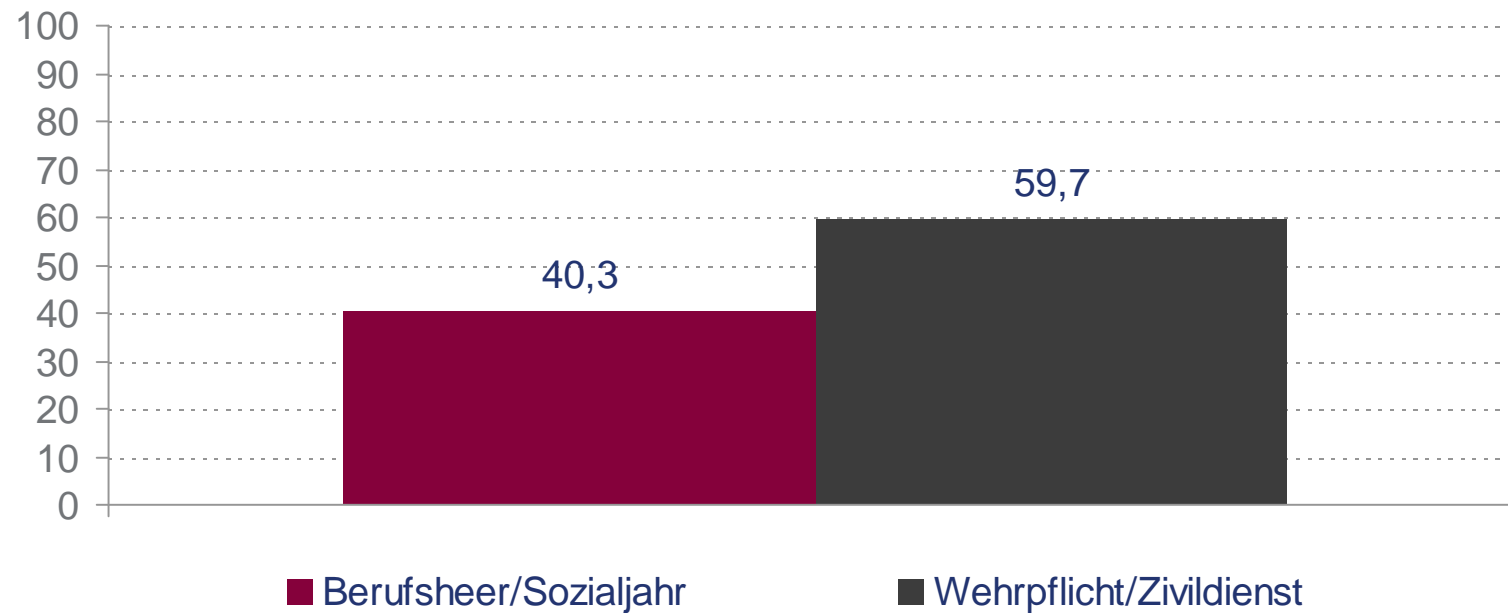


Erhebung Volksbefragung zur Wehrpflicht 2013

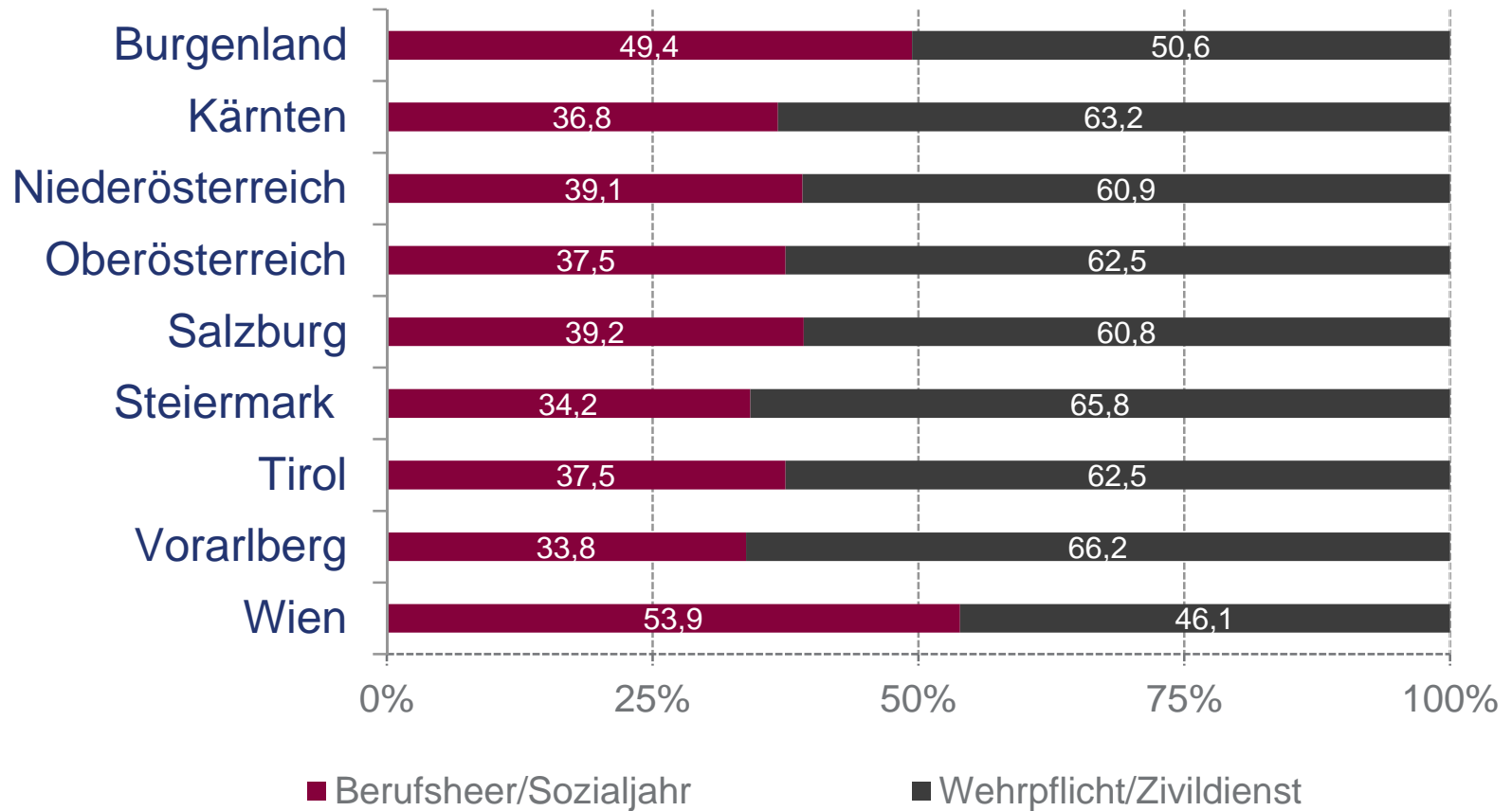
Flooh Perlot
Martina Zandonella
Jänner 2013

Endergebnis

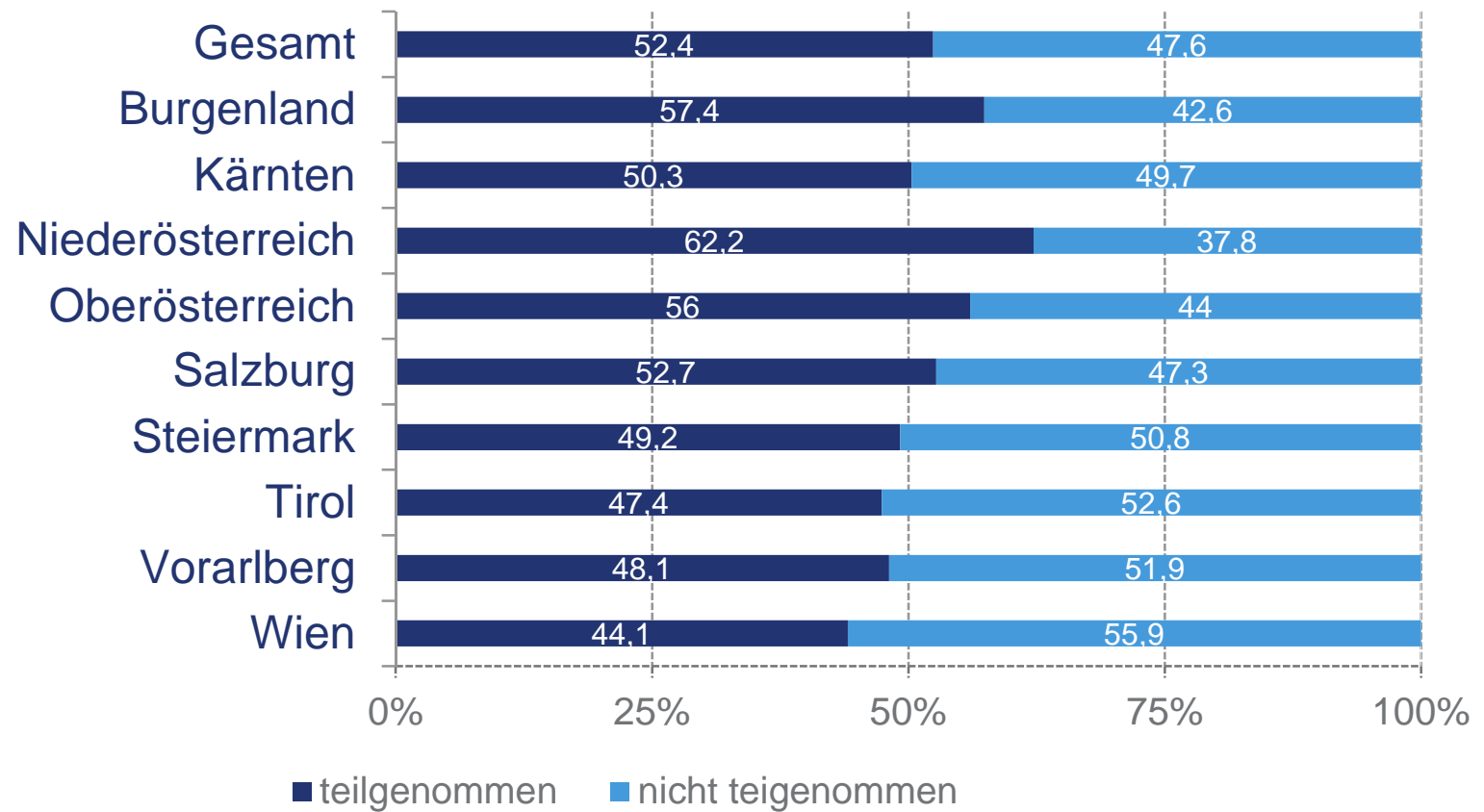
Beteiligung: 52,4%



Ergebnisse der Bundesländer

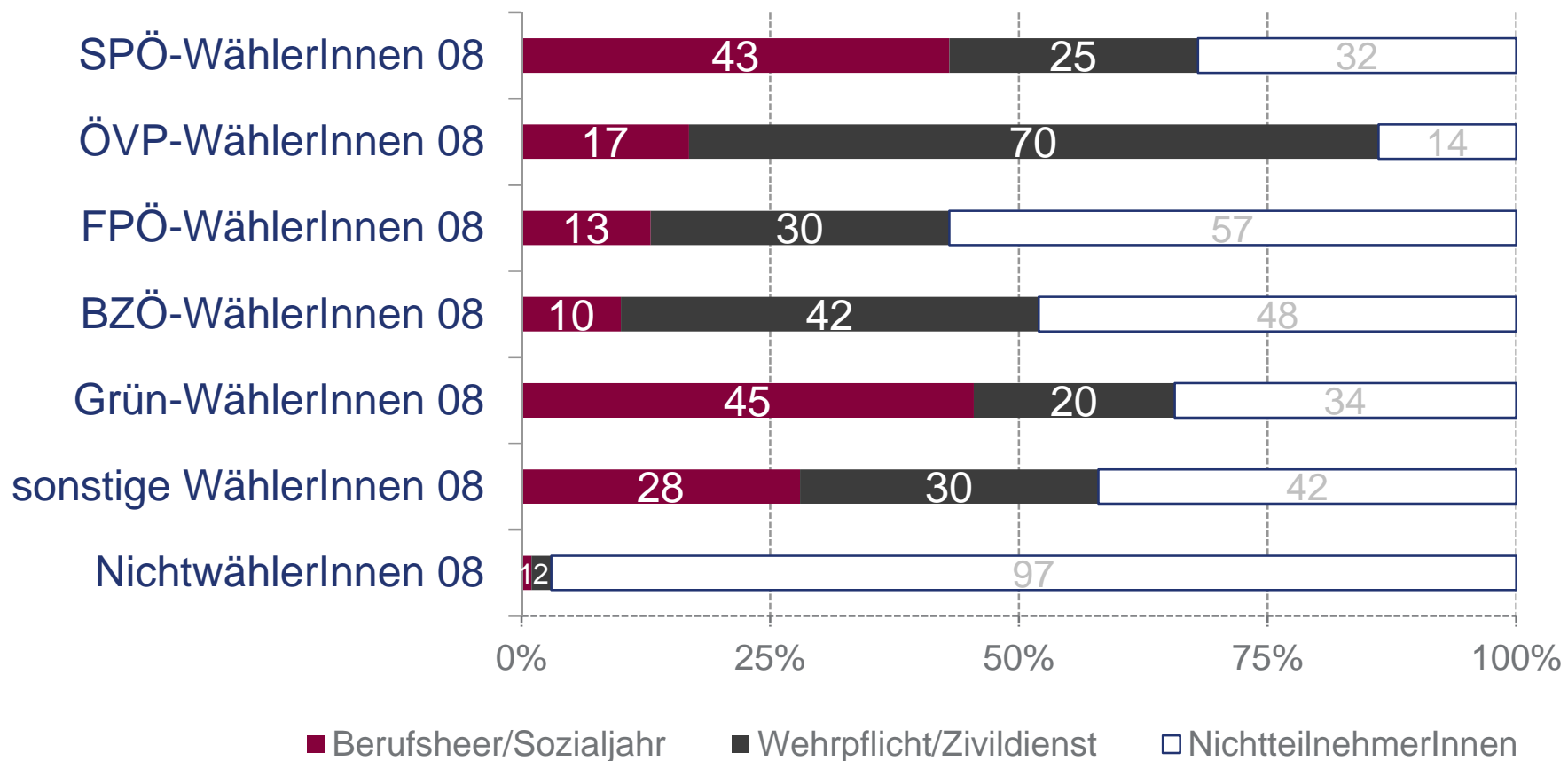


Beteiligung

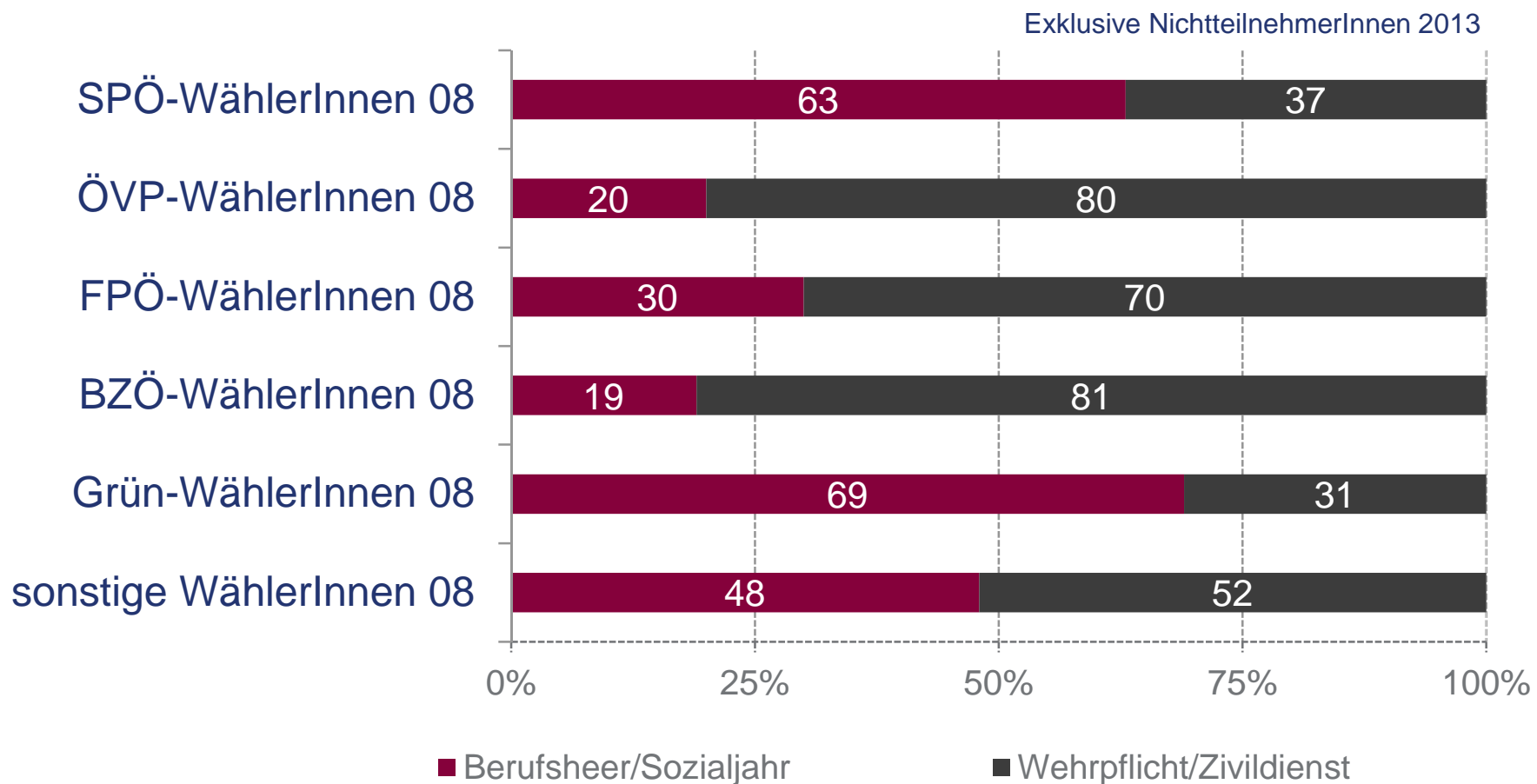


SORA Wählerstromanalyse

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

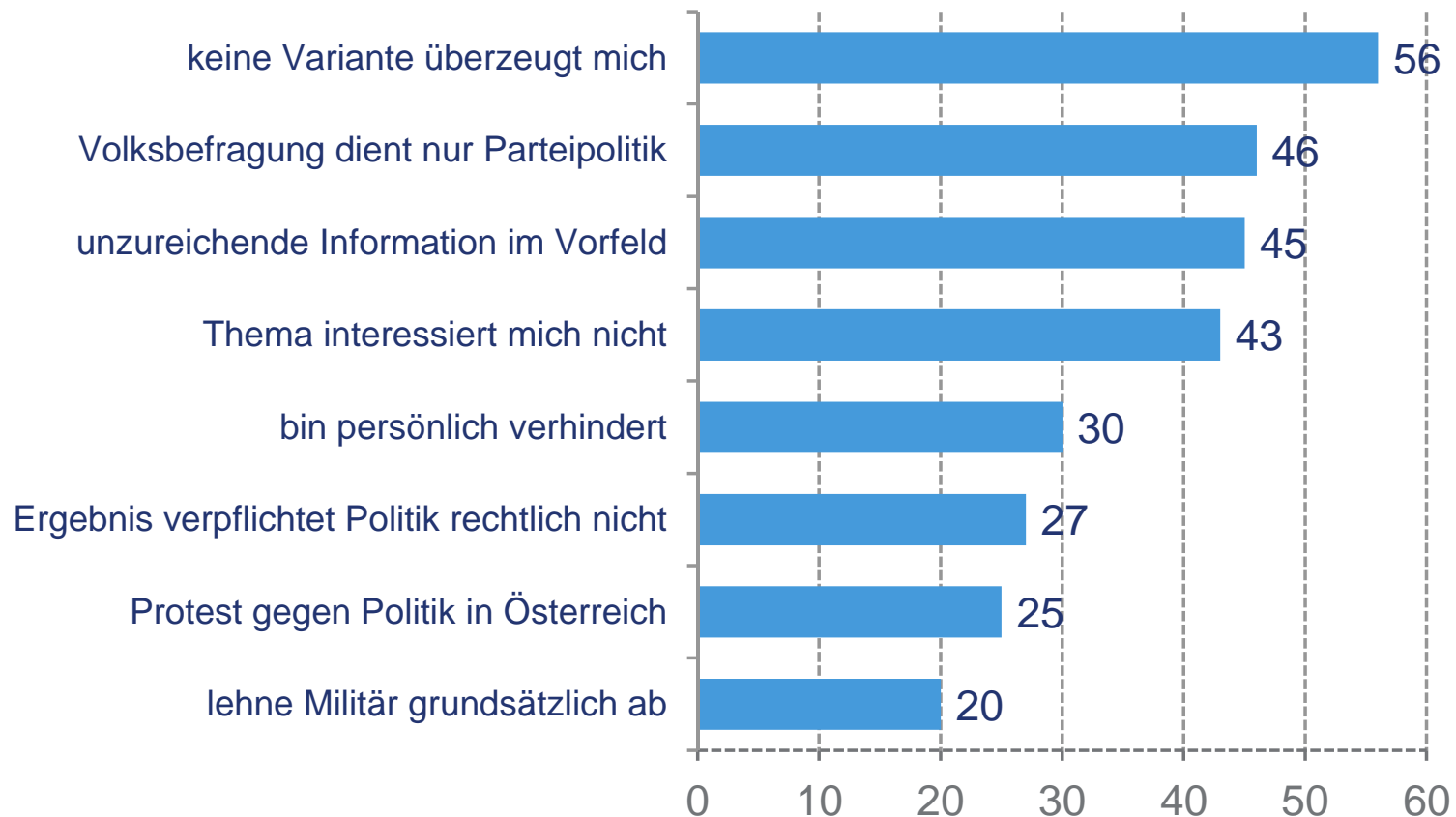
Befragungszeitraum

- 17. bis 20. Jänner 2013

Durchführung der Interviews: IPR

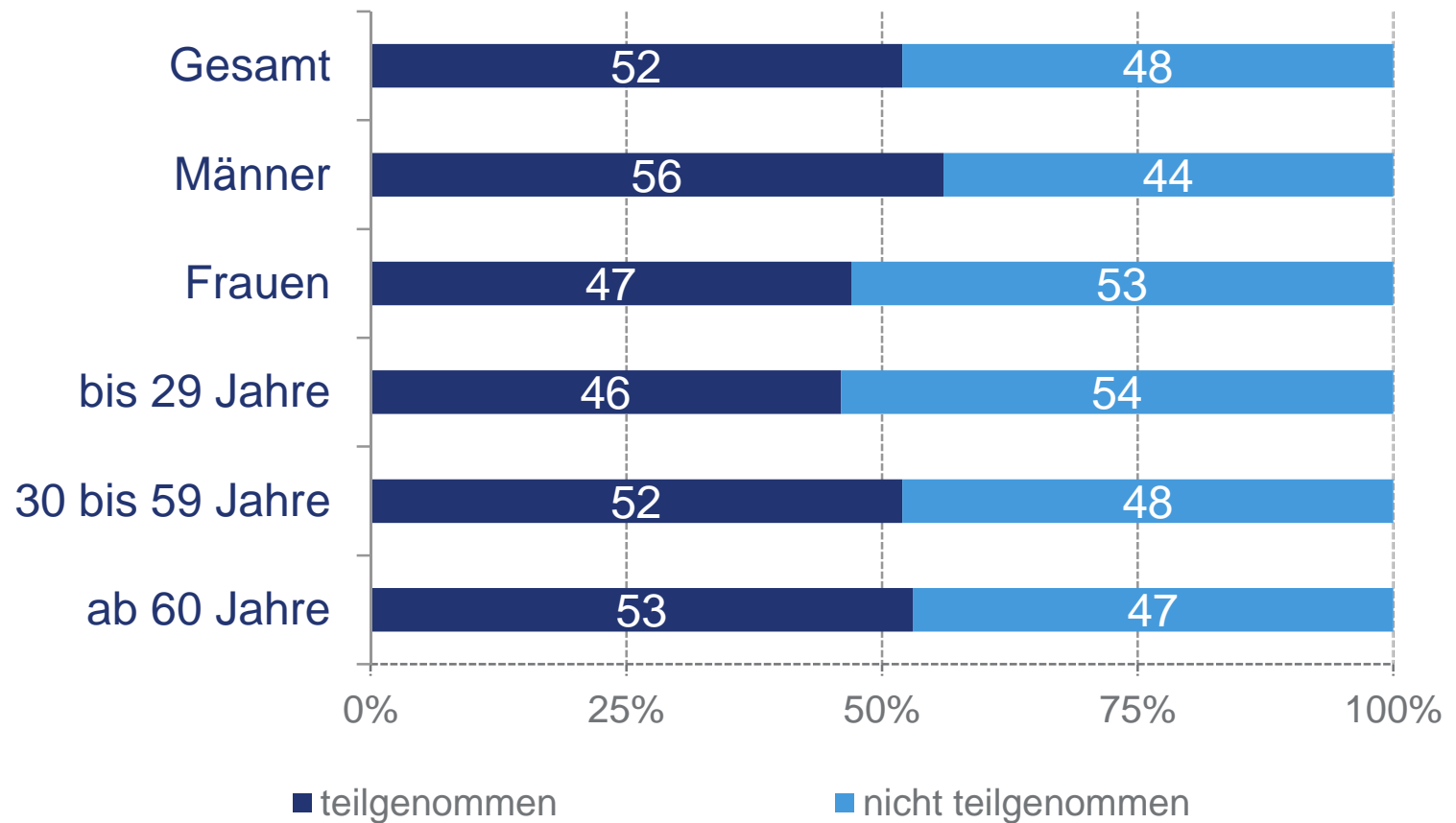
Motive der NichtteilnehmerInnen

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



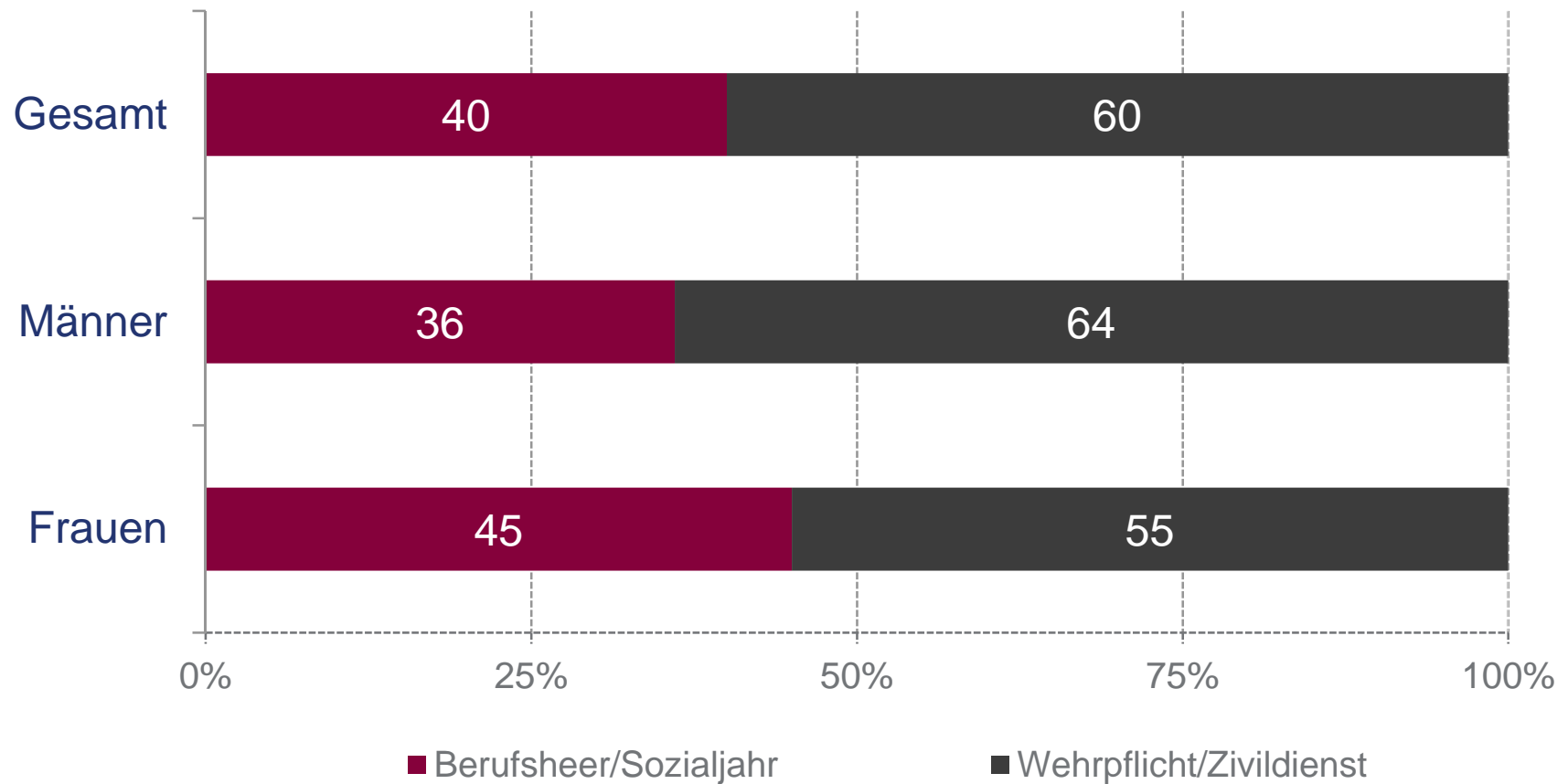
Beteiligung nach Alter und Geschlecht

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



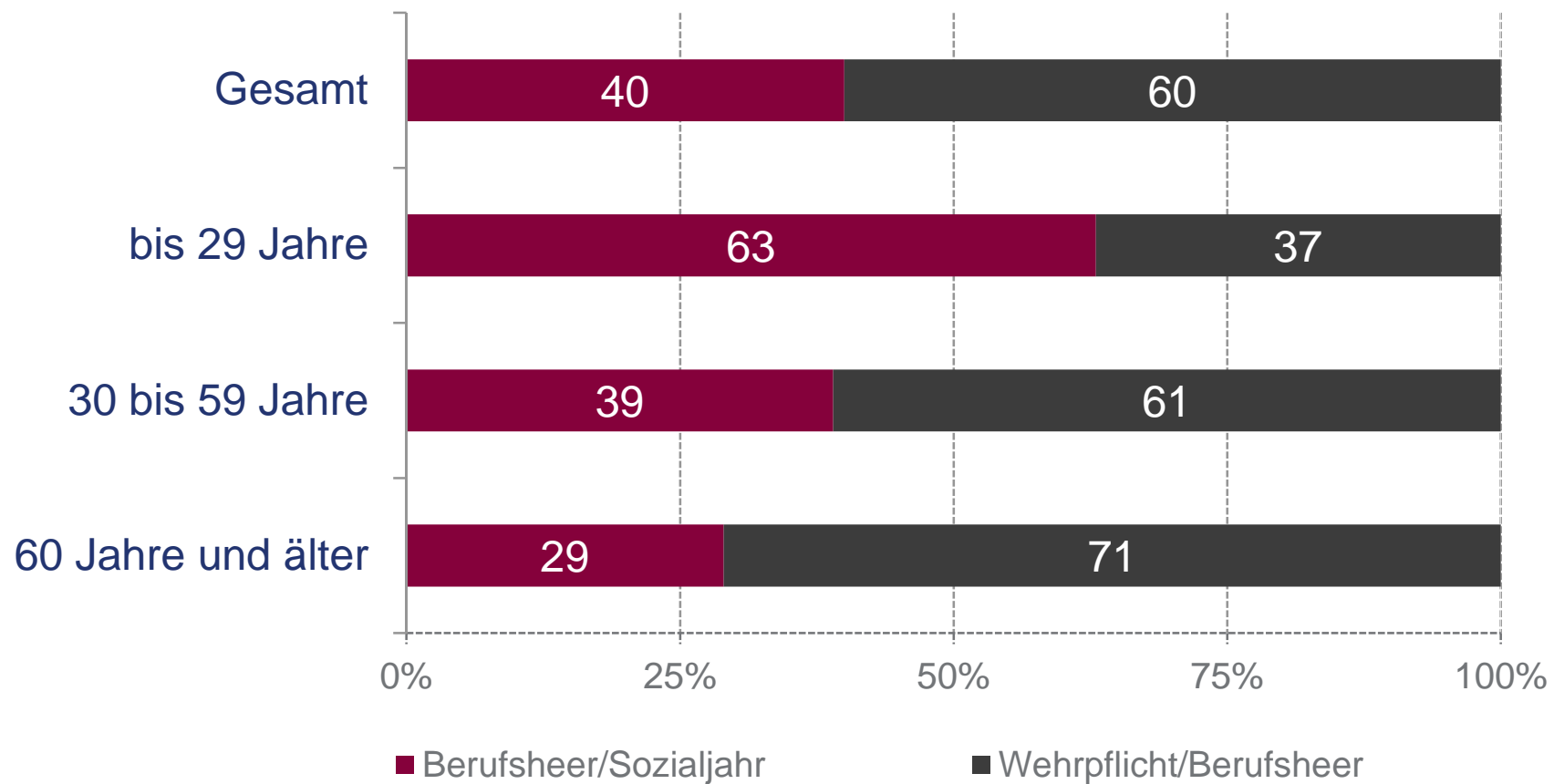
Wahl nach Geschlecht

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



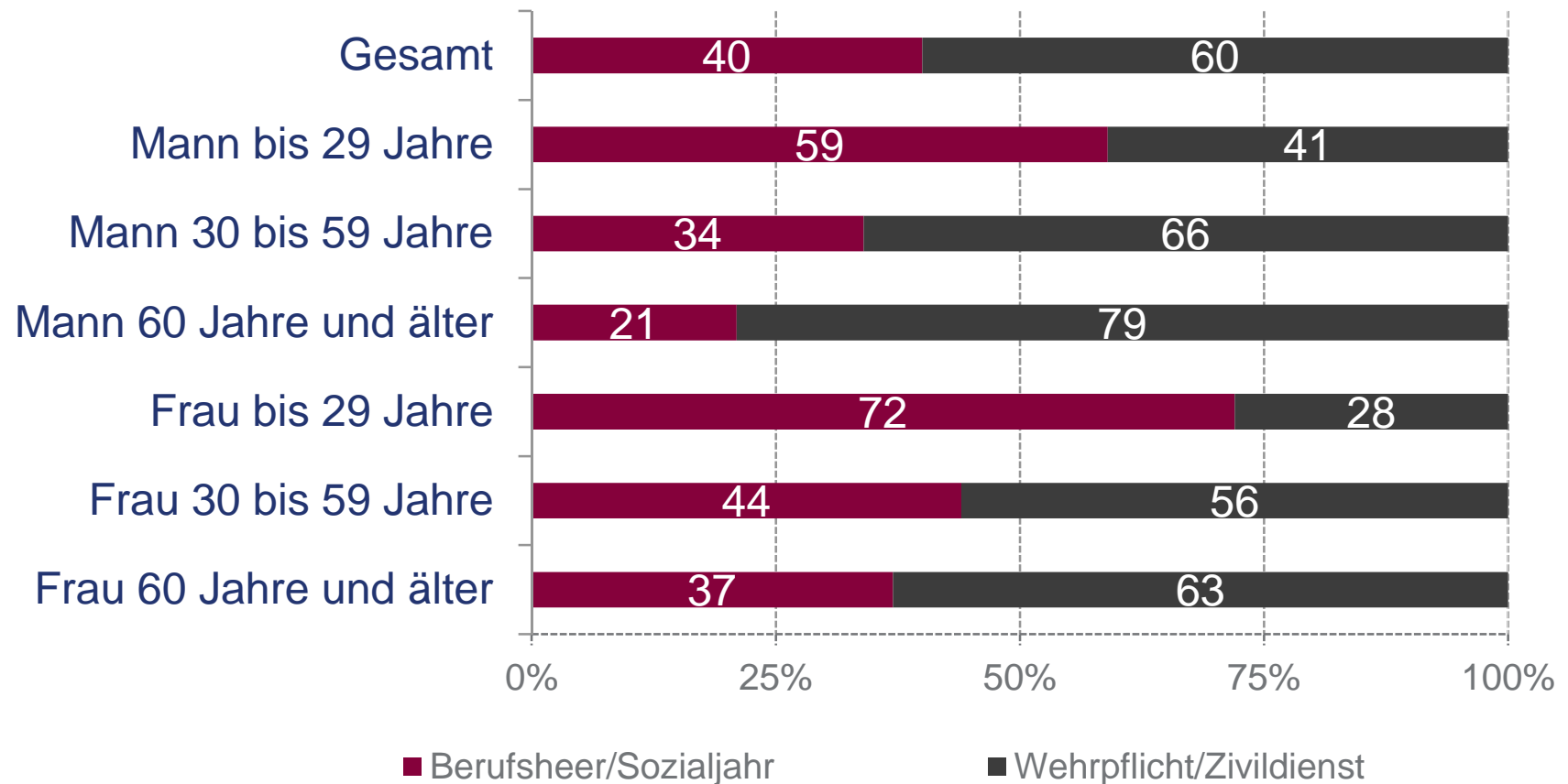
Wahl nach Alter

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



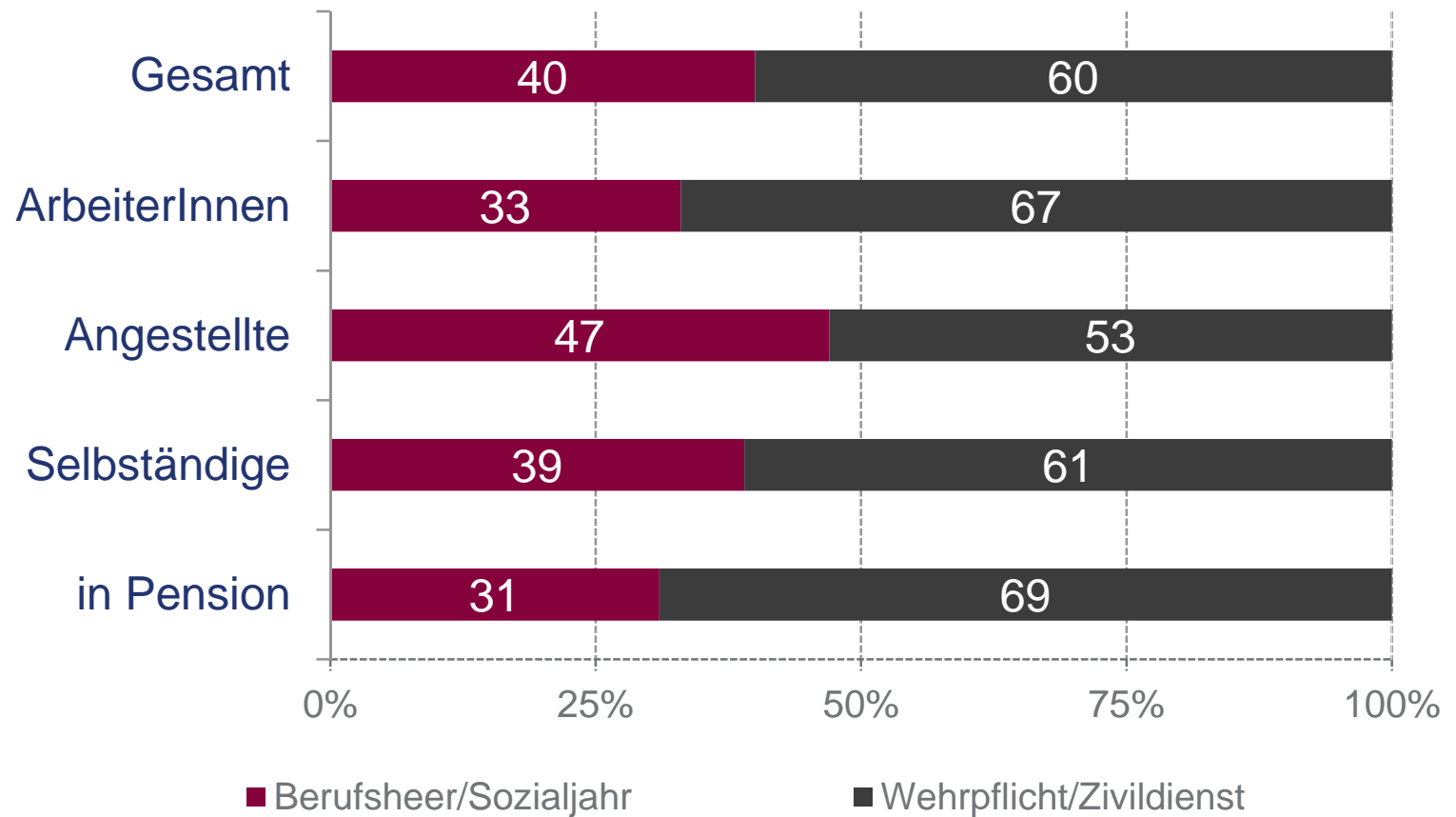
Wahl nach Alter und Geschlecht

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



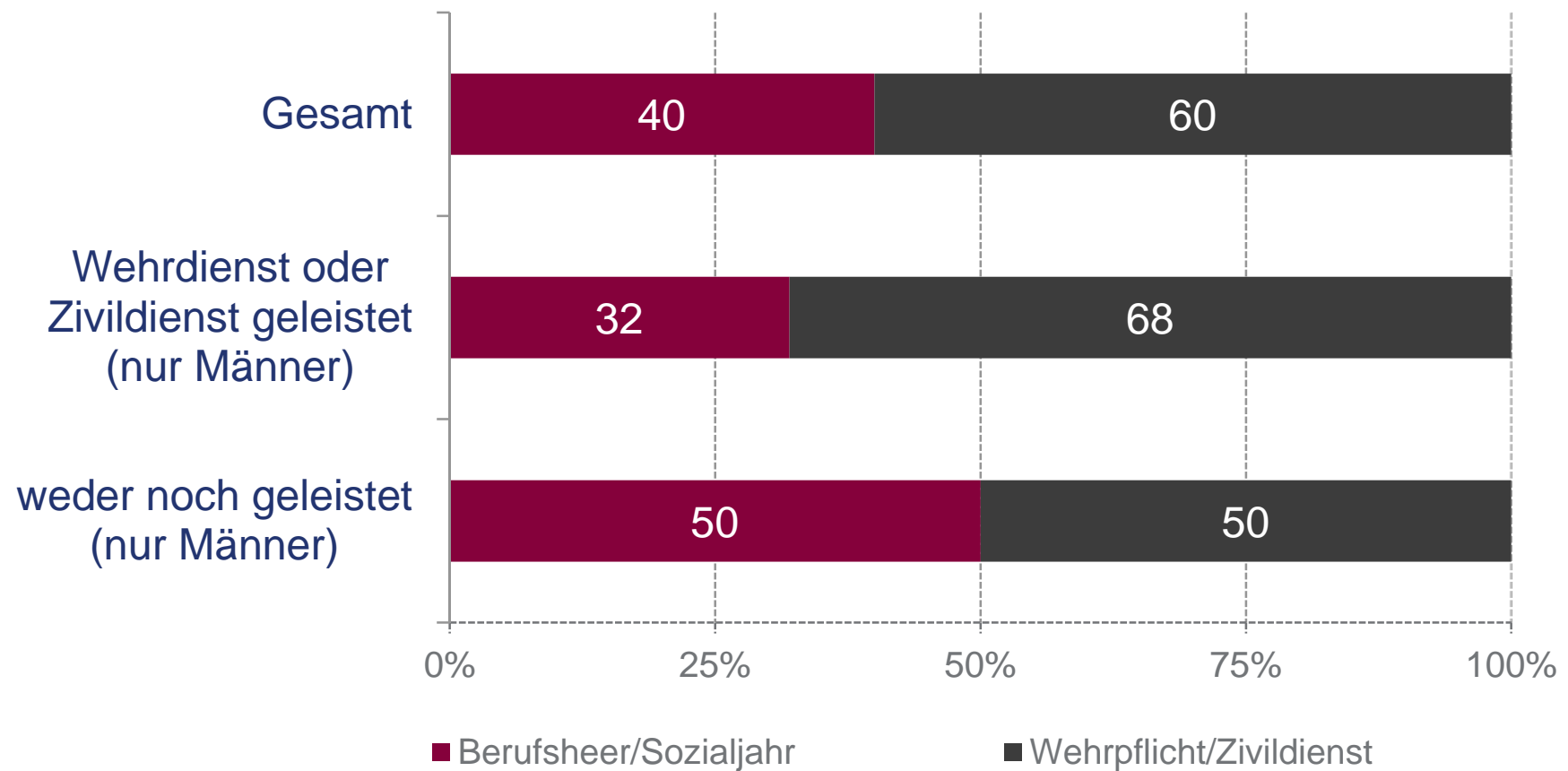
Wahl nach Erwerb

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



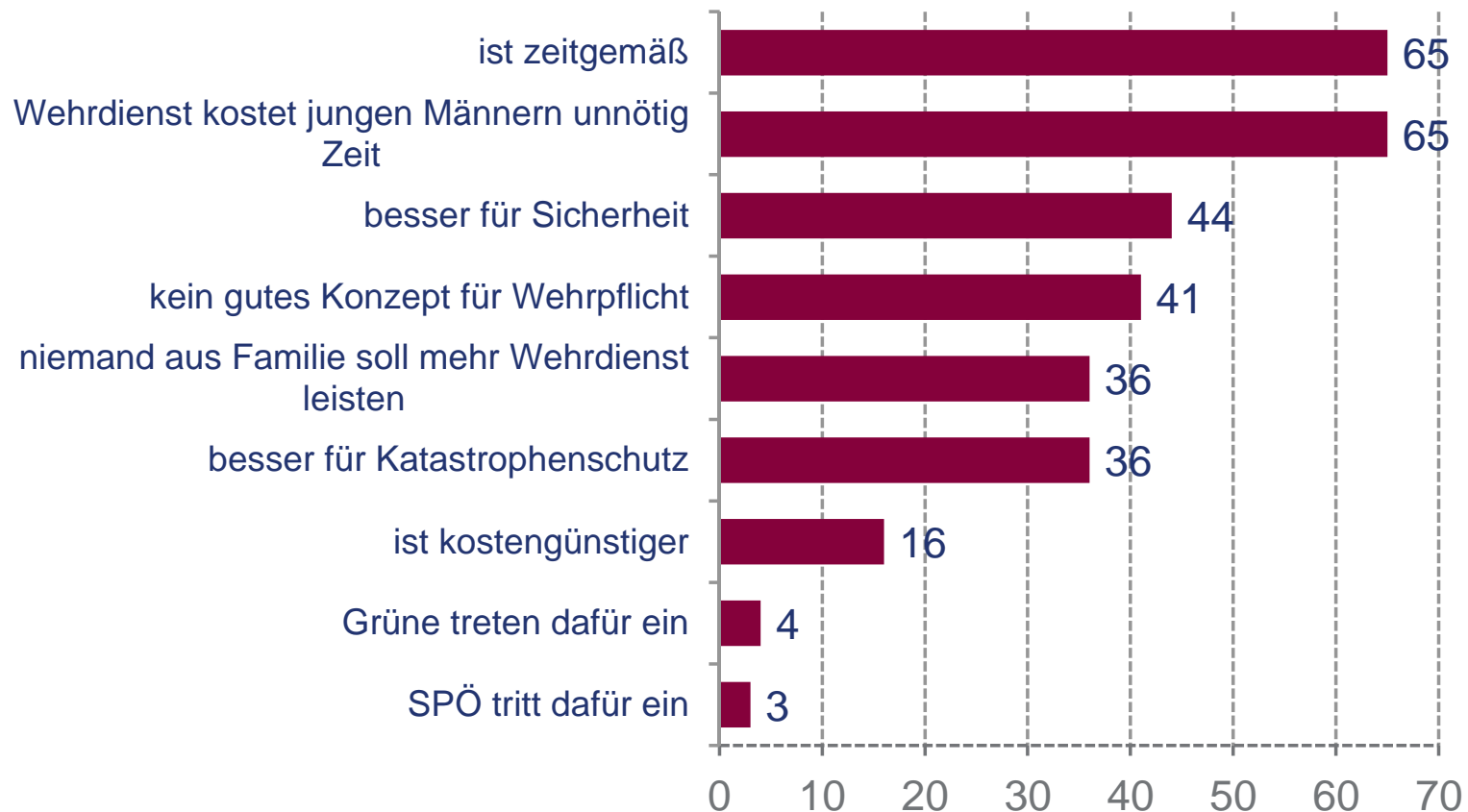
Wahl nach Wehr- / Zivildiensterfahrung

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



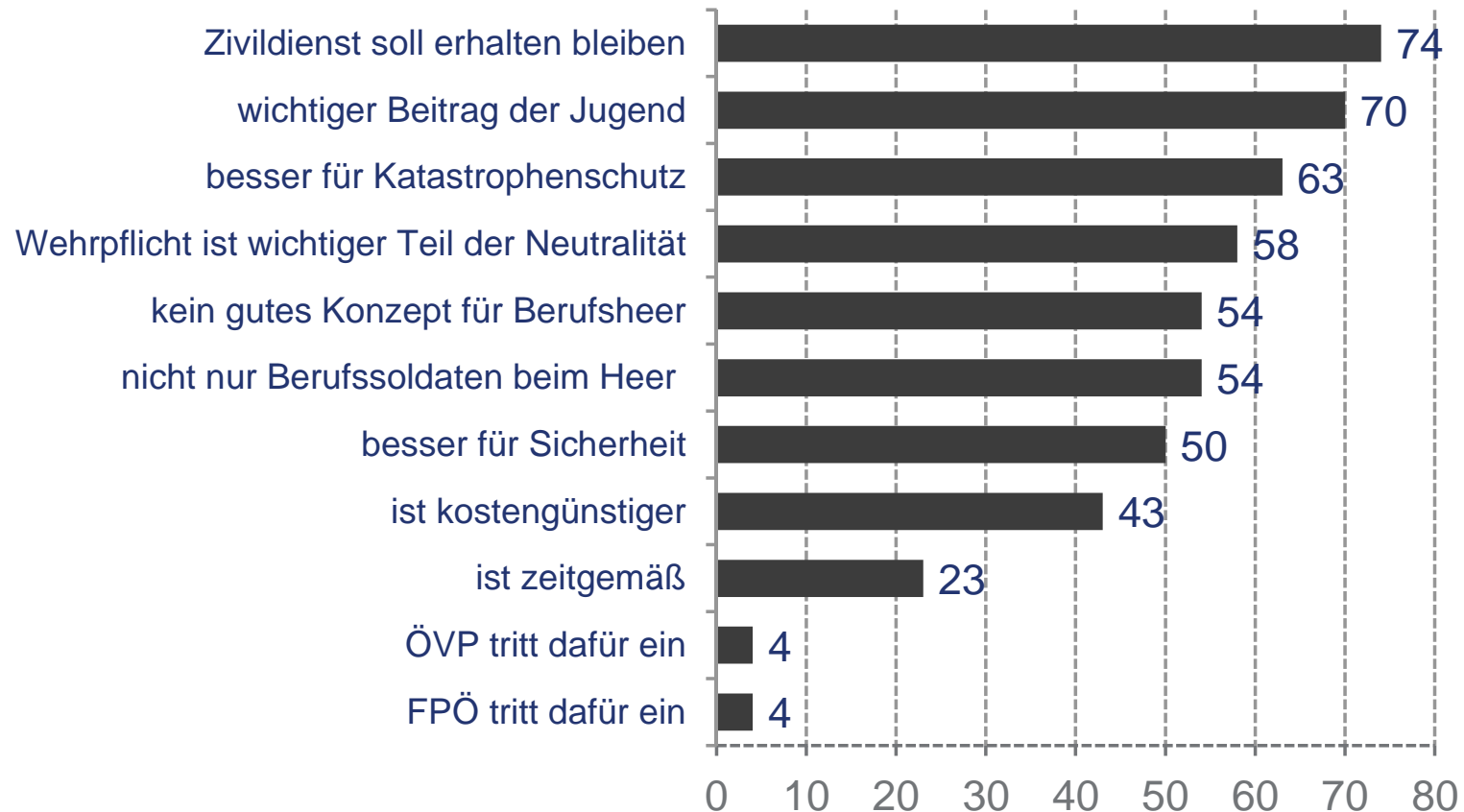
Motive Einführung Berufswehr/Sozialjahr

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



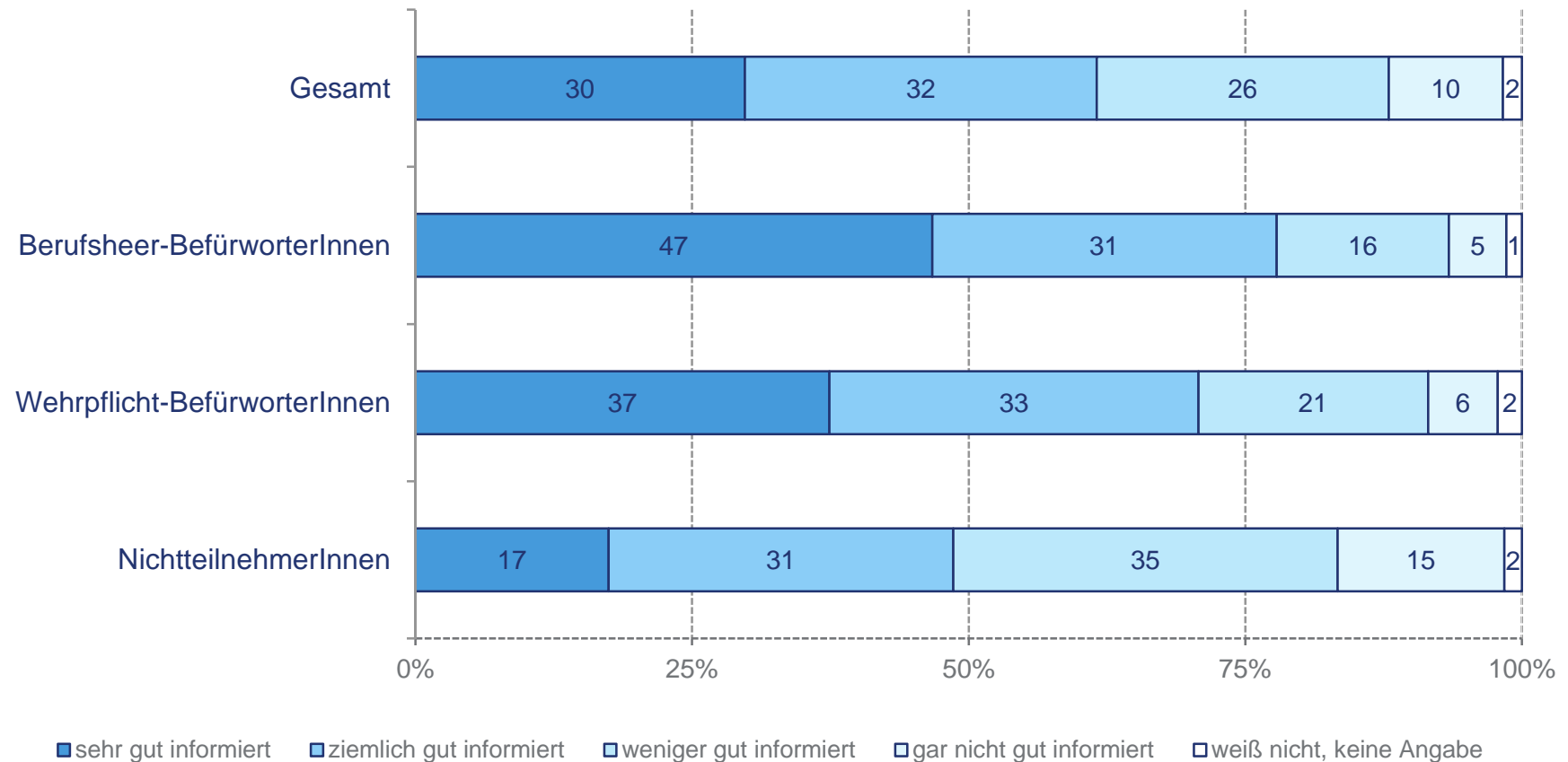
Motive Beibehaltung Wehrpflicht/Zivildienst

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



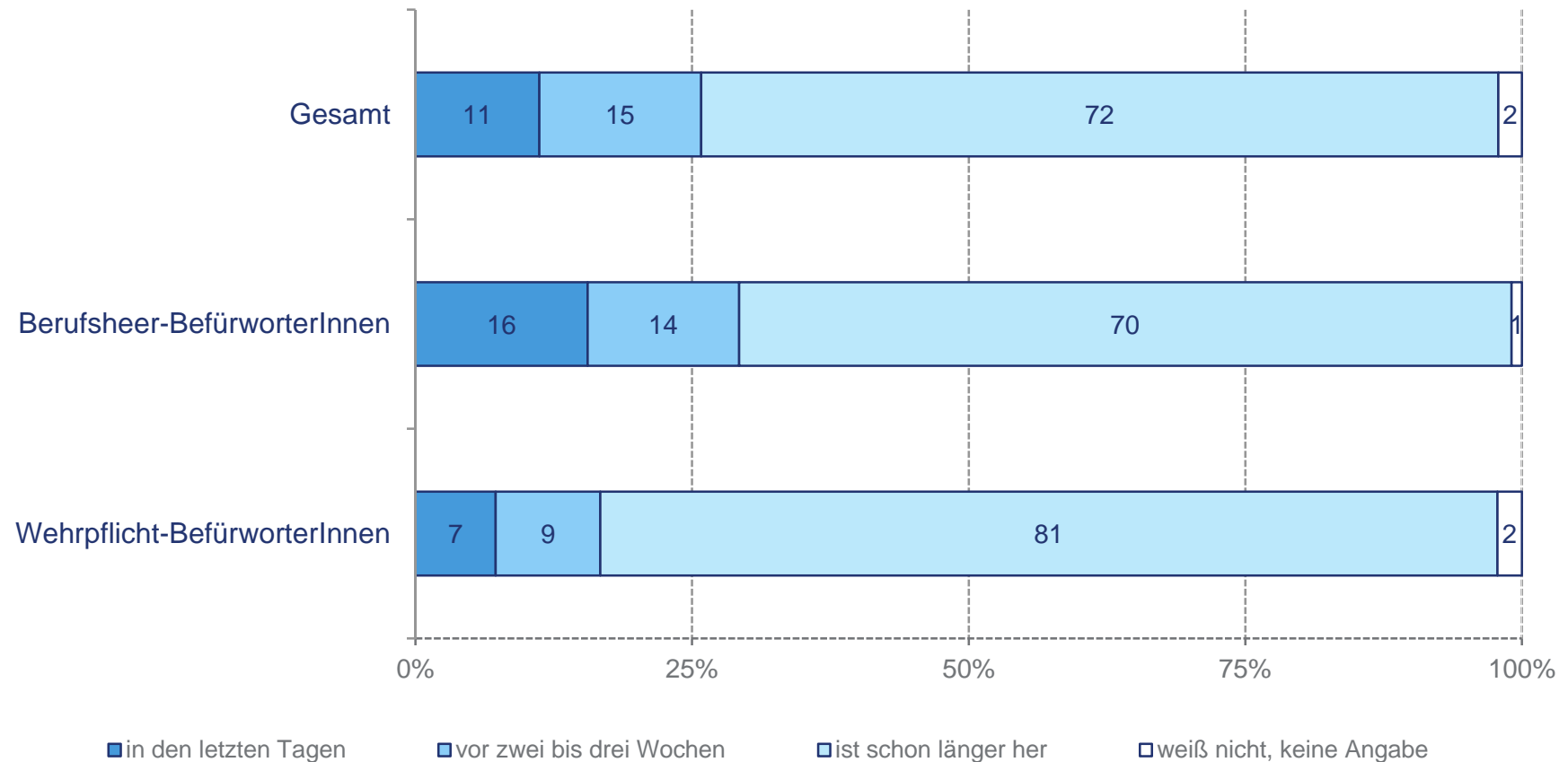
Informiertheit über Volksbefragung

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



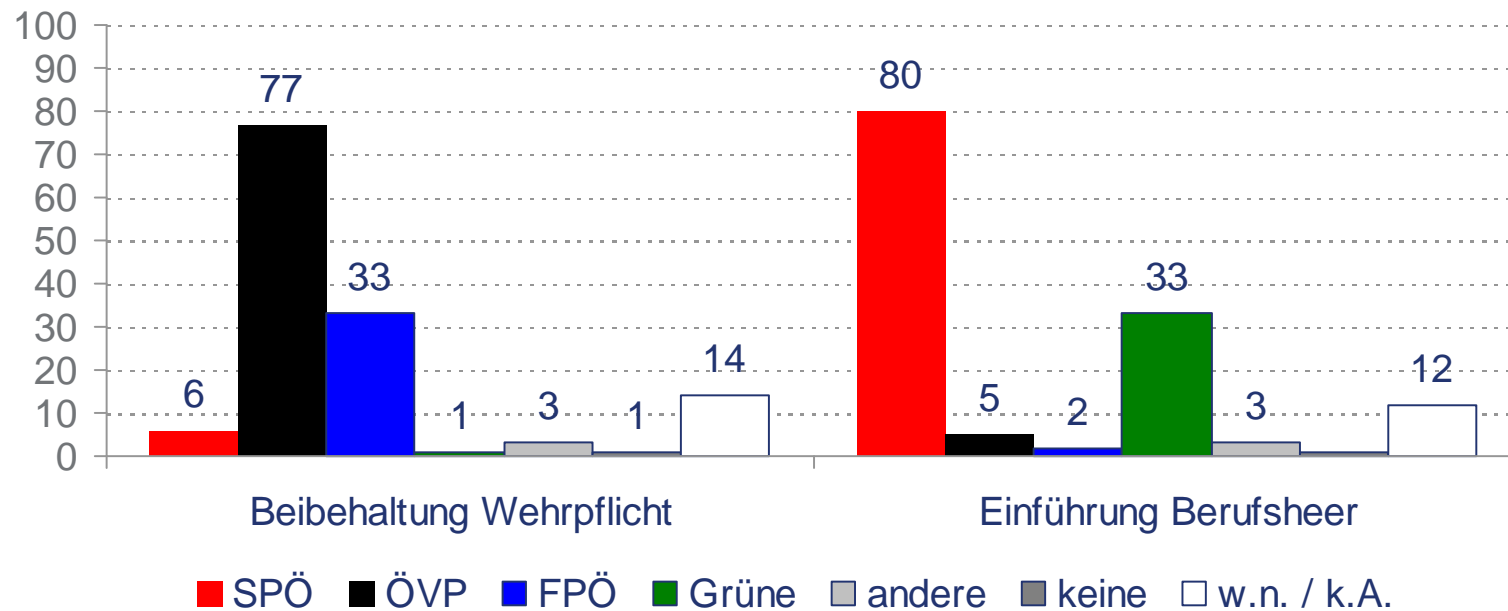
Zeitpunkt der Entscheidung

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



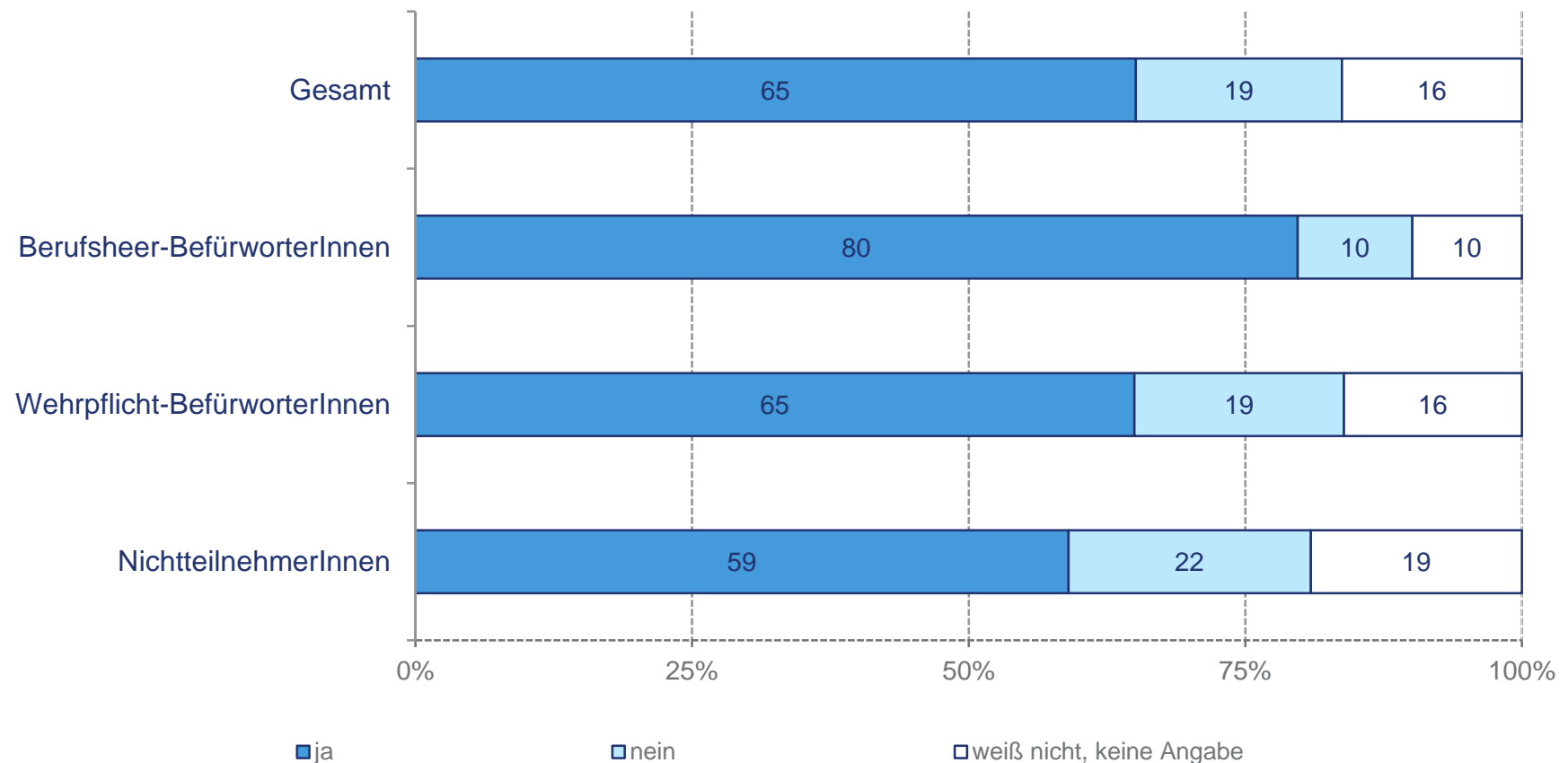
Welche Partei hat sich für...eingesetzt?

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

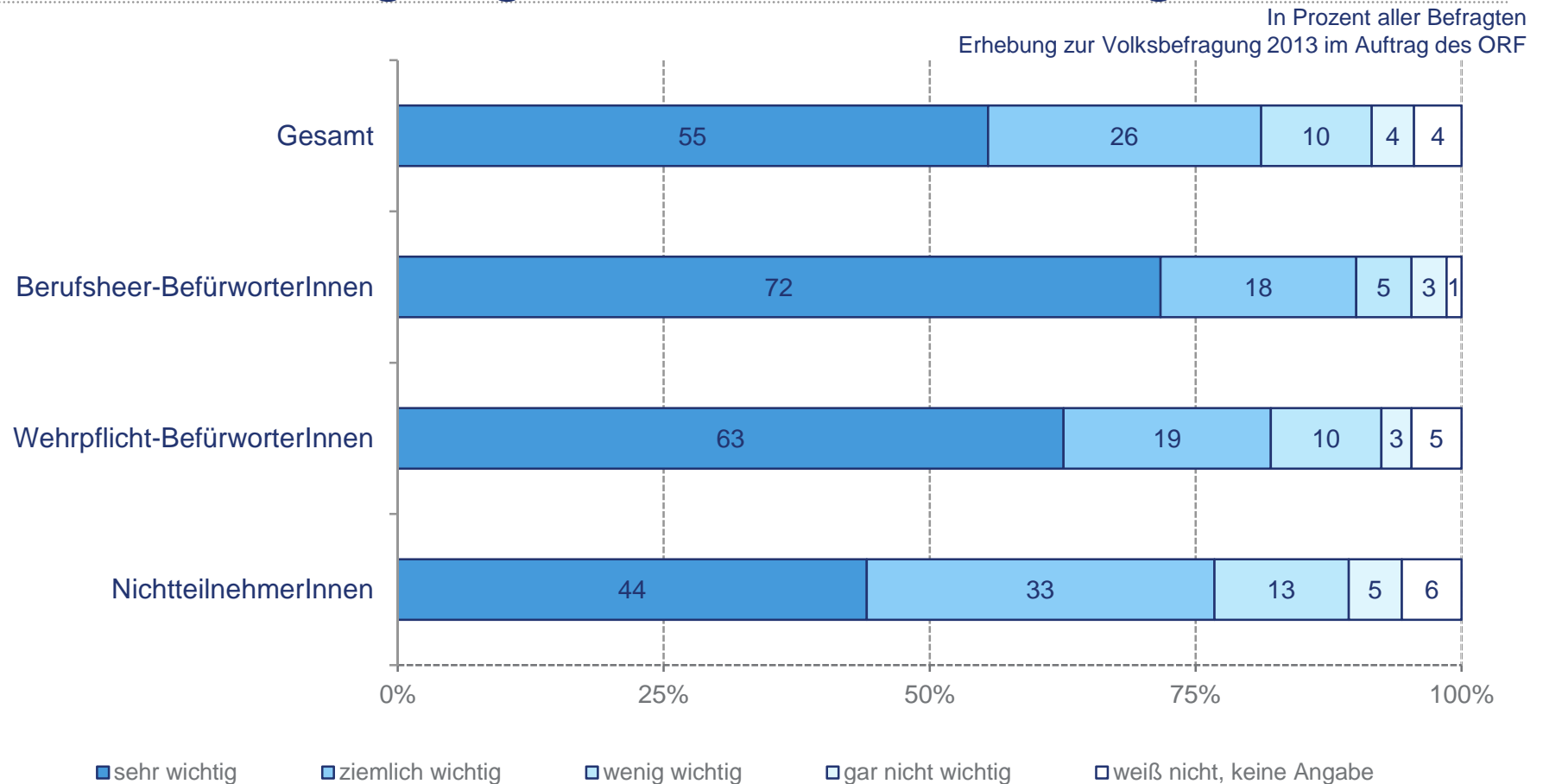


Wird Politik Ergebnis umsetzen?

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