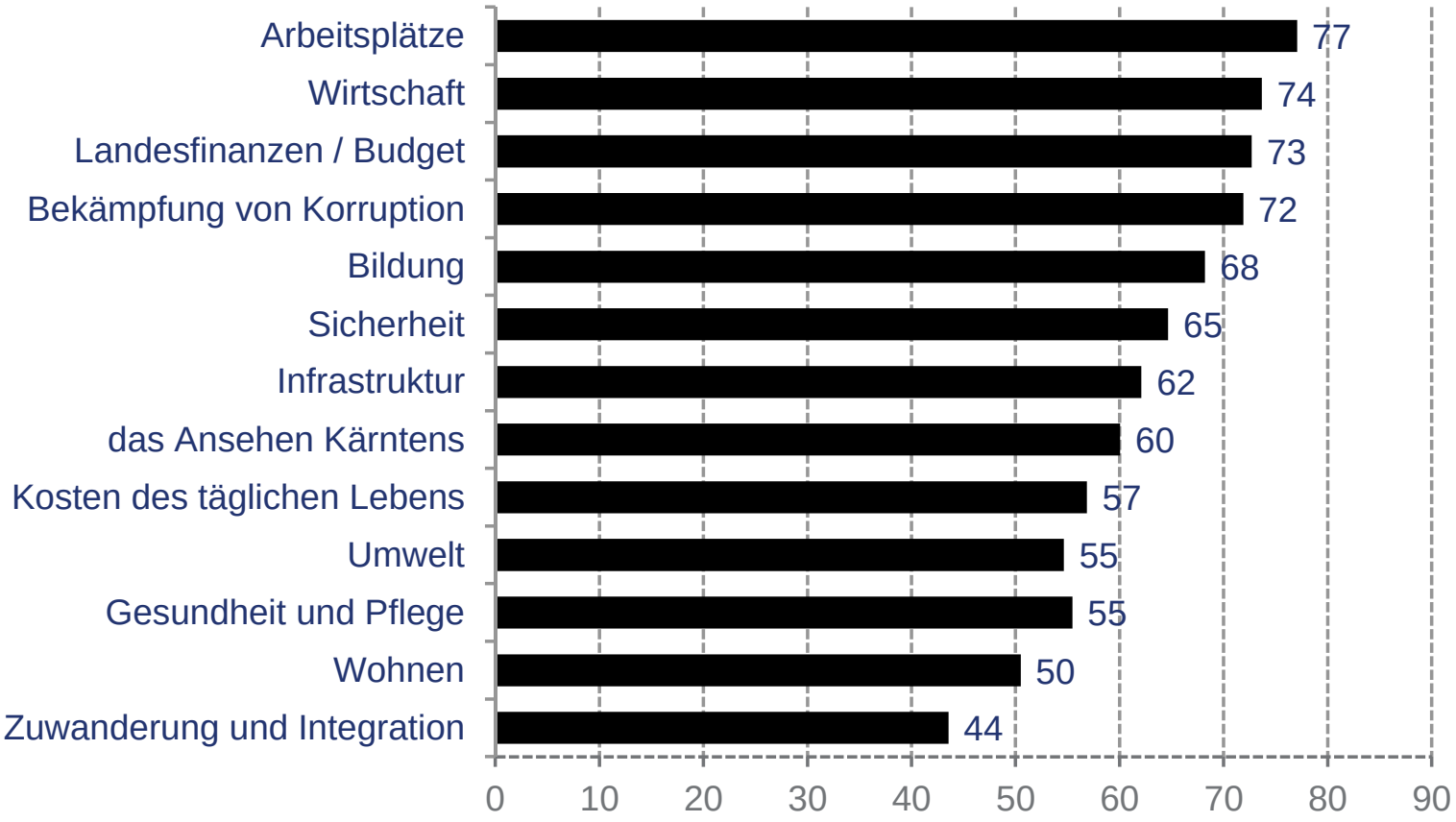
# Wichtige Themen: SPÖ

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



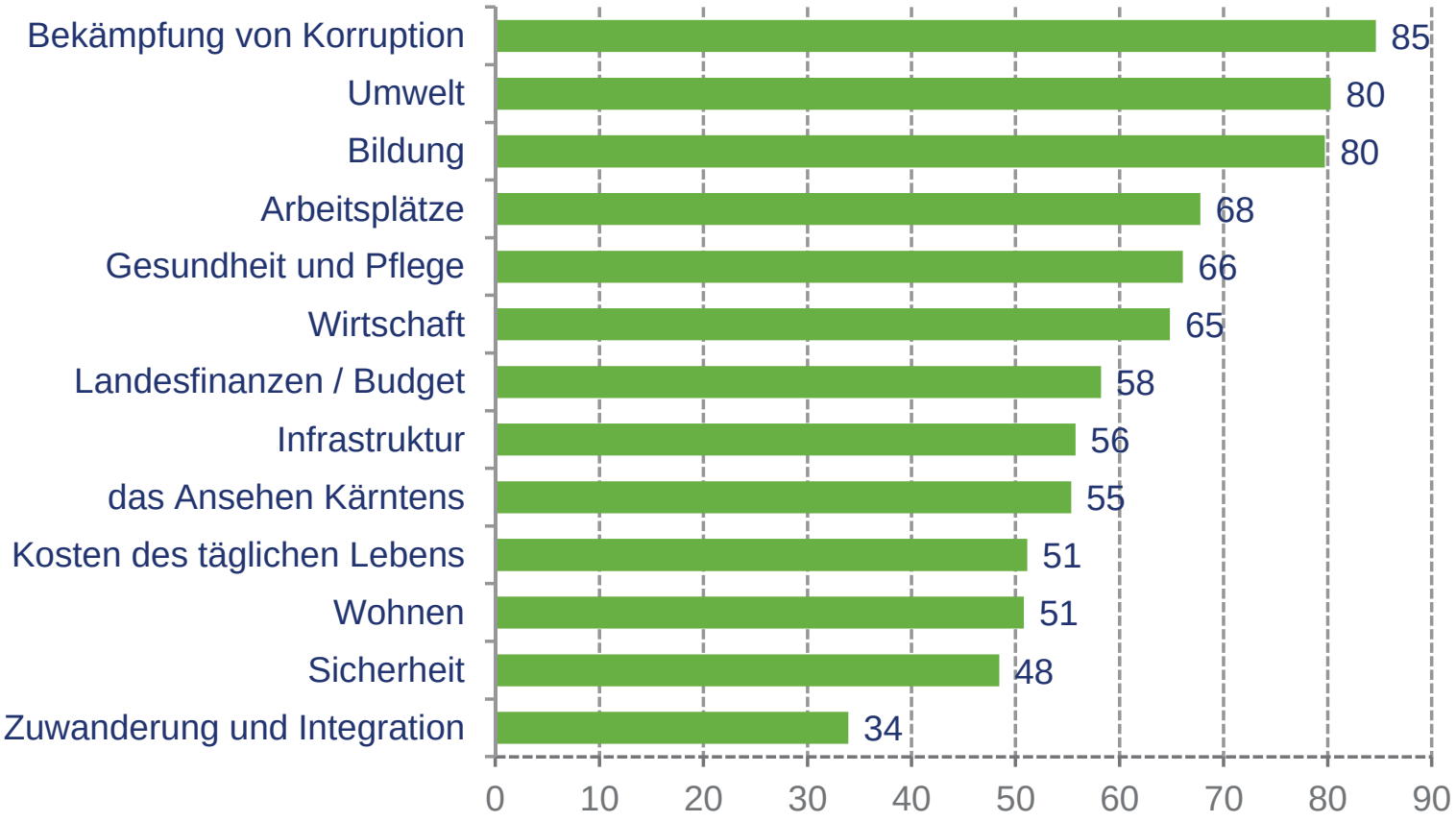
# Wichtige Themen: ÖVP

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



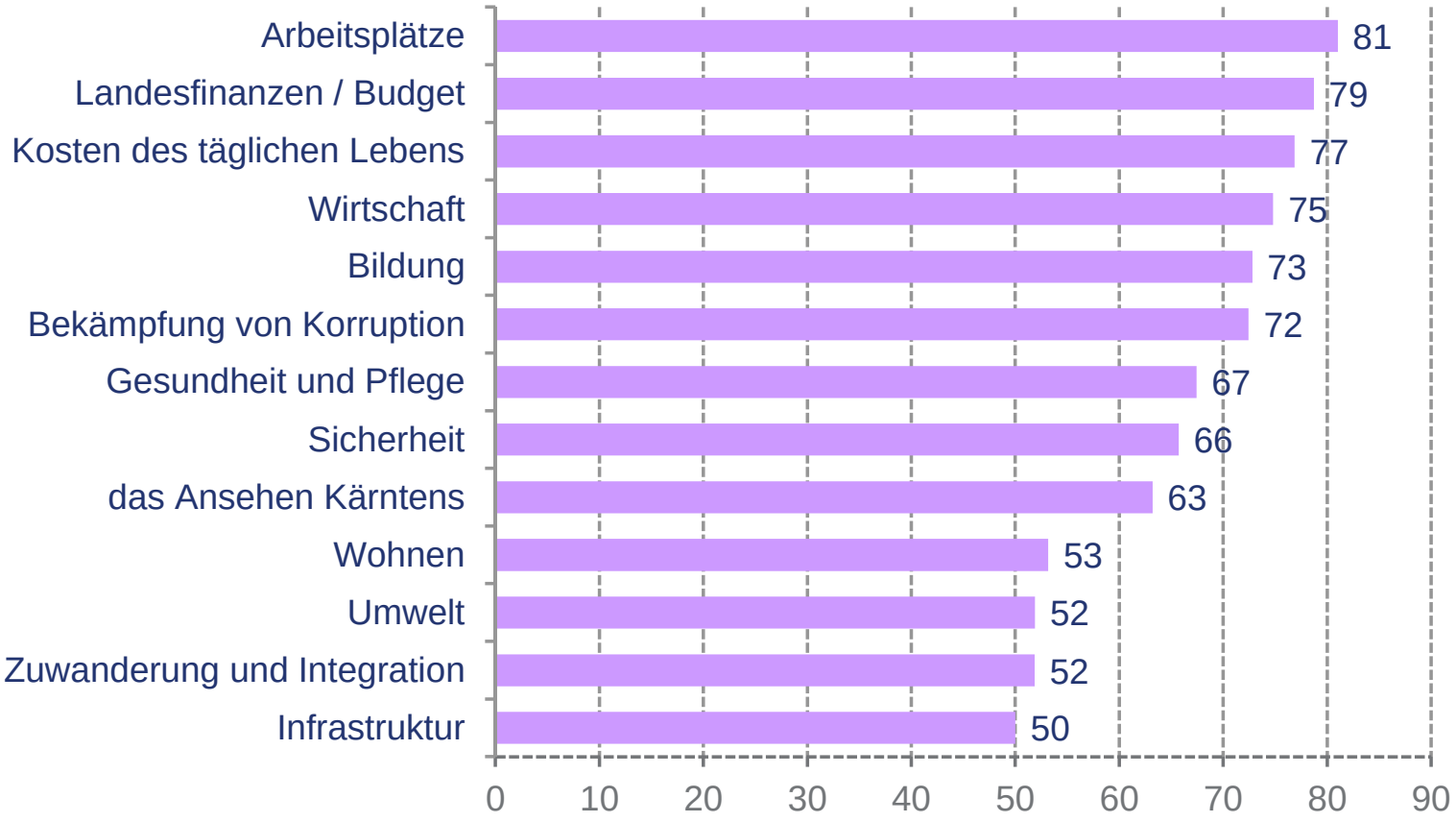
# Wichtige Themen: Grüne

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



# SORA Institute for Social Research and Consulting

→ Eines der führenden privaten sozialwissenschaftlichen Instituten in Österreich

→ Gegründet 1996 von Christoph Hofinger und Günther Ogris

→ Beschäftigt WissenschafterInnen 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)

# SORA 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