

## SPOROČILO ZA MEDIJE

**SKORAJ DVE PETINI UDELEŽENCEV ŠE TEDEN DNI PRED VOLITVAMI NI BILO ODLOČENIH, ZA KOGA BODO VOLILI, A DO TAKTIČNEGA GLASOVANJA NI PRIŠLO. TUDI ZATO JE BILA UDELEŽBA NIZKA, NAJNIŽJA V STAROSTNI SKUPINI OD 30 DO 34 LET.**

Kot smo napovedovali pred volilno nedeljo, se je velik del volivcev odločal v zadnjih dnevih, a to ni bistveno vplivalo na izid volitev. Še največ sta v zadnjih dnevih pridobili SDS in SMC, izgubili pa SD in LMŠ. Ker ni prišlo do taktičnega glasovanja, so nekatere manjše stranke dosegle boljši rezultat kot bi ga sicer, DeSUS pa je morda ravno zaradi tega preživel v parlamentu. Glavnina migracij na dan volitev je šla na račun neudeležbe, ta je najnižja zopet med mlajšimi volivci.

**»POST-POLL« ANALIZA**

»Post-poll« anketa je anketa, h kateri povabimo vse anketirance, ki so v zadnjem tednu pred volitvami odgovarjali na naše ankete o volilni nameri. Anketa se prične izvajati v nedeljo, takoj po zaprtju volišč. Namen »post-poll« analize je neposredna primerjava izražene volilne namere in dejanske izbire na voliščih, med istimi anketiranci. V tokratni »post-poll« analizi je sodelovalo 2.960 anketirancev.

**ODLOČANJE V ZADNJIH DNEVIH TOKRAT NI BISTVENO VPLIVALO NA IZID VOLITEV**

»Post-poll« analize rezultata volitev 2018 kaže, da je delež tistih, ki se odločajo v zadnjih dnevih ali celo zadnji dan, še večji kot na preteklih volitvah, a tokrat to ni bistveno vplivalo na izid volitev. **Skoraj vsak osmi udeleženec volitev je odločitev o izbrani stranki sprejel na dan volitev (12.1%)**, ena šestina (16%) pa v zadnjih dneh. Če k temu prištejemo še dobrih 10% volivcev, ki so odločitev sprejeli v zadnjem tednu je **delež vseh, ki še teden dni pred volitvami niso bili odločeni, skoraj dve petini vseh udeležencev volitev (38.3%)**. Ker na tokratnih volitvah niso bili prisotni vsi potrebni pogoji za pojav taktičnega glasovanja, lahko **tako velik obseg odločanja v zadnjih dnevih pripišemo predvsem nezadovoljstvu volivcev z izbiro na eni, ali preveliki razdrobljenosti političnih opcij, na drugi strani.**

TABELA 1. Čas odločitve o izbiri stranke med udeleženci volitev

<i>danes (včeraj) ob izpolnjevanju volilnega lističa</i>	5,7
<i>danes</i>	6,4
<i>v zadnjih dneh</i>	16,0
<i>v zadnjem tednu</i>	10,2
<i>v zadnjih tednih</i>	21,4
<i>že dolgo sem bil odločen</i>	40,4

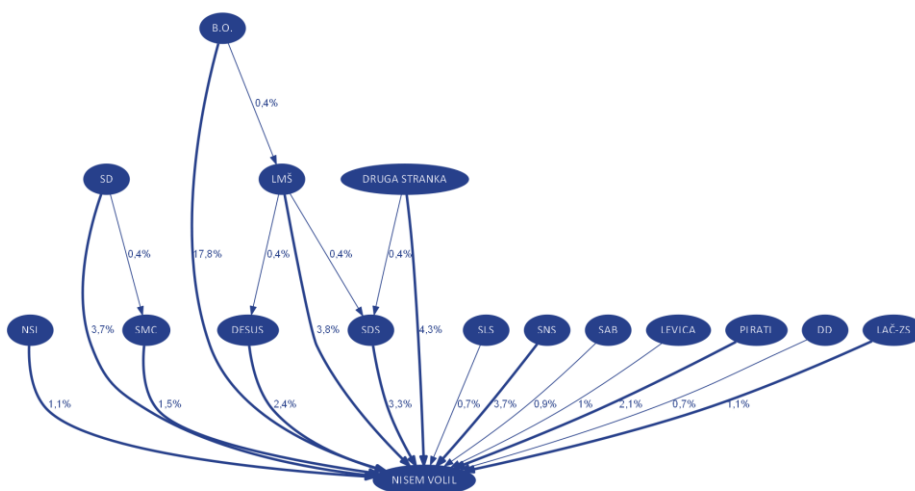
## KDO SO ZMAGOVALCI IN KDO PORAŽENCI ZADNIH DNI PRED VOLITVAMI

Velik delež odločanja v zadnjih dneh je v največji meri vodil v neudeležbo. Nekatere stranke so nekaj pridobile, druge nekaj izgubile, taktičnega glasovanja pa tokrat ni bilo, saj je umanjkal eden od ključnih pogojev, to je dovolj močna stranka na drugem mestu, ki je dovolj blizu prvouvrščeni in hkrati dovolj oddaljena od tretjevrščene. **Končni uspeh posameznih strank je bil tako odvisen predvsem od tega, v kolikšni meri so uspele zadržati izraženo podporo v zadnjih dneh**, manj pa, v kolikšni meri so se k posamezni stranki prilili glasovi drugih strank. Spodnja tabela prikazuje stranke, razvrščene glede na delež ohranjenih glasov (volivci, ki so vztrajali pri svoji izbiri do nedelje) – višji kot je ta delež, boljši rezultat glede na zadnje napovedi je dosegla stranka, nižji kot je odstotek, toliko višji je še bil potencial te stranke v zadnjih dneh. Na sliki pa so prikazani prehodi med strankami, ki jih je bilo tokrat zelo malo. Večinoma so volivci, ki so bili v dneh pred volitvami opredeljeni, ali volili za takratno izbiro, ali pa na volišča niso odšli. **Namesto taktične aktivacije, ki smo ji bili priča v letih 2008 in 2011, smo tokrat doživeli abstinenco taktičnih volivcev, kar se je najbolj odrazilo na rezultatu LMŠ in SD.**

SLIKA 1. Prehodi med strankami v zadnjih dneh glede na izid

TABELA 2. Ohranjanje podpore do volitev

SDS	89,0%
SMC	80,1%
NSi	80,0%
LEVICA	74,8%
SAB	71,4%
SD	67,3%
LMŠ	64,4%
PIRATI	61,9%
DD	60,7%
DeSUS	59,7%
LAČ-ZS	57,1%
SNS	55,7%
SLS	53,6%



## RAZLOGI ZA IZBIRO POSAMEZNE STRANKE

Volivcem posameznih strank, ki so poleg izbrane stranke razmišljali tudi o drugih strankah, smo navedli več različnih možnih razlogov, zaradi katerih so se na koncu odločili za to stranko. Vsak je izbral tri in jih razvrstil po pomembnosti. **Najpogosteje navedeni razlog lahko utemeljeno razumemo kot poglobitni razlog izbire posamezne stranke in njihovo ključno prednost – ali slabost - v razmerju do ostalih strank.** Številka v drugem stolpcu predstavlja delež volivcev stranke, navedene v prvem stolpcu, ki so zatrjili, da niso razmišljali o nobeni drugi stranki – **to je delež zanesljivih volivcev.** V zadnjem stolpcu je naveden glavni razlog, ki je najpogostejši med volivci te stranke, ki so sicer razmišljali še o kakšni drugi stranki, a so se na koncu vseeno odločili za to stranko. Delež v oklepaju predstavlja delež tistih, ki so ta razlog postavili na prvo mesto. **Pri tradicionalnih strankah (SDS, SLS, SD, DeSUS) je to stvar tradicije ali navade (»izbrano stranko ponavadi volim«).** **Prepričljivost predsednika ali predstavnikov stranke** nasploh so najmočnejše orožje Levice, SAB in SNS. Pri SMC, LAČ-ZS in PIRATIH je prevladal princip najmanjšega zla, program pa je bil najbolj prepričljiv element pri NSI in Dobri državi. **Novinka v parlamentu, stranka LMŠ, ima le eno tretjino volivcev brez alternative,** med ostalimi pa prevlada tipični taktični razlog izbire – **da ne bi zmagala neka druga stranka, ki jo odklanjajo.** Če bo prišlo do ponovnih volitev, je to tista stranka, ki lahko izgubi največ, največ pa lahko pridobijo stranke, ki predstavljajo najmanj slabo izbiro in tradicionalne stranke.

TABELA 3. Delež zanesljivih volivcev in najpogostejši razlog za izbiro med ostalimi volivci te stranke

LAČ-ZS	57%	ta stranka je najmanj slaba izbira med samimi slabimi izbirami (14%)
SDS	54%	izbrano stranko ponavadi volim (9%) ta stranka je edina rešitev za Slovenijo (9%)
SNS	43%	prepričali so me nastopi predstavnikov strank in njihova kampanja (13%)
SLS	42%	izbrano stranko ponavadi volim (18%)
NSI	42%	prebral sem program stranke, ki me je prepričal (15%)
SMC	38%	ta stranka je najmanj slaba izbira med samimi slabimi izbirami (17%)
SD	37%	izbrano stranko ponavadi volim (19%)
LEVICA	37%	prepričali so me nastopi predstavnikov strank in njihova kampanja (14%)
LMŠ	37%	zato, da ne bi zmagala druga stranka, ki jo odklanjam (15%)
PIRATI	37%	ta stranka je najmanj slaba izbira med samimi slabimi izbirami (20%)
DESUS	31%	izbrano stranko ponavadi volim (18%)
SAB	31%	predsednik/-ca stranke me je prepričala/a na soočenjih (18%)
DD	25%	prebral sem program stranke, ki me je prepričal (16%)

## UDELEŽBA PO STAROSTI

Spodnja tabela prikazuje **anketno oceno** udeležbe po starosti. **Volivci, ki so imeli volilno pravico sploh prvič (starost 18 ali 19 let), so to izkoristili v nadpovprečnem obsegu**, volilo jih je skoraj dve tretjini. Volilna udeležba nato s starostjo strmo pade, **najnižja je v starostni skupini od 30 do 34 let, kjer je volil le vsak tretji**. V srednjih letih, med 35 in 54 let, je volilna udeležba na ravni povprečja, nato pa narašča, vse do 90% v skupini od 75 do 79 let.

18 do 19 let	64,3%
20 do 24 let	44,1%
25 do 29 let	38,5%
30 do 34 let	34,1%
35 do 39 let	47,2%
40 do 44 let	44,6%
45 do 49 let	47,8%
50 do 54 let	54,1%
55 do 59 let	59,0%
60 do 64 let	77,7%
65 do 69 let	84,8%
70 do 74 let	81,3%
75 do 79 let	90,9%

###

## Navajanje vira

Pri navajanju vira prosim navedite (priporočena oblika navajanja vira):

»Vir: Raziskava POLITIKON, Valicon 2018.«

###

## Metodološki podatki

Raziskava je bila izvedena v okviru spletnega panela anketirancev Jazvem.si. Spletni panel Jazvem.si je največji spletni panel anketirancev v Sloveniji, katerega tri četrtine članov je bilo rekrutiranih s pomočjo verjetnostnega vzorčenja. Rezultati so reprezentativni za slovensko spletno populacijo od 18 do 75 let, po spolu, starosti, izobrazbi in regiji na ravni tipa naselja, ter glede na rezultat volitev.

Čas anketiranja in skupni vzorec:

3.-4. junij; n=2.950

###

## O družbi Valicon

Valicon je ena od vodilnih družb za trženjsko svetovanje in raziskave ter javnomnenjske raziskave na območju jugovzhodne Evrope. Valicon je specializiran za majhne trge, naročniku prilagojene rešitve, napredno metodologijo in poglobljen vpogled v naročnikovo področje delovanja. Osnovna dejavnost družbe je trženjsko svetovanje na podlagi trženjskih raziskav. Valicon svojim naročnikom nudi svoje storitve na celotnem območju nekdanje Jugoslavije, preko izbranih partnerjev pa tudi v drugih državah Evrope.

###

## Več informacij

Valicon d.o.o., Kopitarjeva 2, Ljubljana

T. 01/ 420 49 00, 01/ 420 49 53 (Andraž Zorko, partner)

E. pr@valicon.net

W. www.valicon.net

TW. @valicongroup

---