

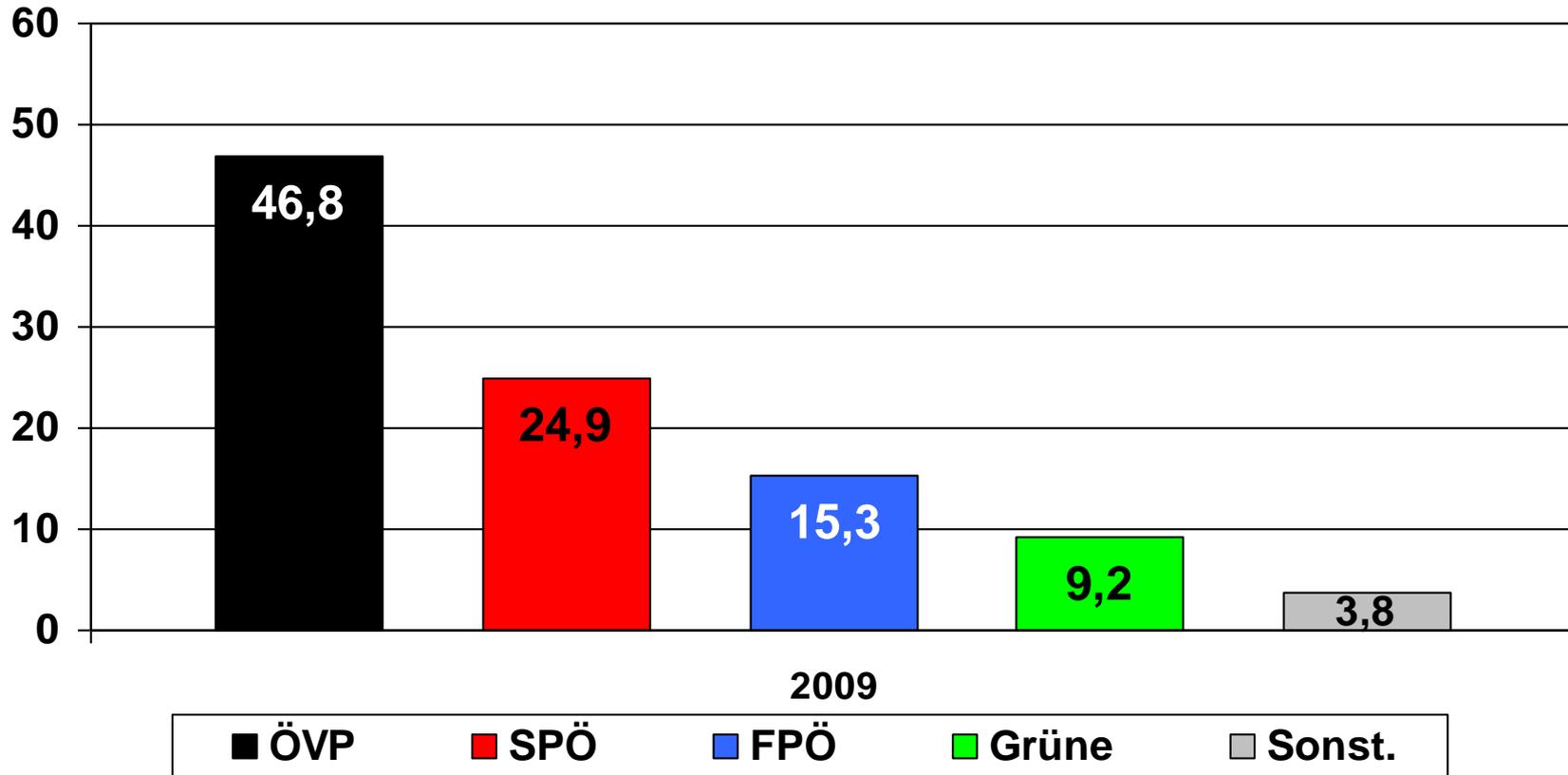
Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse Landtagswahl Oberösterreich 2009

Flooh Perlot

Eva Zeglovits

Stand: 27.09.2009

Gesamtergebnis*



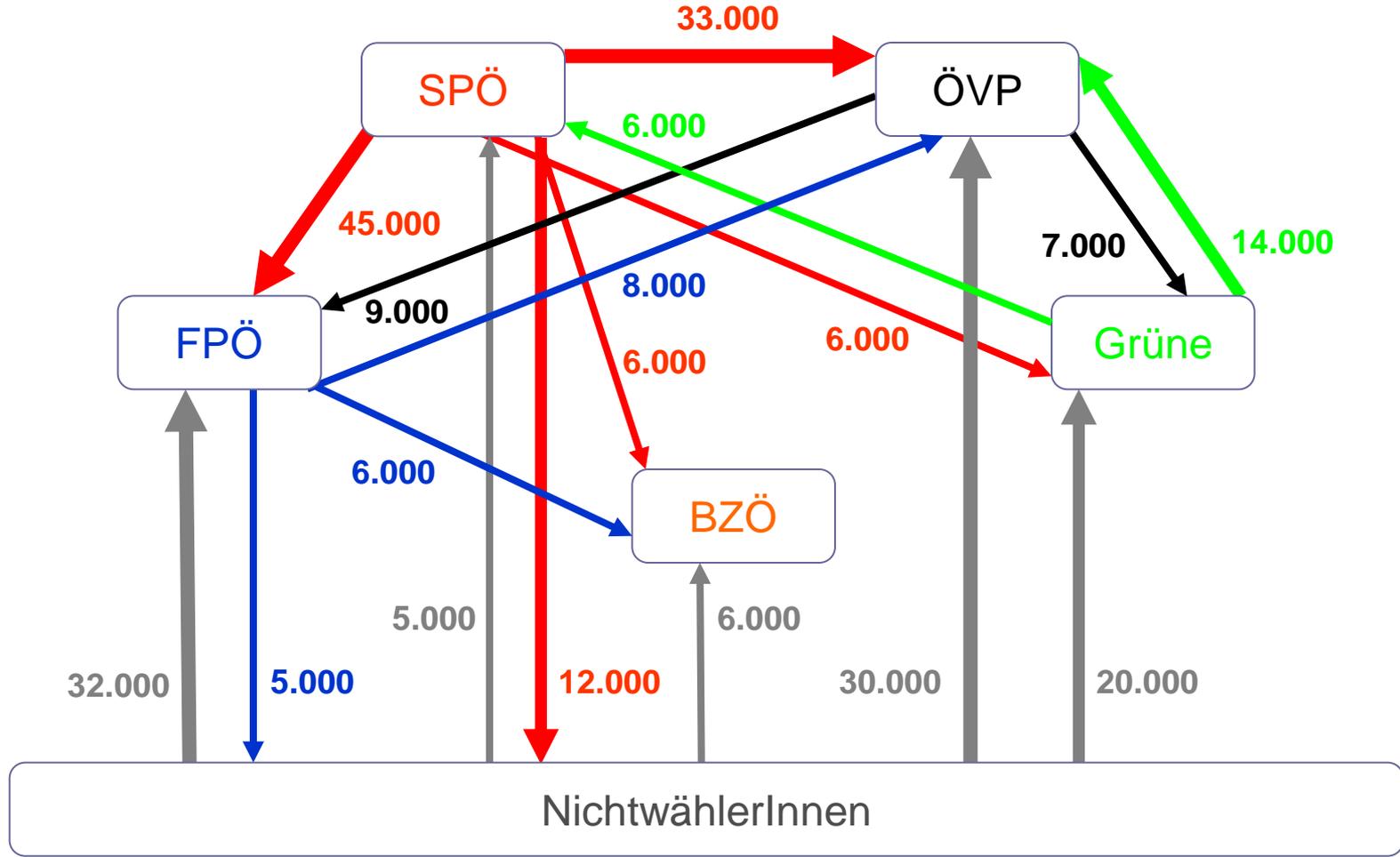
*vorläufiges amtliches Endergebnis

Methodik Wählerstromanalyse

- Statistische Analyse aus den amtlichen Wahlergebnissen
 - Ergebnisse Landtagswahl 2003
 - Ergebnisse Landtagswahl 2009

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

SORA-Wählerstromanalyse Landtagswahl Oberösterreich 2009

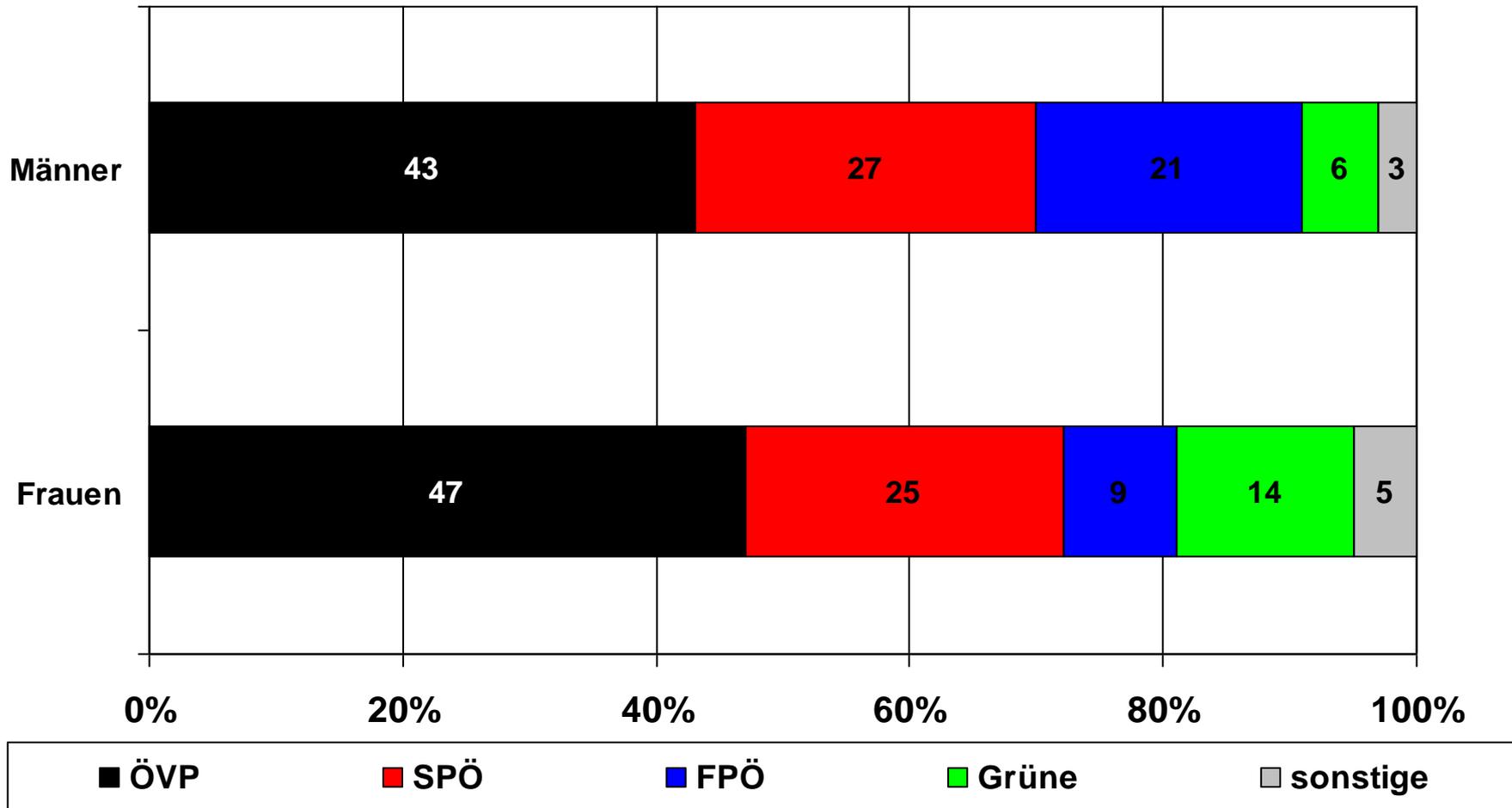


Nur Ströme ab 4.000 Stimmen; Quelle: ORF / SORA

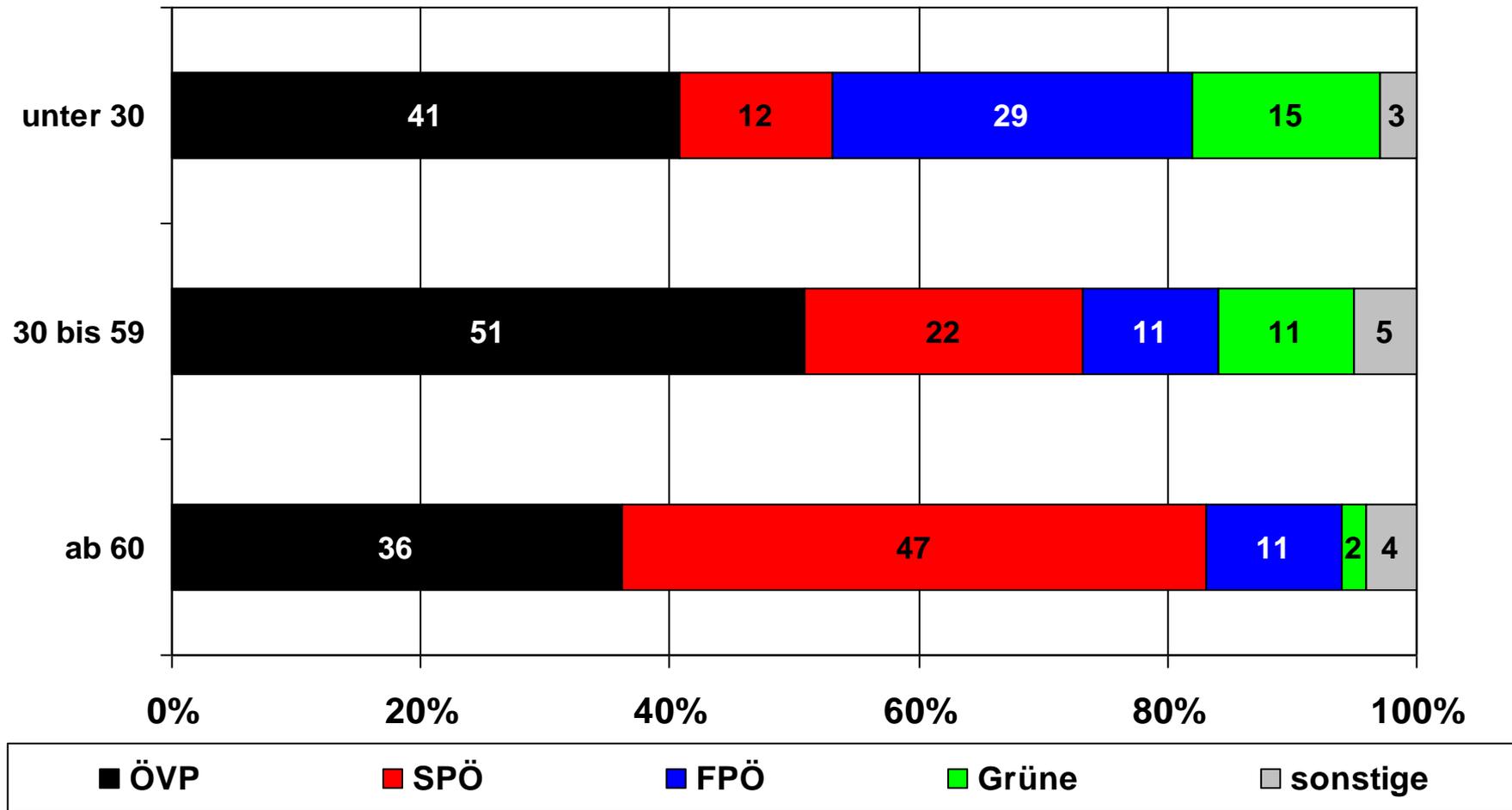
Daten zur Wahltagsbefragung

- Projektgemeinschaft:
 - ISA Institut für Strategieanalysen
 - SORA Institute für Social Research and Analysis
- Auftraggeber: ORF
- Stichprobe: n= 1.011
- Grundgesamtheit: Wahlberechtigte zur Landtagswahl OÖ 2009
- Art der Erhebung: telefonische Interviews
- Befragungszeitraum
 - 24. bis 27. September 2009
- Durchführung der Interviews: Institut für Panel Research (IPR)

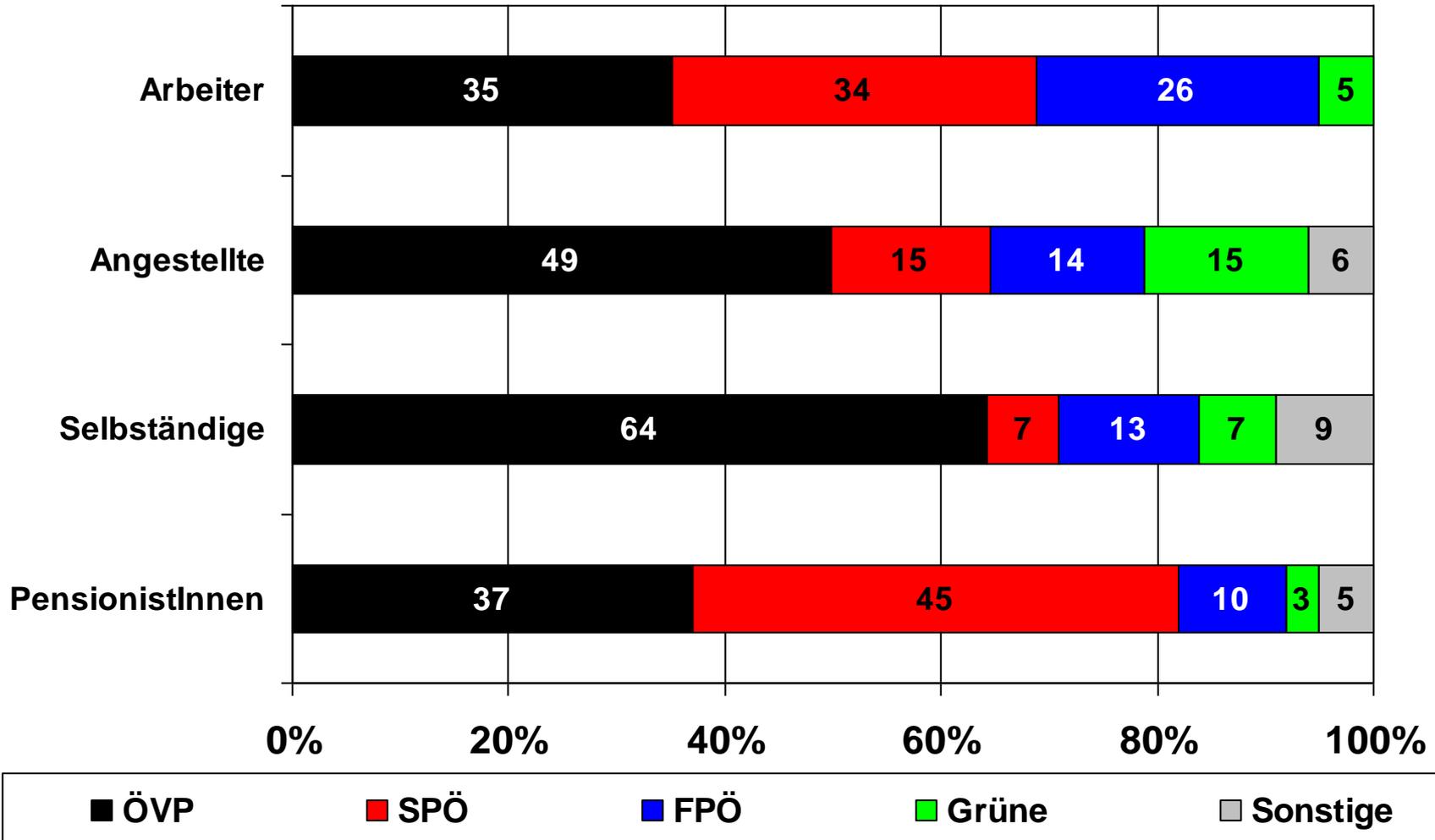
Wahlverhalten nach Geschlecht



Wahlverhalten nach Alter

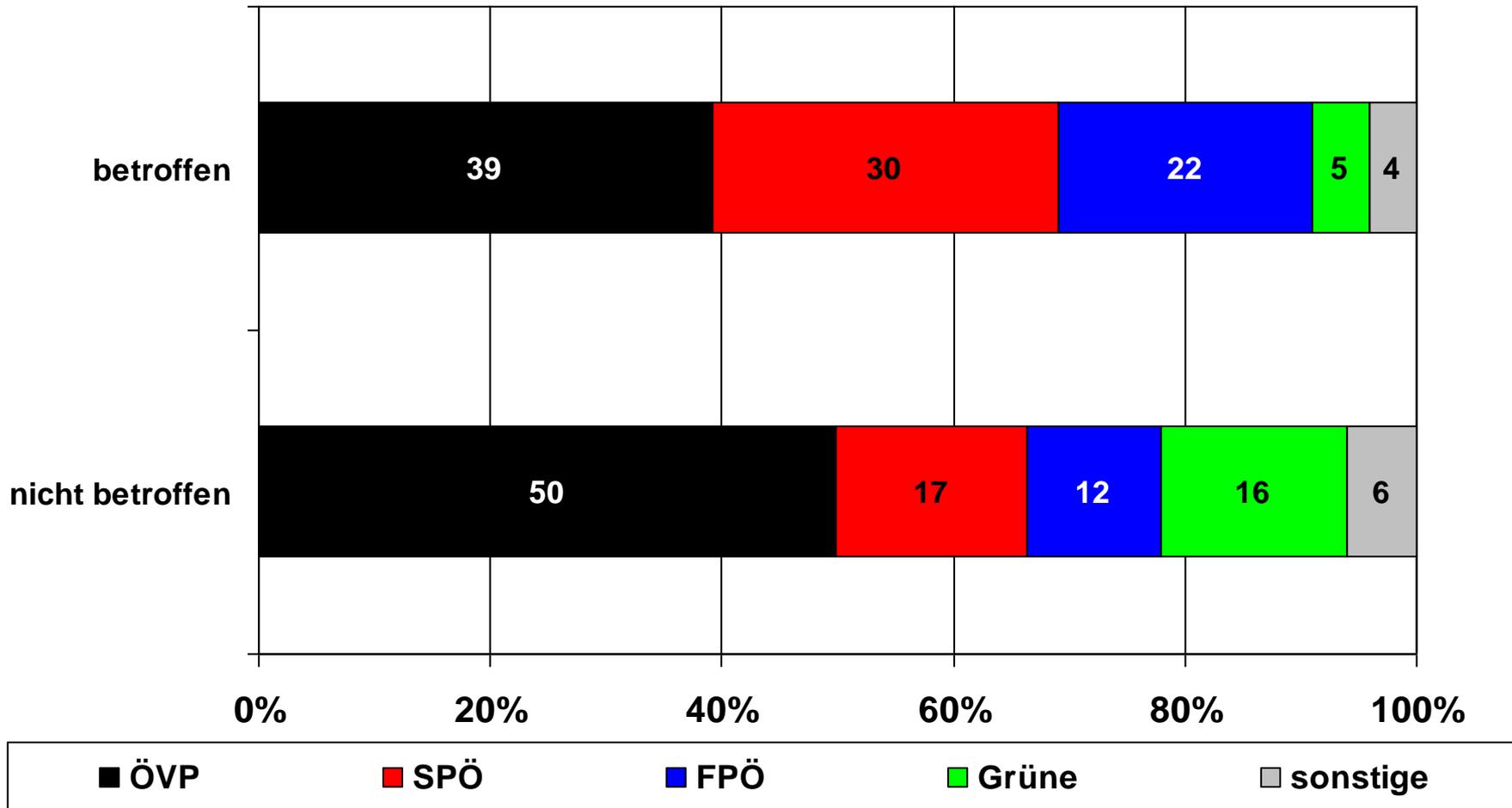


Wahlverhalten nach Erwerb

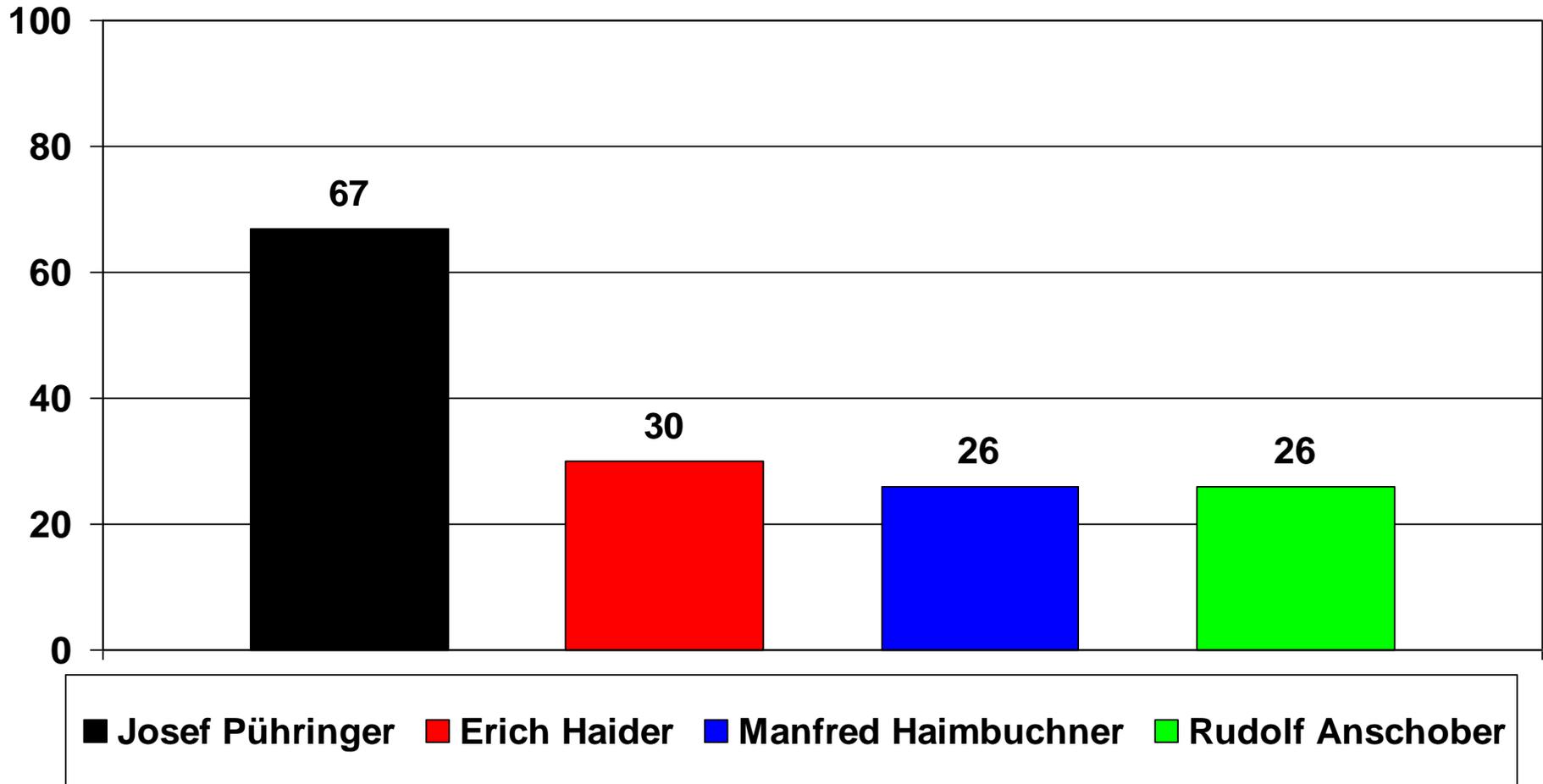


in Prozent aller Deklariereten, Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

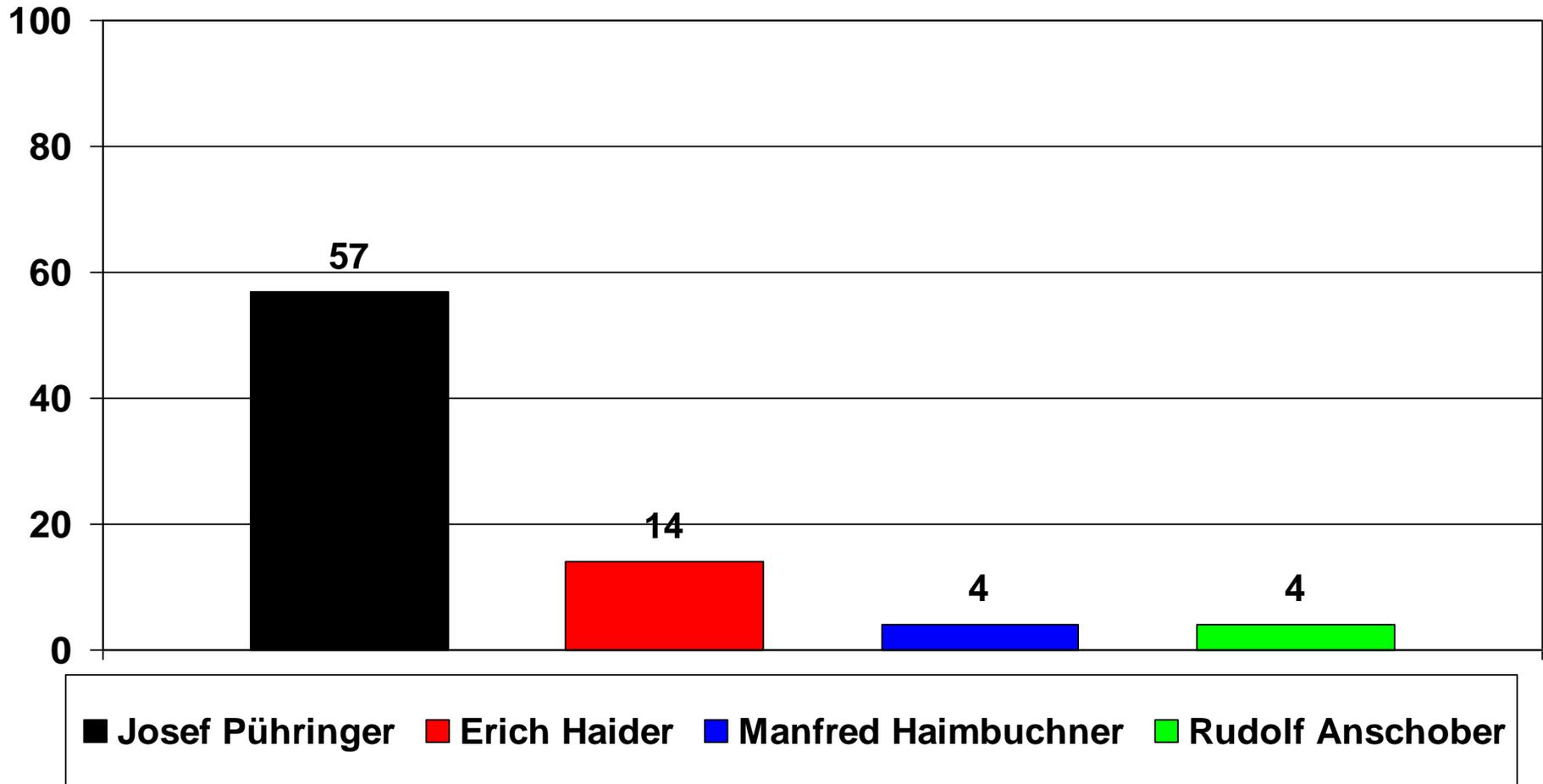
Wahlverhalten: von Wirtschaftskrise betroffen/nicht betroffen



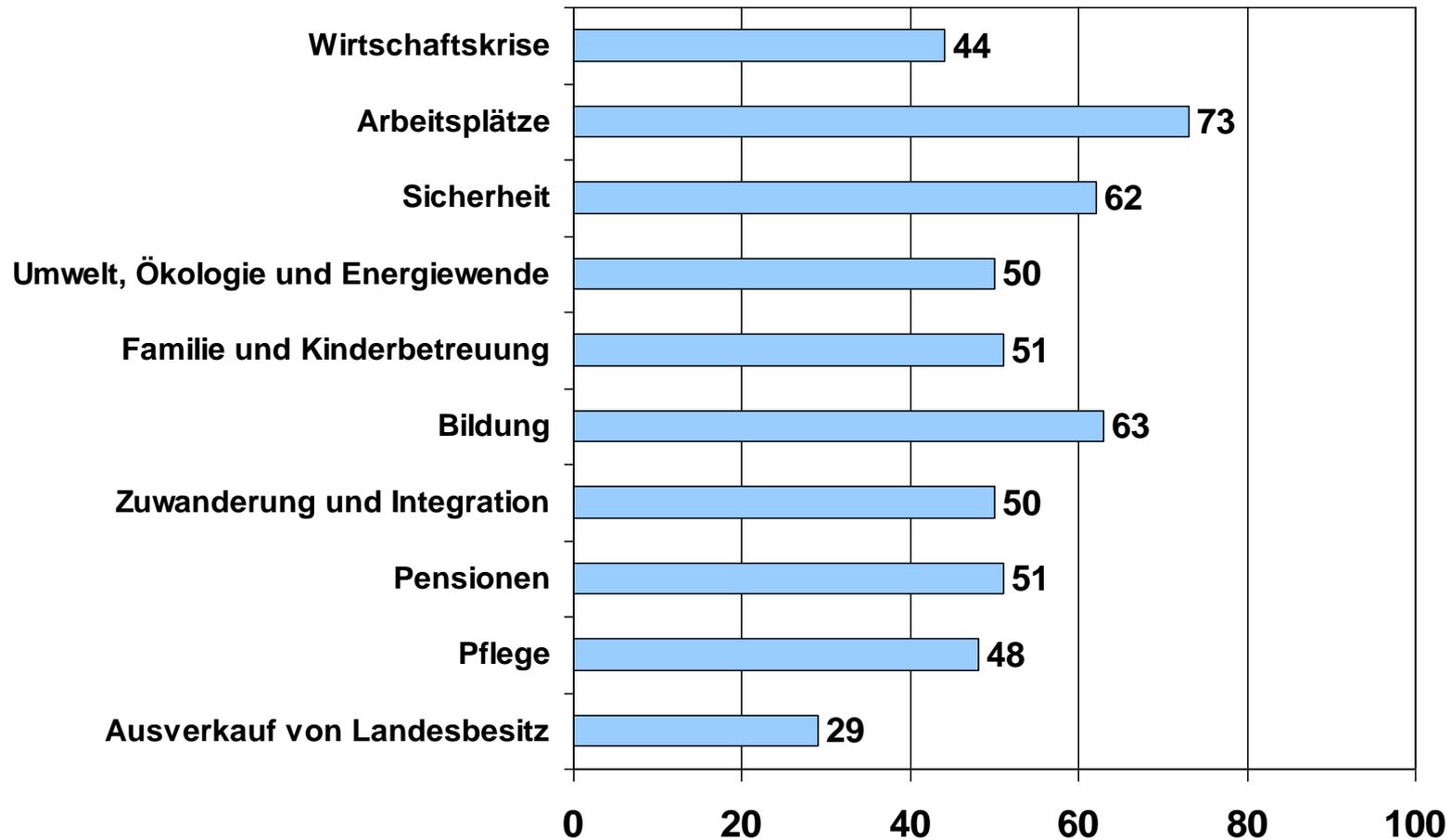
Wahlmotiv Spitzenkandidat



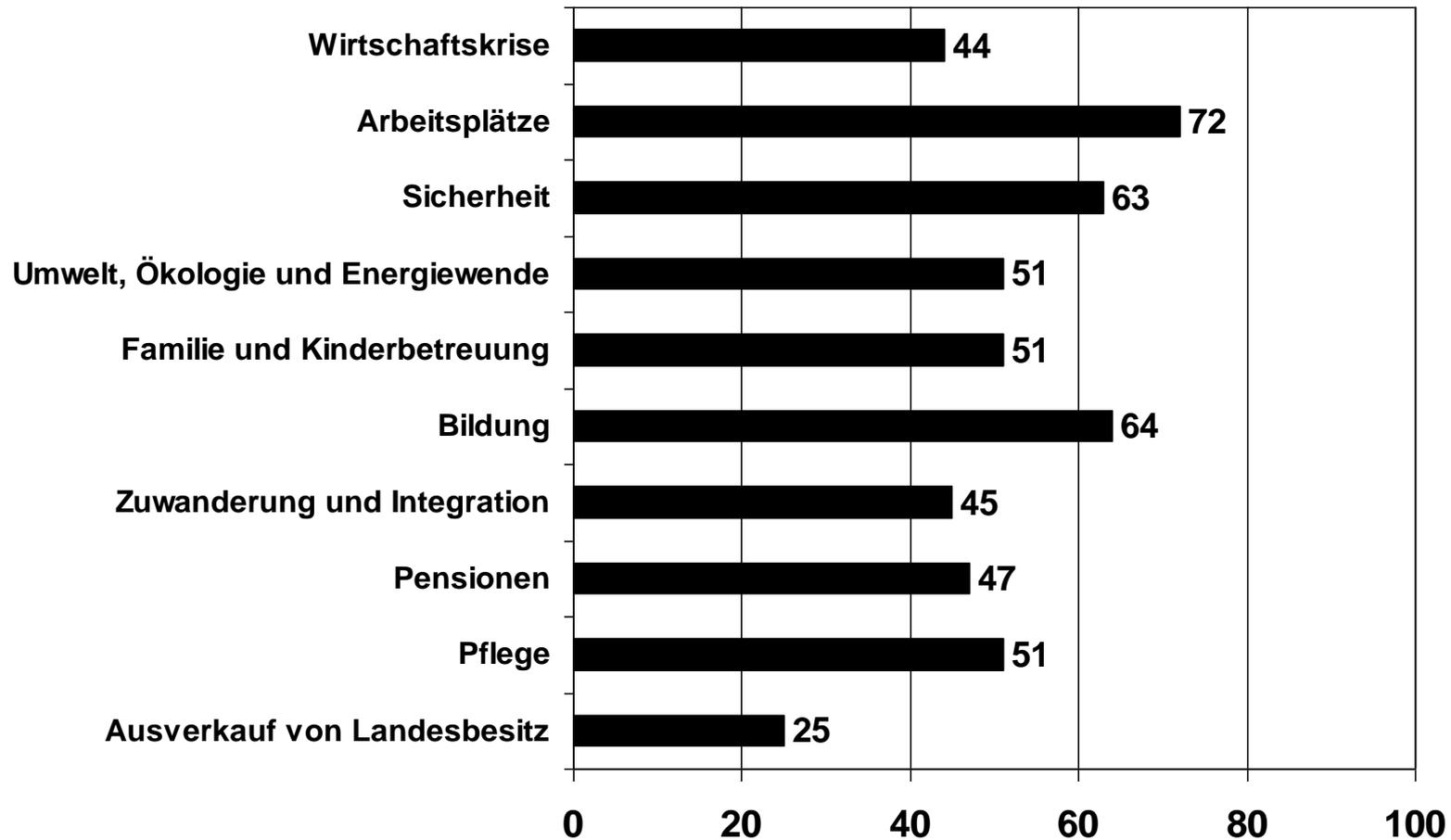
Direktwahl Landeshauptmann



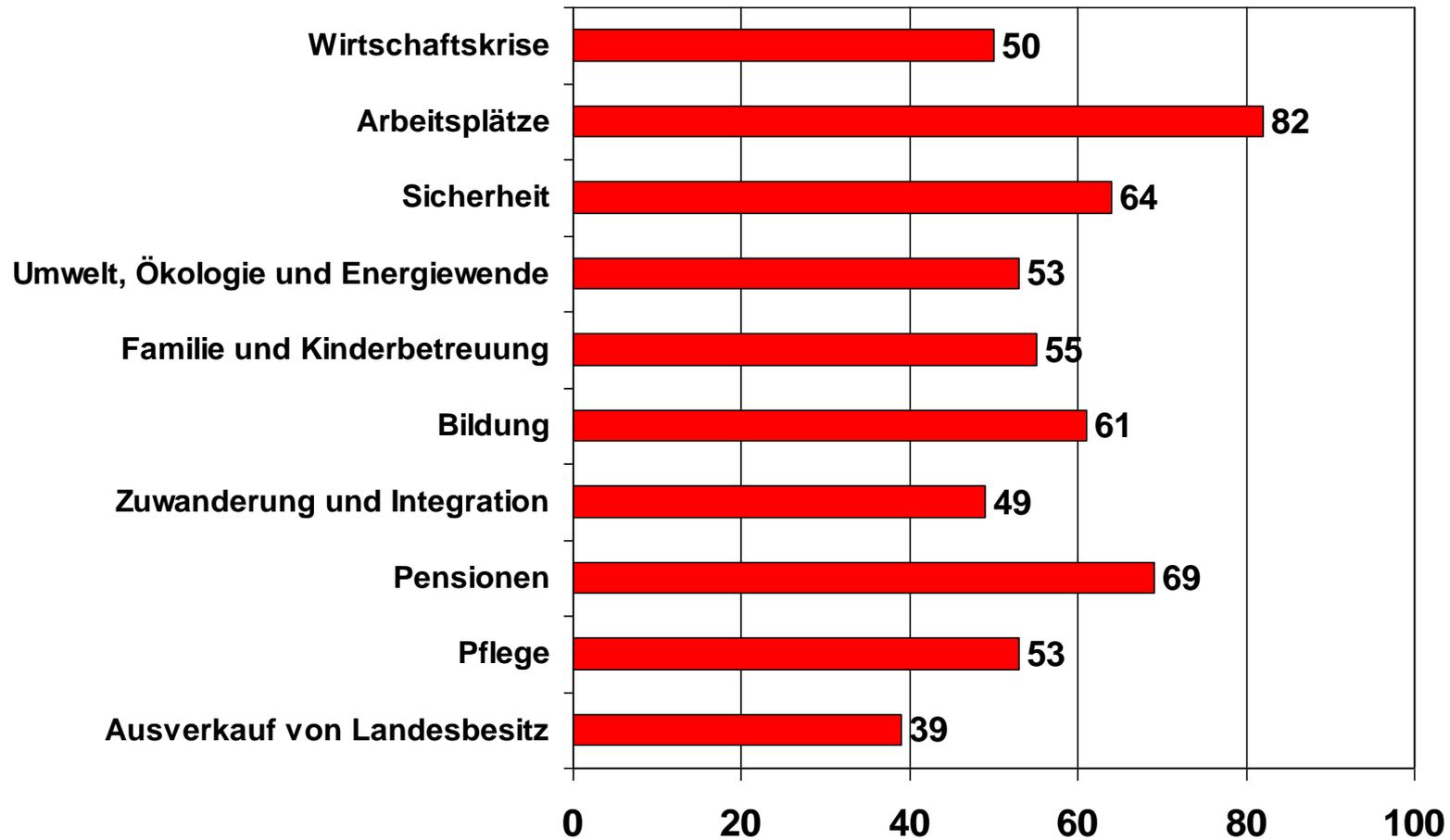
Wichtige Themen im Wahlkampf



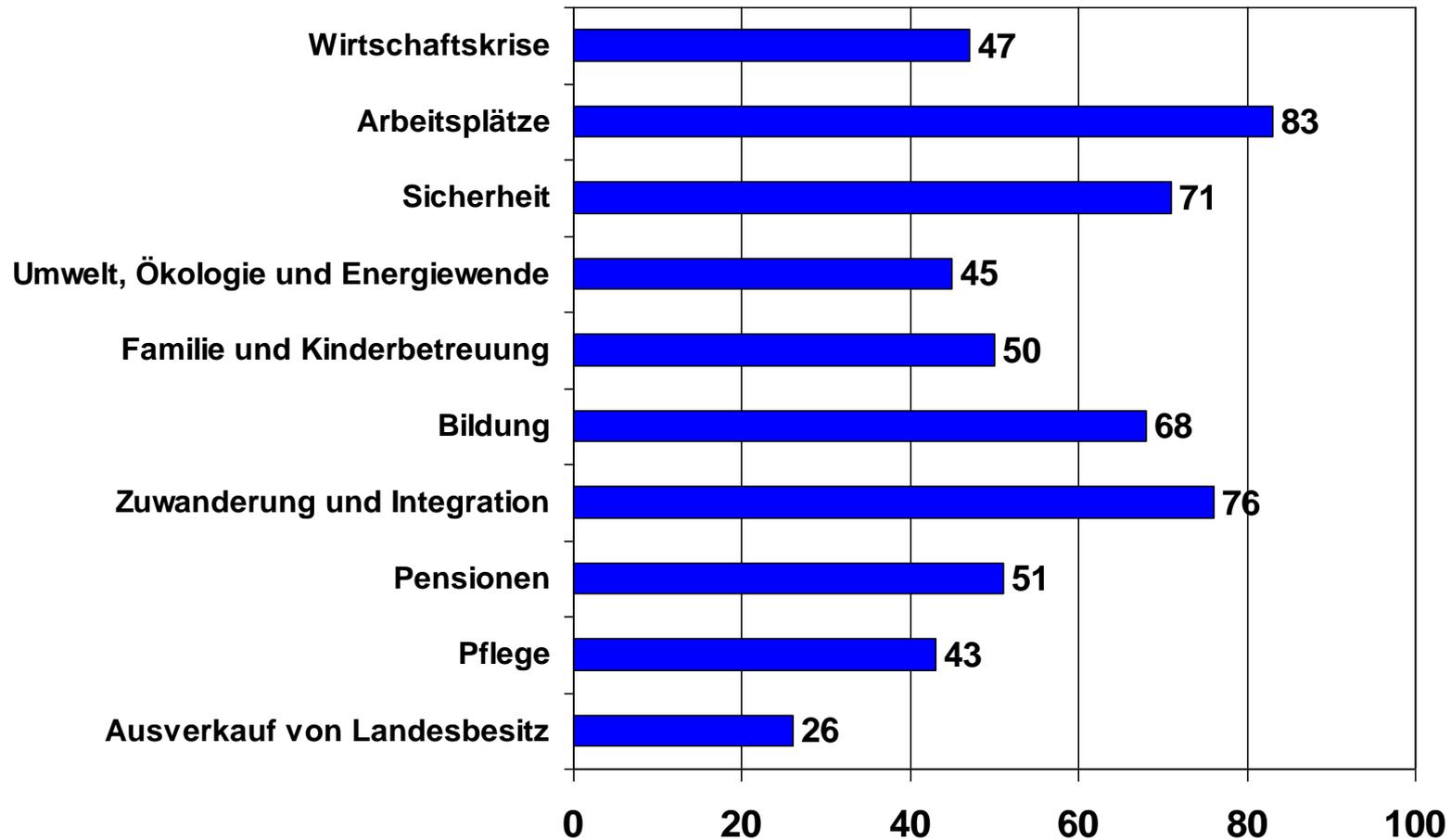
Wichtige Themen im Wahlkampf - ÖVP



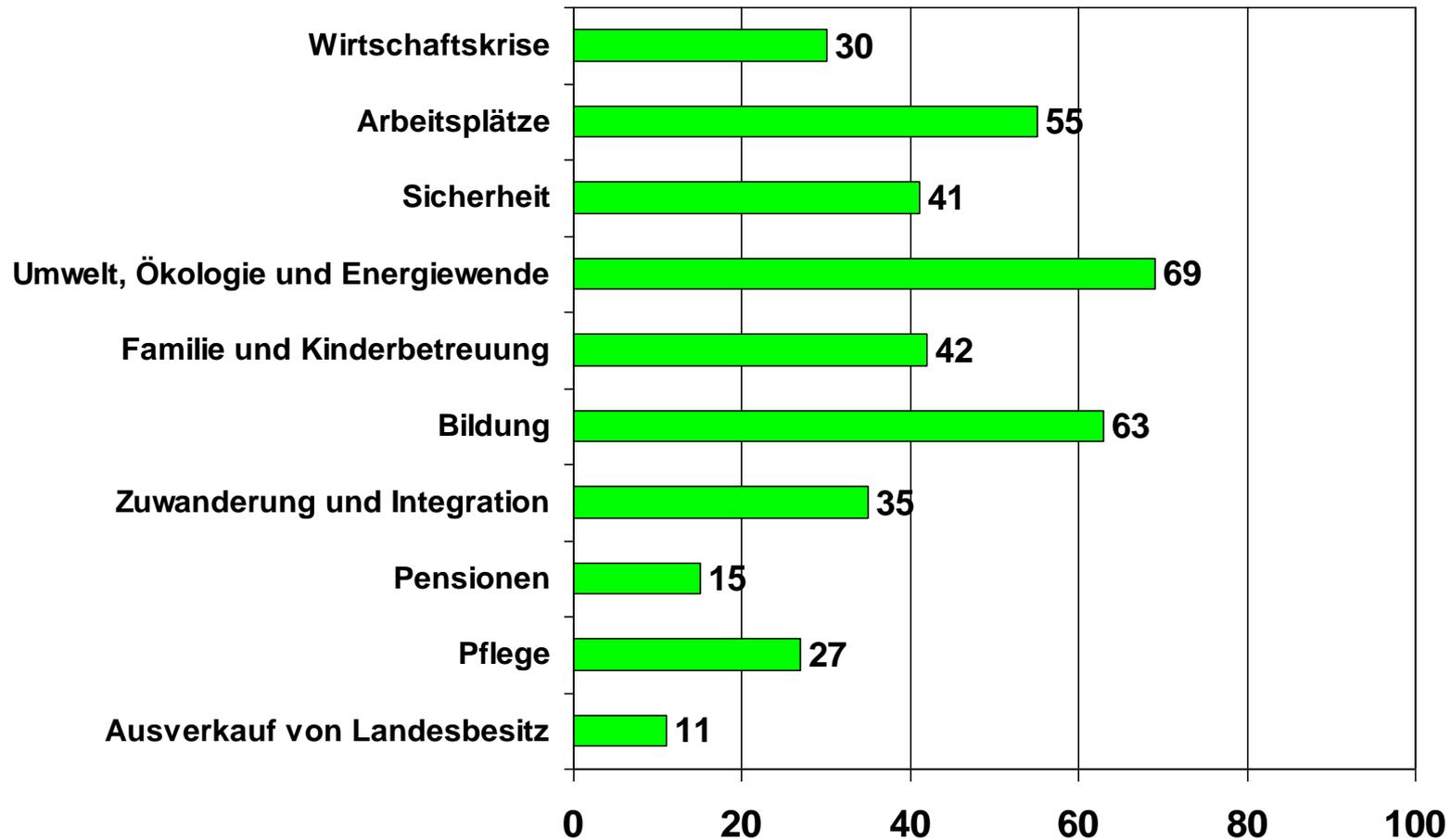
Wichtige Themen im Wahlkampf - SPÖ



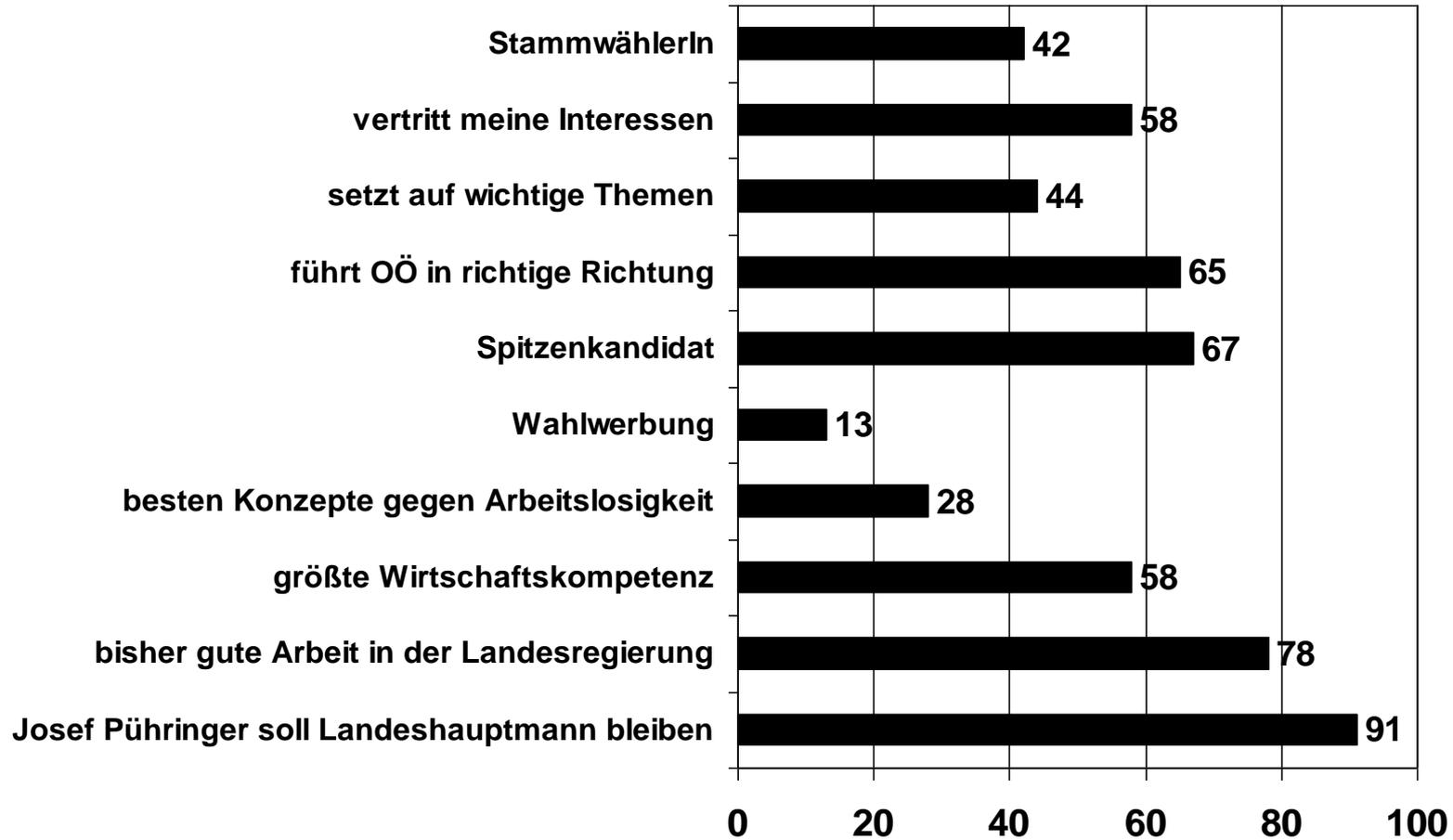
Wichtige Themen im Wahlkampf - FPÖ



Wichtige Themen im Wahlkampf - Grüne

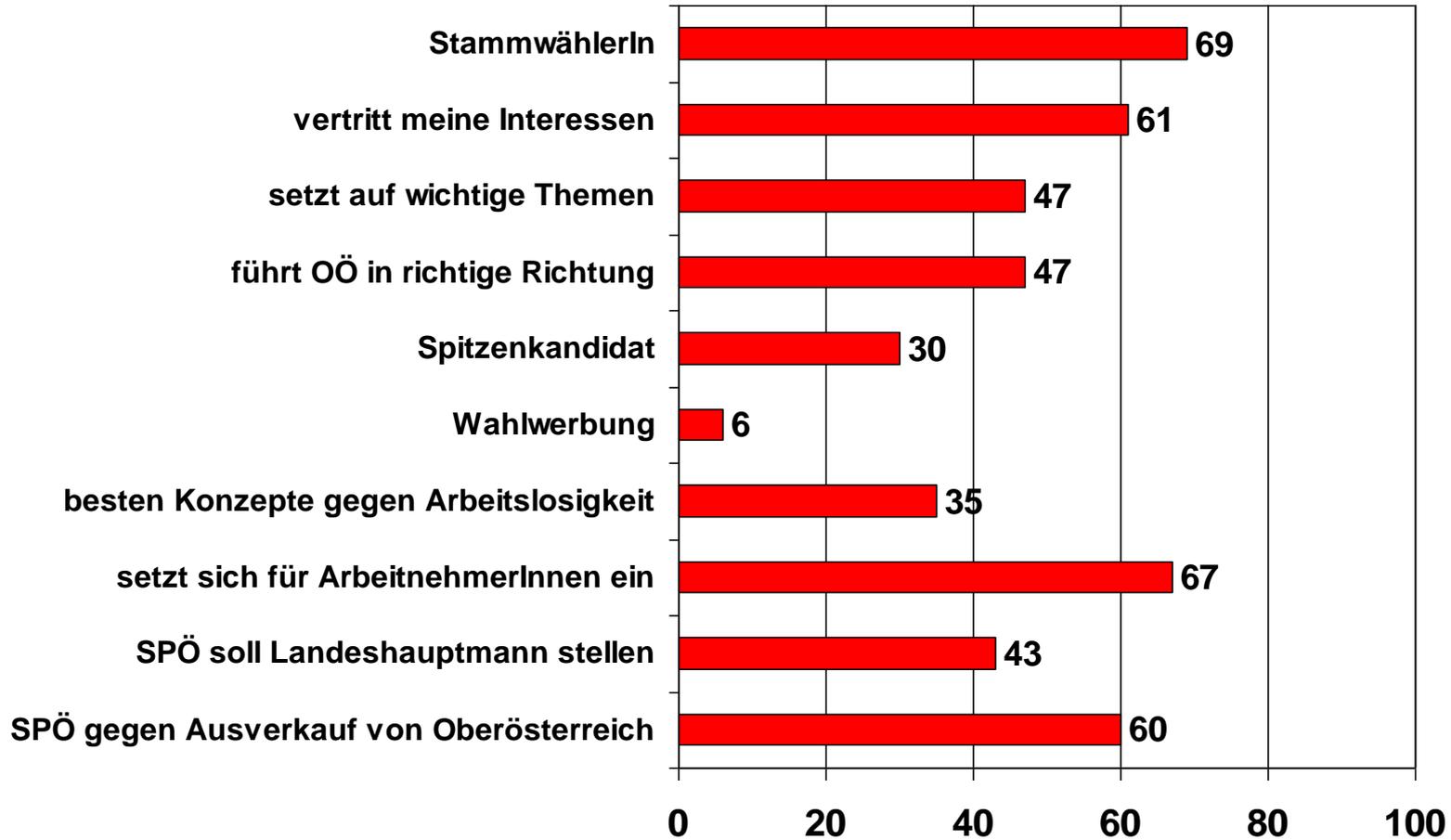


Wahlmotive ÖVP



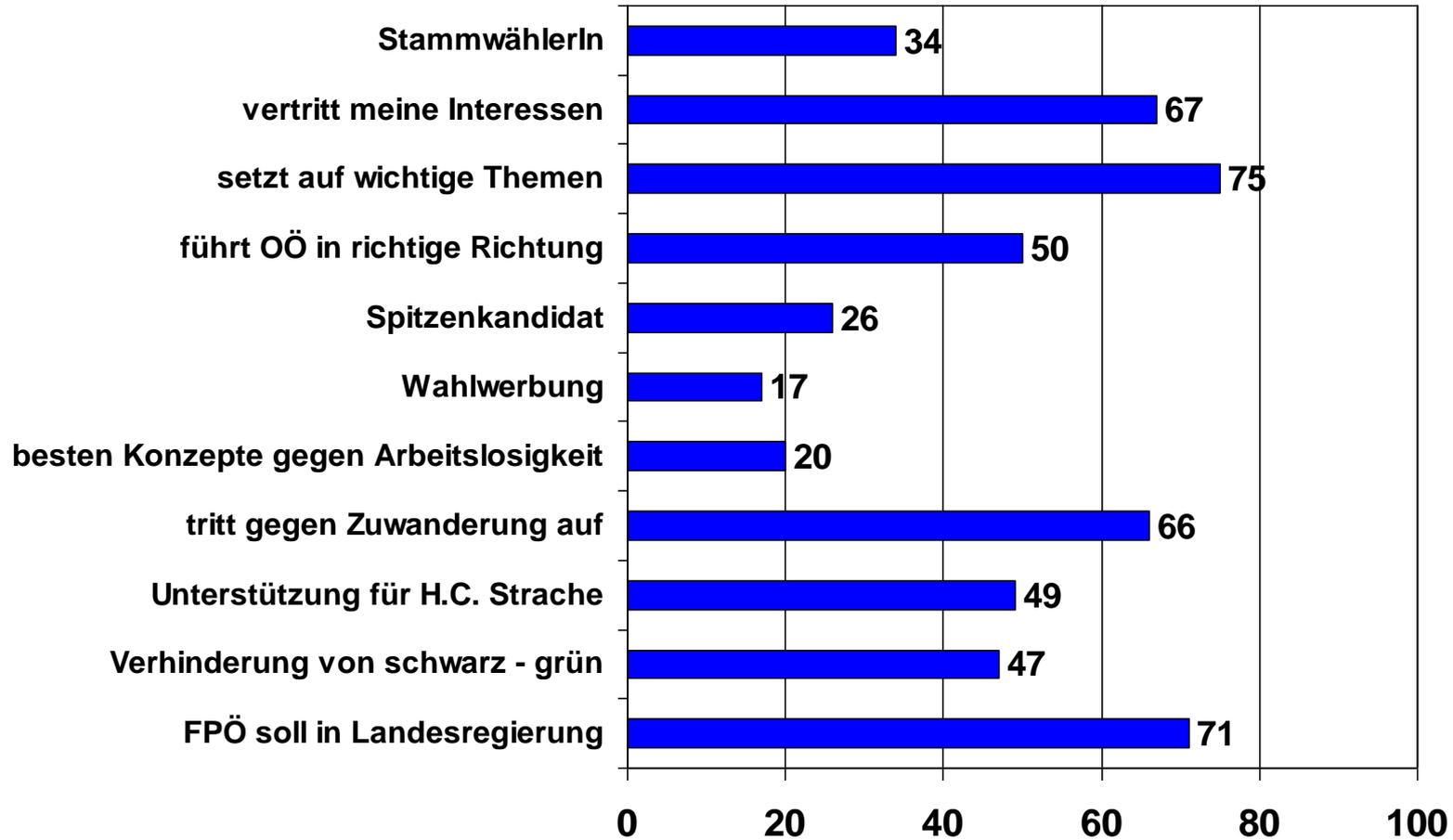
in Prozent der ÖVP-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Wahlmotive SPÖ



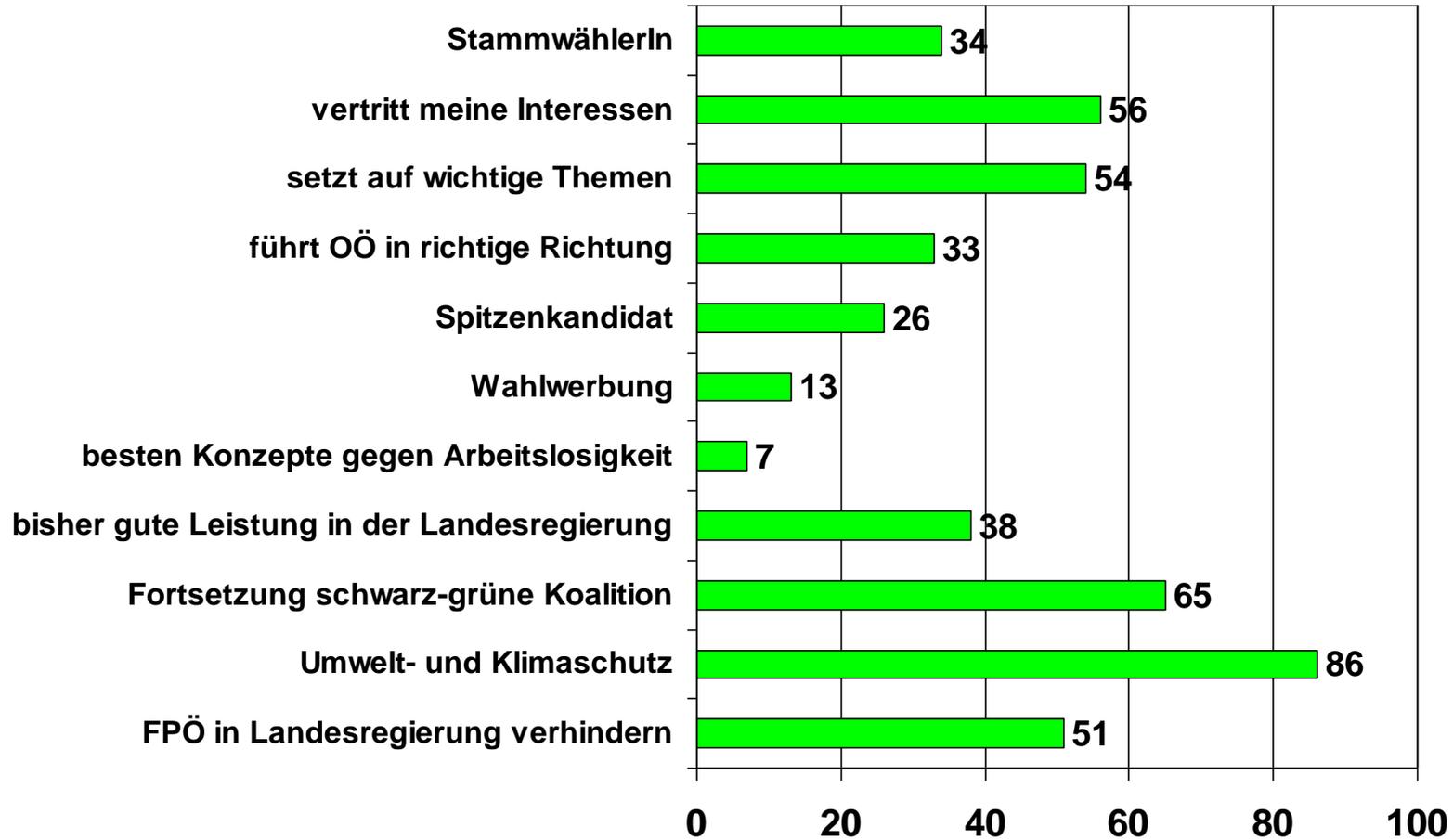
in Prozent der SPÖ-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Wahlmotive FPÖ



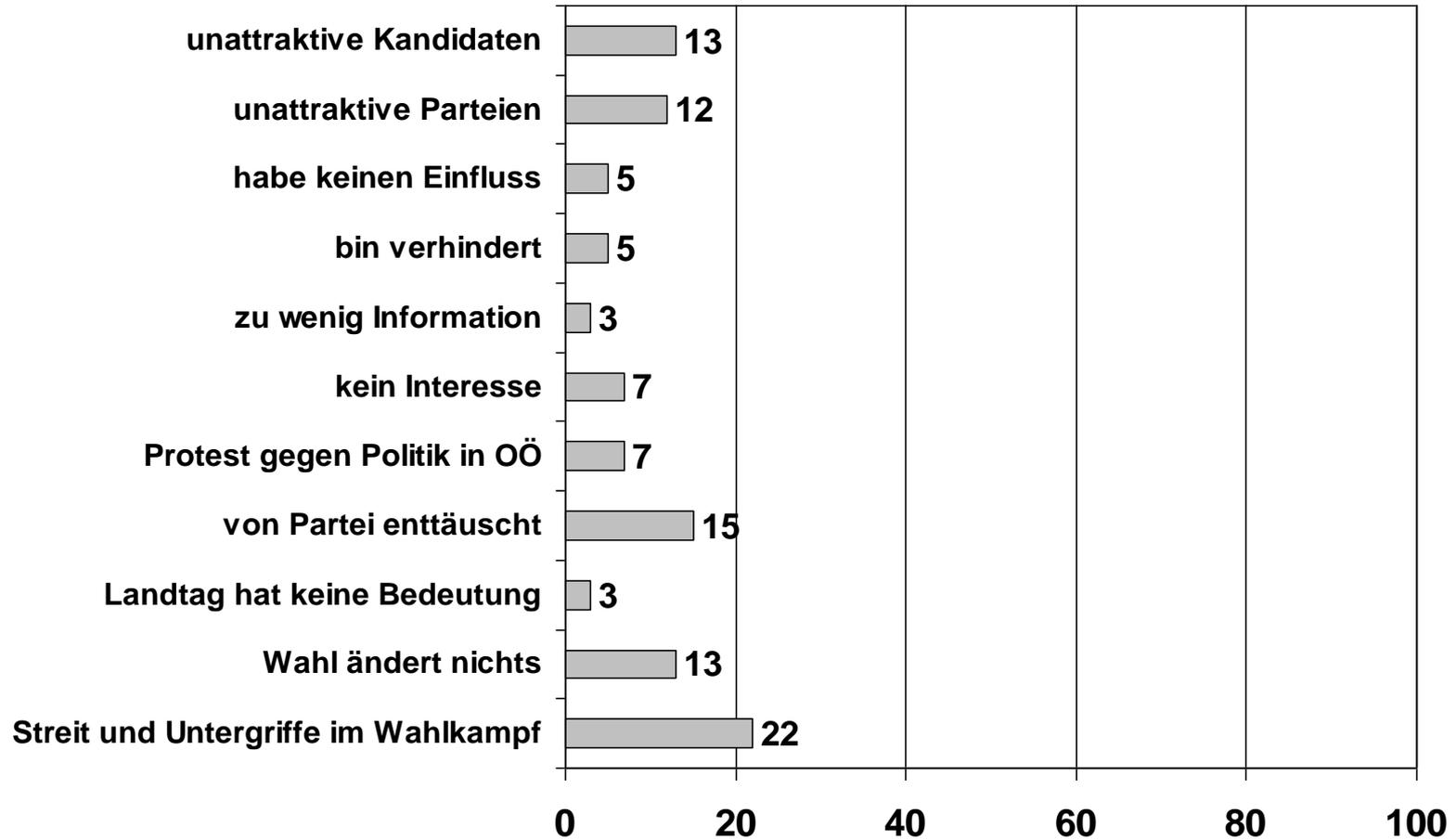
in Prozent der FPÖ-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Wahlmotive Grüne



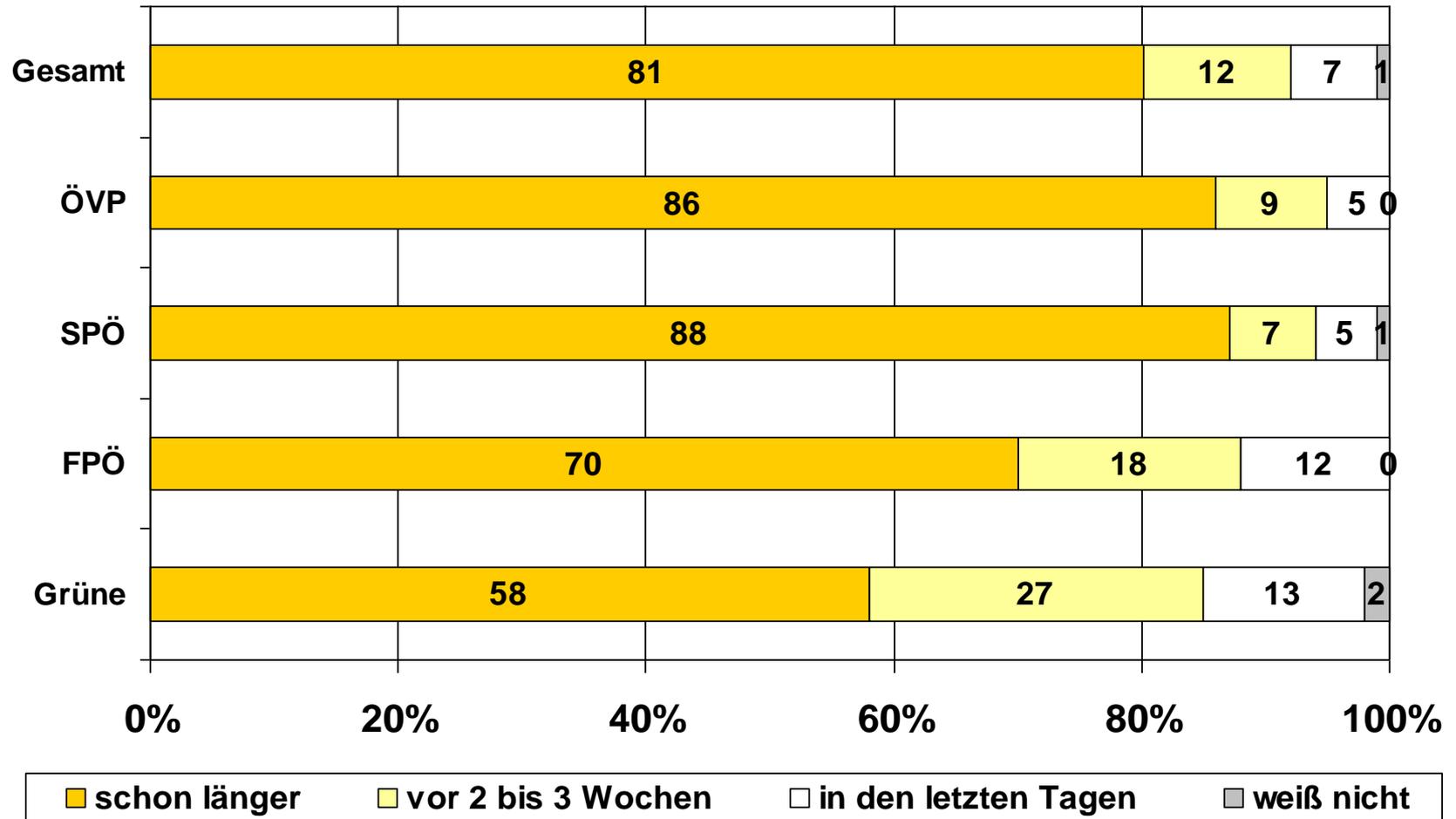
in Prozent der Grün-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Nichtwahlmotive



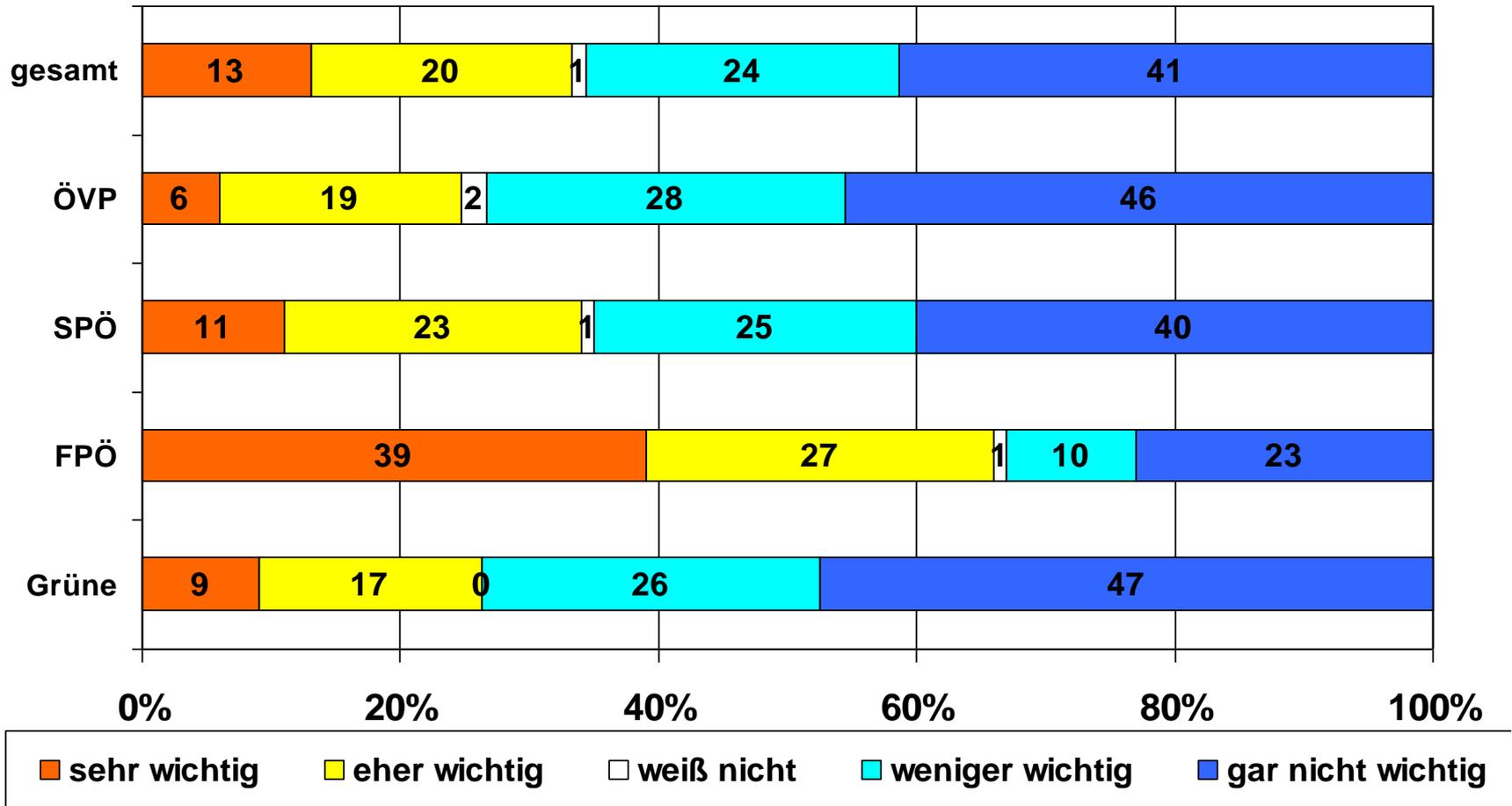
in Prozent der NichtwählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Zeitpunkt der Wahlentscheidung nach Partei



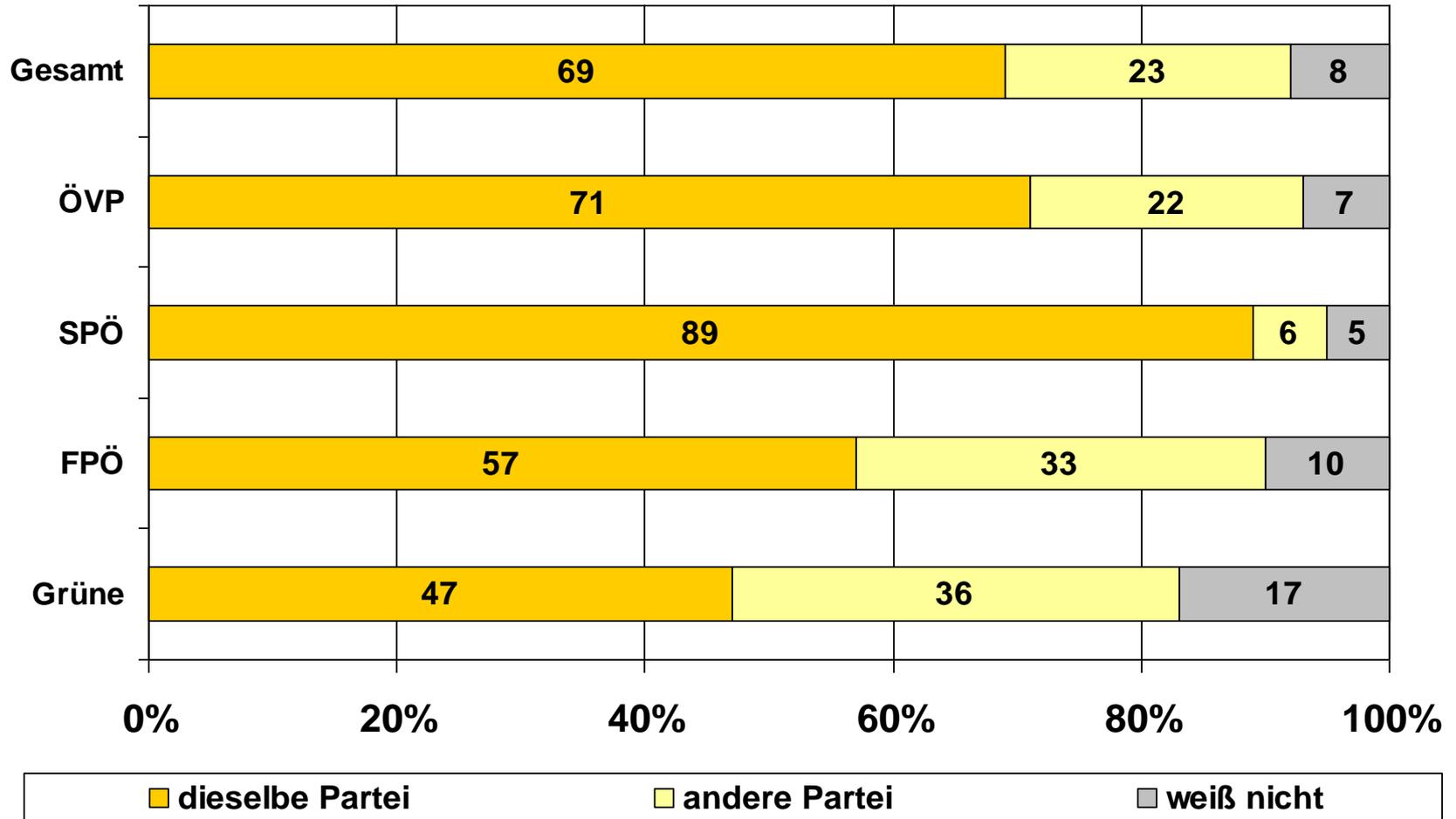
in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen,
Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Einfluss Bundespolitik und Arbeit der Regierung auf die Wahlentscheidung



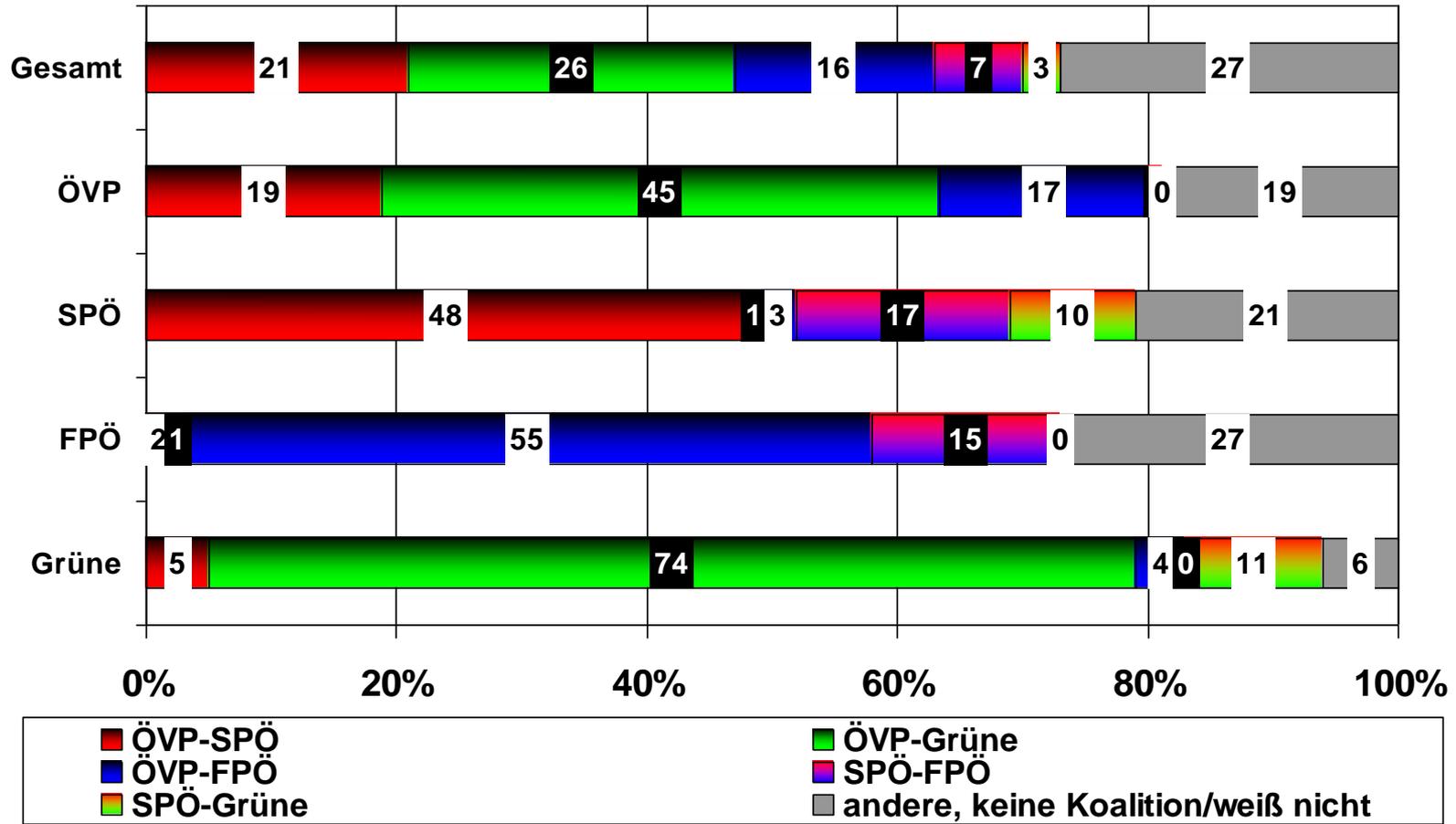
in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen,
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Landtagswahl und Gemeinderatswahl nach Partei



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen,
Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

Beste Koalition für Oberösterreich



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen,
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Oberösterreich im Auftrag des ORF

SORA Institute for Social Research and Analysis

- Eines der führenden privaten sozialwissenschaftlichen Institute in Österreich
- Mehr als 100 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

- Wahlen und Politik
- Arbeit und Organisation
- Markt- & Kundenkommunikation
- Migration und Integration

Methode

- 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