



Direction générale de la Communication
Direction C - Relations avec les citoyens
UNITE SUIVI DE L'OPINION PUBLIQUE

25/05/2009

VALGET TIL EUROPA-PARLAMENTET 2009

Undersøgelse inden valget - første runde Analytisk syntese

Aldersgruppe: EU 18+ (Østrig 16+)
Dækning: EU27 (27 218 EU-borgere opført på valglisterne)
Periode: 4. maj – 15. maj 2009

Denne undersøgelse forud for valget er foretaget af TNS Opinion i henhold til kontrakten med Europa-Parlamentet i forbindelse med det offentlige udbud om valgaftenen.

Der er metodologiske afvigelser i forhold til de traditionelle EB/EP-undersøgelser, som TNS Opinion ligeledes udfører for Eurobarometer: Adspurgte på 15 år eller derover udspørges ansigt til ansigt for EB/EP; adspurgte på 18 år eller derover¹ interviewes pr. telefon i de fleste lande, og ansigt til ansigt i de lande, hvor telefonnettets dækning er utilstrækkeligt for undersøgelsens behov.

Det bør ved analyse af sammenlignelige tal derfor holdes for øje, at der er anvendt forskellige metoder. Der kan dog udtrages udviklingstendenser af halvandet års undersøgelser. Der henvises til fodnoten "Statistisk materiale", der indeholder detaljer om tallene i undersøgelsen og deres udvikling.

På grund af visse juridiske restriktioner offentliggøres resultaterne fra Italien og Luxembourg ikke.

Hvad er de vigtigste resultater, der kan udtrages af denne undersøgelse?

- ⇒ **En tendens til øget valgdeltagelse:** I begyndelsen af maj, hvor undersøgelsen gennemførtes, kan der konstateres en pæn stigning i antallet af personer, der har i sinde at stemme, i forhold til EB/EP-undersøgelsen i januar-februar, men ingen sikker indikation af, at valgdeltagelsen vil blive den samme som i 2004 på 45,47 %.
- ⇒ **Bedre kendskab til datoen:** Nu ved stort set halvdelen af EU-borgerne, at valget finder sted i juni 2009.
- ⇒ **Interessen for valget** er også stigende: mere end halvdelen af EU-borgerne betegner sig som interesseret i de kommende valg til Europa-Parlamentet.

¹ 16 år eller derover i Østrig.

- ⇒ **Parlamentets image:** Institutionen har et positivt image hos over halvdelen af EU-borgerne, hvilket er en stigning siden januar–februar 2009.
- ⇒ **Valgkampens temaer:** Ledighed og økonomisk vækst står øverst på listen over de emner, som EU-borgerne ønsker berørt i valgkampen. Derimod er inflation og købekraft faldet fra tredjepladsen i de to forrige undersøgelser til en femteplads.

I. Større kendskab til valget

a) Antallet af vælgere, der vil stemme, stiger med måde

- **I begyndelsen af maj** er andelen af borgere, der **på en skala fra 1 til 10** er sikre på at ville stemme, på **49 %: 43 % på trin 10 (helt sikkert vil stemme) på skalaen og 6 % på trin 9** (overvejende sandsynligt). Dette er en stærk fremgang på tre måneder.

Ved årets begyndelse var det end ikke muligt at tale om egentlig valgdeltagelse, men blot om sandsynligheden for at ville stemme, som det fremgik af tallene: 34 %, heraf 28 % der svarede "10" og 6 % der svarede "9".

- Som det allerede er blevet nævnt flere gange, **er der ikke noget belæg for at antage, at valgdeltagelsen vil nå op på 49 % på valgdagen**. Men de nuværende tal udgør en pæn stigning og der er grund til at forvente, at **den endelige valgdeltagelse kan nå op på omtrent samme niveau som i 2004**.

b) Meget bedre kendskab til datoen:

- **For 15 måneder siden var kun 4 % af EU-borgerne i stand til at svare, at valget ville finde sted i juni 2009. I dag er dette tal på 49 %.**
- Undersøgelsen gennemførtes i en periode – den 4.–15. maj – **hvor valgkampen kun var begyndt i nogle lande**. Derfor må kendskabet til valgdatoen på nuværende tidspunkt formodes at være endnu større.

c) Tiltagende interesse

På nuværende tidspunkt betegner **53 % af EU-borgerne sig som interesseret** i valget **mod 46 %, der giver udtryk for det modsatte**. I begyndelsen af januar betegnede 44 % sig som interesseret og 53 % som ikke interesseret.

d) Et stort mindretal mener, at det er velinformeret om valget

- I dag betegner **41 % af EU-borgerne sig som meget velinformeret eller forholdsvist velinformeret** om Europa-Parlamentsvalget, **mod 57 %, der betegner sig som ikke særlig velinformeret eller slet ikke velinformeret**.

II. Parlamentets image

På dette område, hvor der er tale om subjektivt kendskab, bør forskellen mellem de to undersøgelsesmetoder også holdes for øje ved analysen af udviklingstendenserne. Parlamentets image er blevet forbedret på et år (EB70).

- **38 %** af de adspurgte har et **positivt billede** af Parlamentet, mod 34 % for et år siden.
- **40 %** af de adspurgte har **hverken et positivt eller negativt billede** af Parlamentet, mod 43 % for et år siden.
- **20 %** af de adspurgte har et **negativt billede** af Parlamentet. Tallet var 17 % for et år siden.

III. Valgkampens temaer

De adspurgtes prioritering af valgkampens temaer har tilsyneladende ændret sig under indtryk af den økonomiske og sociale krise.

- Ved de **to undersøgelser EB70 (efteråret 2008) og EB71.1 (januar-februar 2009)** var de **tre vigtigste emner** således **ledighed, økonomisk vækst og inflation og købekraft**. Disse lå langt forud for alle øvrige temaer.

I den foreliggende undersøgelse er de to første temaer fortsat de samme, mens den øvrige rangorden i vid udstrækning har ændret sig.

- **Ledighed indtager** nemlig **fortsat førstepladsen** med 57 % mod 49 % i efteråret 2008 (EB70). Den økonomiske **vækst kommer på andenpladsen** med 45 % mod 51 % for et år siden. Disse to temaer har således skiftet plads siden efteråret 2008.
- **Til gengæld** ligger inflation og købekraft **nu på femtepladsen** og har oplevet et betydeligt udsving i pct.point: 29 % i dag mod 47 % for et år siden (en tredjeplads).

Der kan være **to grunde til denne udvikling**. På den ene side kan det være, at borgerne faktisk har bemærket, at inflationen er dalende. På den anden side kan det være, at bekymringer om inflation nu forekommer mindre vigtige i forhold til frygten for at miste sit arbejde og den fortsatte afmatning af den økonomiske vækst, der er direkte forbundet dermed.

- **Tredjepladsen** i den nyeste undersøgelse indtages af **usikkerheden for arbejdstagere** med 32 % mod 33 % i efteråret 2008. På fjerdepladsen kommer fremtiden for pensionister med 31 % mod 33 % for seks måneder siden.
- **De øvrige temaer**, som vedrører **globale bekymringer**, er **atter gledet i baggrunden**. Således er bekæmpelsen af klimaændringer og terrorisme med 24 % lige vigtige. Indvandring kommer på ottendepladsen med 22 %, fulgt af landbruget med 18 %.
- Til sidst er temaer vedrørende **EU-institutionerne** og Unionens værdier at finde inden for et interval mellem 10–18 %.

Enheden for statistik

Jacques Nancy tlf. 02/284 24 85

Nives Žun tlf. 02/284 43 99

Elise Defourny tlf. 02/284 11 23

Nathalie Lefèvre tlf. 02/284 12 26

SuiviOpinionPublique@europarl.europa.eu