



WAHL-O-MAT Bremen 2007

Erste Ergebnisse der Online-Befragung



WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Design

- ▶ **Webbasierte Befragung, Pop-Up-Fenster „on exit“ und Banner**
- ▶ **Befragungszeitraum: 24.4. – 13.5.2007**
- ▶ **angefragt: 7.295**
- ▶ **abgeschlossene Interviews: 1.708**
- ▶ **Rücklaufquote: 23,4 %**
- ▶ **ohne Banner, bereinigt: 1.244**
- ▶ **davon wahlberechtigt in Bremen: 527**

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

Technische Durchführung: Glamus, Bonn

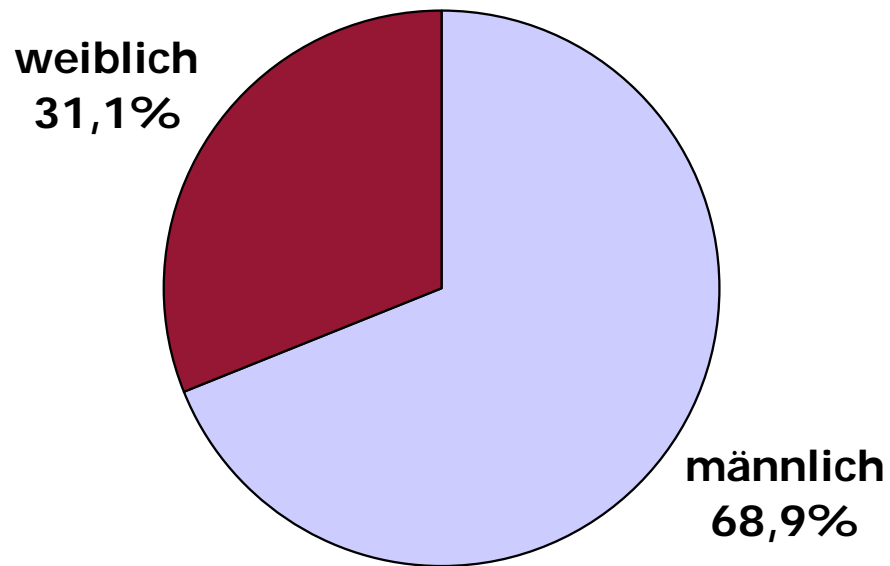


WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

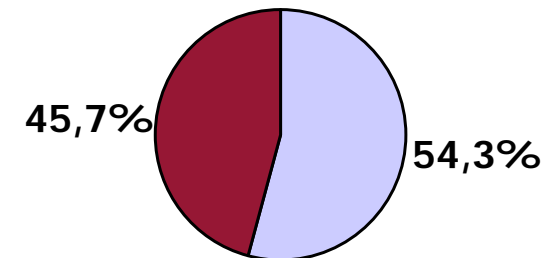
Verteilung nach Geschlecht

Wahl-O-Mat Bremen



n = 1.244

ARD/ZDF- Online-Studie 2006



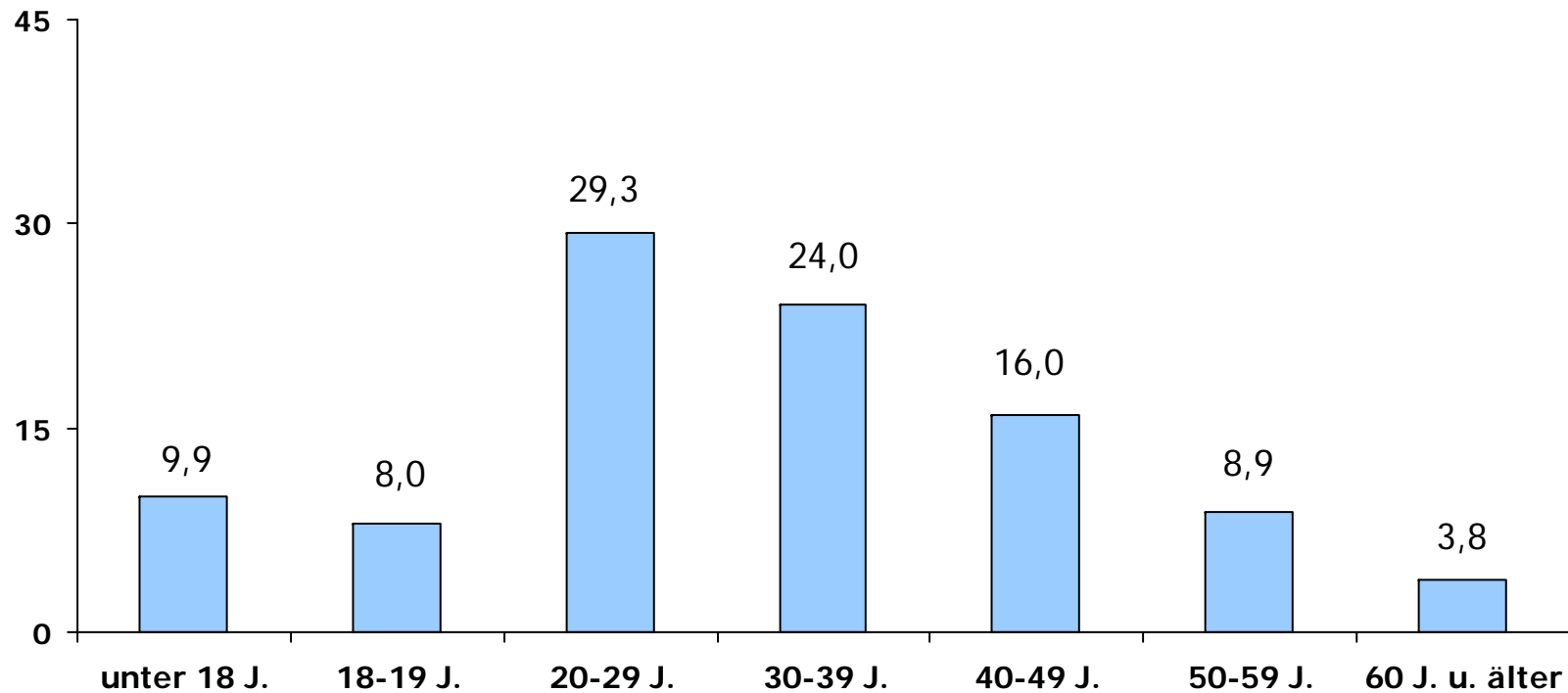


WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Alter der Befragten

Anteil in %



n = 1.244

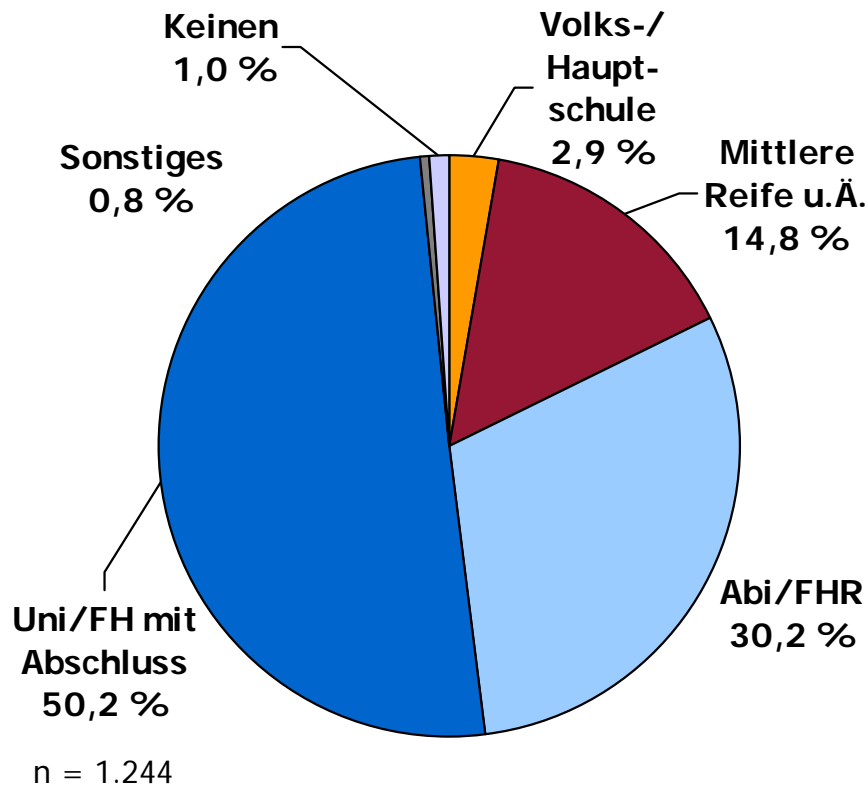


WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

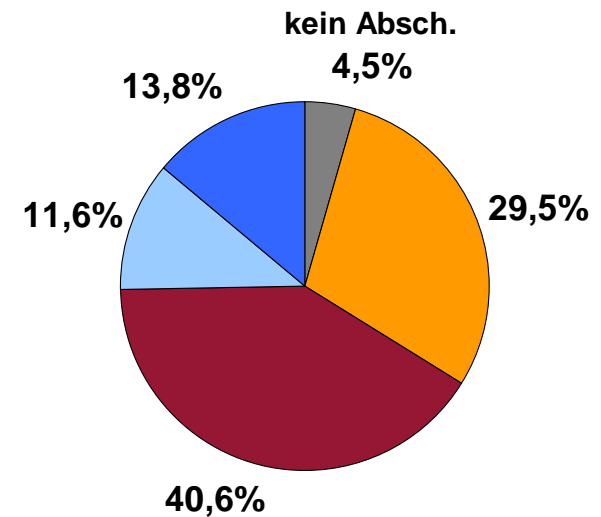
Verteilung nach Bildungsabschluss

Wahl-O-Mat Bremen



Onliner (letzte 3 Mon.)

Quelle: AGOF internet facts 2005-II



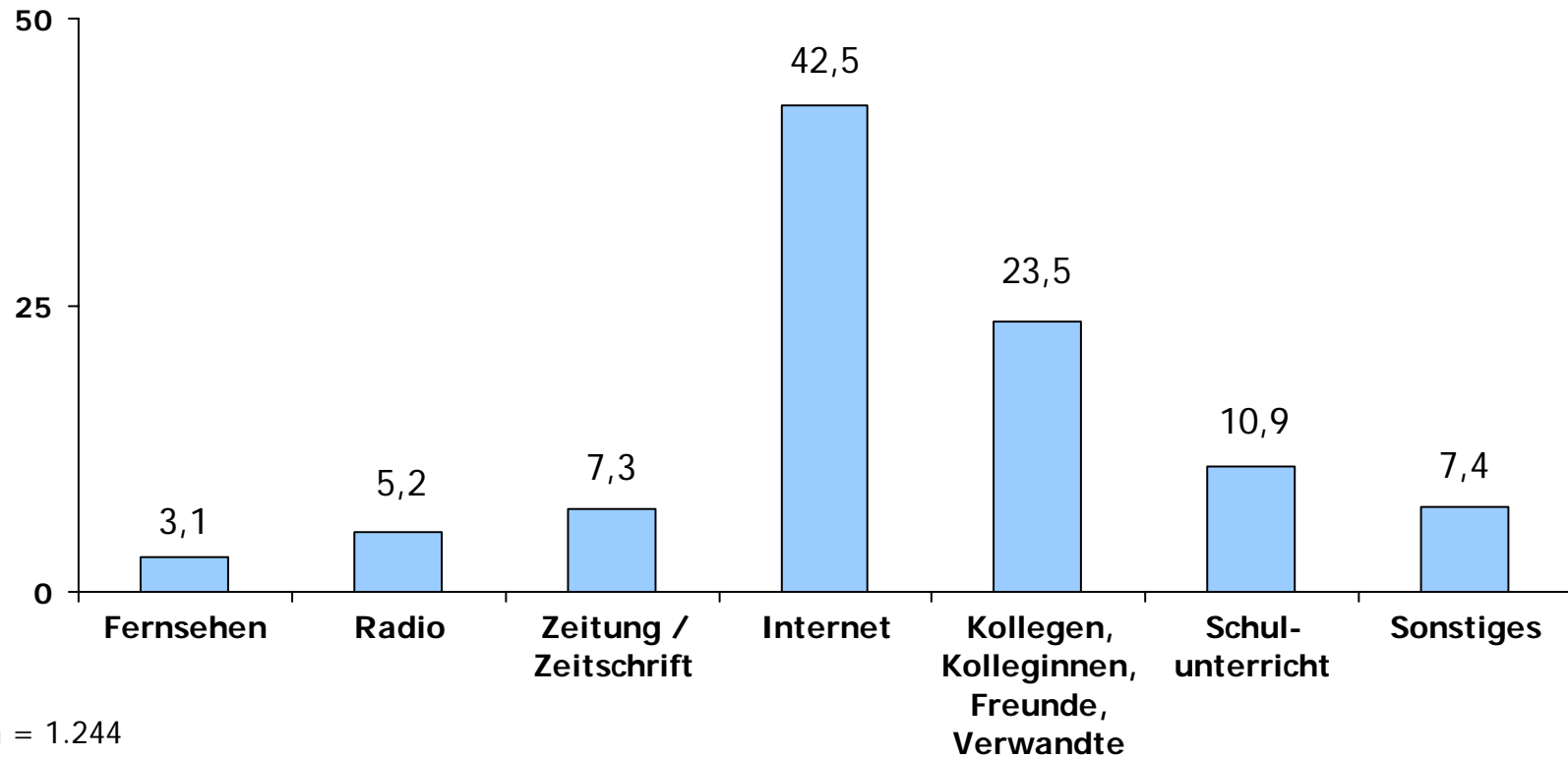


WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Wie auf den Wahl-O-Mat aufmerksam geworden?

Anteil in %

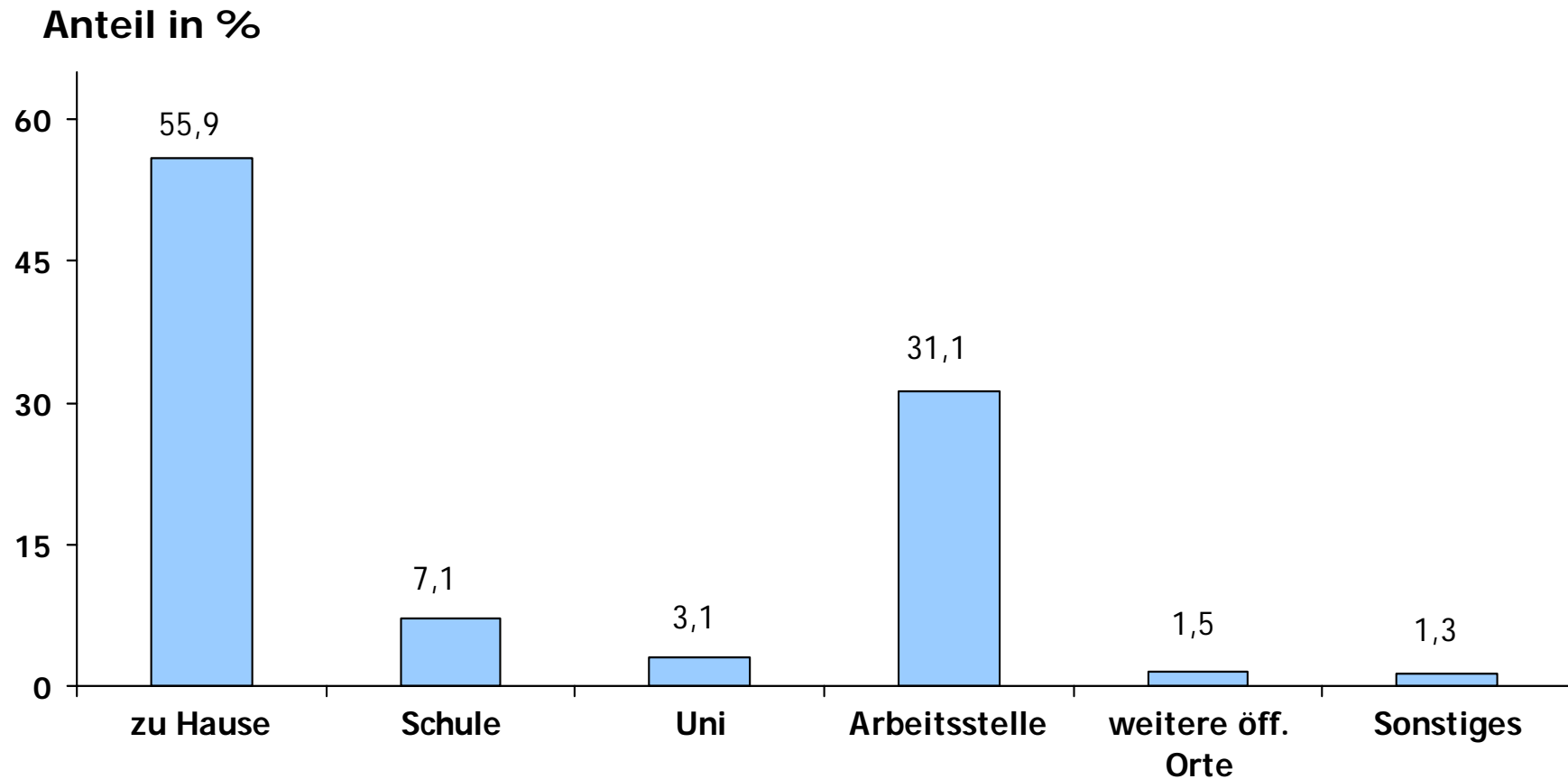




WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Wo wurde der Wahl-O-Mat gespielt?



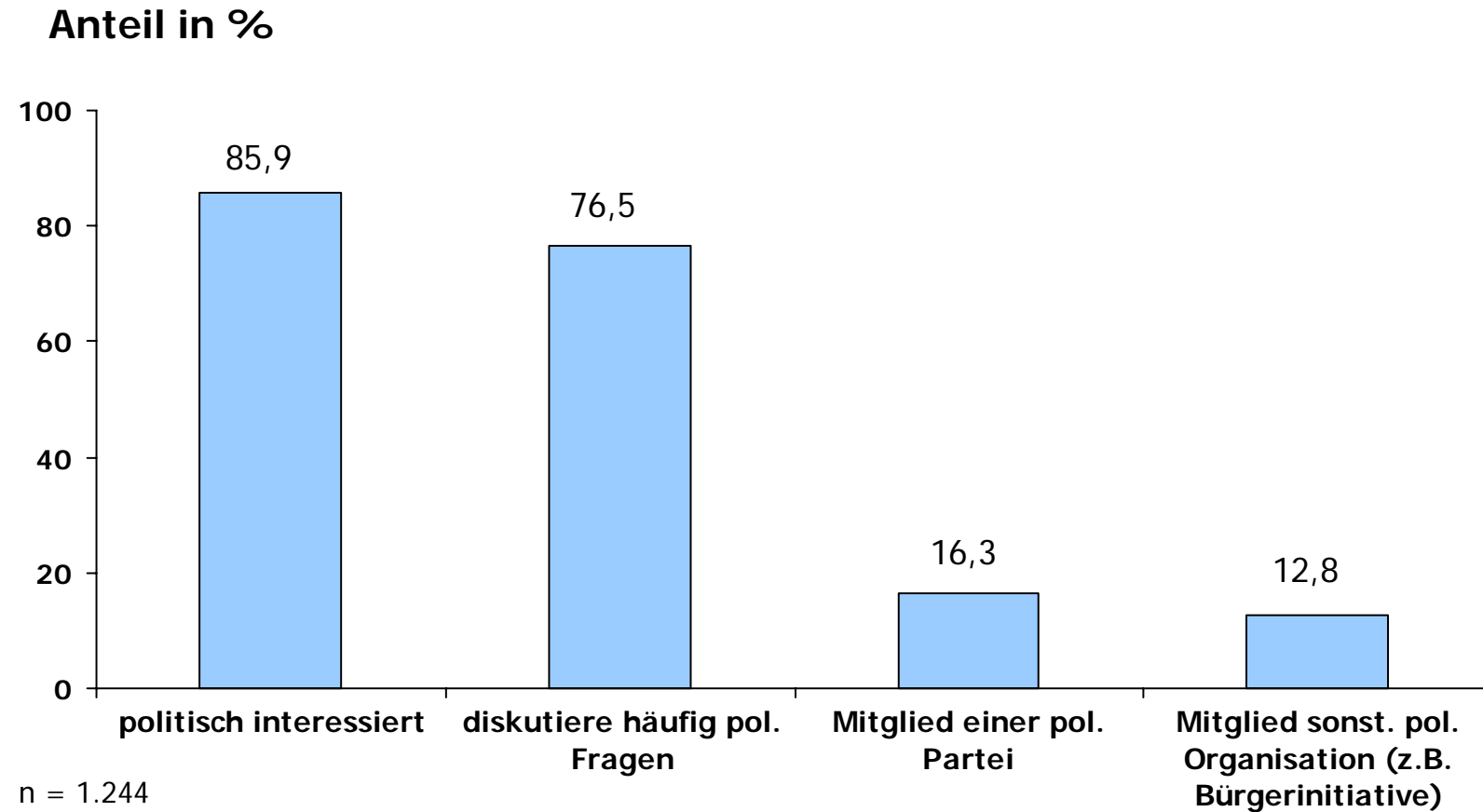
n = 1.244



WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

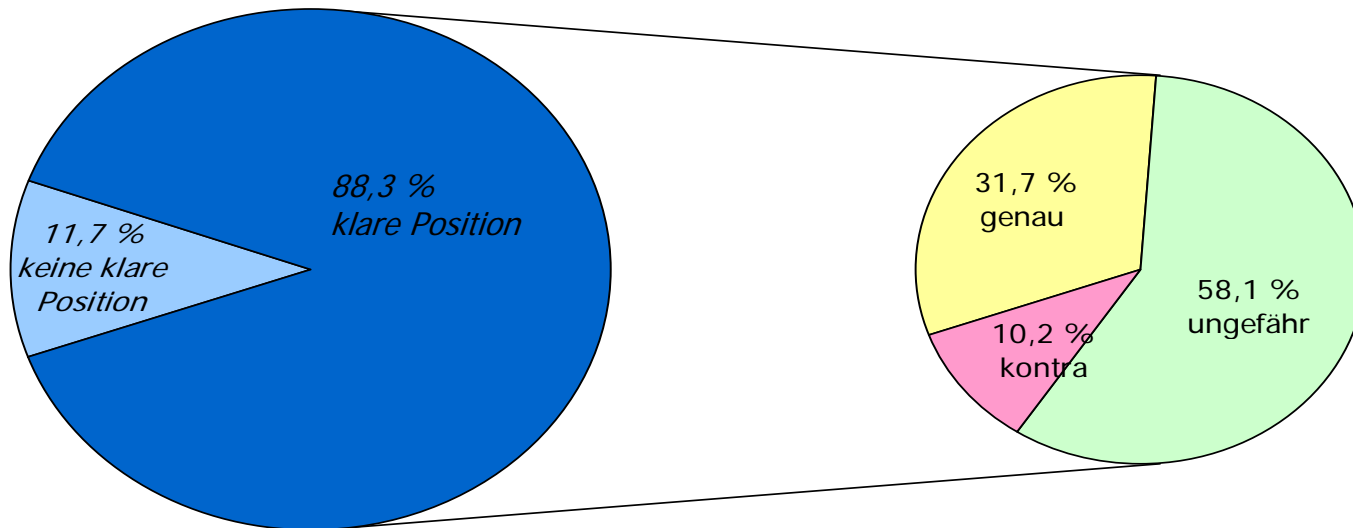
Politisches Interesse und Engagement





Treffgenauigkeit

Anteil in %



n = 1.244

Aussage



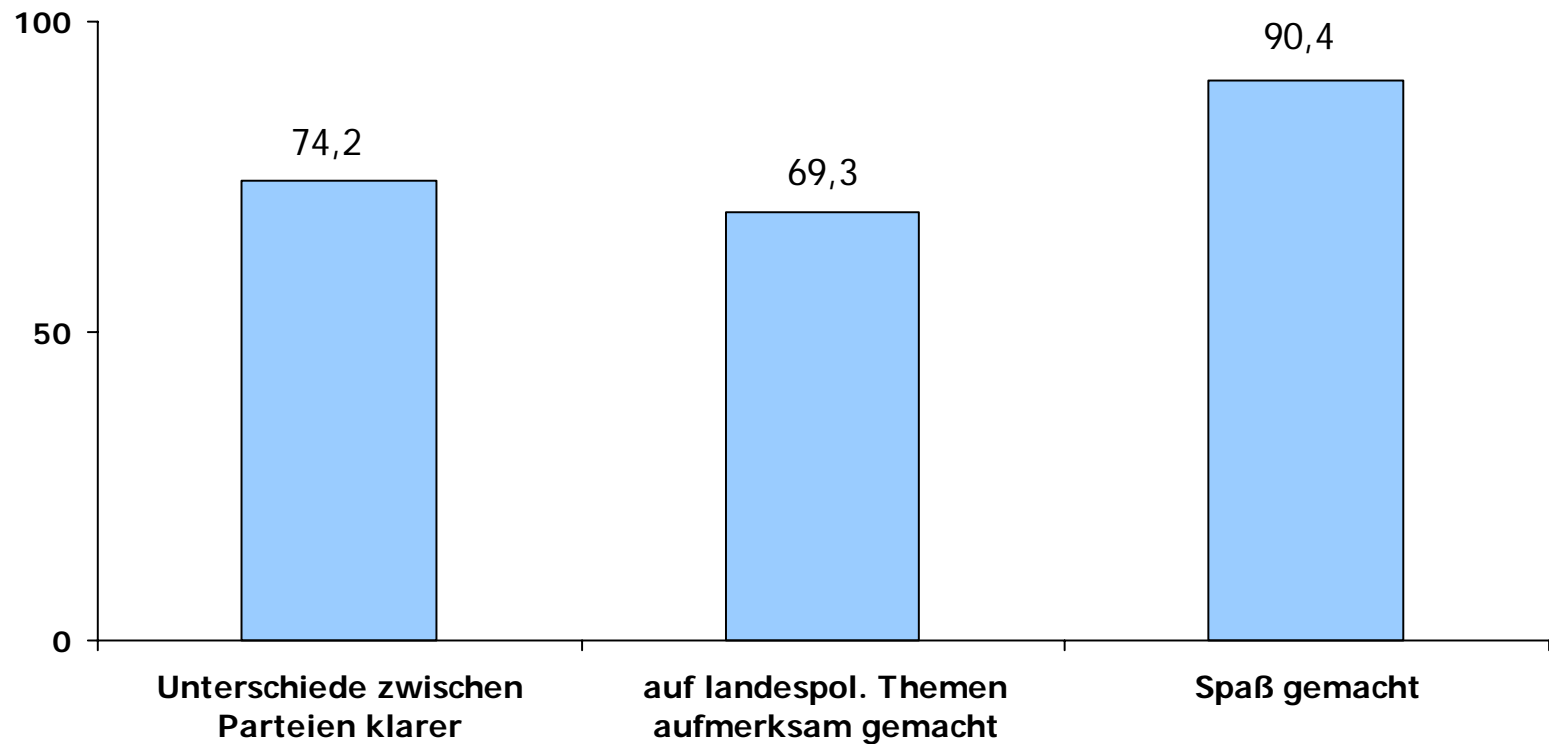
WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Einschätzung des Wahl-O-Mat

Der Wahl-O-Mat hat Folgendes geleistet:

Anteil in %



n = 1.244

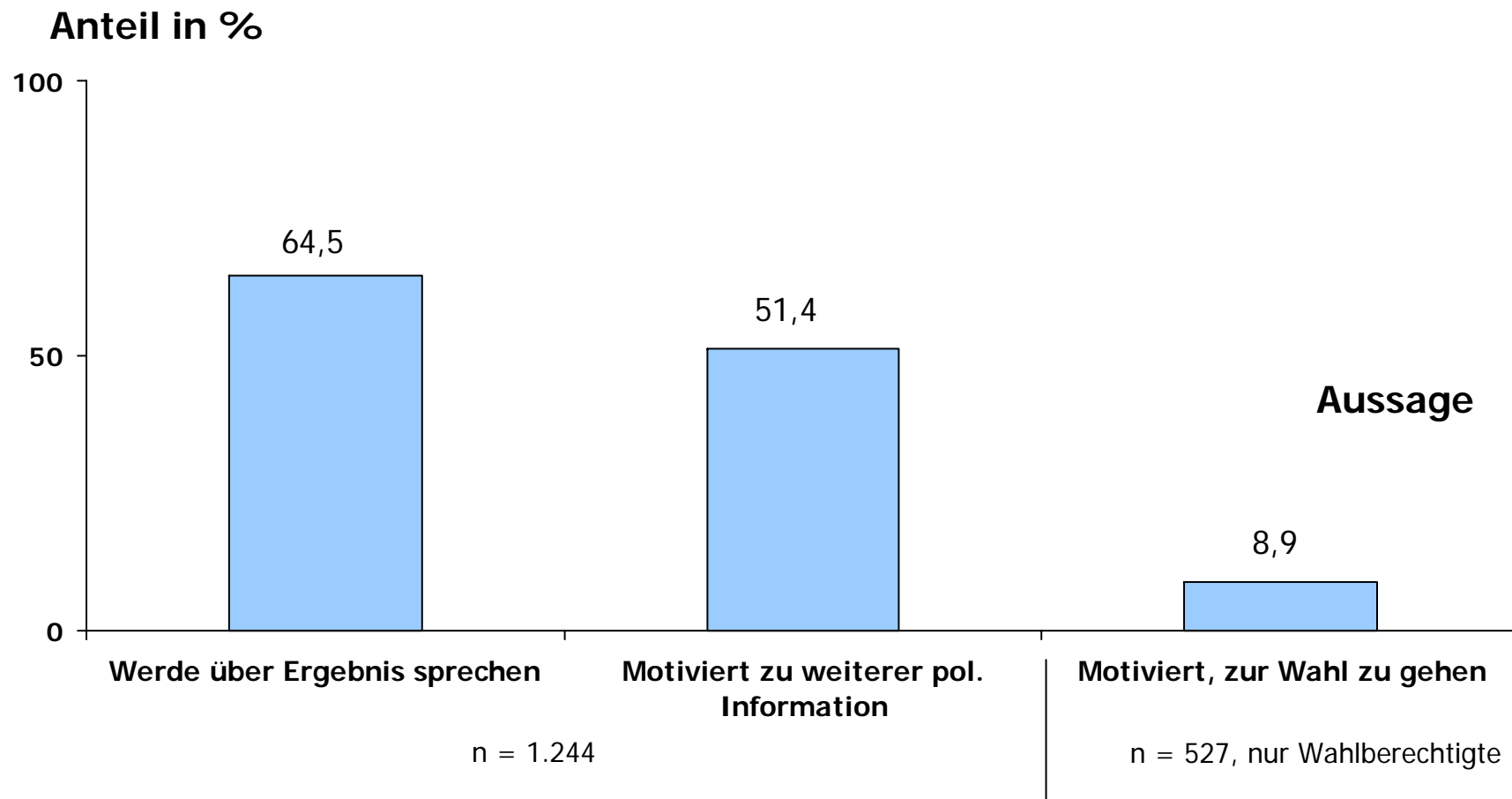
Aussage



WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Einfluss auf politische Beteiligung





WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Zentrale Ergebnisse

- ⇒ Zurück in die Online-Vergangenheit? Landtagswahlen, verzögerter Beginn
- ⇒ noch stärker: typischer User: männlich, jung, formal hochgebildet, politisch interessiert und engagiert
- ⇒ dominanter Weg zum Wahl-O-Mat:
 1. Internet – sehr stark
 2. Mundpropaganda
 3. TV noch weniger
- ⇒ wieder 47 Prozent der User sind jünger als 30
- ⇒ Treffgenauigkeit nochmals deutlich höher als Berlin 2006
- ⇒ Spaßfaktor gewohnt hoch
- ⇒ mobilisierende Effekte auf üblich gutem Niveau



WAHL-O-MAT Bremen 2007

Ergebnisse der Online-Befragung

Wahl-O-Mat-Forschung Universität Düsseldorf

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