

WAHL-O-MAT Schleswig-Holstein 2005

Ergebnisse der Online-Befragung



Design

- ▶ **Webbasierte Befragung, Pop-Up-Fenster „on exit“**
- ▶ **Befragungszeitraum:** 12.1. – 20.2.2005
- ▶ **Abgeschlossene Interviews:** n = 4.315
- ▶ **Wahlberechtigte Befragte:** n = 3.401
- ▶ **Rücklaufquote:** 24 %

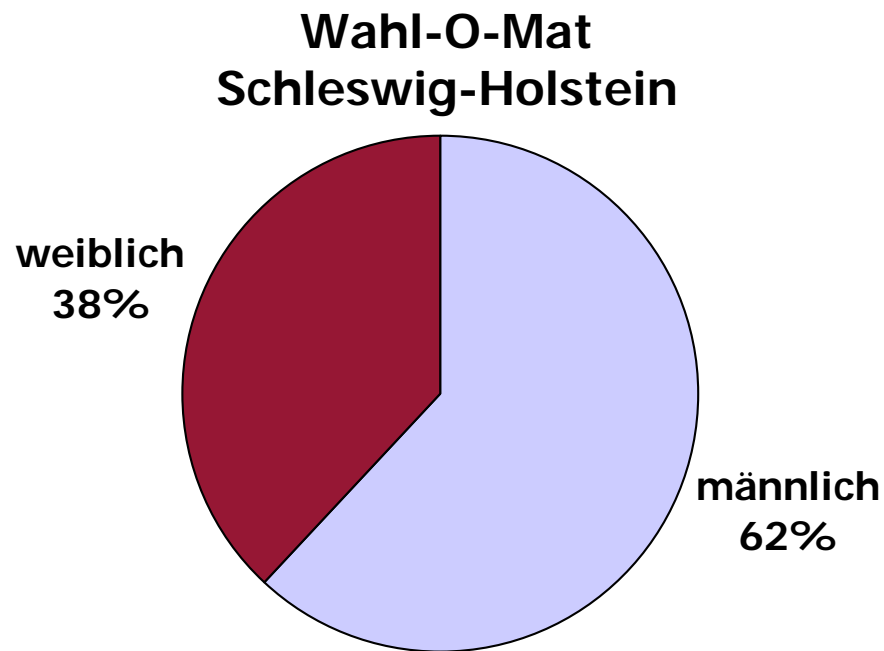
Fragebogenentwicklung und Auswertung:
Priv.-Doz. Dr. Stefan Marschall, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
in Kooperation mit dem Institut für Verkehrswissenschaft, Universität Münster

Auswertung, statistische Analysen SPSS:
Christian K. Schmidt, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

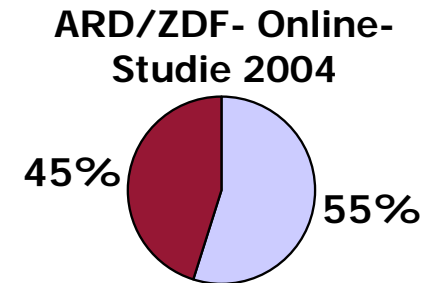
Technische Durchführung (im Auftrag der Universität Münster):
Trend Research, Hamburg



Verteilung weiblich/männlich



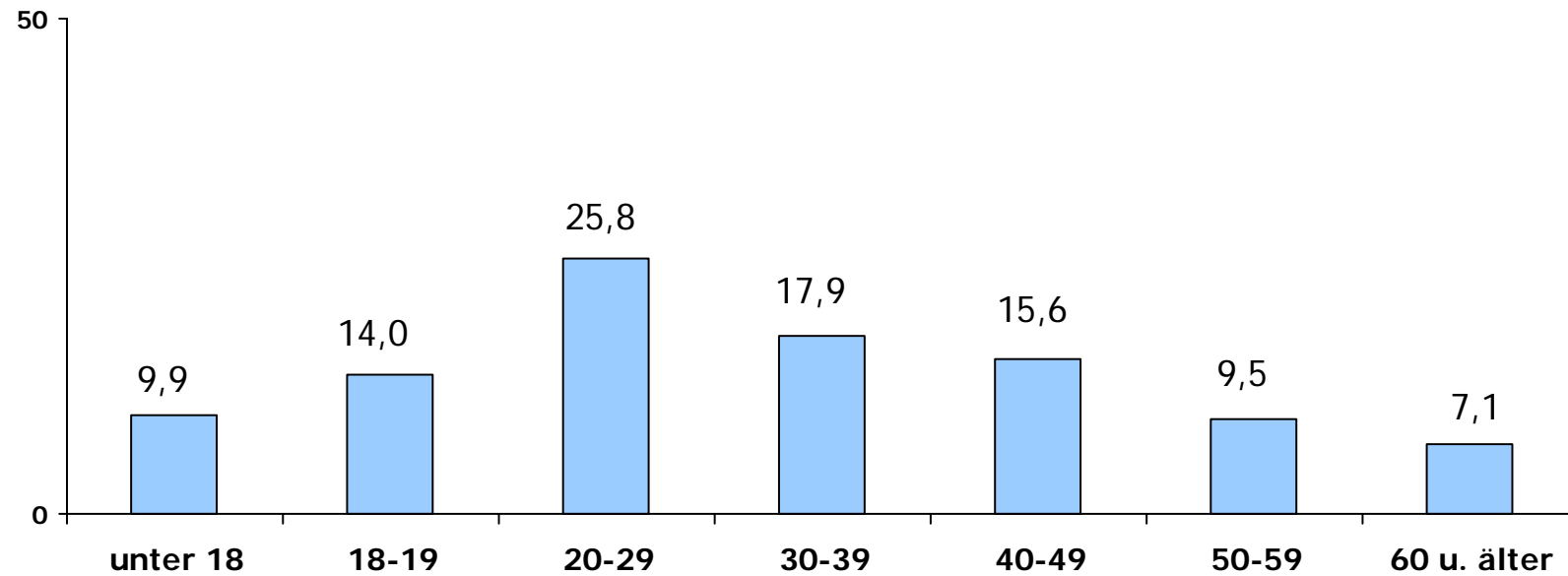
n = 4.315





Alter der Befragten

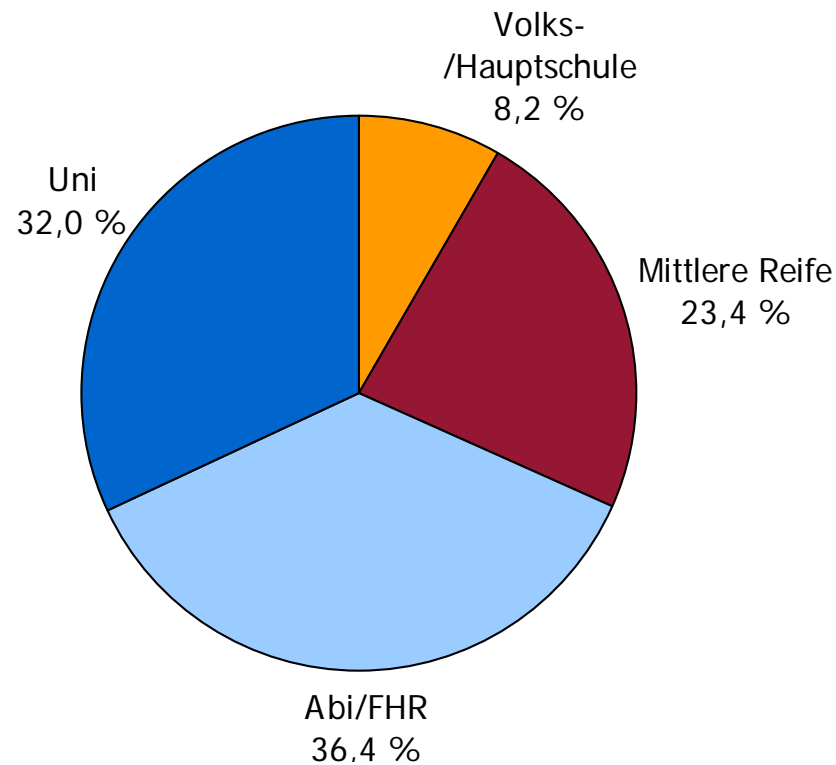
Anteil in %



n = 4.315



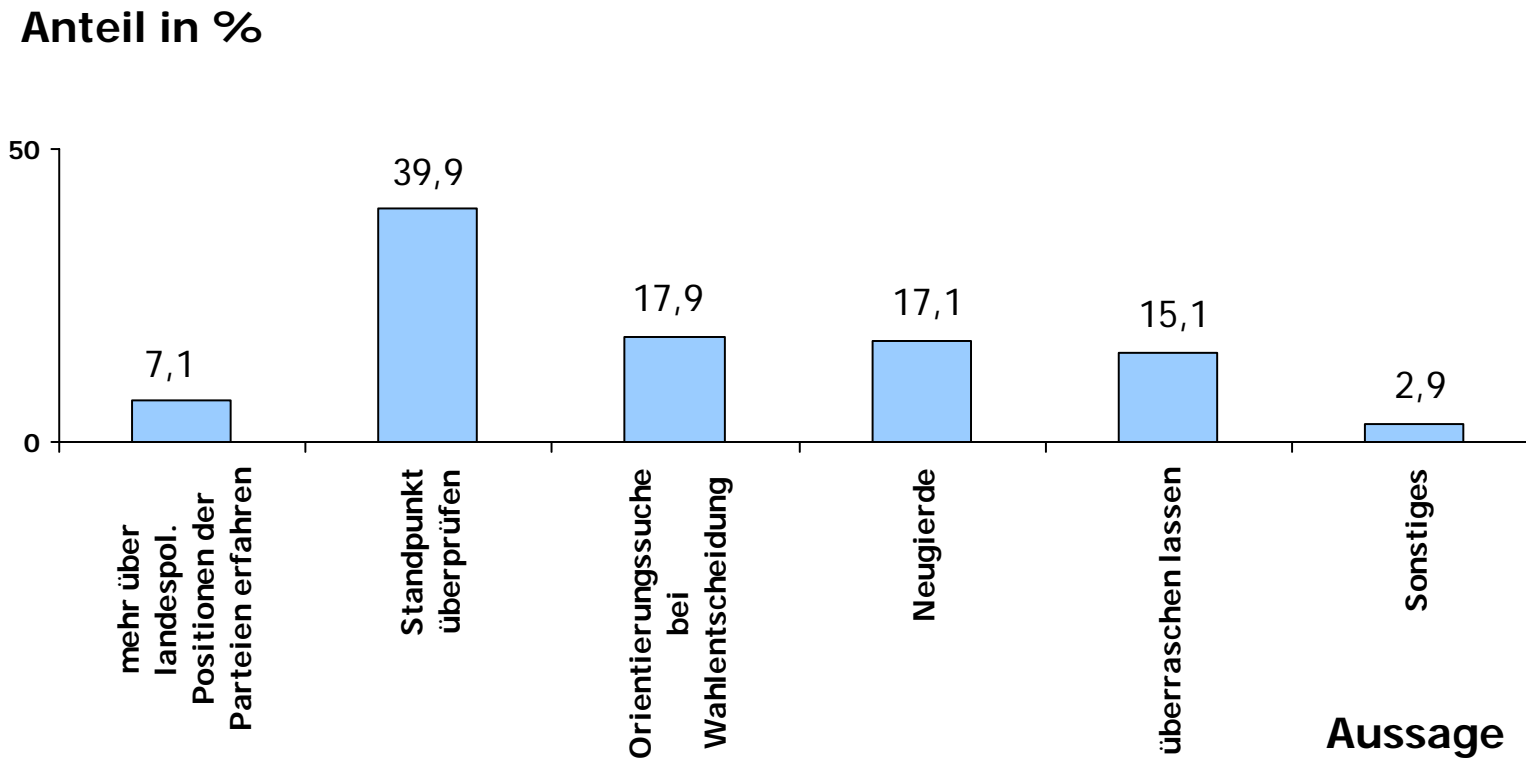
Bildungsabschluss der Befragten



n = 4.315



Gründe für Nutzung (wichtigster Grund)



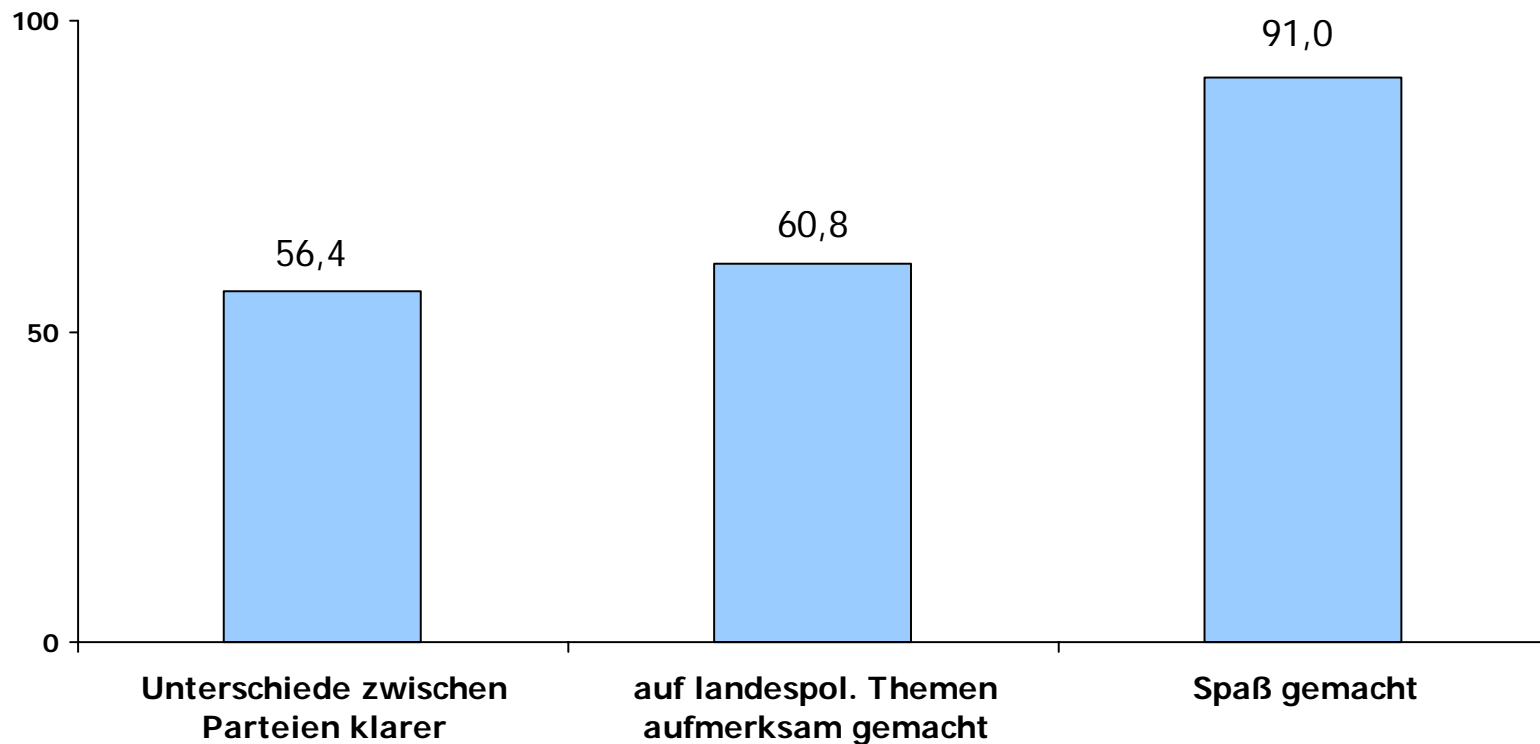
n = 3.401, nur Wahlberechtigte



Einschätzung des Wahl-O-Mat

Der Wahl-O-Mat hat Folgendes geleistet:

Anteil in %



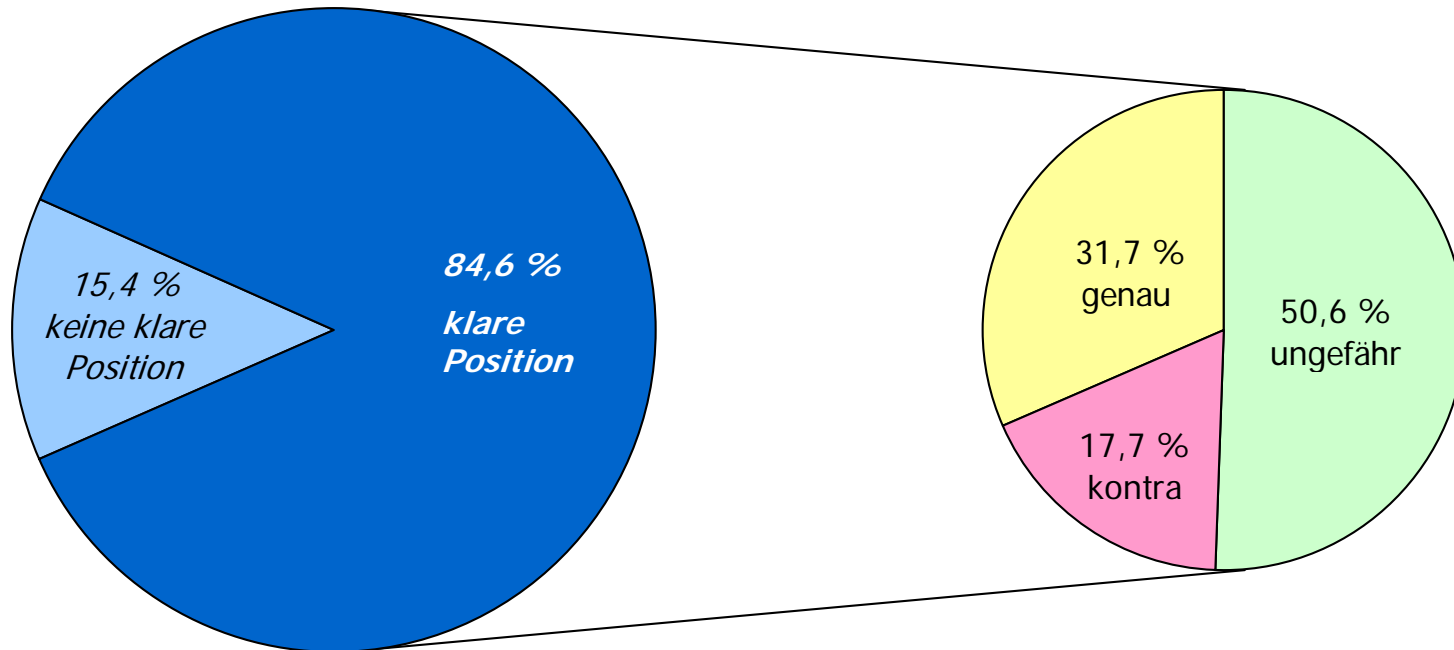
n = 4.315

Aussage



Treffgenauigkeit des Wahl-O-Mat

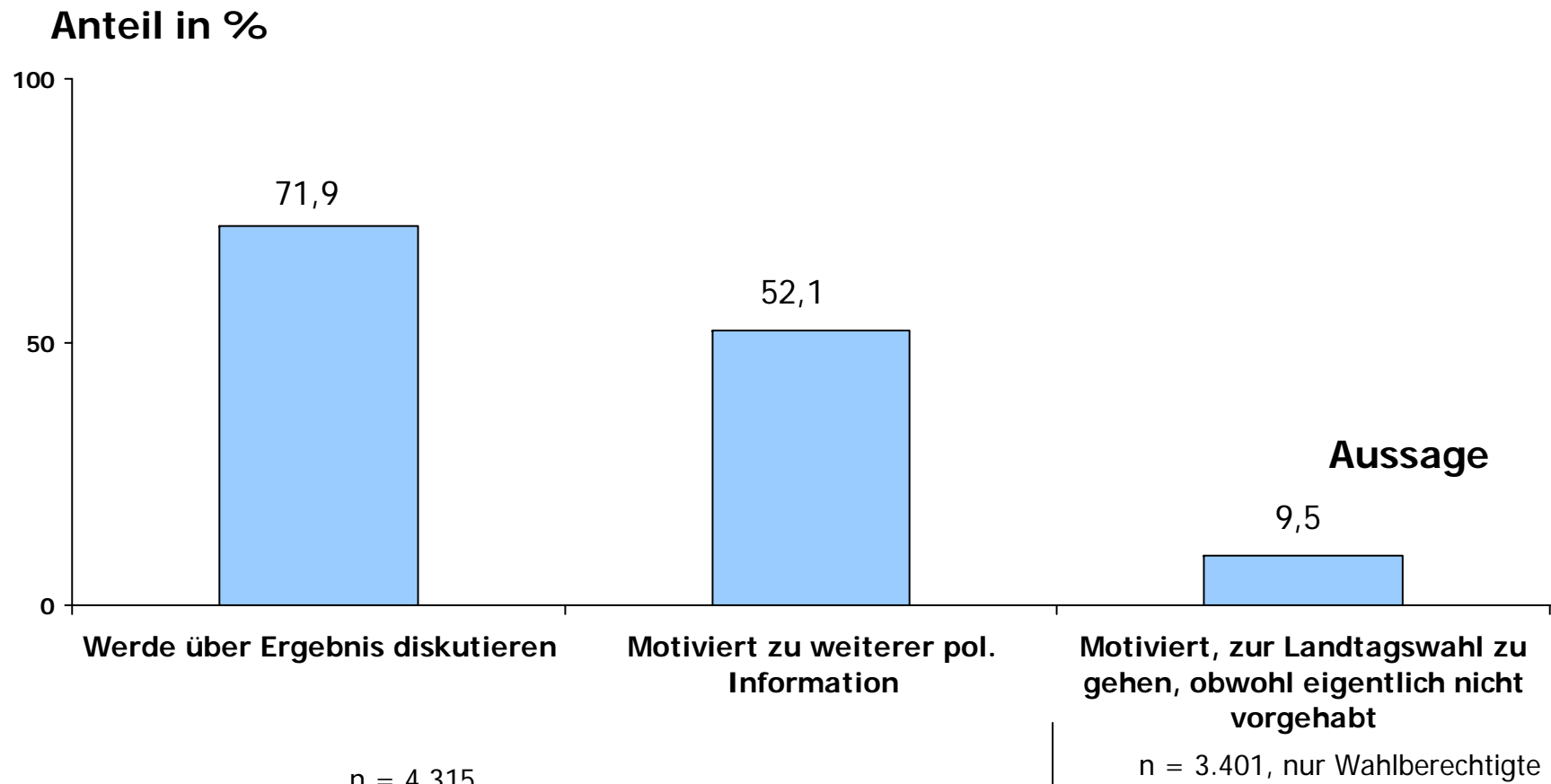
Übereinstimmung Ergebnis mit eigener politischer Position



n = 4.315



Einfluss auf politische Beteiligung





Zentrale Ergebnisse

- ⇒ Wahl-O-Mat als ein Tool für junge Onliner (rd. 50 Prozent < 30 J.)
- ⇒ aber: zunehmende Präsenz der „älteren“ Nutzerinnen und Nutzer
- ⇒ formal Hochgebildete überrepräsentiert
- ⇒ zentrale Nutzer-Motivation: eigenen Standpunkt mit dem der nahe stehenden Partei überprüfen
- ⇒ Treffgenauigkeit der Ergebnisse hoch
- ⇒ Wahl-O-Mat mobilisiert zur Wahl und zur politischen Diskussion