

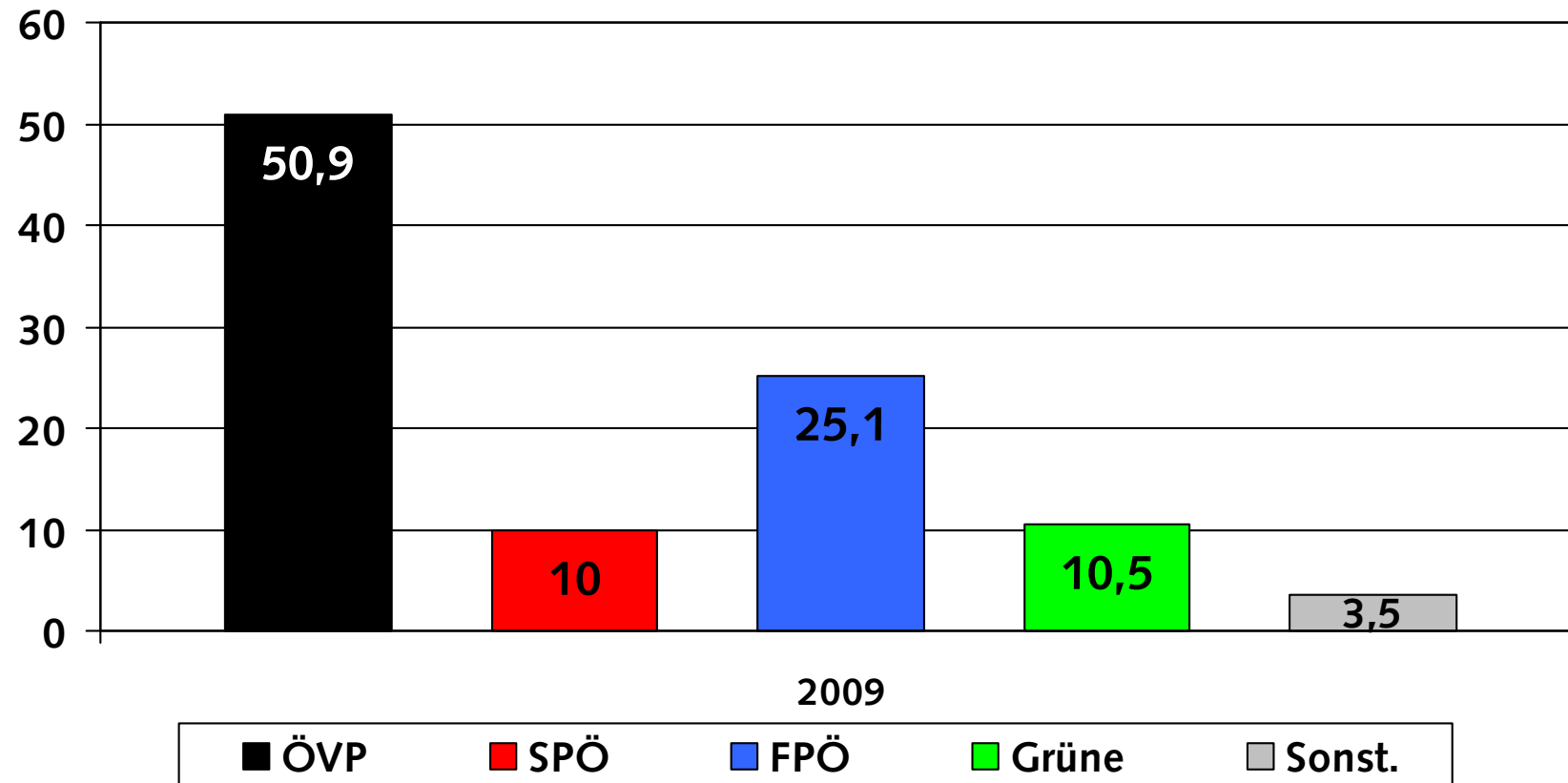
Wahltagsbefragung und Wählerstromanalyse Landtagswahl Vorarlberg 2009

Flooh Perlot

Martina Zandonella

Stand: 20.09.2009 Endergebnis inkl. Briefwahlprognose

Gesamtergebnis



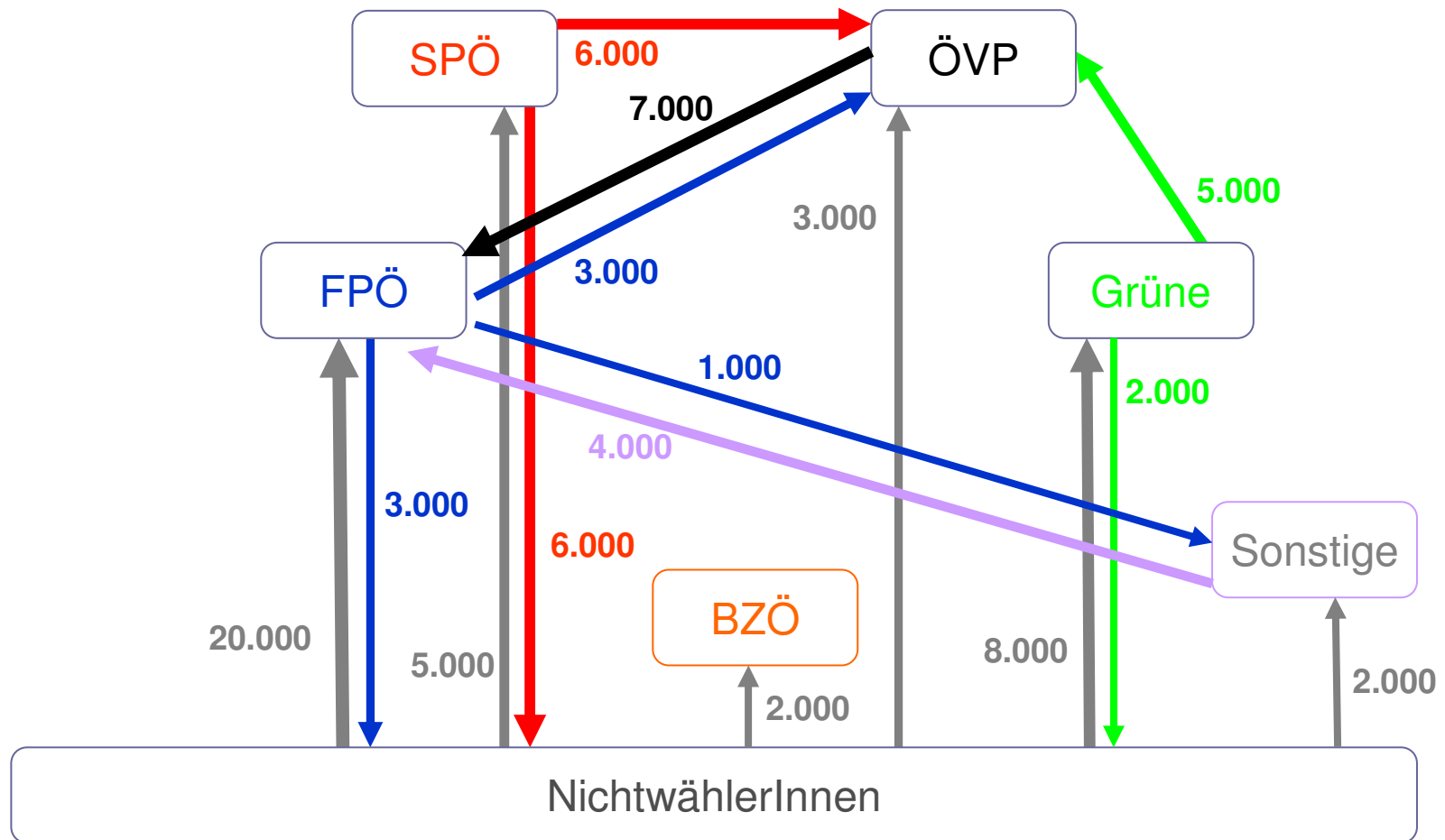
Angaben in Prozent der gültigen Stimmen; Endergebnis inkl. Briefwahlprognose

Methodik Wählerstromanalyse

- Statistische Analyse aus den amtlichen Wahlergebnissen
 - Ergebnisse Landtagswahl 2004
 - Ergebnisse Landtagswahl 2009

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

SORA-Wählerstromanalyse Landtagswahl in Vorarlberg 2009

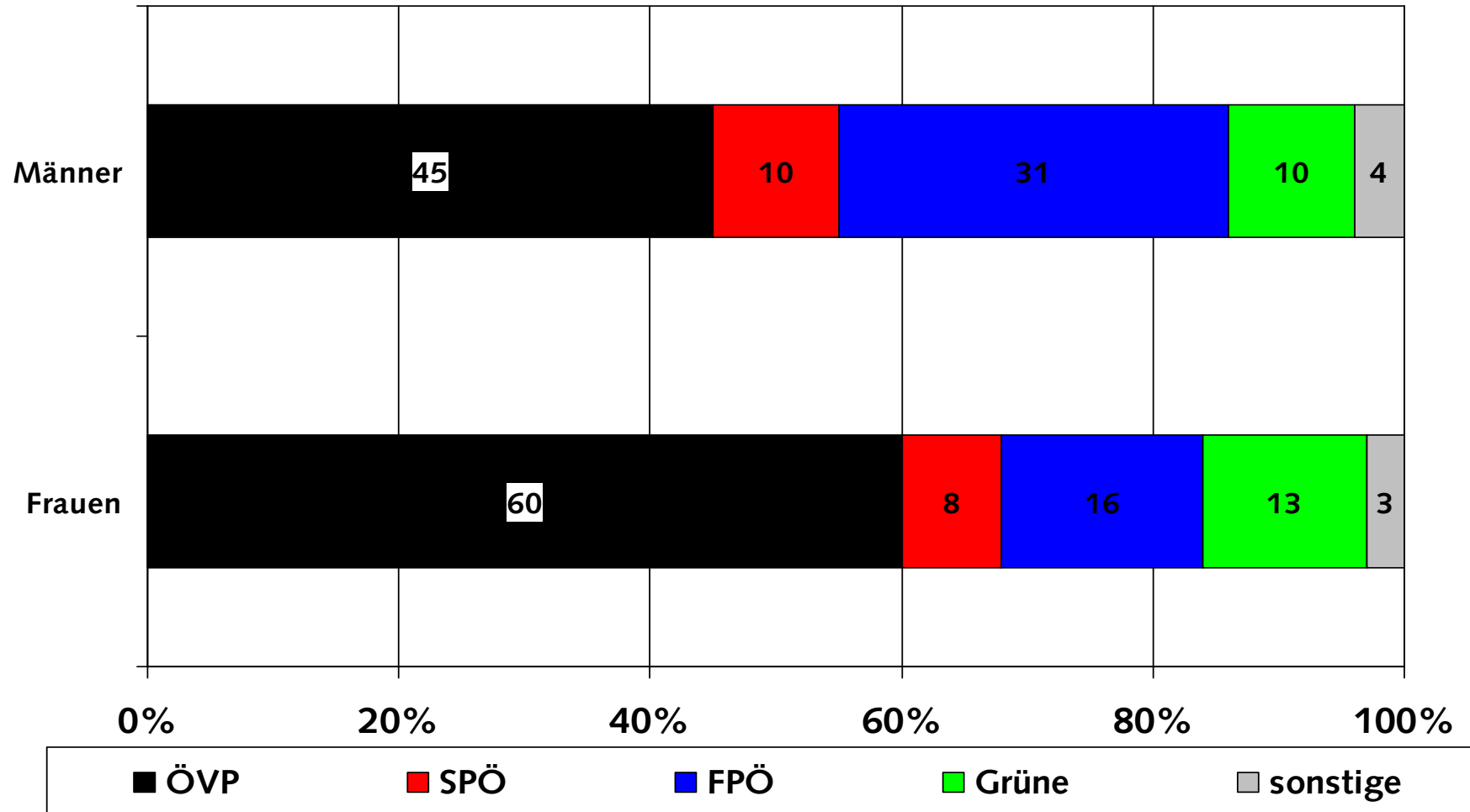


Nur Ströme ab 1.000 Stimmen; Quelle: ORF / SORA

Daten zur Wahltagsbefragung

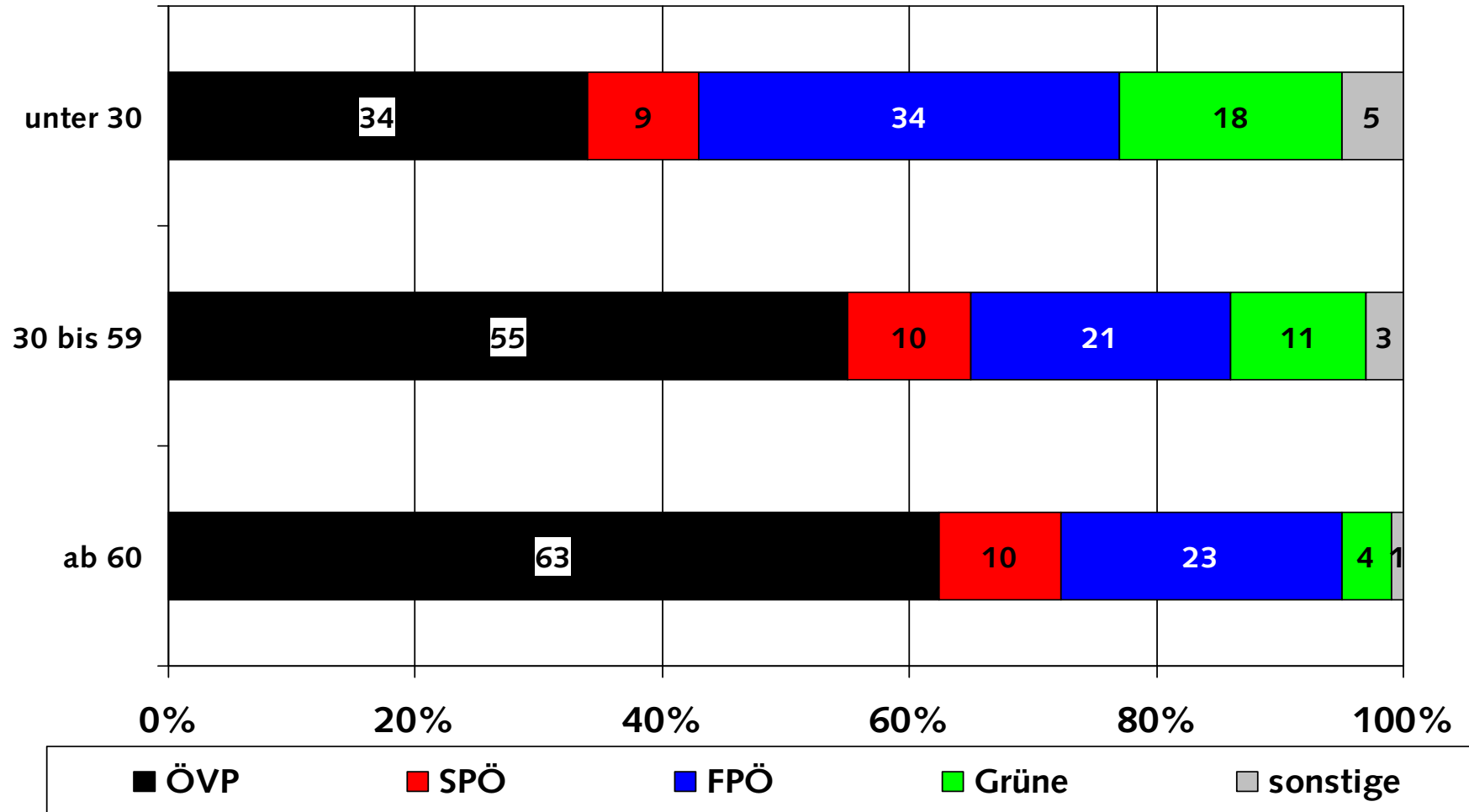
- Projektgemeinschaft:
 - ISA Institut für Strategieanalysen
 - SORA Institute für Social Research and Analysis
- Auftraggeber: ORF
- Stichprobe: n=1.038
- Grundgesamtheit: Wahlberechtigte zur Landtagswahl Vbg 2009
- Art der Erhebung: telefonische Interviews
- Befragungszeitraum
 - 17. bis 20. September 2009
- Durchführung der Interviews: Institut für Panel Research (IPR)

Wahlverhalten nach Geschlecht



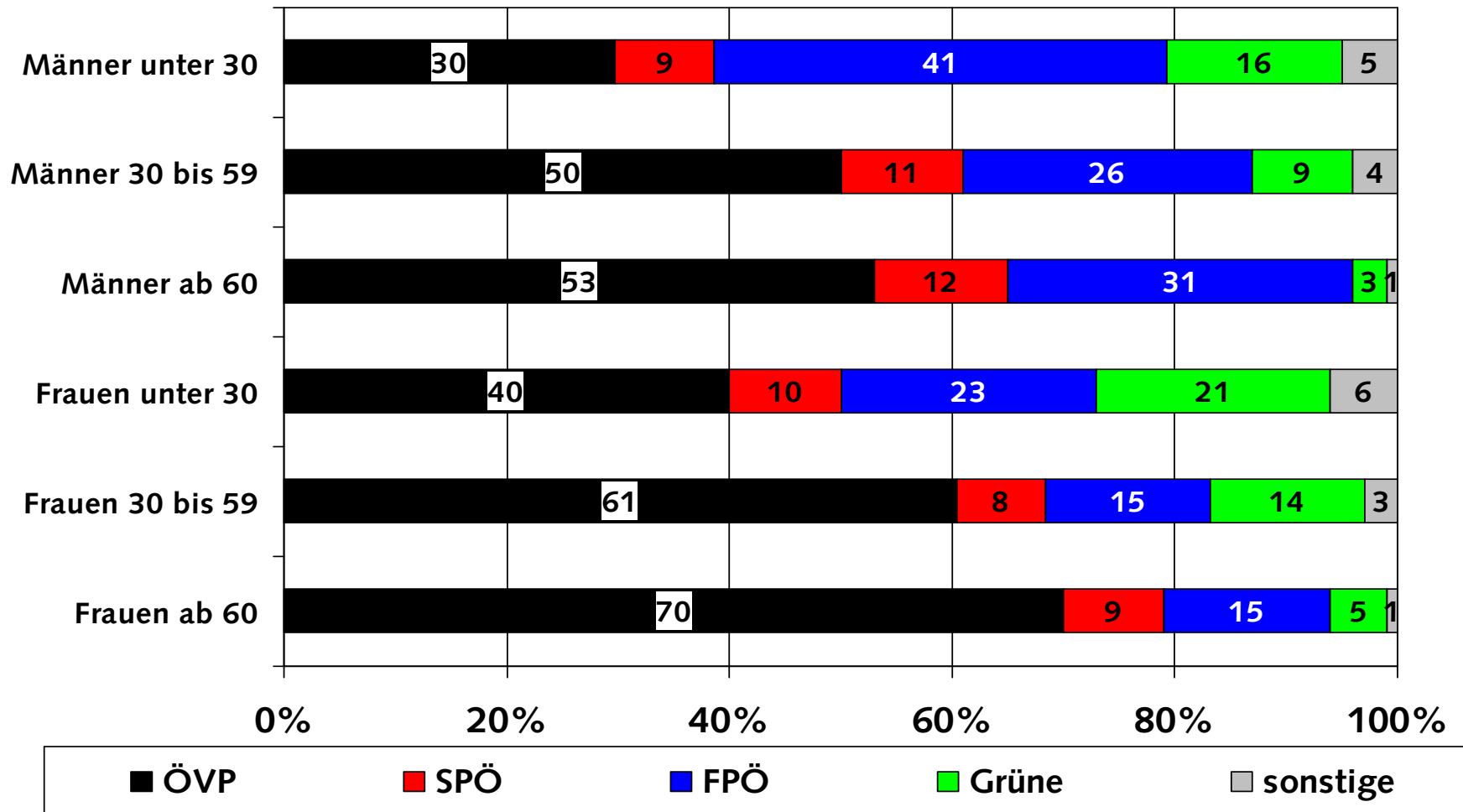
in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlverhalten nach Alter



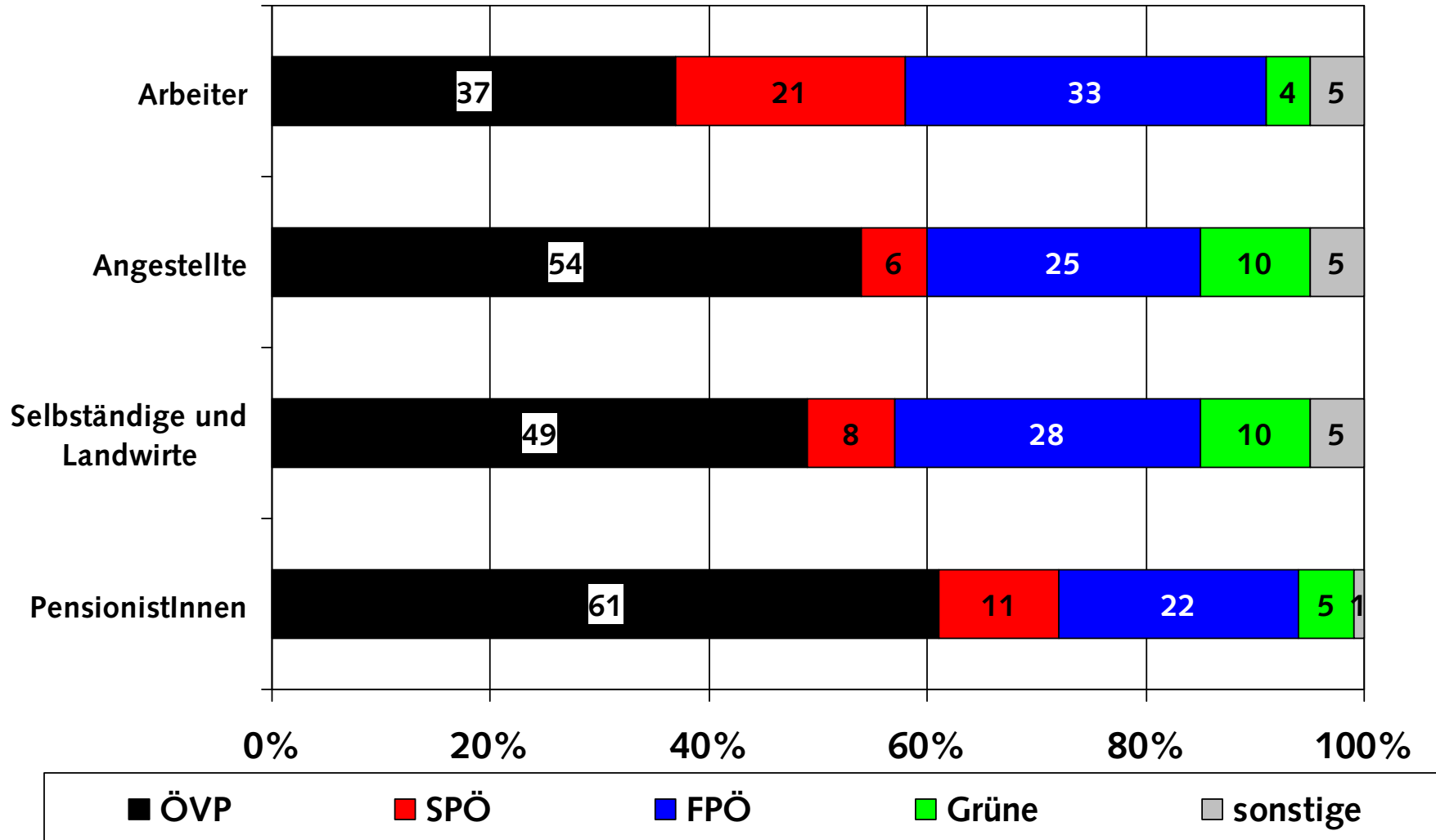
in Prozent aller Deklariereten, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlverhalten nach Alter und Geschlecht



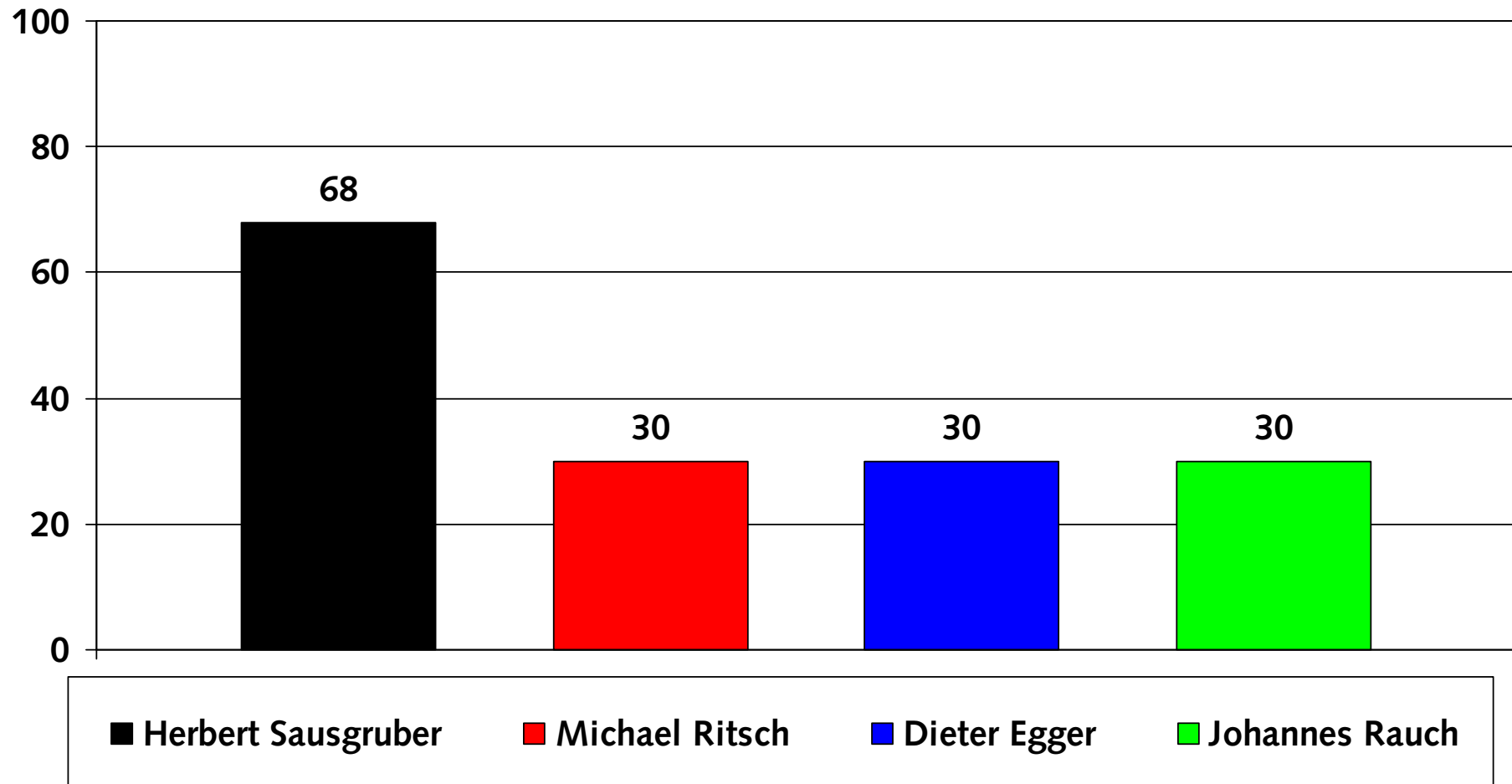
in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlverhalten nach Erwerb



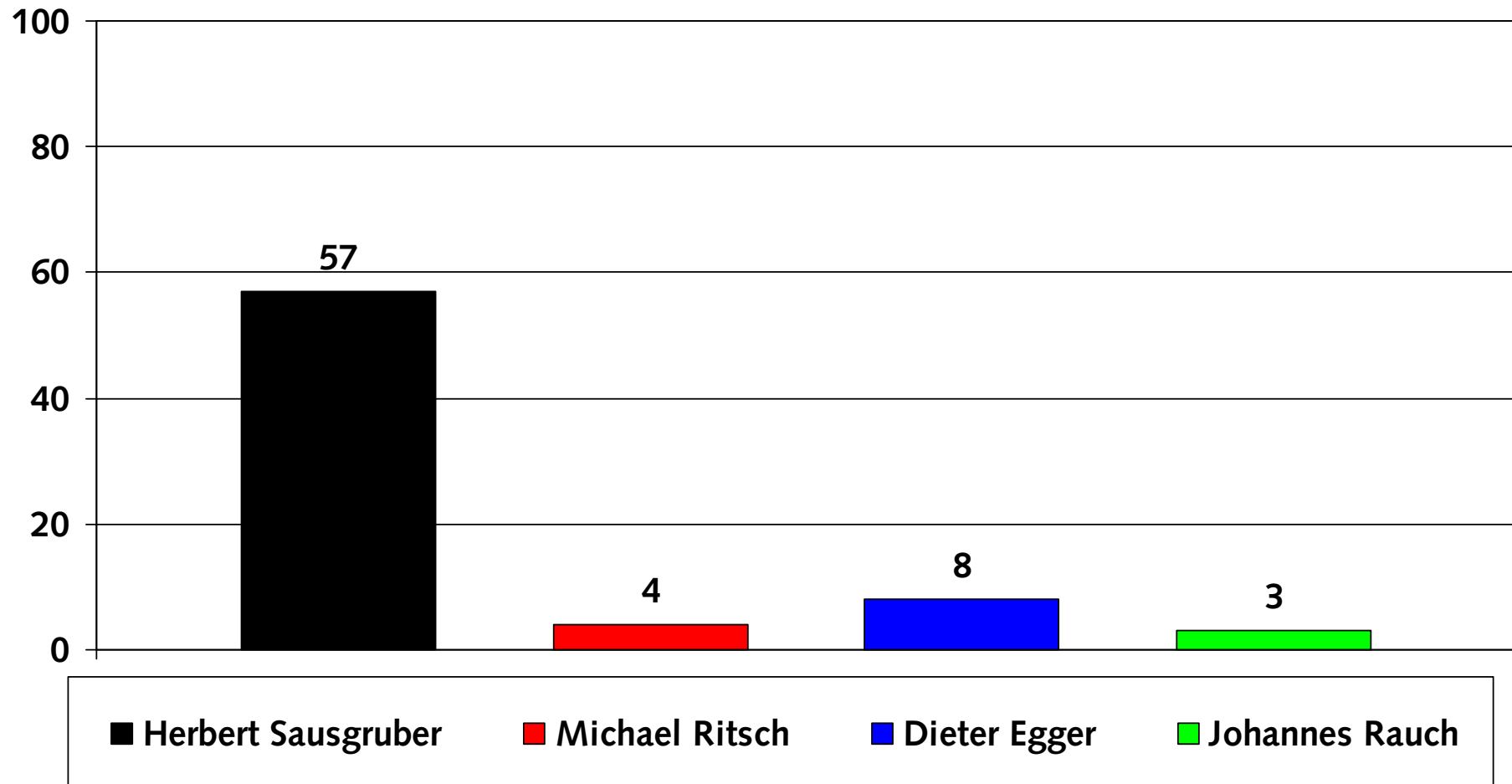
in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlmotiv Spitzenkandidat



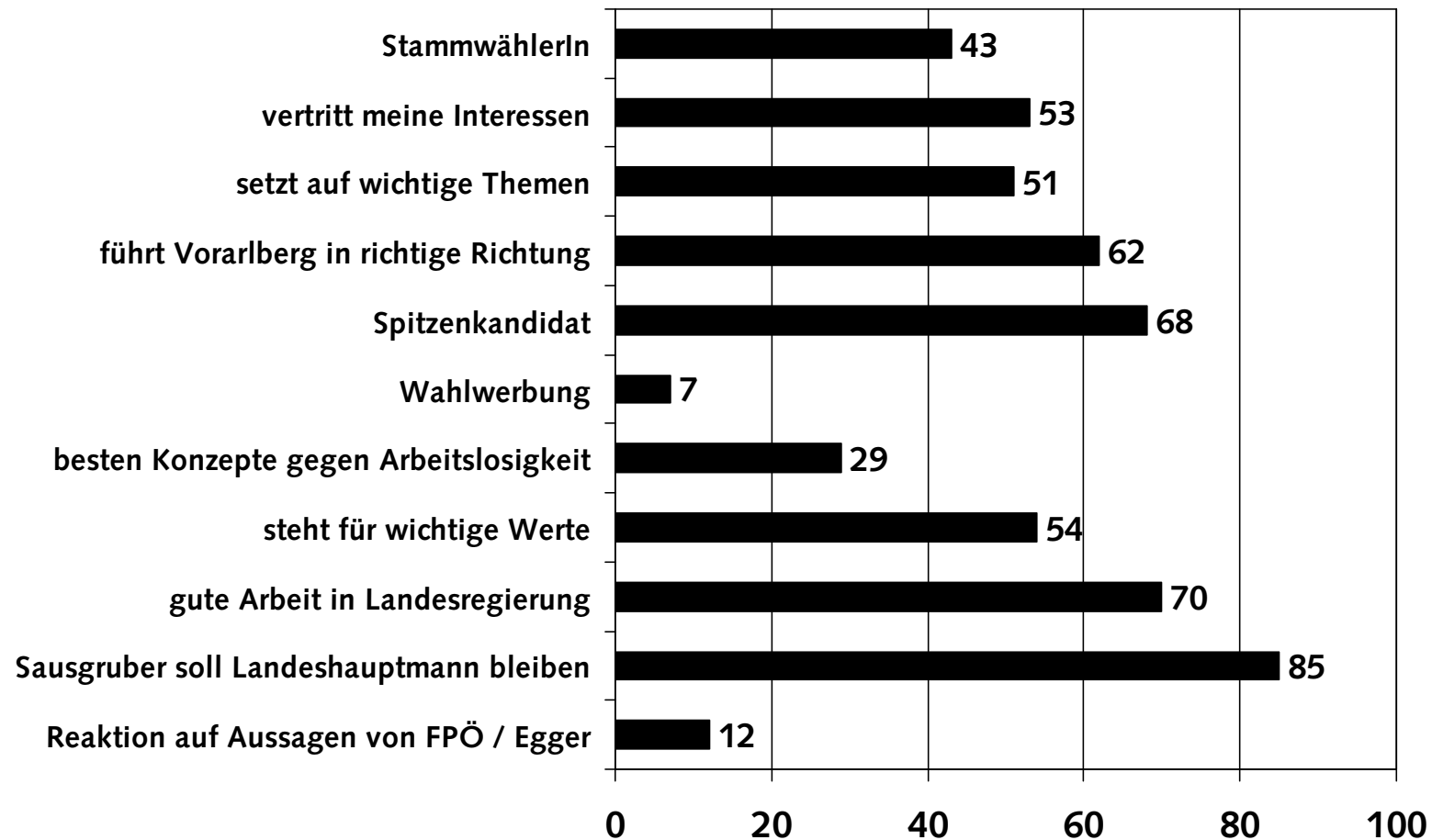
in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Direktwahl Landeshauptmann



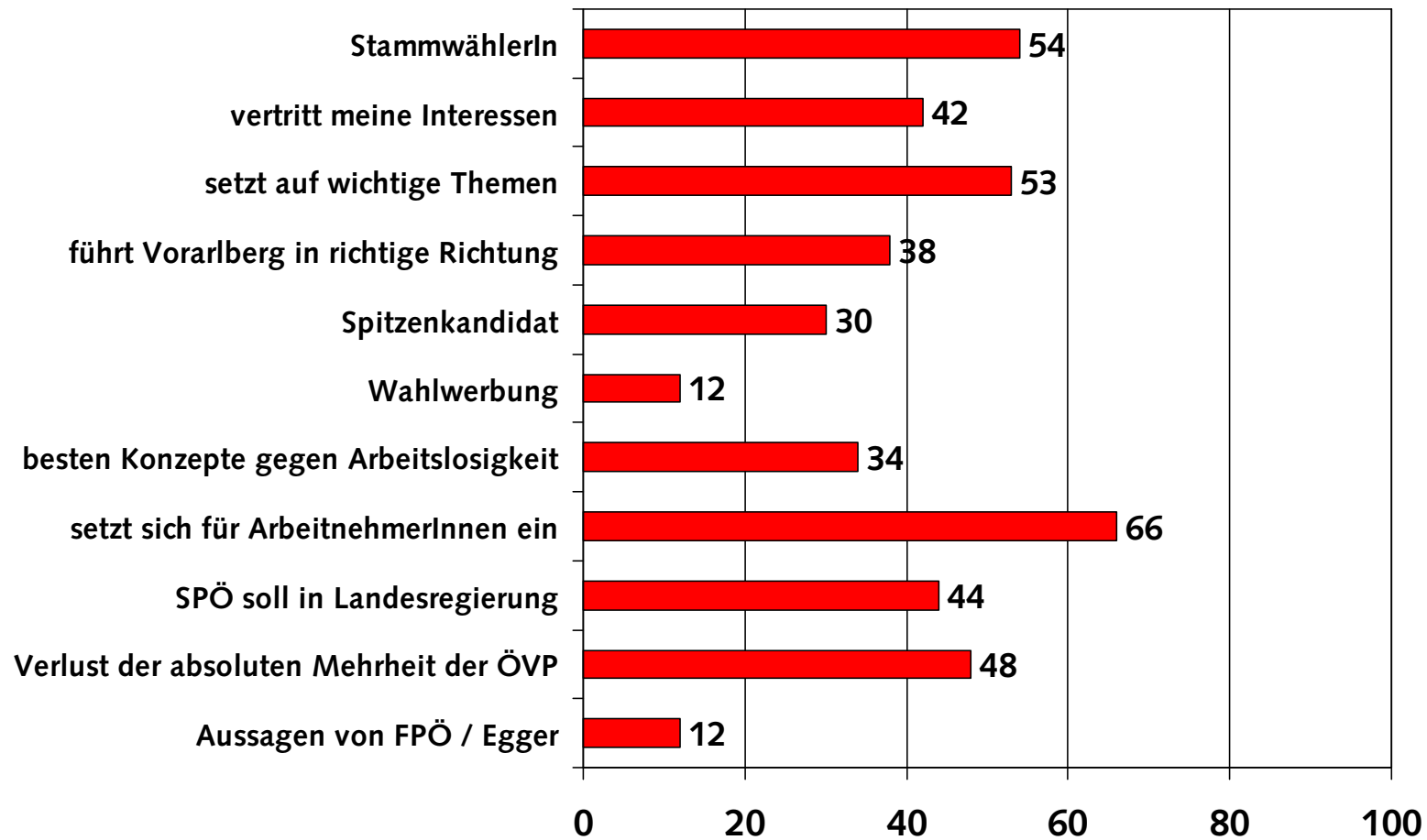
in Prozent aller Deklarieren, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlmotive ÖVP



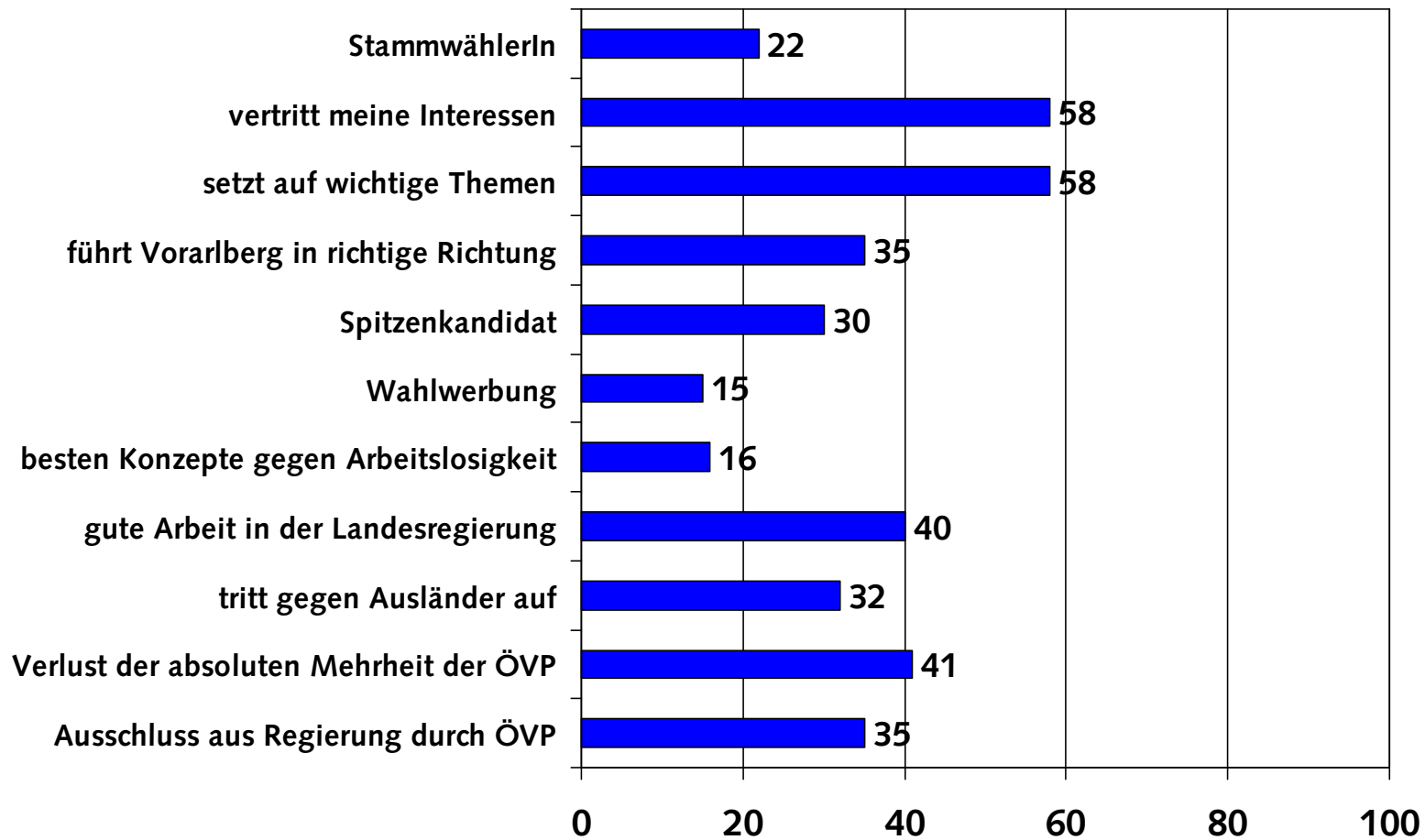
in Prozent der ÖVP-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlmotive SPÖ



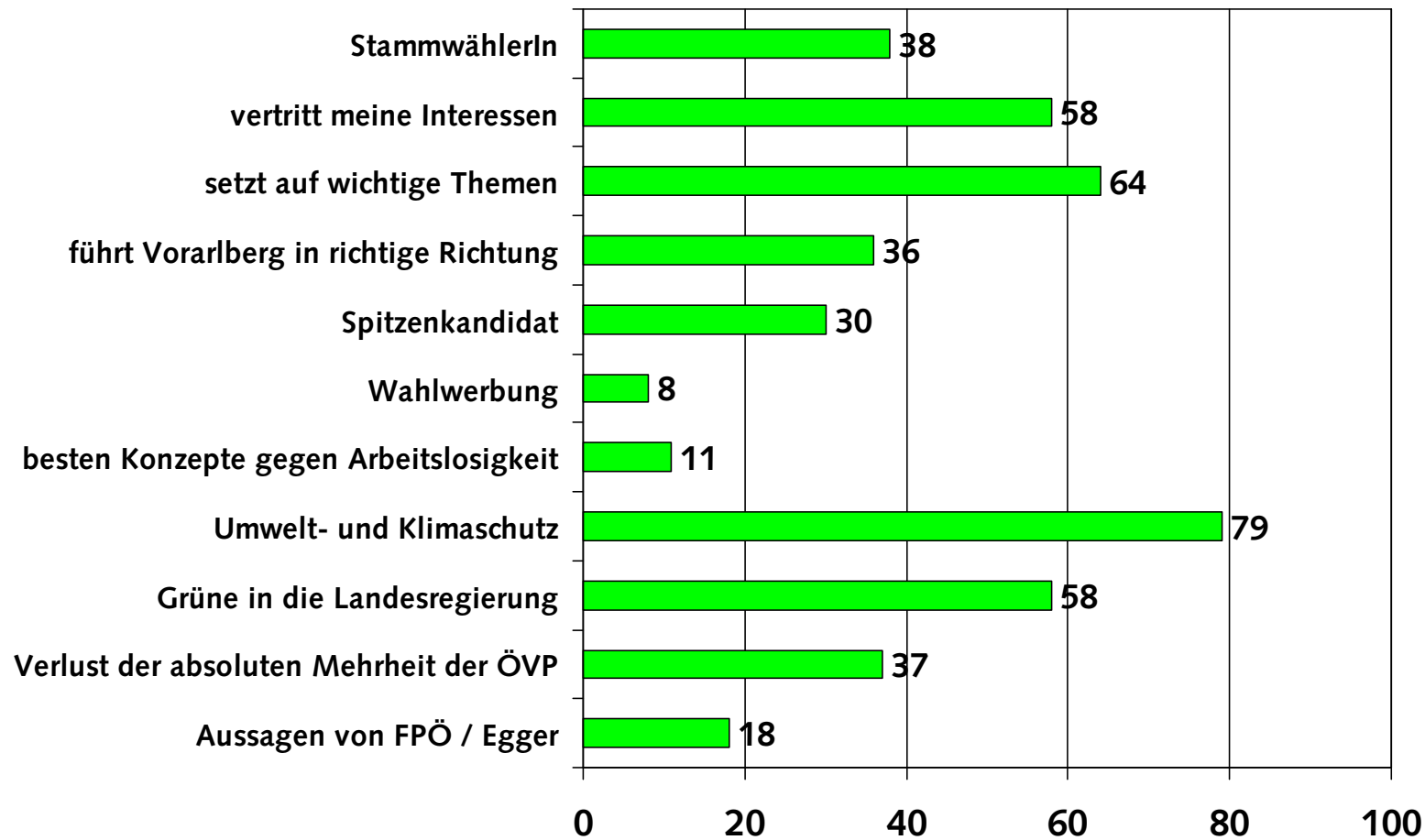
in Prozent der SPÖ-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlmotive FPÖ



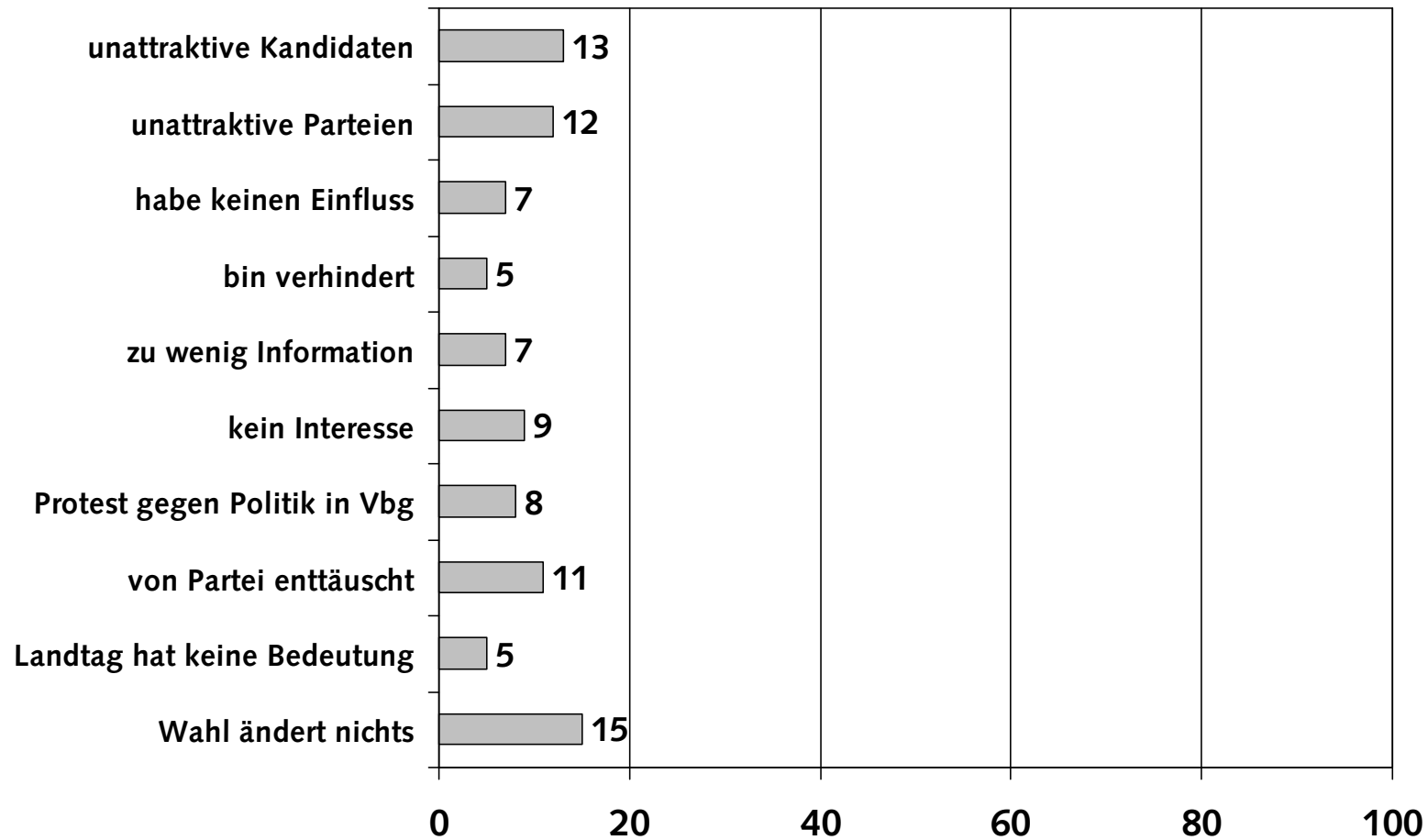
in Prozent der SPÖ-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Wahlmotive Grüne



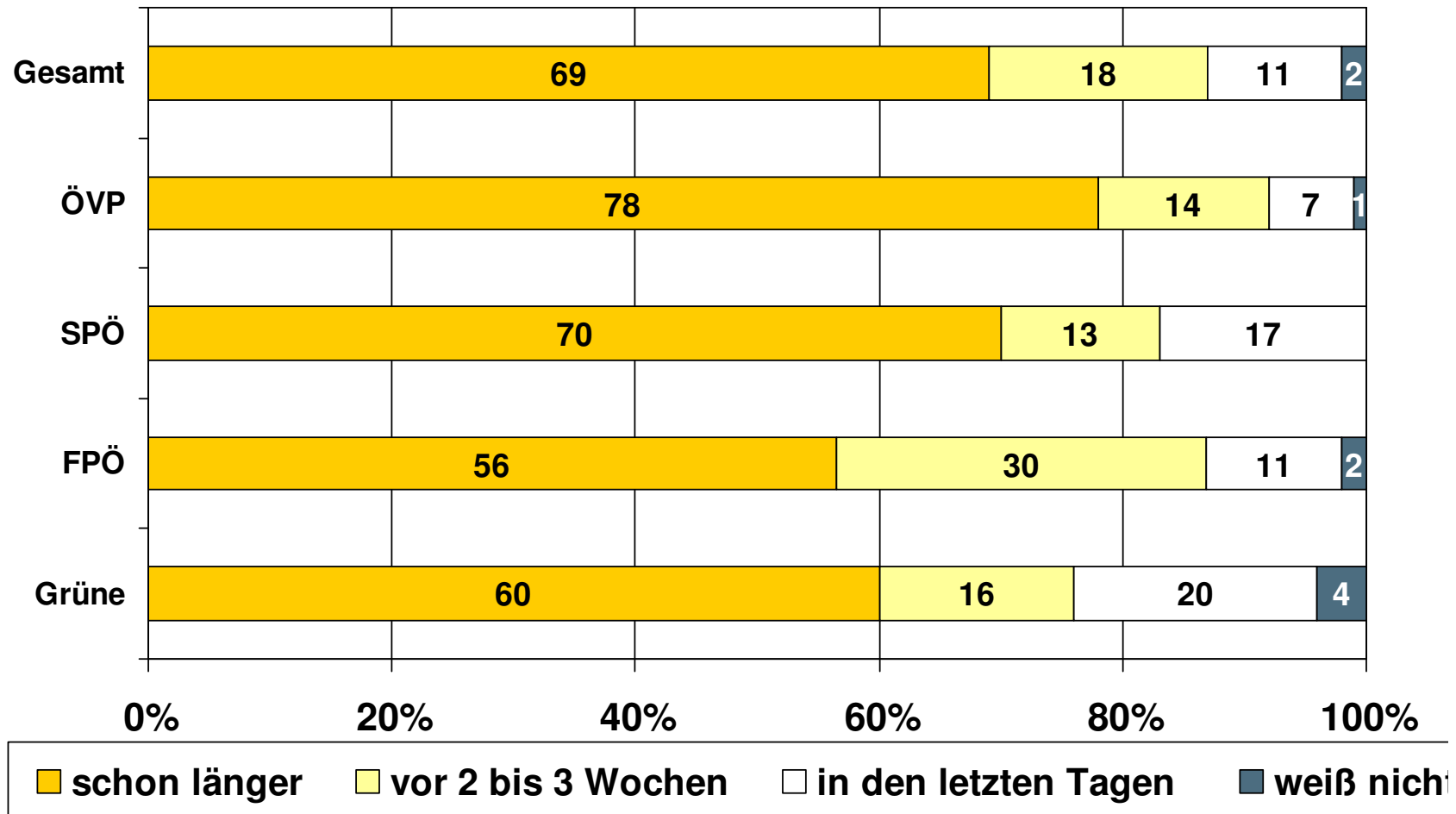
in Prozent der Grün-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Nichtwahlmotive



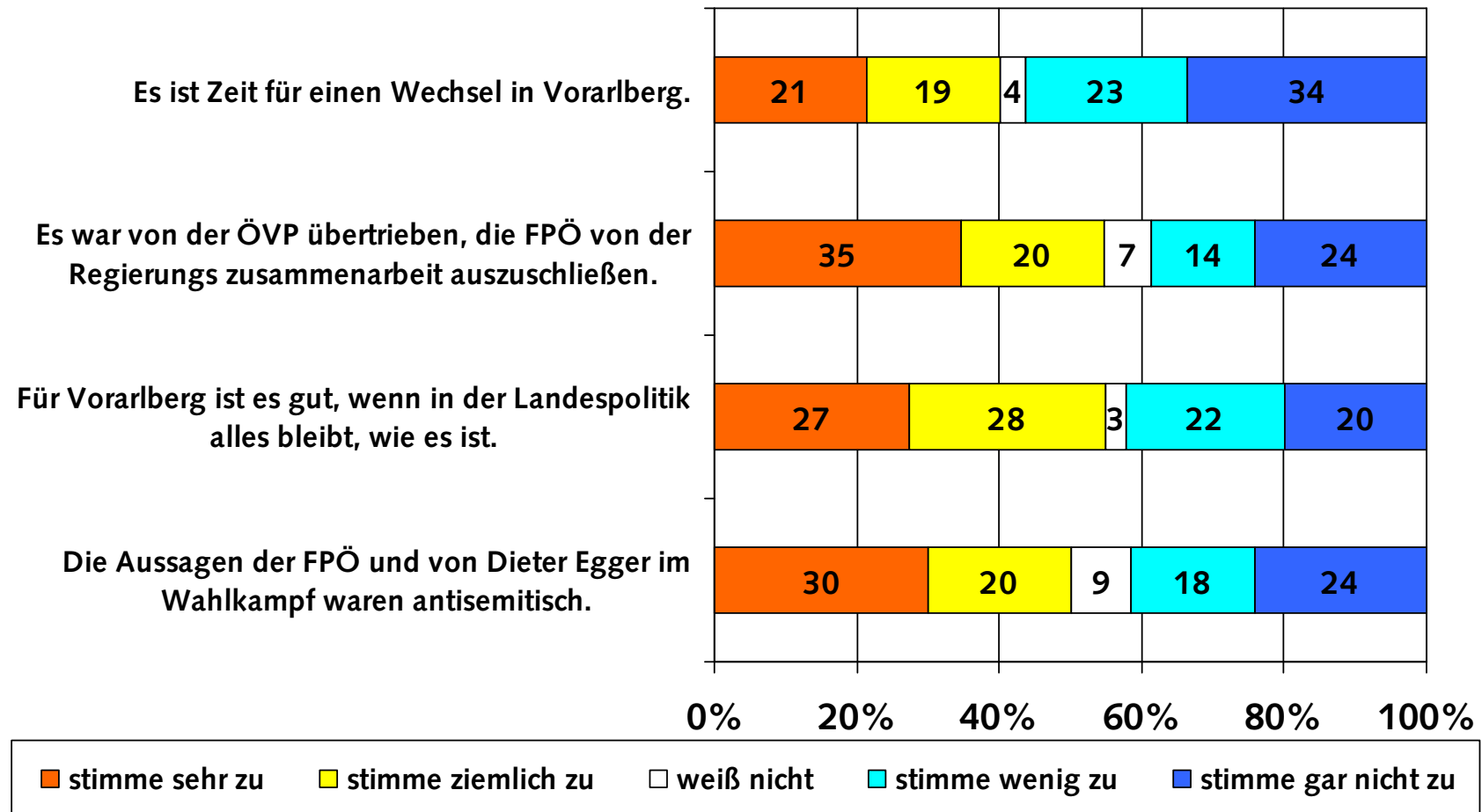
in Prozent der NichtwählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Zeitpunkt der Wahlentscheidung nach Partei



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen, „trifft sehr zu“, Mehrfachnennung möglich
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

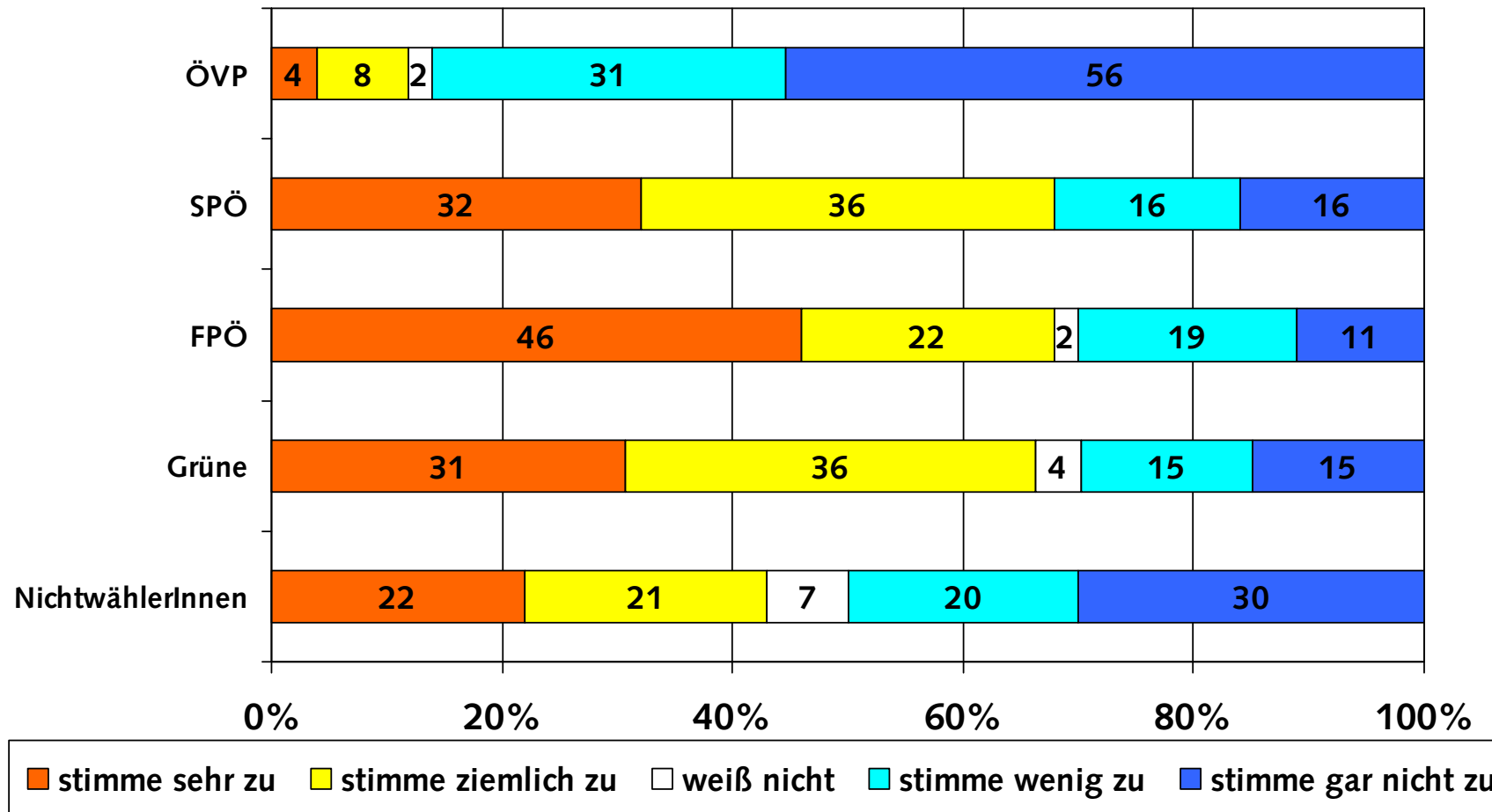
Aussagen über Vorarlberg



in Prozent aller Befragten, Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Aussagen über Vorarlberg nach Partei

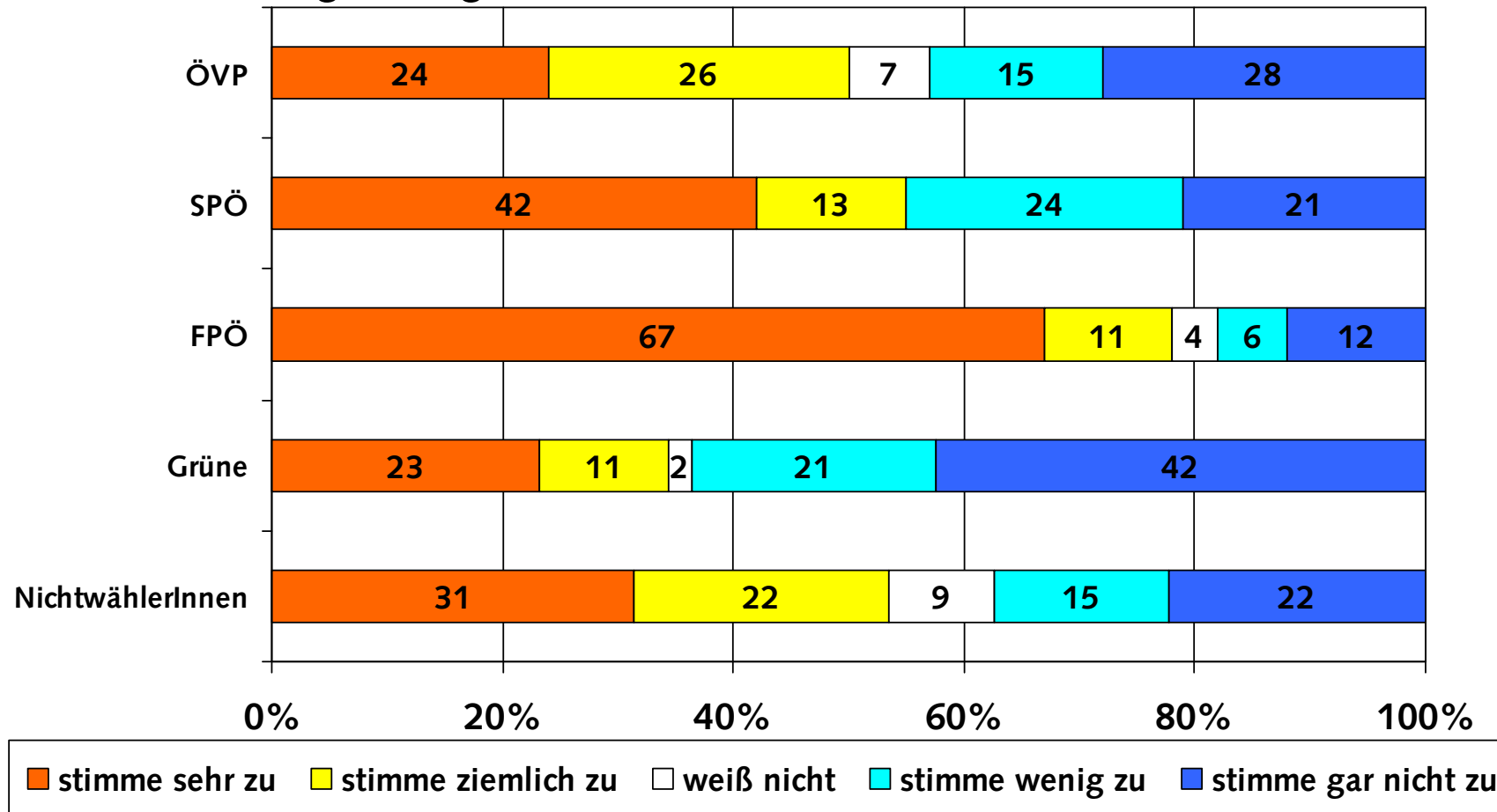
„Es ist Zeit für einen Wechsel in Vorarlberg.“



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen, „stimme sehr zu“
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Aussagen über Vorarlberg nach Partei

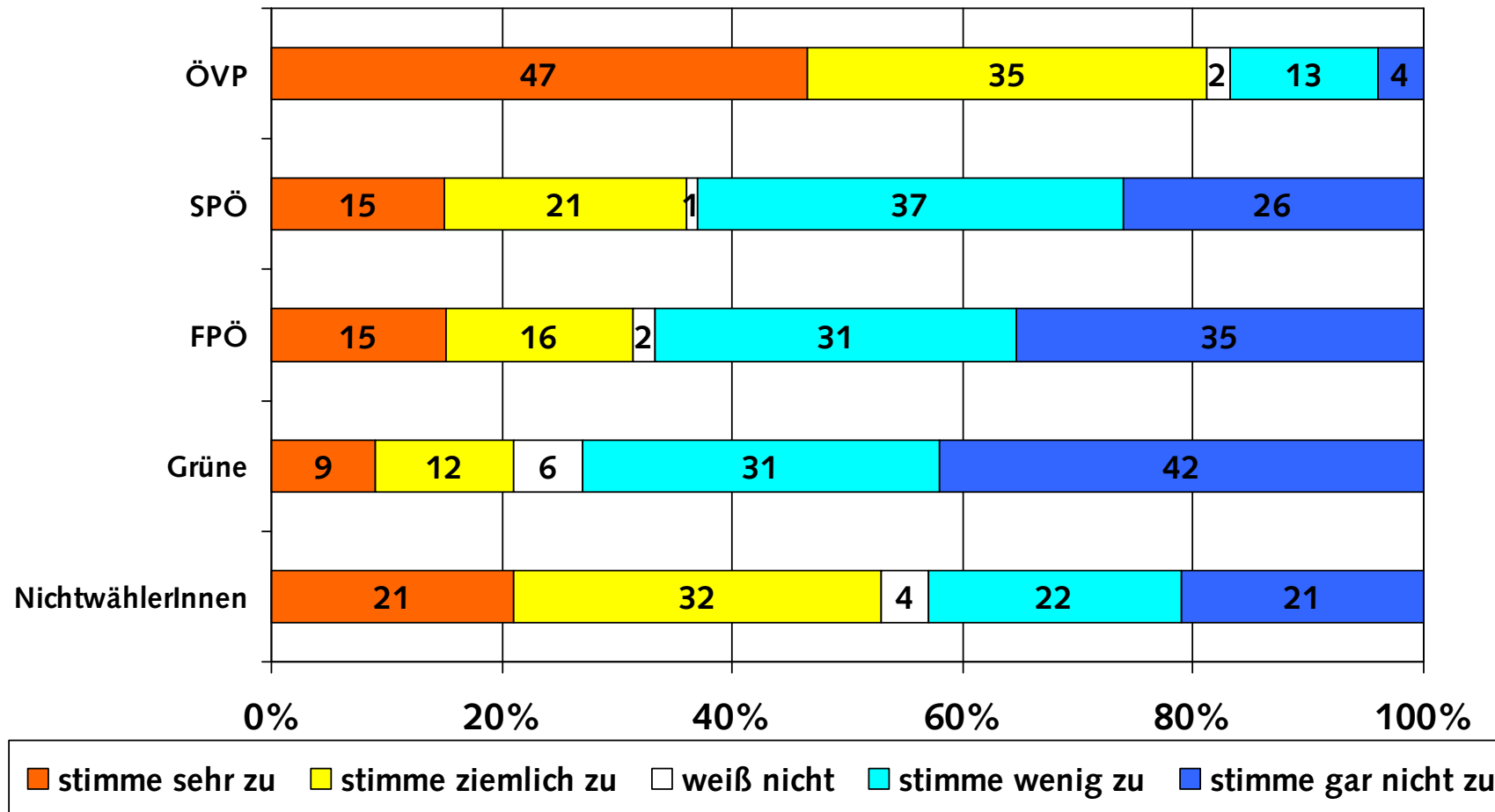
„Es war von ÖVP übertrieben, die FPÖ aus der Regierungszusammenarbeit auszuschließen.“



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen, „stimme sehr zu“
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Aussagen über Vorarlberg nach Partei

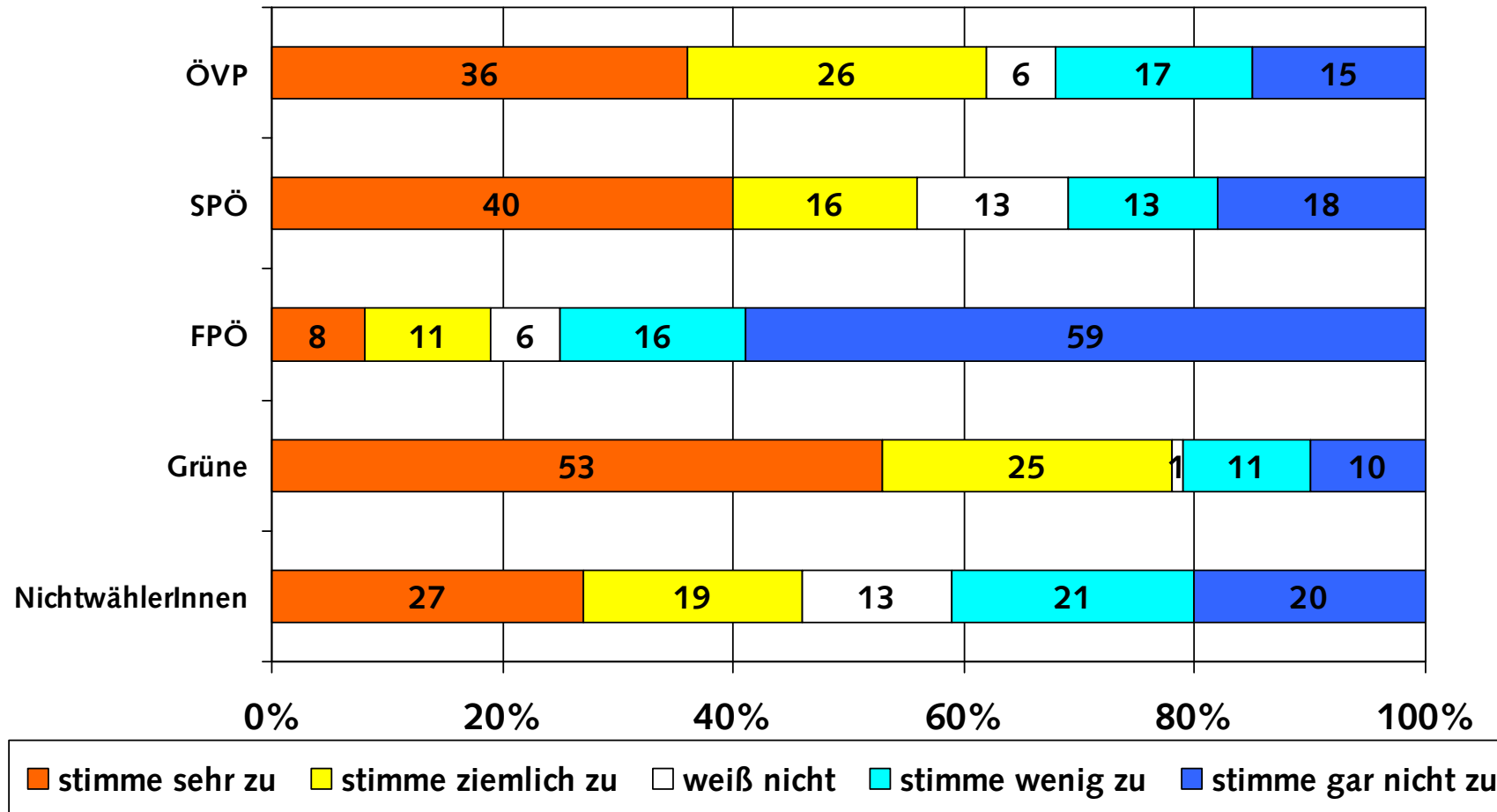
„Für Vorarlberg ist es gut, wenn in der Landespolitik alles bleibt, wie es ist.“



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen, „stimmte sehr zu“
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Aussagen über Vorarlberg nach Partei

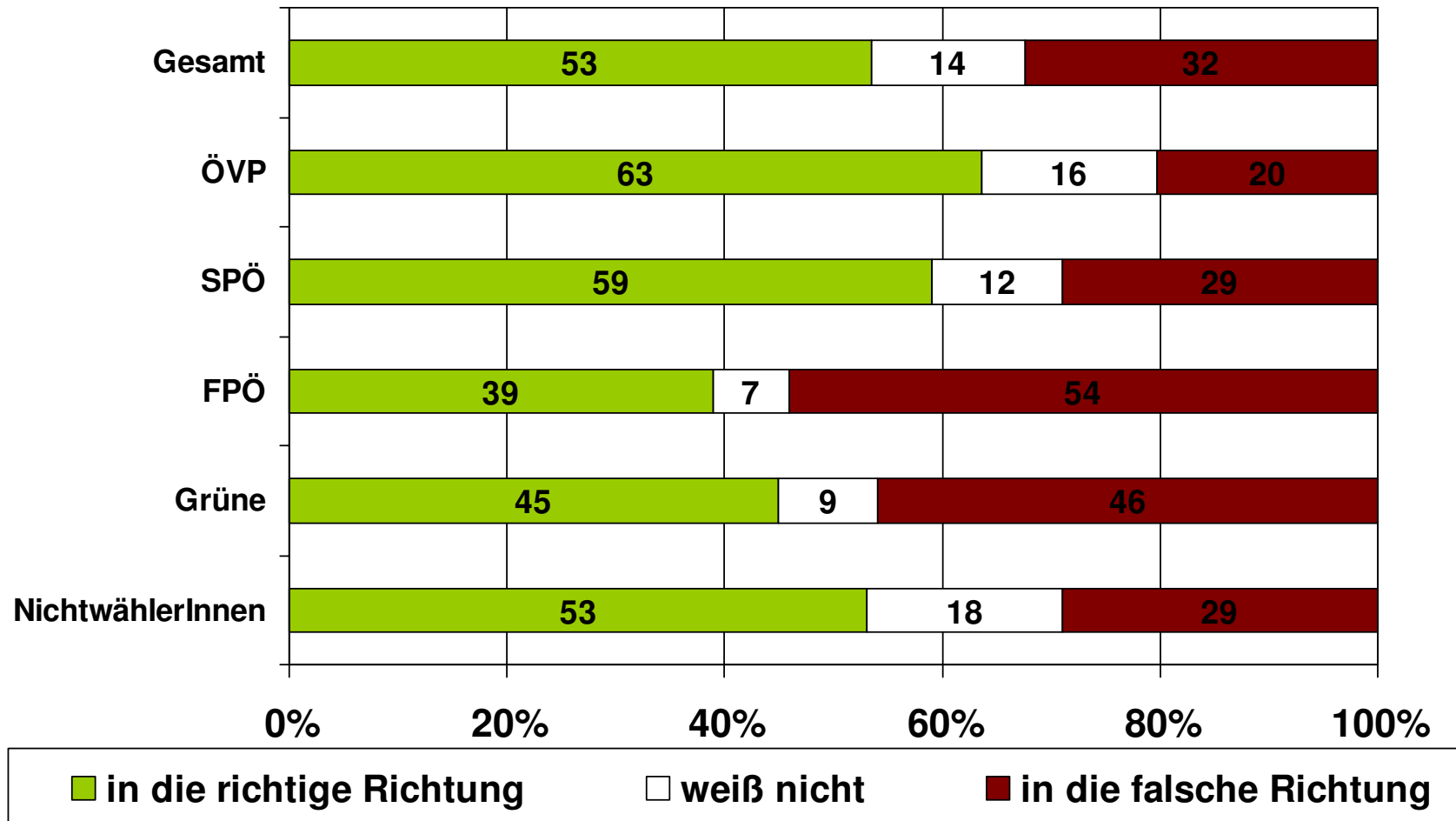
„Die Aussagen der FPÖ und von Dieter Egger im Wahlkampf waren antisemitisch.“



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen, „stimme sehr zu“
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg im Auftrag des ORF

Allgemeine Entwicklung Österreichs

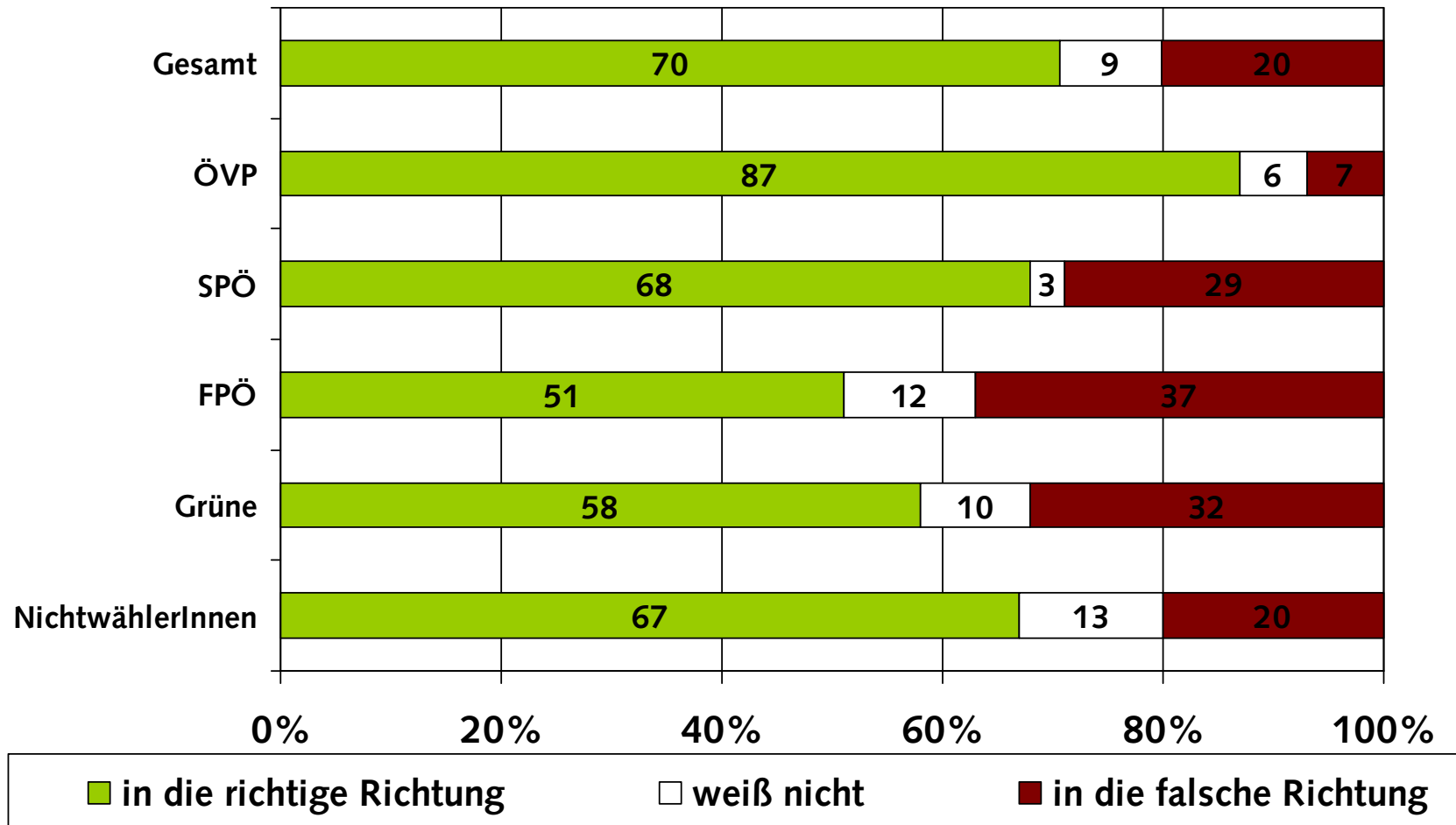
Gesamt und nach Partei



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

Allgemeine Entwicklung Vorarlbergs

Gesamt und nach Partei



in Prozent der jeweiligen Partei-WählerInnen
 Wahltagsbefragung Landtagswahl Vorarlberg 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