

WAHL-O-MAT **Baden-Württemberg 2006** **& Rheinland-Pfalz 2006**

Erste Ergebnisse der Online-Befragungen



WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

Ergebnisse der Online-Befragungen

Design

Webbasierte Befragungen, Pop-Up-Fenster „on exit“ und Banner

Wahl-O-Mat-Einsatz	Baden-Württemberg	Rheinland-Pfalz
Befragungszeitraum	15.02.-26.03.2006	16.02.-26.03.2006
angefragt	16.276	8.698
abgeschl. Interviews	2.990	1.832
wahlber. Befragte	2.134	1.306
Rücklaufquote	18,4 %	21,1 %

Fragebogenentwicklung und Auswertung:

Priv.-Doz. Dr. Stefan Marschall, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Auswertung, statistische Analysen SPSS:

Dipl.-Soz.-Wiss. Christian K. Schmidt, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Tammo Wetzel, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Technische Durchführung:

Glamus, Bonn

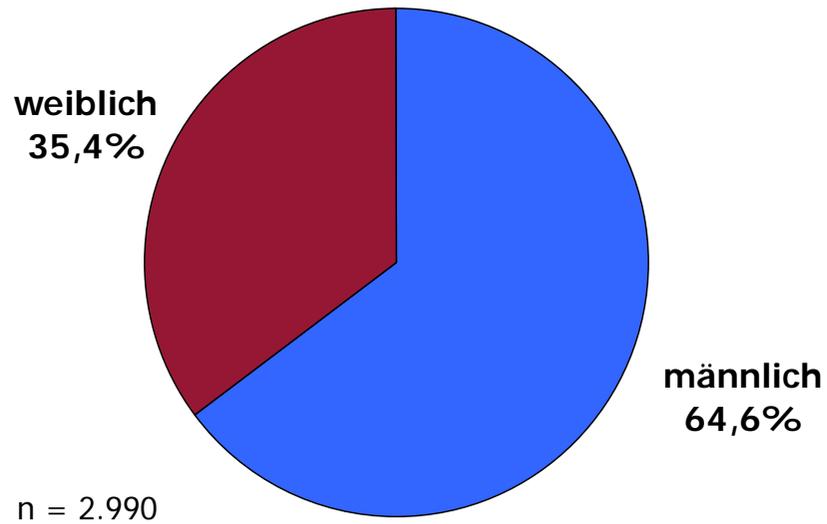


WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

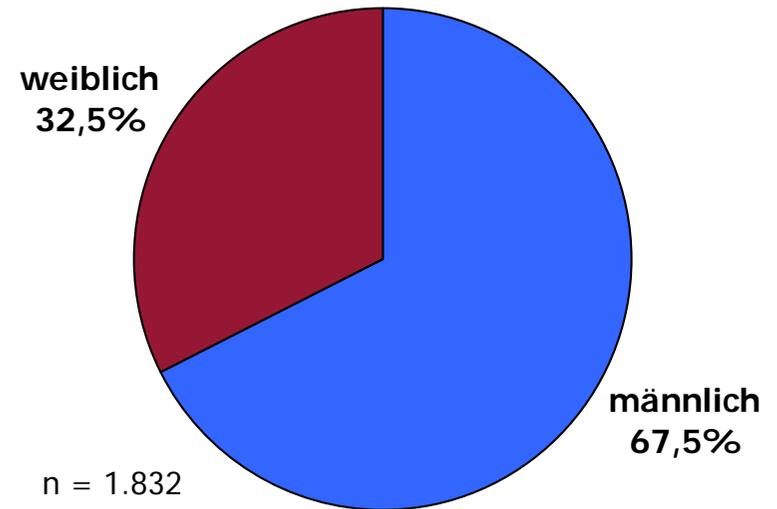
Ergebnisse der Online-Befragungen

Verteilung nach Geschlecht

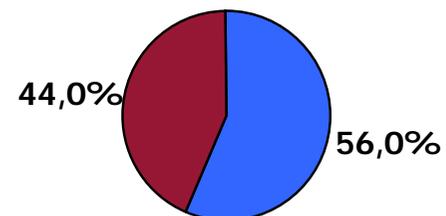
Baden-Württemberg



Rheinland-Pfalz



ARD/ZDF- Online-Studie 2005

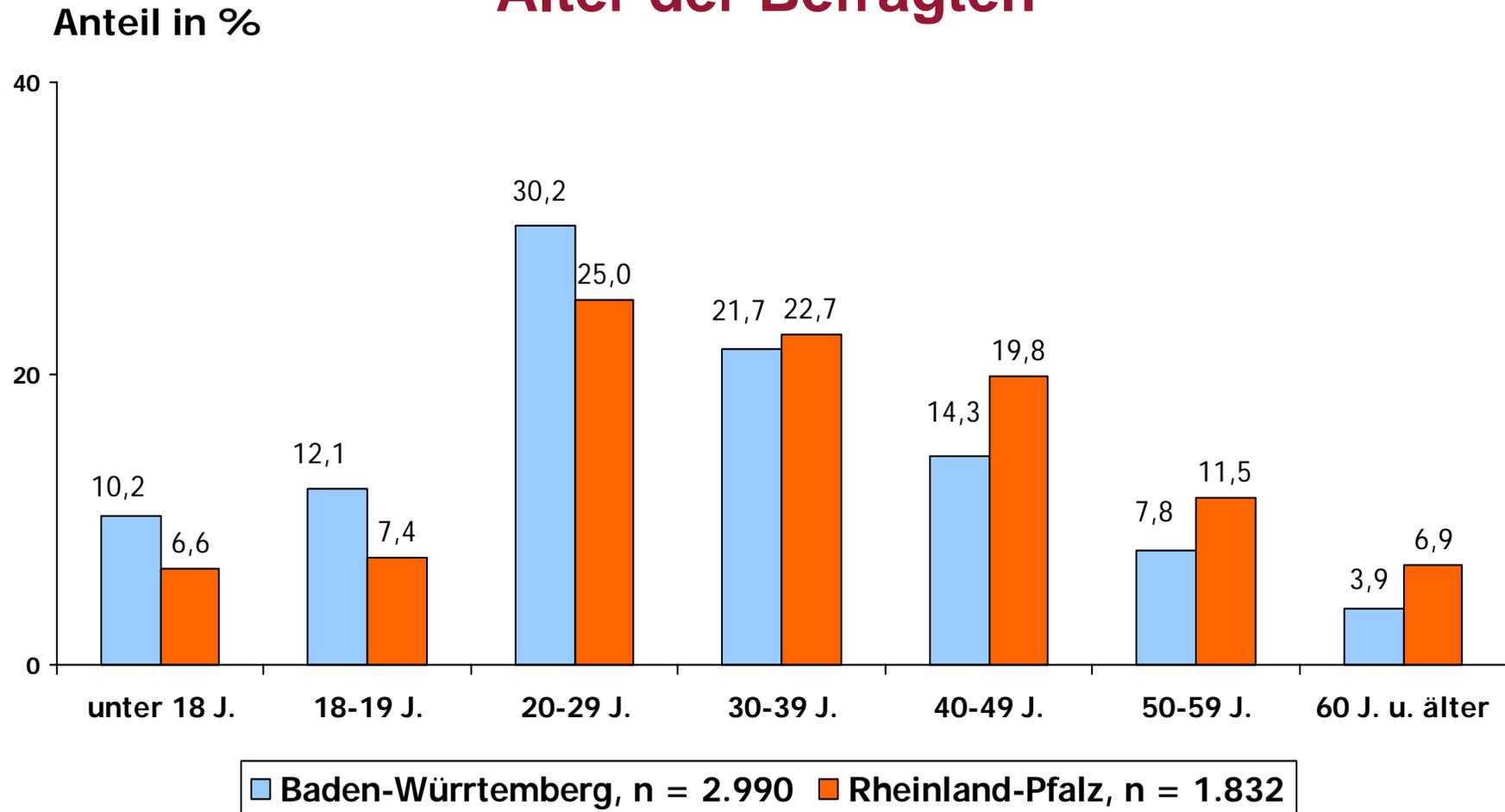


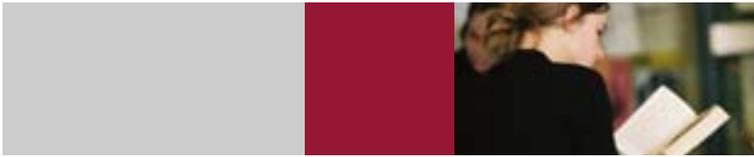


WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

Ergebnisse der Online-Befragungen

Alter der Befragten



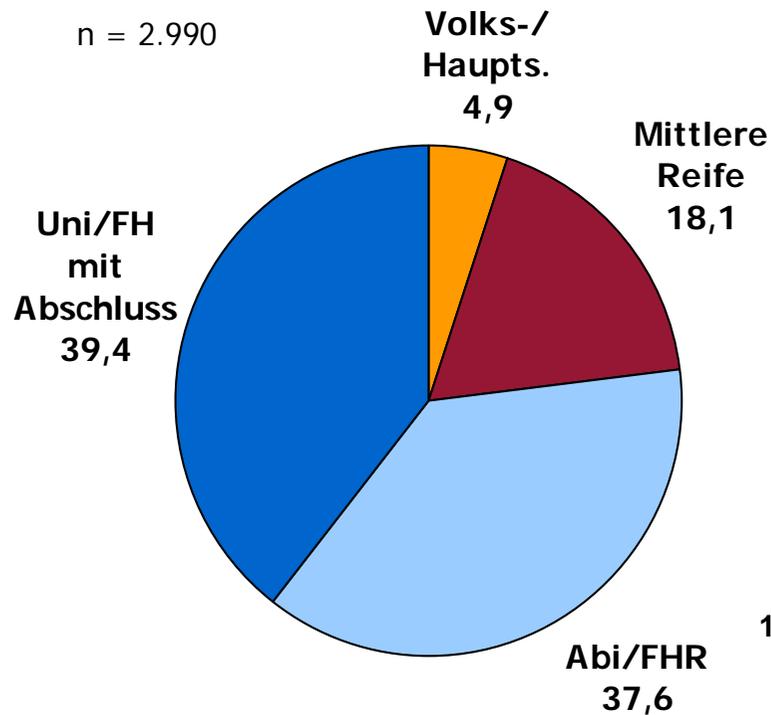


WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

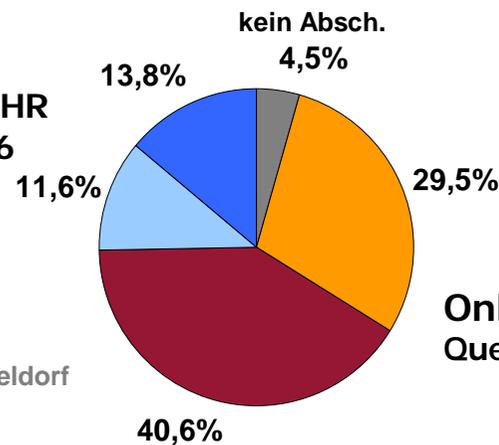
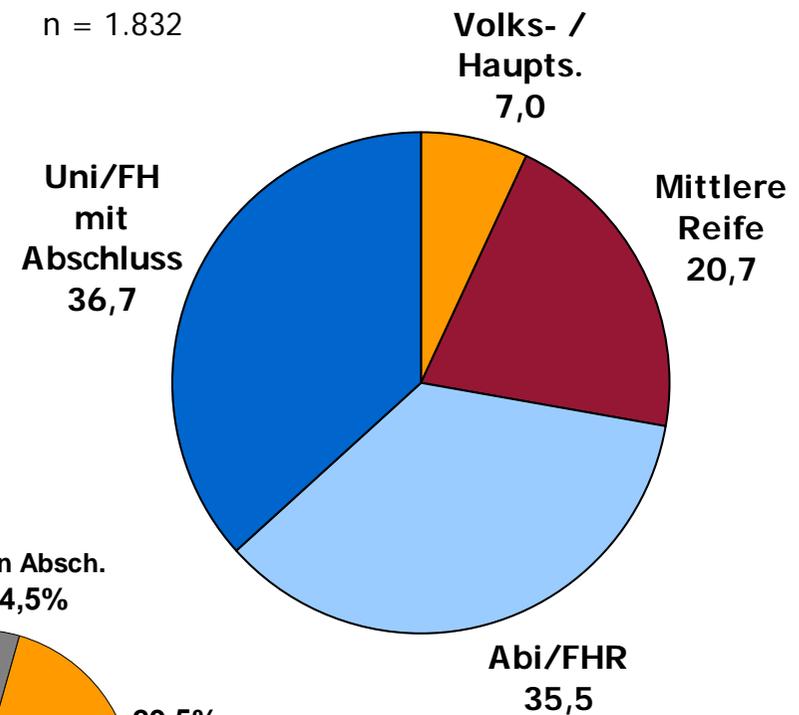
Ergebnisse der Online-Befragungen

Verteilung nach Bildungsabschluss

Baden-Württemberg



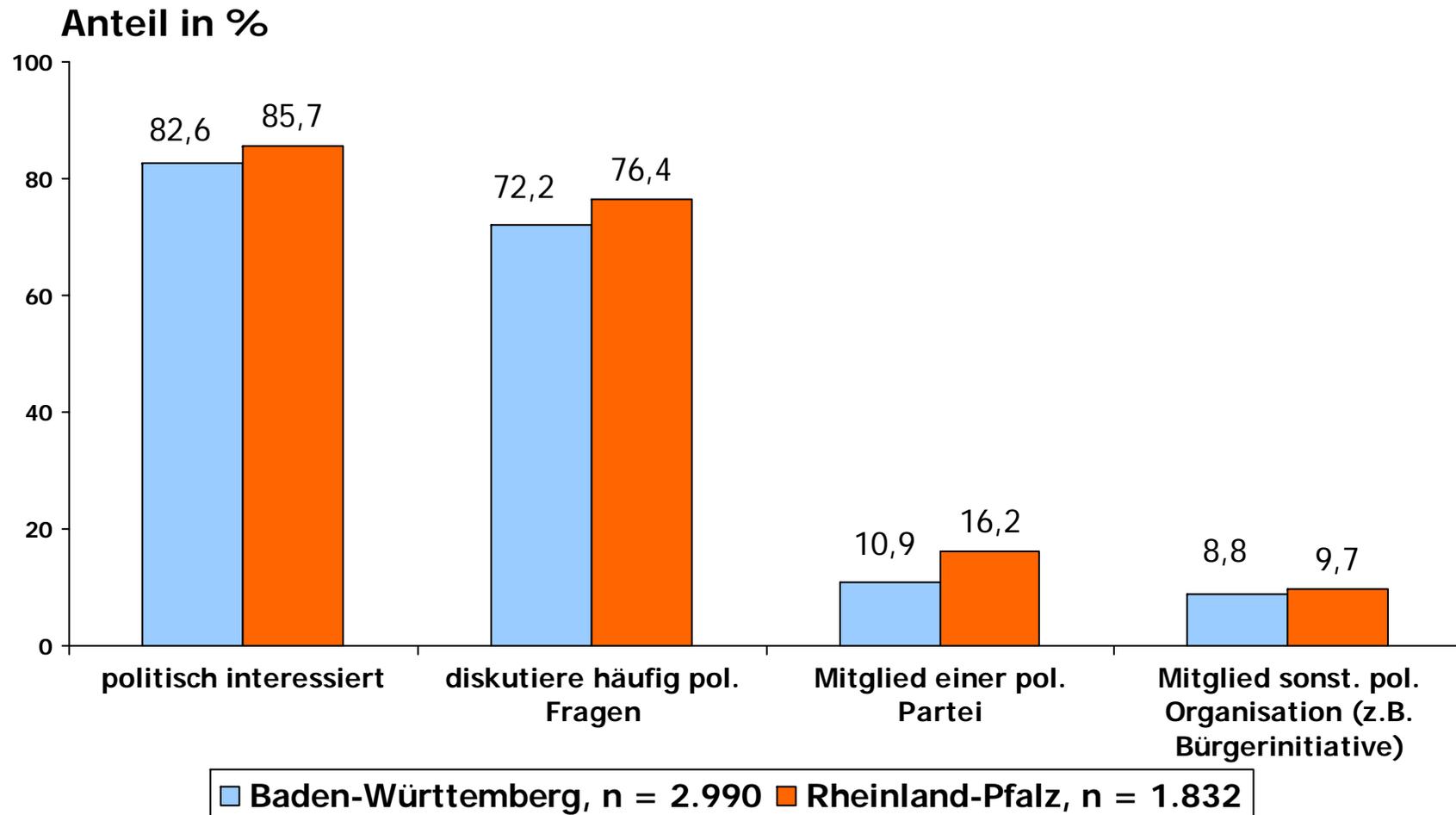
Rheinland-Pfalz



Onliner (letzte 3 Mon.)
Quelle: AGOF internet facts 2005-II
5



Politisches Interesse und Engagement

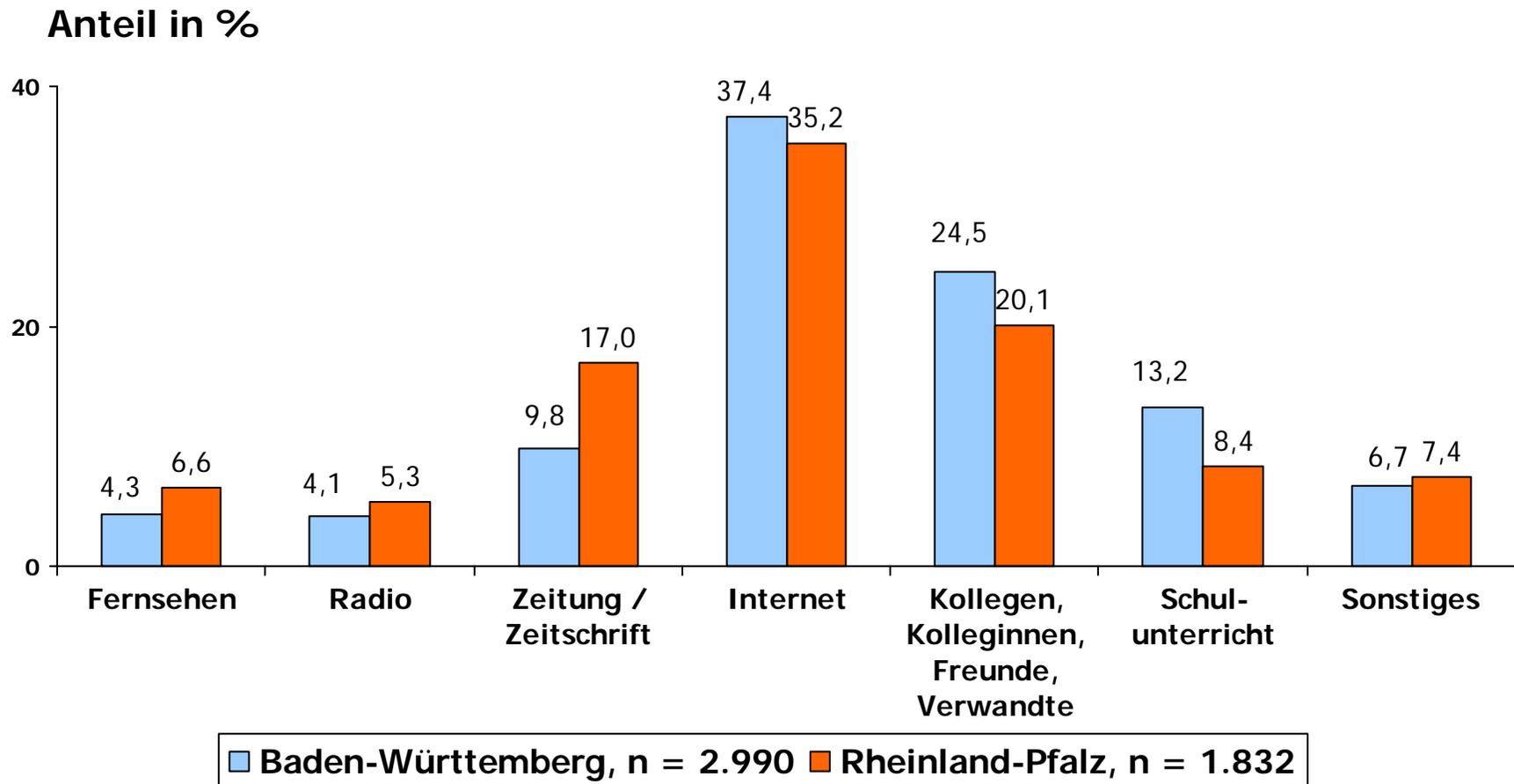




WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

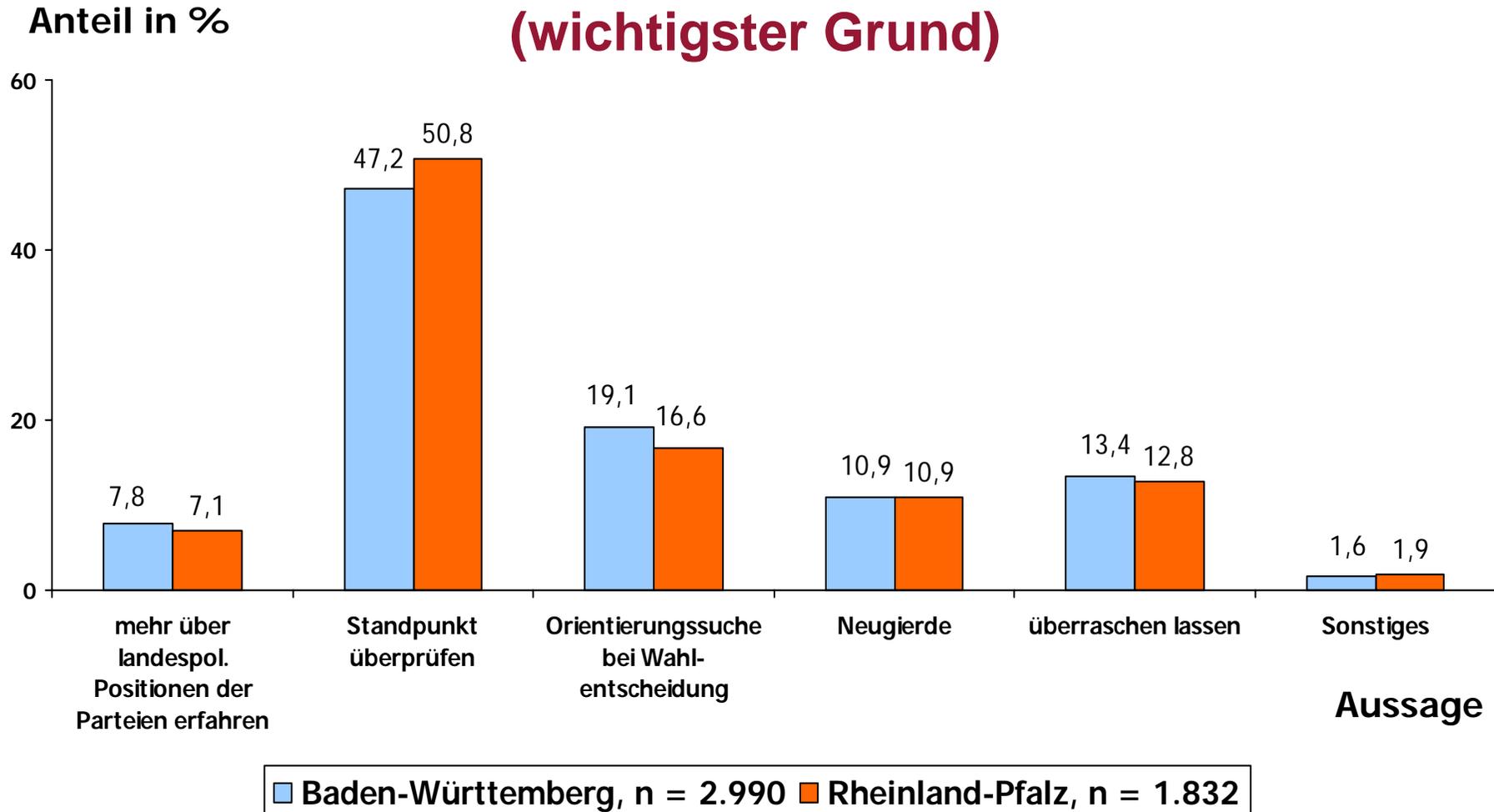
Ergebnisse der Online-Befragungen

Wie auf den Wahl-O-Mat aufmerksam geworden?





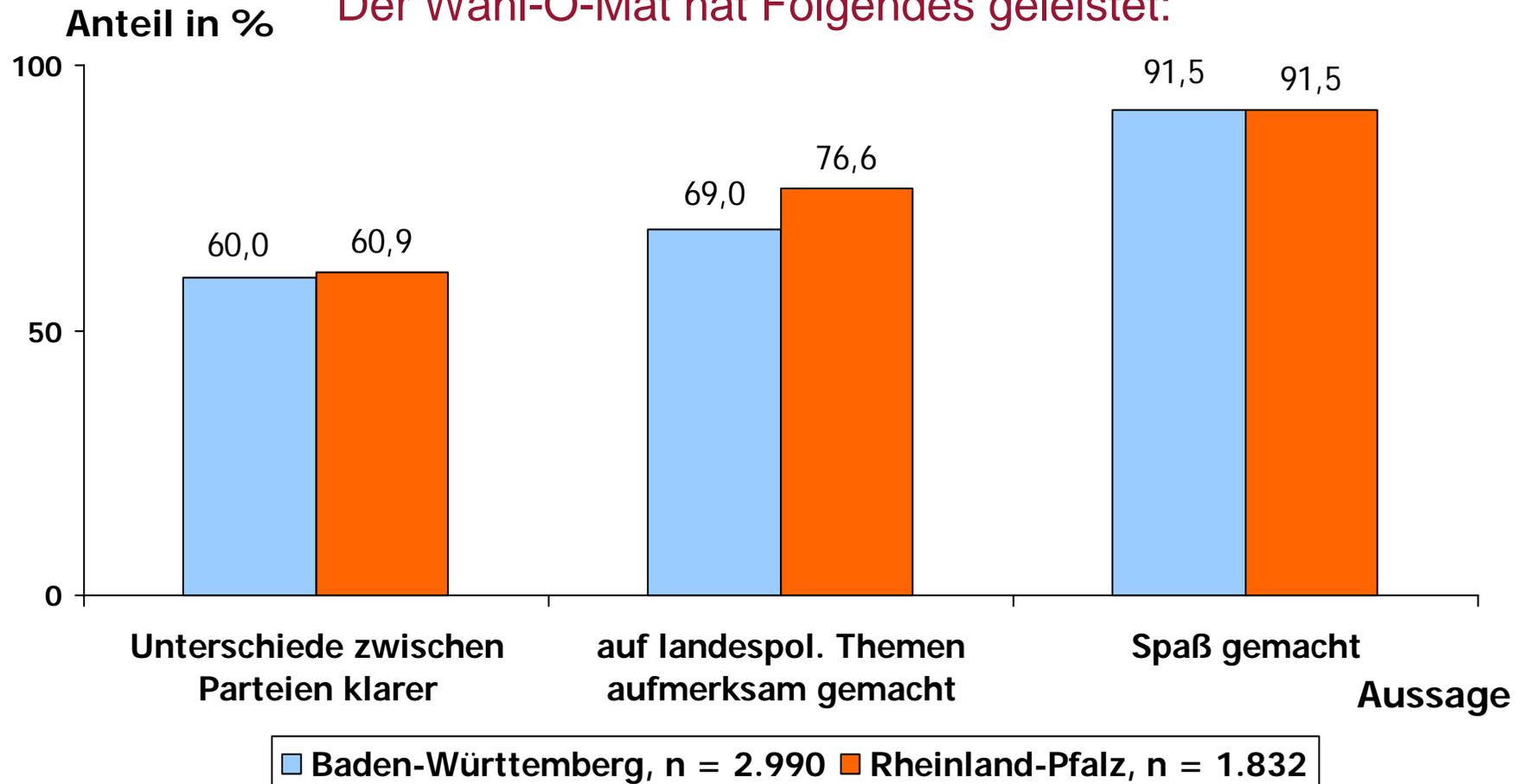
Gründe für Nutzung (wichtigster Grund)





Einschätzung des Wahl-O-Mat

Der Wahl-O-Mat hat Folgendes geleistet:



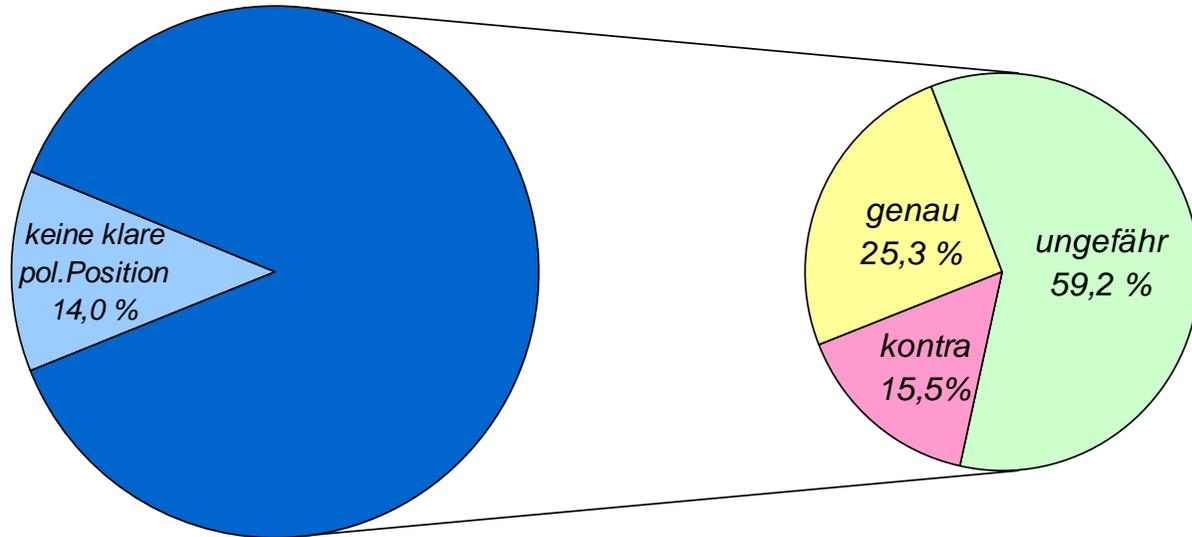


WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

Ergebnisse der Online-Befragungen

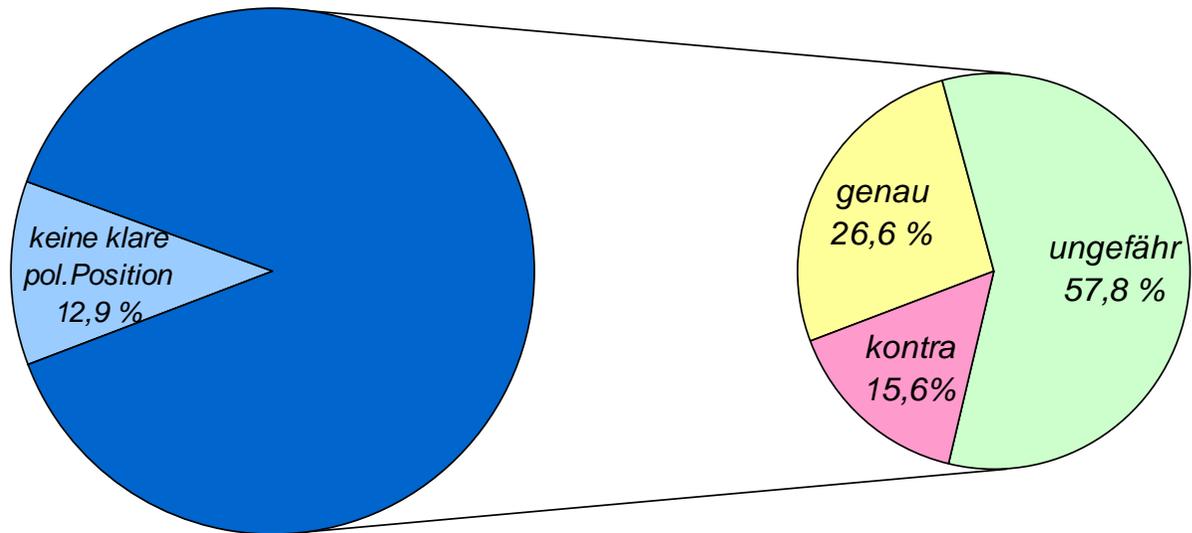
Treffgenauigkeit des Wahl-O-Mat

Übereinstimmung
Ergebnis mit
politischer Position



oben:
Baden-Württemberg,
n = 2.990

unten:
Rheinland-Pfalz,
n = 1.832

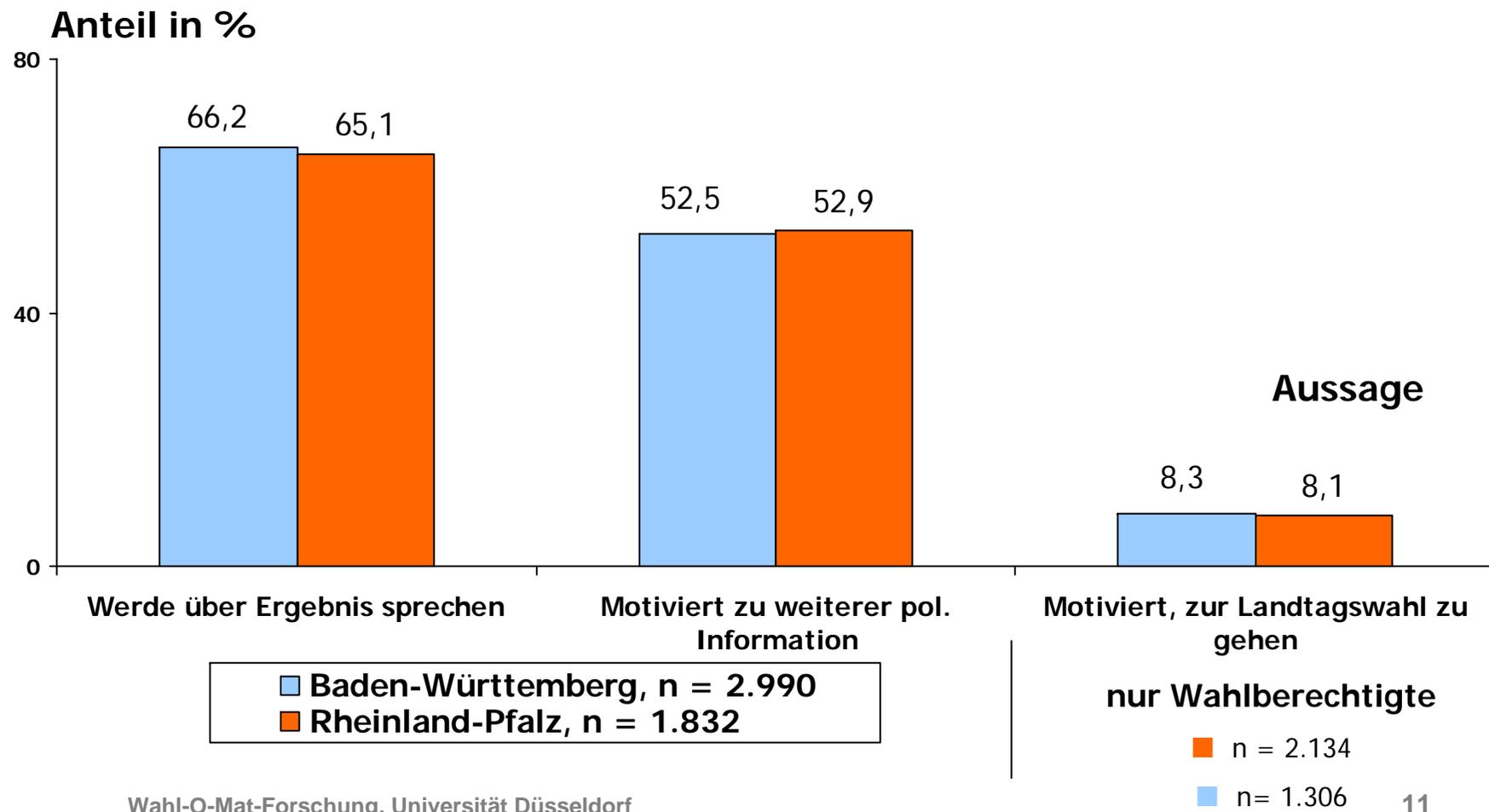




WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

Ergebnisse der Online-Befragungen

Einfluss auf politische Beteiligung





Zentrale Ergebnisse

- ⇒ männliche User überrepräsentiert (Rekrutierungseffekt?)
- ⇒ 47,1 Prozent der User sind jünger als 30
- ⇒ typischer User: formal hochgebildet, politisch interessiert und engagiert
- ⇒ dominanter Weg zum Wahl-O-Mat:
 1. Internet
 2. Mundpropaganda
- ⇒ Treffgenauigkeit hoch, Problem: Neuordnung der Parteienfamilien
- ⇒ mobilisierende Effekte auf üblichem Niveau



WAHL-O-MAT Baden-Württemberg / Rheinland-Pfalz 2006

Ergebnisse der Online-Befragungen

Wahl-O-Mat-Forschung Universität Düsseldorf

www.wahl-o-mat.uni-duesseldorf.de