

MEDIAN CZ

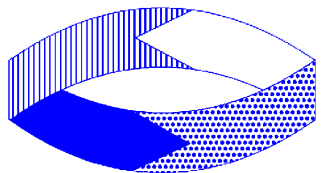
Společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software. Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, vč. oficiálních mediálních měření a MML-TGI.

oficiální partner KANTAR MEDIA GROUP pro Českou republiku

TISKOVÁ ZPRÁVA

VOLEBNÍ MODEL STRANICKÉ PREFERENCE VÝVOJ VOLIČSKÝCH PREFERENCÍ

DUBEN 2010



M E D I A N

DŮLEŽITÉ UPOZORNĚNÍ

Agentura Median realizuje předvolební průzkumy na základě vlastní iniciativy, nikoliv na objednávku jakékoliv politické strany, sdružení nebo zájmové skupiny.

METODOLOGIE SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

- Realizátor – MEDIAN, s.r.o. Výzkum trhu, médií a veřejného mínění, vývoj software.
- Terénní sběr dat proběhl ve dnech 2.4.-1.5. 2010 stratifikovaným adresním náhodným výběrem.
- Respondenti tvoří reprezentativní vzorek populace ČR dle údajů ČSÚ.
- Předvolebního průzkumu se zúčastnilo 914 respondentů starších 18 let.
- Metodologie sběru dat – osobní rozhovor tazatele s respondentem, který zaznamenává odpovědi do elektronického dotazníku (notebooku).
- **VOLEBNÍ MODEL** agentury MEDIAN reprezentuje předpokládané výsledky voleb do Poslanecké sněmovny.
Do výsledku jsou zahrnuti oprávnění voliči, kteří by šli k volbám a jsou rozhodnuti, kterou stranu by volili.

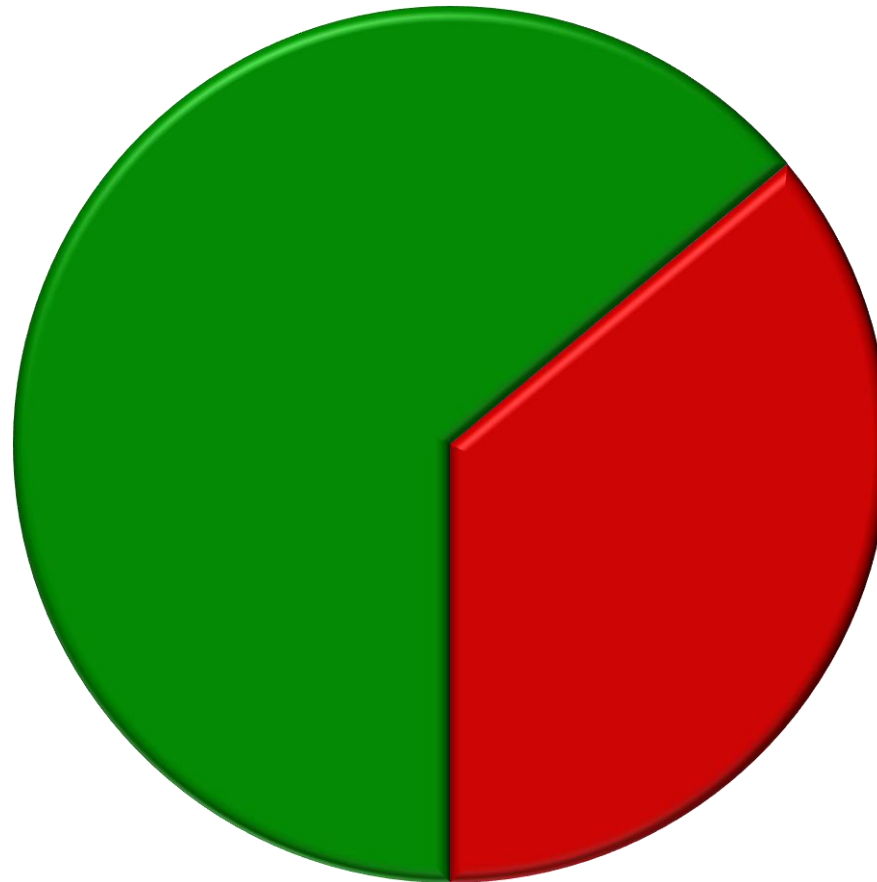
Výsledky reprezentují preference za období, ve kterém proběhlo dotazování, tj. za duben 2010.

Na základě doporučení, které vydalo sdružení SIMAR dne 29. 6. 2006, jehož je agentura MEDIAN členem, jsou primárně uváděny výsledky **stranických preferencí a volebního modelu**.

VOLEBNÍ ÚČAST

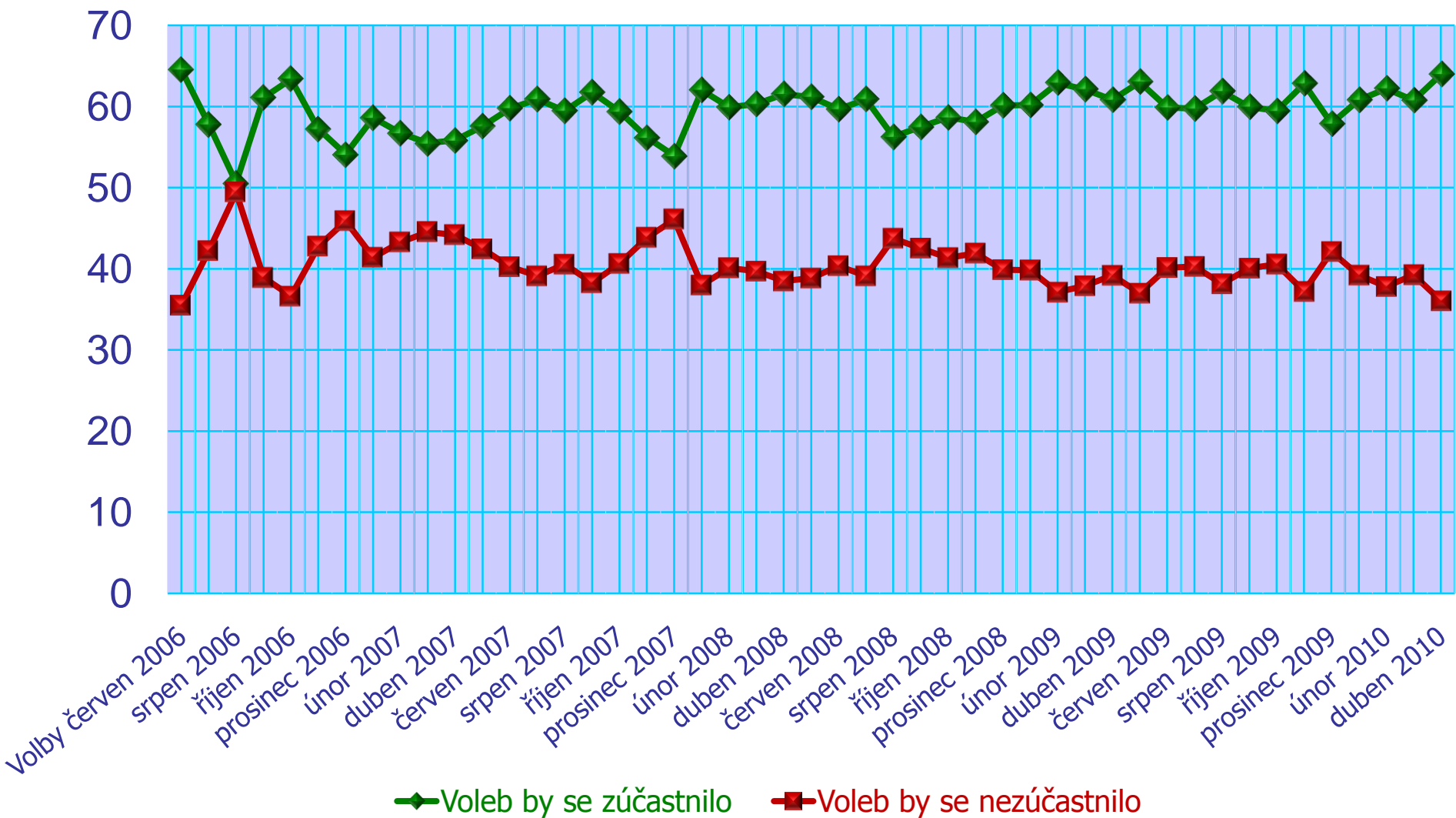
Z aktuálního průzkumu Medianu vyplývá, že v dubnu by se voleb do PSP ČR zúčastnilo 64 % oprávněných voličů. Takový výsledek je zhruba stejný jako ve volbách v červnu 2006.

**Voleb by se
zúčastnilo
64%**



**Voleb by se
nezúčastnilo
36%**

VOLEBNÍ ÚČAST – VÝVOJ (%)



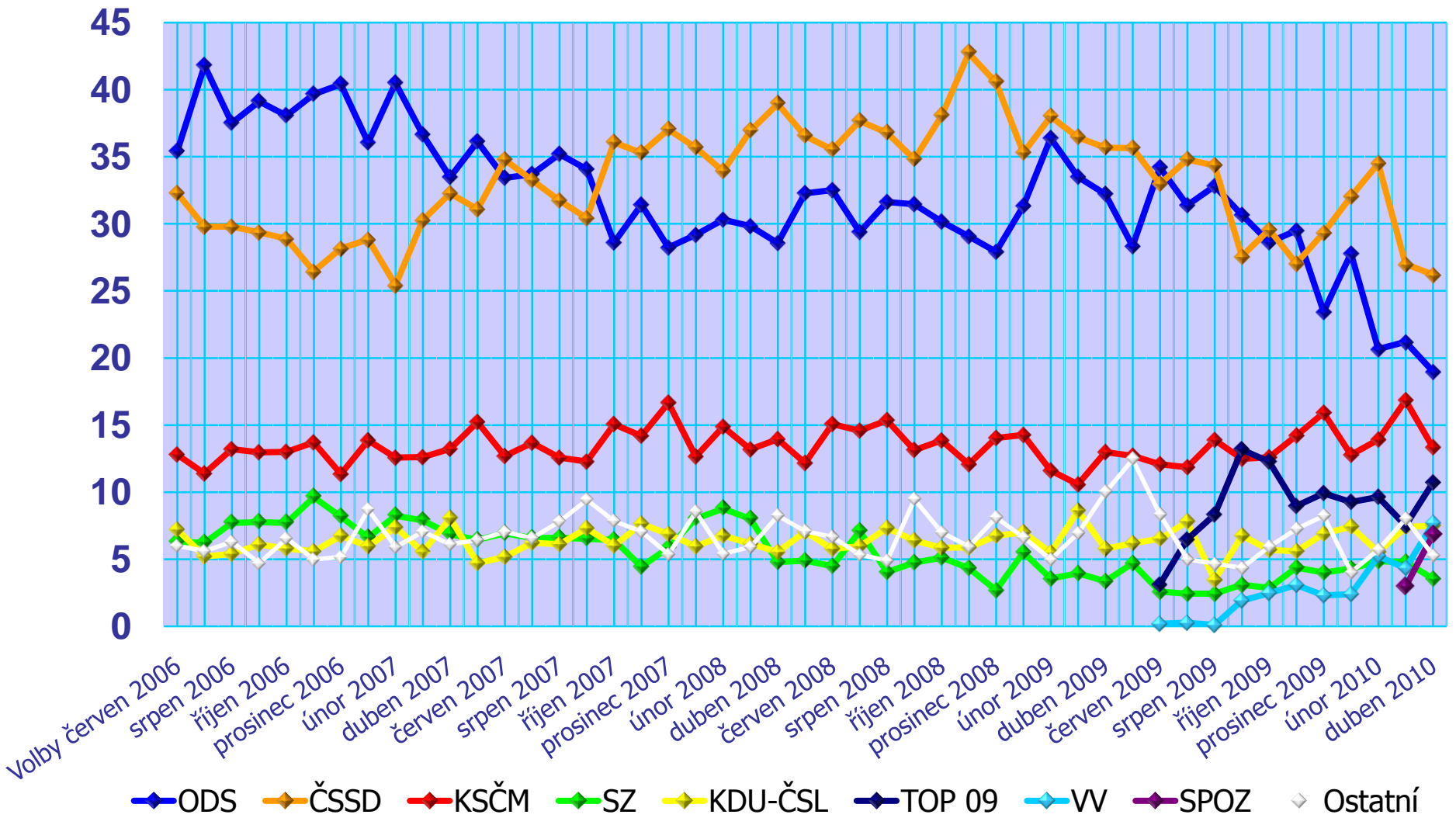
◆ Voleb by se zúčastnilo ■ Voleb by se nezúčastnilo

VOLEBNÍ MODEL – preference rozhodnutých voličů (%)

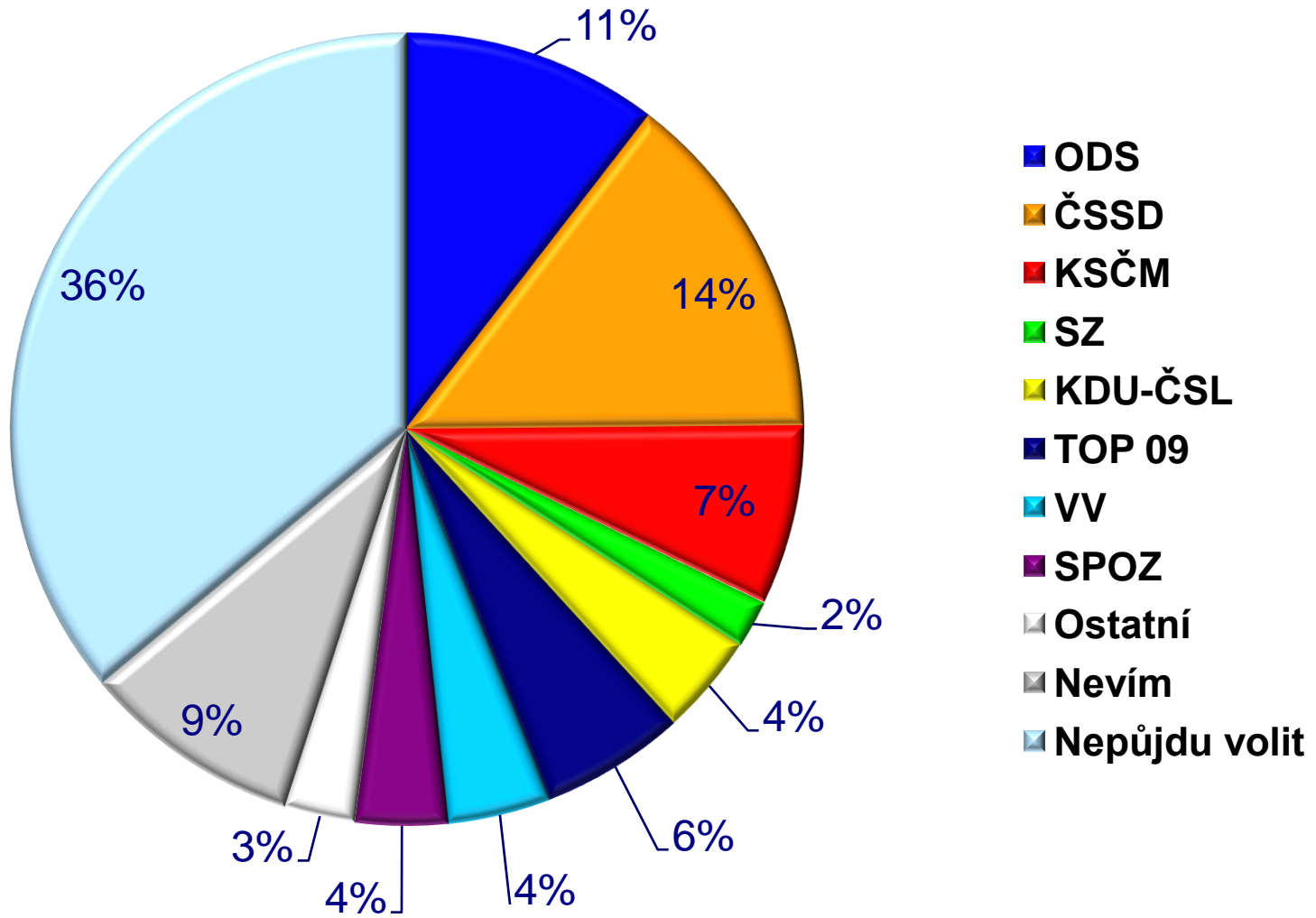


VOLEBNÍ MODEL reprezentuje předpokládané výsledky voleb do Poslanecké sněmovny. Do výsledku jsou zahrnuti oprávnění voliči, **kteří by šli k volbám a jsou rozhodnutí, jakou stranu by volili.**

VOLEBNÍ MODEL – VÝVOJ



STRANICKÉ PREFERENCE – % hlasů všech oprávněných



Tyto hodnoty nelze porovnávat s výsledky voleb!

ZÁVĚRY A SROVNÁNÍ PRŮZKUMU S VÝSLEDKY VOLEB

- V dubnovém průzkumu Medianu si pozici nejsilnější strany udržela ČSSD s výsledkem 26 %, což je o necelé 1 % méně než v březnu.
- Druhá ODS meziměsíčně oslabila o 2 % a dosáhla 19% podpory.
- Rozdíl mezi nejsilnějšími stranami nyní činí 7 %, ve prospěch ČSSD.
- KSČM v dubnu zaznamenala téměř 13% podporu voličů, což je meziměsíčně zhruba 3,5% pokles.
- TOP 09 se v dubnu pohybovala na hodnotě necelých 11 %, což je meziměsíčně 3% nárůst.
- VV posílily o více jak 3 % a pohybují se na hodnotě kolem 7,5%.
- KDU-ČSL se pohybuje kolem 7,5 % a meziměsíčně si polepšila o 2 %.
- SPOZ v dubnu v průzkumu Medianu zaznamenala téměř 7% podporu a ocitla se tak v našich průzkumech poprvé nad 5% hranicí. Meziměsíčně SPOZ zaznamenala téměř 4% nárůst preferencí.
- SZ* v dubnu zaznamenala 3,5% podporu a setrvává pod 5% hranicí.
- Podpora ostatních, neparlamentních stran byla v dubnu zhruba 5,5 %. Podíl ostatních stran meziměsíčně klesl o necelá 3 %.

***Vzhledem k statistické chybě (která se konkrétně pro výsledky malých stran pohybuje v intervalu cca +/- 1,5 % od zjištěné hodnoty) nelze s jistotou vyloučit, že by se do parlamentu dostaly, resp. nedostaly.**

- Pod 5% hranicí se pohybuje Suverenita, která dosáhla na 3% podporu voličů.

Strana	Volby
	červen 2006
ODS	35,4
ČSSD	32,3
KSČM	12,8
SZ	6,3
KDU-ČSL	7,2
TOP 09	-
VV	-
SPOZ	-
Ostatní	6

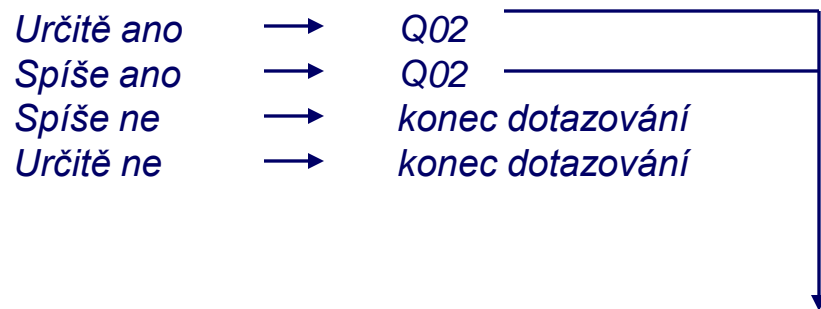


MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN
únor 2009	březen 2009	duben 2009	květen 2009	červen 2009	červenec 2009	srpen 2009	září 2009	říjen 2009	listopad 2009	prosinec 2009	leden 2010	únor 2010	březen 2010	duben 2010
36,4	33,5	32,2	28,3	34,2	31,4	32,8	30,7	28,6	29,5	23,4	27,8	20,7	21,2	19,0
38,0	36,4	35,7	35,6	33,0	34,8	34,4	27,6	29,6	27,1	29,3	32,0	34,5	27,0	26,2
11,6	10,6	13,0	12,7	12,1	11,9	13,9	12,5	12,6	14,2	15,9	12,8	13,9	16,8	13,3
3,5	3,9	3,4	4,7	2,6	2,4	2,4	3,1	2,9	4,4	4,0	4,3	4,8	4,8	3,5
5,5	8,6	5,8	6,2	6,5	7,8	3,5	6,8	5,7	5,6	6,9	7,4	5,5	7,4	7,5
-	-	-	-	3,1	6,5	8,3	13,2	12,2	9,0	9,9	9,3	9,6	7,5	10,7
-	-	-	-	0,2	0,3	0,1	1,9	2,5	3,1	2,3	2,4	5,2	4,3	7,6
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,0	6,8
5,0	6,9	10,0	12,4	8,5	5,3	4,8	6,3	8,4	7,3	8,2	4,0	5,7	8,0	5,3

(údaje v %)

Otázky v dotazníku:

Q01. *Kdyby se konaly zítra volby do Poslanecké sněmovny, zúčastnil(a) byste se jich, volil(a) byste?*

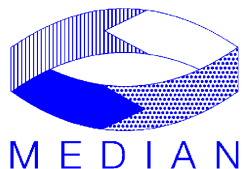


Q02. *Kterou stranu nebo hnutí byste volil(a)?*

*Seznam stran**

*Tazatel nejprve nechá respondenta spontánně uvést preferovanou politickou stranu, a teprve pokud respondent nedokáže odpovědět, předloží mu seznam stran, o nichž je v době přípravy průzkumu (cca týden před spuštěním terénu) známo, že se chtějí voleb zúčastnit.

MEDIAN



MEDIAN je nezávislá soukromá společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software. Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, vč. oficiálních mediálních měření a MML-TGI.



SIMAR



ESOMAR
WORLD RESEARCH



MEDIAN je členem:

SIMAR (www.simar.cz)

ESOMAR (www.esomar.org)

TGI Network (www.tgisurveys.com/)

American Marketing Association

KONTAKT

Arnošt Janeček

gsm: + 420 605 222 795

arnost.janecek@median.cz

MEDIAN

Národních hrdinů 73

Praha 9

190 12

www.median.cz

Sekretariát: + 420 225 301 111