

Pressmeddelande 2010-07-06

Mediebilden avgörande när osäkra väljare bestämmer sig

Nyhetsplats i tv, tidningar och radio är en framgångsfaktor för de partier som vill säkra tvekande sympatisörer eller vinna potentiella röster. Att använda den omtalade Obamastrategin kring sociala medier är ingen framgångsväg i kampen om de osäkra väljarna.

- Rätt val av budskap, avsändare och kanal är avgörande för de osäkra väljarna. Vinnare blir det block som förstår att spela sina PR-kort rätt, säger Martin Ahlqvist, medieanalytiker på [PR Research](#), TNS SIFOs enhet för medieanalys.

900 000 väljare kan gå över blockgränsen i september.

- Blockbytarna är unga och välutbildade, antingen tjänstemän eller studenter, och de är i betydligt lägre omfattning medlemmar i något parti –, säger Toivo Sjören, chef för opinionsundersökningar på TNS SIFO.

Trots att gruppen brukar räknas som early adopters inom sociala medier är man lika traditionell som resten av valmanskåren när man väljer medier för politisk information. Sociala mediers betydelse är generellt viktigare i mobiliseringen av sympatisörer i ett tidigare läge.

TNS SIFO har låtit blockbytarna ranka vilket parti som är starkast i omdebatterade frågor och vilken avsändare som inger högst förtroende.

- En valrörelse dominerad av mjuka sakfrågor som vård och miljö spelar de rödgröna i händerna. Rör huvuddebatten istället landets ekonomi och krishantering ligger alliansen bäst till. Och mediebilden spelar definitivt en avgörande roll, säger Martin Ahlqvist, TNS SIFO.

Mer av resultatet i undersökningen finns på TNS SIFOs sida på [SlideShare](#).

Rödgrön styrka, alliansens svaghet	Alliansens styrka, rödgrön svaghet
Lyssnar på vanligt folk	Handlingskraft
Står på de svagas sida	Hanterar kriser bra
Sjukvård, äldreomsorg och barnomsorg	Lag och ordning
Miljö och energi	Landets ekonomi
Maria Wetterstrand	Fredrik Reinfeldt

**Viktigaste kanalerna för osäkra väljare
– från mest till minst viktig**

1. Nyheter i tv
2. Specialprogram om politik i tv
3. Artiklar i tidningar
4. Nyheter i radio
5. Specialprogram om politik i radio
6. Vänner och bekanta
7. Torg-/valmöten
8. Brev/direktreklam
9. Sociala medier
10. TV-reklam

Fakta: Valets osäkra väljare

900 000 väljare kan gå över blockgränsen i september, enligt TNS SIFOs undersökning. En halv miljon av dem skulle idag rösta borgerligt, resten skulle rösta rödgrönt. Men de är inte övertygade. 120 000 röster skilde vid förra valet. Det block som vinner de osäkra rösterna, blir högst sannolikt nästa regeringsbildare. Undersökningen genomfördes i juni och besvarades av 6 000 respondenter mellan 18 och 74 år. Metoden som använts är Conversion Model.

Kontakta gärna

Martin Ahlqvist
Research Consultant
PR Research, TNS SIFO
08-507 420 20, 0709-73 25 20

Toivo Sjören
Chef Opinion, TNS SIFO
0701-84 23 50

Om TNS SIFO och PR Research

TNS SIFO är ledande på marknadsundersökningar i Sverige. PR Research är TNS SIFOs enhet för PR-relaterade undersökningstjänster och medieanalys. Tillsammans erbjuder vi en unik möjlighet att se nyttan med PR och mediebild ur ett helhetsperspektiv – integrerat med andra kanalers effekt på affärsmål, varumärke, medarbetares eller målgruppers attityder.

www.tns-sifo.se

www.tns-sifo.se/pr-research

www.tns-sifo.se/facebook

www.tns-sifo.se/twitter