

Fragen und Antworten mit dem Studienleiter des ÖIF-Integrationsbarometers

Im Zuge unserer inhaltlichen Auseinandersetzung mit dem ÖIF-Integrationsbarometer 2025 haben wir dem Studienleiter des Integrationsbarometers, Dr. Peter Hajek (Public Opinion Strategies), konkrete Fragen zu Methodik, Aussagekraft und Rollenverteilung gestellt. Die nachfolgend dokumentierten Fragen und Antworten veröffentlichen wir vollständig und unverändert, um Transparenz zu schaffen und eine sachliche Einordnung der Studie zu ermöglichen.

- **Gab es im Rahmen des Integrationsbarometers Ergebnisse, Auswertungen oder Differenzierungen, die erhoben, jedoch vom Auftraggeber nicht veröffentlicht oder nicht als Kernergebnisse kommuniziert wurden? Falls ja, nach welchen Kriterien wurde darüber entschieden?**

Nein, gibt es nicht. Es wurde in der PK darauf hingewiesen, dass alle Hauptergebnisse publiziert wurden. Zudem gibt es die umfangreiche Publikation auf der ÖIF-Homepage.

- **Ist bekannt, wie viele der insgesamt 1.000 befragten Personen selbst einen Migrationshintergrund haben? Falls ja, warum wird dieser Anteil in der veröffentlichten Studie nicht ausgewiesen?**

Selbstverständlich ist es das: n=80. Es gab nur wenig signifikante Abweichungen von anderen Bevölkerungsgruppen. Ein Mindest-Sample der Menschen mit Migrationshintergrund war ein explizites Ausschreibungskriterium bei Auftragsvergabe.

- **Aus welchen methodischen Gründen wurde im Integrationsbarometer nicht erhoben, ob die Befragten persönlichen Kontakt mit Migrant:innen haben, obwohl andere staatliche Publikationen einen klaren Zusammenhang zwischen Kontakt und Bewertung des Zusammenlebens zeigen?**

Dass Menschen mit Kontakt zur migrantischen Community einen z.T. differenzierten Blick auf die Dinge haben, ist gesichertes Wissen, das man nicht jedes Mal abfragen muss. Zudem wurde in der PK beim Thema Arbeitsplatz auf diesen Zusammenhang hingewiesen.

- **Wie erklären Sie das Spannungsverhältnis, dass eine deutliche Mehrheit der Befragten das Funktionieren der Integration als schlecht bewertet, gleichzeitig aber ein ebenso hoher Anteil ausreichende Integrationsangebote wahrnimmt? Wurde dieser Widerspruch im Rahmen der Studienauswertung intern thematisiert?**

Hierbei handelt es sich um einen scheinbaren Widerspruch. Die Verfügbarkeit von Angeboten sagt nichts darüber aus, wie deren Wirkung wahrgenommen wird. Das hängt unter anderem vom Nutzungsverhalten der Zielgruppen ab.

- **In welchem Ausmaß hatte der Auftraggeber Einfluss auf Fragestellung, Auswertung, Auswahl der Knergebnisse sowie den Zeitpunkt und den politischen Rahmen der Präsentation?**

Der Auftraggeber setzt die inhaltlichen Schwerpunkte. Formulierung der Fragen, stat. Auswertung und Zusammenfassung obliegt dem Institut in Abstimmung mit dem Auftraggeber. Der ÖIF ist in den letzten 10 Jahren unseren Empfehlungen gefolgt.

- **Wurde intern diskutiert, welche Auswirkungen der Ausschluss von Migrant:innen aus der Befragung auf die Aussagekraft einer Studie zum Thema „Zusammenleben“ hat?**

Methodische Hintergrund dieser Vorgehensweise: Menschen mit Migrationshintergrund ohne österreichischen Pass sind eine sehr diverse und heterogene Gruppe. Je nach Zielgruppe und -person benötigt man eine andere Methode (sehr oft Face2Face), verschiedensprachige Fragebögen und daher auch mehrsprachige Interviewer:innen. Eine Befragung dieser Gruppe im Rahmen des Integrationsbarometers würden die Kosten-Nutzen-Relation, zu der öffentliche Institutionen verpflichtet sind, vollkommen sprengen. Aus diesen Grund lässt der ÖIF diese Gruppen in gesondert Projekten befragen.

- **Wie bewerten Sie als Meinungsforscher die inhaltliche Nähe zentraler Knergebnisse zu aktuellen integrationspolitischen Positionen der ÖVP?**

Gar nicht, denn alle Parlamentsparteien finden Anknüpfungspunkte beim Integrationsbarometer. Das Kopftuchverbot z.B. wird quer durch alle Parteien und deren Wählerschaften mitgetragen.

Die Neuen, Gemeinsam für die Gleichberechtigung e.V.
Dietrichsteingasse 3 / Top 1, 1090 Wien
zentrale@neueorganisationen.at
ZVR-Zahl: 1721751021