

# Tamedia

# Abstimmungsumfrage



Tamedia Abstimmungsumfrage

Eidgenössische Volksabstimmungen vom 23. September 2018

Auswertung 1. Umfragewelle

Sperrfrist: 10. August, 6.30 Uhr

<b>1 Zusammenfassung</b>	<b>3</b>
<b>2 Zustimmung zu den Vorlagen</b>	<b>6</b>
<b>3 Argumente</b>	<b>8</b>
<b>4 Unterstützung nach Parteien</b>	<b>11</b>
<b>5 Unterstützung nach Geschlecht</b>	<b>14</b>
<b>6 Unterstützung nach Alter</b>	<b>16</b>
<b>7 Unterstützung nach Sprachgruppen</b>	<b>19</b>
<b>8 Zusatzfrage 'Flankierende Massnahmen'</b>	<b>22</b>
<b>9 Technische Details</b>	<b>24</b>
<b>10 Statistische Unschärfe</b>	<b>24</b>
<b>11 Modellbasierte oder designbasierte Umfragen?</b>	<b>25</b>
<b>12 Bisherige Umfragen und Vergleich mit Endergebnis</b>	<b>27</b>

Projektkoordination: Daniel Waldmeier, [daniel.waldmeier@20minuten.ch](mailto:daniel.waldmeier@20minuten.ch)

Konzeption, Entwicklung & Durchführung: LeeWas GmbH,

Lucas Leemann, [leemann@leewas.ch](mailto:leemann@leewas.ch) & Fabio Wasserfallen, [wasserfallen@leewas.ch](mailto:wasserfallen@leewas.ch)

Weiterführende Informationen zu den Tamedia Umfragen: [www.tamedia.ch/umfragen](http://www.tamedia.ch/umfragen)

Generelle Informationen zu online und modellbasierten Umfrageanalysen: [www.leewas.ch](http://www.leewas.ch)

© LeeWas GmbH und Tamedia AG, 2018



## 1 Tamedia-Abstimmungsumfrage: Mehrheit für die Fair-Food-Initiative

**Eine Mehrheit unterstützt derzeit die beiden Agrarinitiativen: 64 Prozent der Stimmberechtigten sprechen sich gut sechs Wochen vor dem Urnengang für die Fair-Food-Initiative aus. Die Initiative «Für Ernährungssouveränität» unterstützen laut der Tamedia-Umfrage 62 Prozent. Keine absolute Mehrheit gibt es beim Bundesbeschluss Velo.**

Zürich, 10. August 2018 – Die Schweizer Mediengruppe Tamedia hat auf ihren Newsportalen die erste Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung vom 23. September 2018 durchgeführt. 7'635 Personen aus der ganzen Schweiz haben zwischen dem 6. und 7. August online an der Befragung teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,6 Prozentpunkten.

### Guter Start für die Fair-Food-Initiative

Rund eineinhalb Monate vor der Abstimmung spricht sich eine Mehrheit dafür aus, dass der Bund Lebensmittel aus einer naturnahen und tierfreundlichen Landwirtschaft fördert: 64 Prozent wollen die Fair-Food-Initiative der Grünen tendenziell annehmen, 33 Prozent lehnen sie ab. Drei Prozent machten keine Angaben zu ihren Stimmabsichten.

Am stärksten unterstützen die Anhänger von Grünen und SP das Begehren: 95 beziehungsweise 81 Prozent wollen ein Ja auf den Stimmzettel schreiben. Doch auch die Wähler von CVP und SVP sind mehrheitlich für die Initiative (60 bzw. 52 Prozent Ja). Mit 53 Prozent Nein lehnt einzig die FDP-Basis die Fair-Food-Initiative mehrheitlich ab.

### Agrarinitiativen punkten bei den Frauen

Auch bei der Volksinitiative «Für Ernährungssouveränität» liegen die Befürworter in Führung: 62 Prozent sagen derzeit Ja, 34 Prozent Nein. 4 Prozent machten keine Angaben zu ihren Stimmabsichten. Die Sympathien sind ganz ähnlich verteilt wie bei der Fair-Food-Initiative: Mit 52 Prozent Nein lehnen einzig die FDP-Wähler die Vorlage mehrheitlich ab.

Wie die Umfrage weiter zeigt, stossen die beiden Agrarinitiativen bei den Frauen auf viel Zustimmung: Während 74 Prozent der Stimmbürgerinnen die Fair-Food-Initiative annehmen wollen, sagen nur 54 Prozent der Männer Ja. Auch bei der Vorlage zur Ernährungssouveränität liegt der Ja-Anteil bei den Frauen mit 71 Prozent um 19 Prozentpunkte höher als bei den Männern.

### Gerechtere Löhne und Bauernsterben als Argumente

Das wichtigste Argument für die Fair-Food-Initiative ist aus Sicht der Befürworter, dass die Initiative für mehr umweltschonende und fair produzierte Lebensmittel Sorge. Im Gegensatz dazu steht bei jenen, die Nein stimmen wollen, die Sorge vor höheren Lebensmittelpreisen und mehr Einkaufstourismus im Vordergrund.

Für die Vorlage zur Ernährungssouveränität spricht aus Sicht der Befürworter vor allem, dass die Bauern für ihre Arbeit gerechter entlohnt werden sollten. Auch müsse das Bauernsterben gestoppt wer-

den. Für viele Nein-Stimmende wäre es hingegen falsch, die Landwirtschaft vom Markt abzuschotten.

### **Relative Mehrheit für den Bundesbeschluss Velo**

Die Präferenzen sind zu einem so frühen Zeitpunkt wie üblich noch nicht gefestigt. Das zeigt sich auch beim Bundesbeschluss Velo. Laut der Tamedia-Umfrage schafft es momentan keines der Lager auf eine absolute Mehrheit: Dem direkten Gegenvorschlag zur zurückgezogenen Velo-Initiative stimmen 48 Prozent zu, 44 Prozent lehnen sie ab. Acht Prozent machten keine Angaben zu Ihren Stimmabsichten.

### **Umfassende Tamedia-Abstimmungsumfragen**

Die Tamedia-Abstimmungsumfragen werden in Zusammenarbeit mit der LeeWas GmbH der Politikwissenschaftler Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen durchgeführt. Sie gewichten die Umfragedaten nach demografischen, geografischen und politischen Variablen, sodass die Stichprobe der Struktur der Stimmbevölkerung entspricht. Die Resultate werden jeweils umgehend ausgewertet, damit die Tageszeitungen und Newsplattformen von Tamedia schweizweit rasch und fundiert darüber berichten können. Weitere Informationen und der Bericht zur Umfrage sind unter [www.tamedia.ch/umfragen](http://www.tamedia.ch/umfragen) abrufbar.

### **Beteiligte Tamedia Medien**

Deutschschweiz: 20 Minuten, BZ Berner Zeitung, Der Bund, Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung und ZRZ Zürcher Regionalzeitungen;

Romandie: 20 minutes, 24 heures, Tribune de Genève und Le Matin/Le Matin Dimanche;

Tessin: 20 minuti

### **Kontakt**

Roman Hess, Mediensprecher Tamedia

+41 44 248 42 45, [roman.hess@tamedia.ch](mailto:roman.hess@tamedia.ch)



## Über Tamedia

Tamedia ist die führende private Schweizer Mediengruppe. Die Digitalplattformen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften von Tamedia bieten Überblick, Einordnung und Selektion. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'400 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Israel, Luxemburg, Österreich und Serbien und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

Weitere Informationen zu Tamedia für Medienschaffende: [www.tamedia.ch/de/gruppe/newsroom](http://www.tamedia.ch/de/gruppe/newsroom) Im Newsroom unter Bilddatenbank stehen frei verfügbare aktuelle Bilder rund um Tamedia zum Herunterladen zur Verfügung, unter anderem Aufnahmen der Gebäude mit dem seit Januar 2017 eingesetzten Logo. [www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch)

## Technische Eckdaten

Die folgenden Resultate basieren auf 7'635 nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichteten Antworten von UmfrageteilnehmerInnen (6'113 aus der Deutschschweiz, 1'313 aus der Romandie und 209 aus dem Tessin).

- Umfragetag: 06. – 07. August 2018
- Auswertungsdatum: 07. – 08. August 2018
- Maximaler Stichproben-Fehlerbereich:  $\pm 1.6$  % Punkte (für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe). Bei Subanalysen ist der korrekte Fehlerbereich in der Tabelle angegeben.



## 2 Zustimmung zu den Vorlagen

Tabelle 1: Werden Sie für die Fair-Food-Initiative stimmen?

	%
Ja	41
Eher Ja	23
Eher Nein	13
Nein	20
Keine Angabe	3

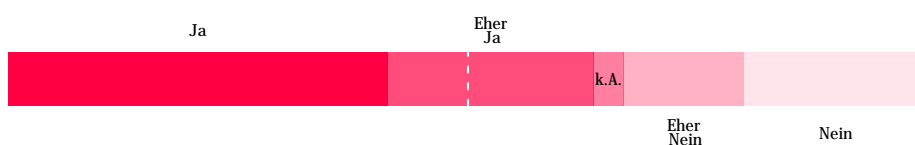


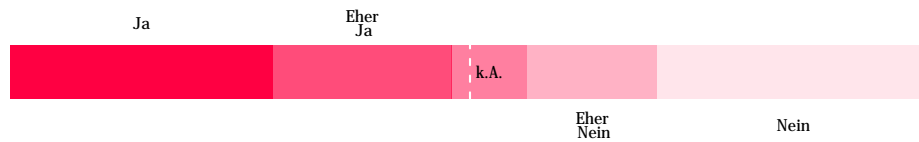
Tabelle 2: Werden Sie für die Initiative «Für Ernährungssouveränität» stimmen?

	%
Ja	37
Eher Ja	25
Eher Nein	13
Nein	21
Keine Angabe	4



Tabelle 3: Werden Sie für den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative stimmen?

	%
Ja	29
Eher Ja	19
Eher Nein	14
Nein	30
Keine Angabe	8



### 3 Argumente

Die Anteilswerte sind jeweils nur für die Befürworter oder die Gegner einer Vorlage berechnet.

Tabelle 4: Welches Argument spricht am ehesten für die Fair-Food-Initiative?

	%
Es gibt mehr umweltschonende und fair produzierte Lebensmittel im Angebot.	42
Das Angebot lokaler Lebensmittel wird gestärkt.	27
Die Initiative stoppt Lebensmittel aus tierquälerischer Produktion.	25
Die Qualität der importierten Lebensmittel steigt.	4
Ein anderes.	2
Keines.	0

Tabelle 5: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Fair-Food-Initiative?

	%
Die Lebensmittel werden in der Schweiz noch teurer und der Einkaufstourismus wird grösser.	49
Die Initiative steht im Widerspruch zu den Freihandelsabkommen, die die Schweiz abgeschlossen hat.	19
Mindestvorgaben für Lebensmittel lassen sich im Ausland nicht durchsetzen.	18
Das Angebot an Lebensmitteln wird eingeschränkt.	7
Ein anderes.	6
Keines.	1



Tabelle 6: Welches Argument spricht am ehesten für die Initiative «Für Ernährungssouveränität»?

	%
Bauern müssen für ihre Arbeit gerechter entlohnt werden.	44
Innert 30 Jahren sind 35'000 Bauernhöfe verschwunden – so kann es nicht weitergehen.	29
Die Initiative fordert ein generelles Gentech-Verbot.	11
Durch neue Zölle wird die heimische Produktion geschützt.	9
Ein anderes.	5
Keines.	2

Tabelle 7: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Initiative «Für Ernährungssouveränität»?

	%
Die Initiative will die Landwirtschaft vom Markt abschotten.	37
Die Initiative steht im Widerspruch zur internationalen Handelspolitik.	24
Auf die öffentliche Hand kommen Mehrkosten zu.	17
Höhere Zölle führen zu höheren Preisen für Landwirtschaftsprodukte.	13
Ein anderes.	7
Keines.	2

Tabelle 8: Welches Argument spricht am ehesten für den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative?

	%
Ein gutes Velowegnetz verringert die Zahl der Unfälle.	39
Nehmen mehr das Velo, gibts weniger Stau auf den Strassen und mehr Platz im ÖV.	37
Der Bund kann künftig die Velonetze zwischen den Kantonen koordinieren.	17
Ein anderes.	6
Keines.	1

Tabelle 9: Welches Argument spricht am ehesten gegen den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative?

	%
Die Schweiz ist schon ein Veloland. Der Verfassungsartikel ist unnötig.	57
Velowege sind allein Sache der Kantone. Der Bund sollte nicht mitreden.	21
Das Engagement für Velowege kommt den Bund viel zu teuer zu stehen.	14
Ein anderes.	6
Keines.	2

## 4 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 10: Werden Sie für die Fair-Food-Initiative stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	BDP	GLP
Ja	21	32	57	32	87	28	50
Eher Ja	22	28	24	20	8	31	28
Eher Nein	19	18	8	15	3	17	10
Nein	34	18	9	27	2	23	8
Keine Angabe	4	4	2	6	0	1	4
Statistische Unschärfe (±)	3	6	3	3	5	9	5

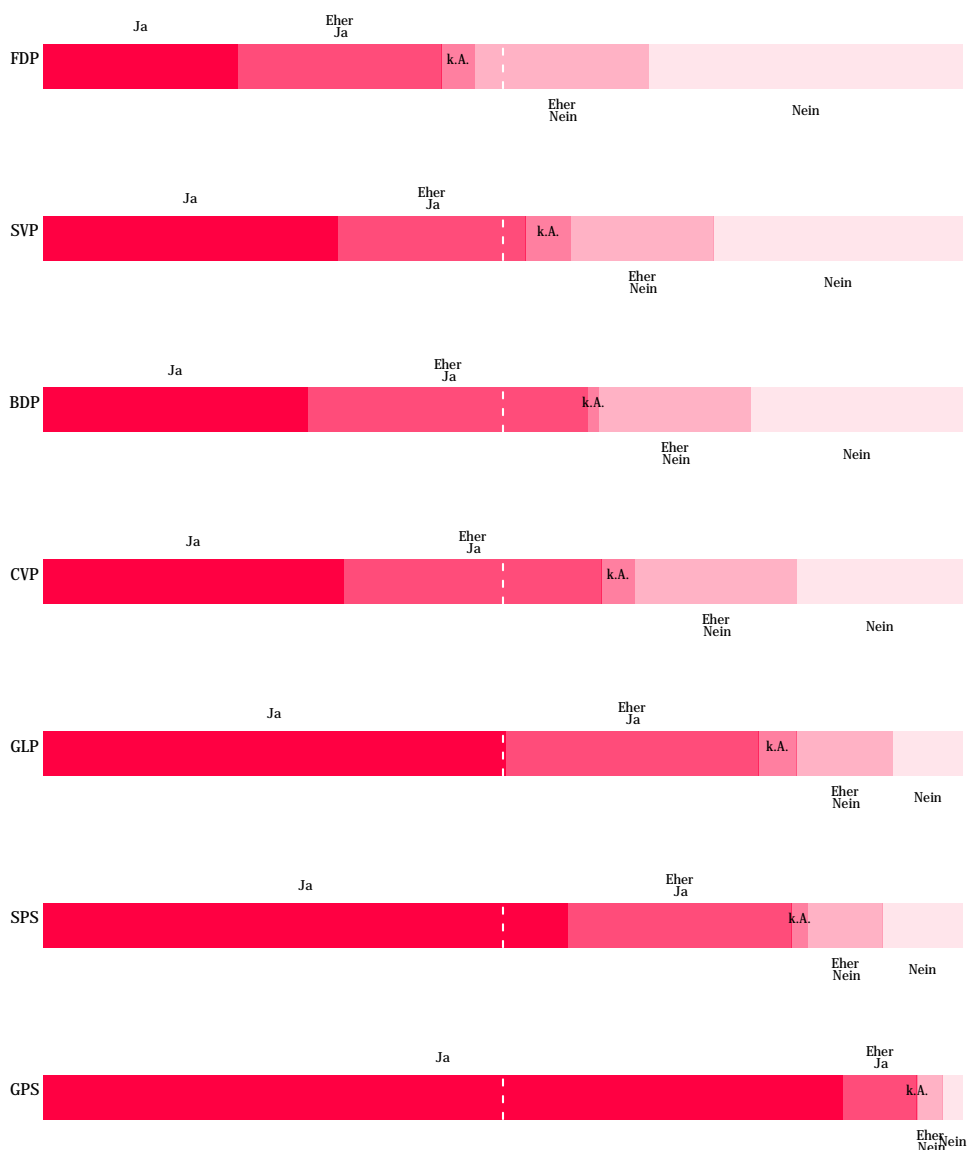


Tabelle 11: Werden Sie für die Initiative «Für Ernährungssouveränität» stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	BDP	GLP
Ja	21	32	38	41	58	28	33
Eher Ja	23	25	28	23	25	25	27
Eher Nein	16	17	12	10	7	17	15
Nein	36	19	16	22	6	27	19
Keine Angabe	4	7	6	4	4	3	6
Statistische Unschärfe (±)	3	6	3	3	5	9	5

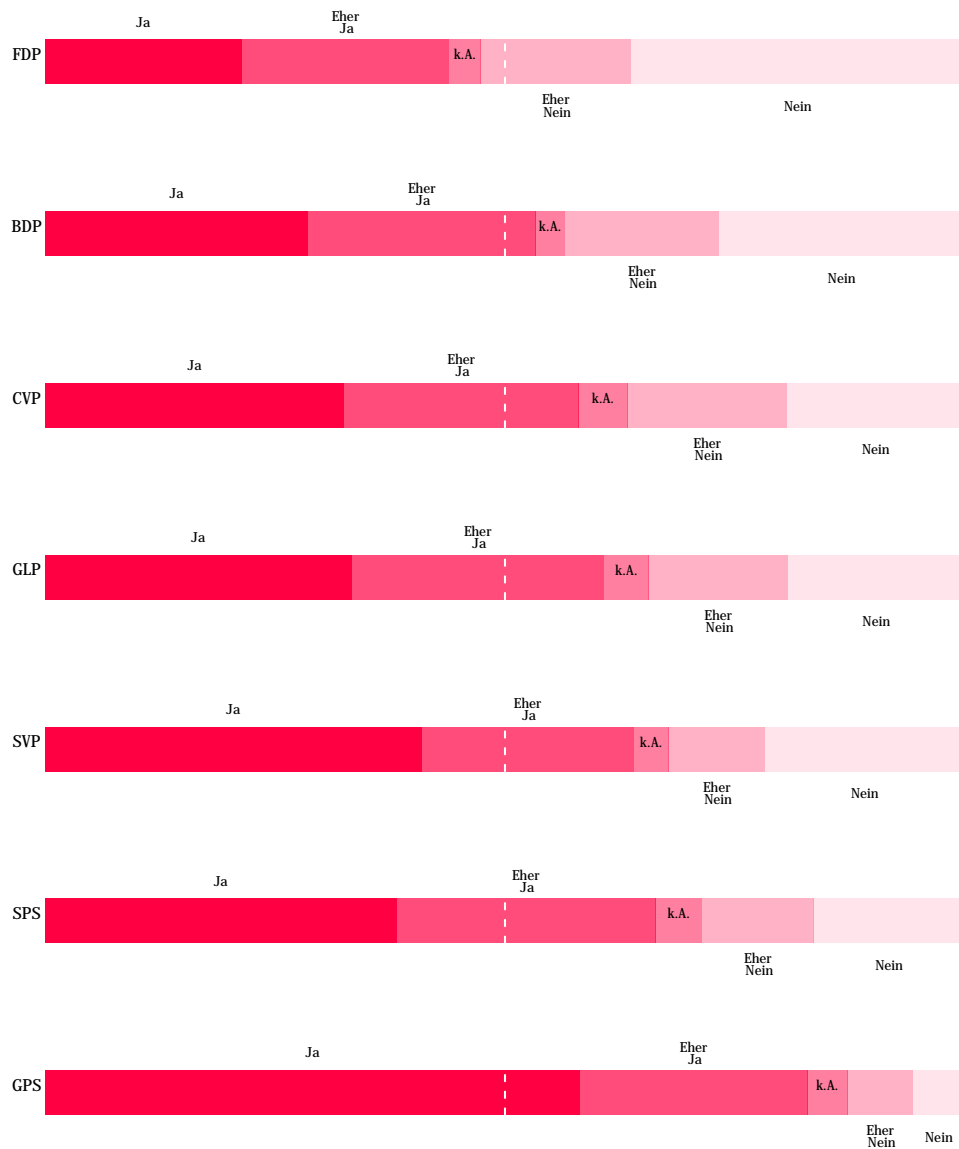
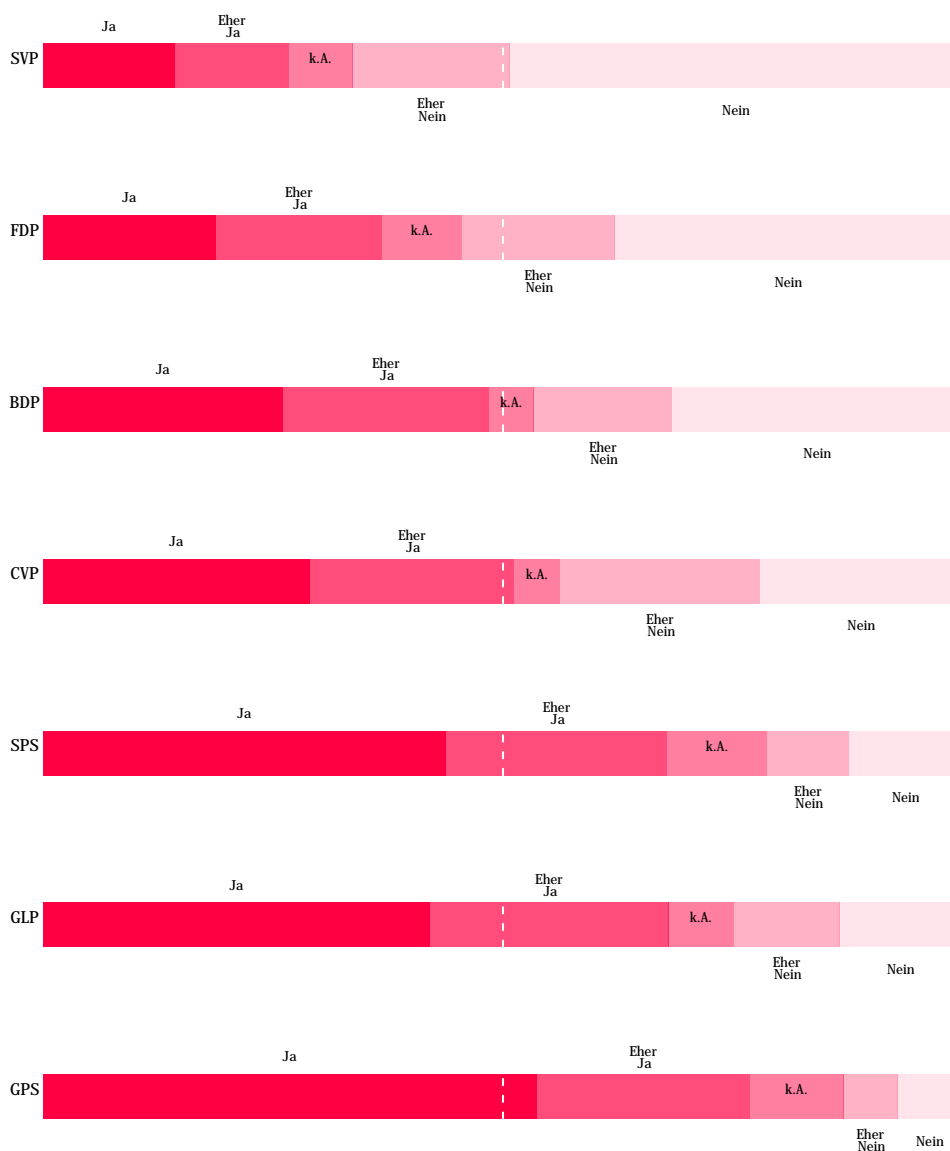


Tabelle 12: Werden Sie für den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	BDP	GLP
Ja	18	29	44	14	54	26	42
Eher Ja	18	22	24	12	23	22	26
Eher Nein	17	22	9	17	6	15	11
Nein	38	22	12	49	7	32	13
Keine Angabe	9	5	11	8	10	5	8
Statistische Unschärfe (±)	3	6	3	3	5	9	5



## 5 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 13: Werden Sie für die Fair-Food-Initiative stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	34	49
Eher Ja	20	25
Eher Nein	15	11
Nein	28	11
Keine Angabe	3	4
Statistische Unschärfe (±)	2	3

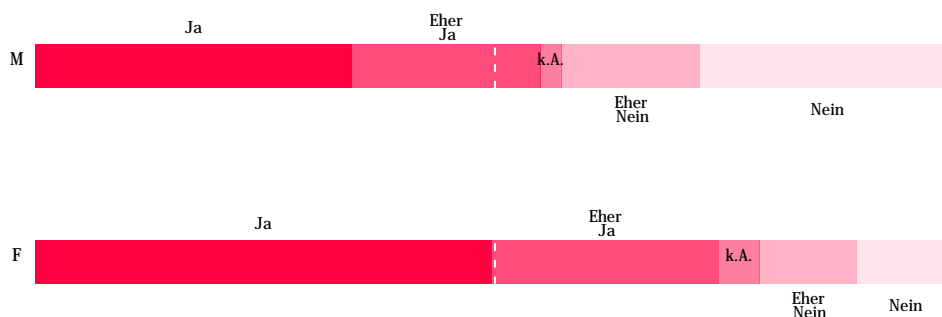


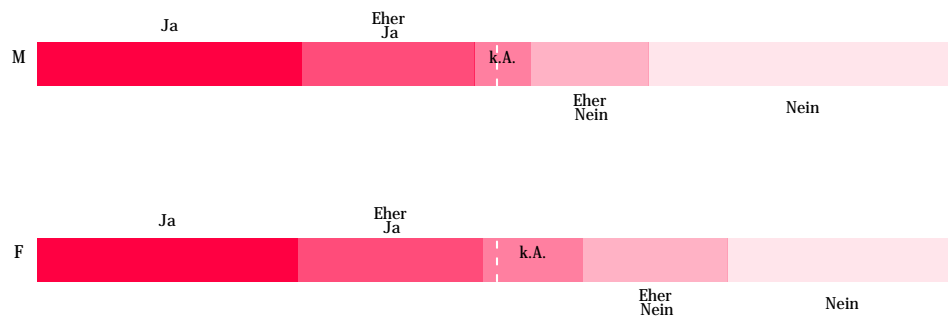
Tabelle 14: Werden Sie für die Initiative «Für Ernährungssouveränität» stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	29	44
Eher Ja	23	27
Eher Nein	14	11
Nein	30	12
Keine Angabe	4	6
Statistische Unschärfe (±)	2	3



Tabelle 15: Werden Sie für den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	29	28
Eher Ja	19	20
Eher Nein	13	16
Nein	33	25
Keine Angabe	6	11
Statistische Unschärfe (±)	2	3



## 6 Unterstützung nach Alter

Tabelle 16: Werden Sie für die Fair-Food-Initiative stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	46	41	42	36
Eher Ja	27	24	18	20
Eher Nein	12	13	14	13
Nein	12	17	23	27
Keine Angabe	3	5	3	4
Statistische Unschärfe (±)	3	3	3	3





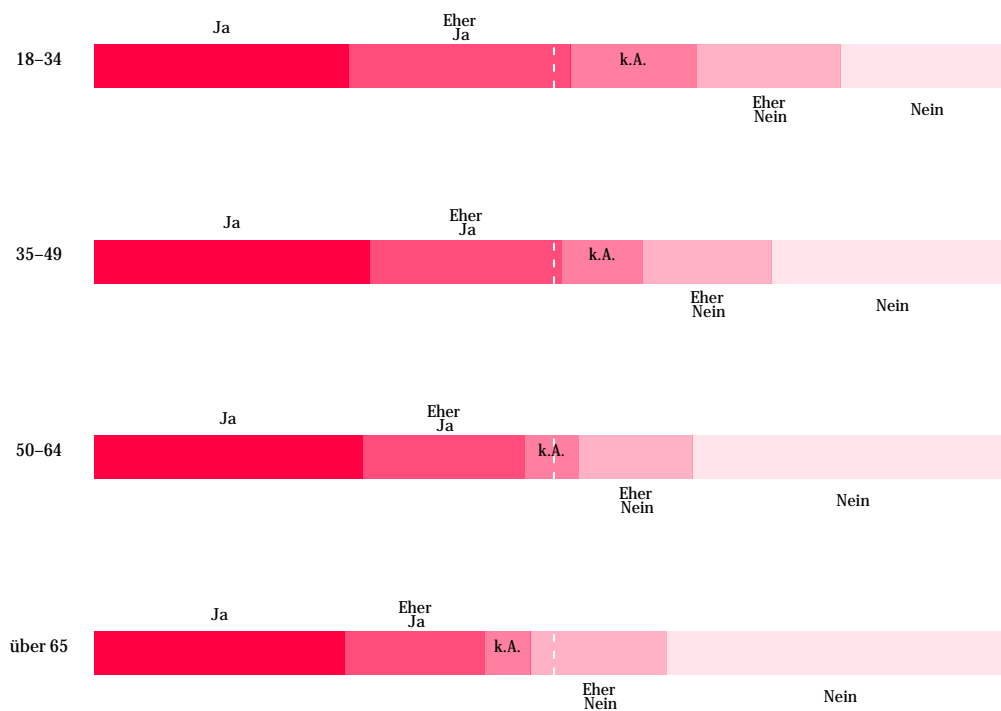
Tabelle 17: Werden Sie für die Initiative «Für Ernährungssouveränität» stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	41	34	37	34
Eher Ja	27	28	22	21
Eher Nein	11	14	12	13
Nein	13	18	24	30
Keine Angabe	8	6	5	2
Statistische Unschärfe (±)	3	3	3	3



Tabelle 18: Werden Sie für den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	27	30	29	27
Eher Ja	24	21	18	15
Eher Nein	16	14	12	15
Nein	19	26	35	38
Keine Angabe	14	9	6	5
Statistische Unschärfe (±)	3	3	3	3



## 7 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 19: Werden Sie für die Fair-Food-Initiative stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	40	46	47
Eher Ja	21	27	28
Eher Nein	15	9	8
Nein	21	14	10
Keine Angabe	3	4	7
Statistische Unschärfe ( $\pm$ )	2	3	18

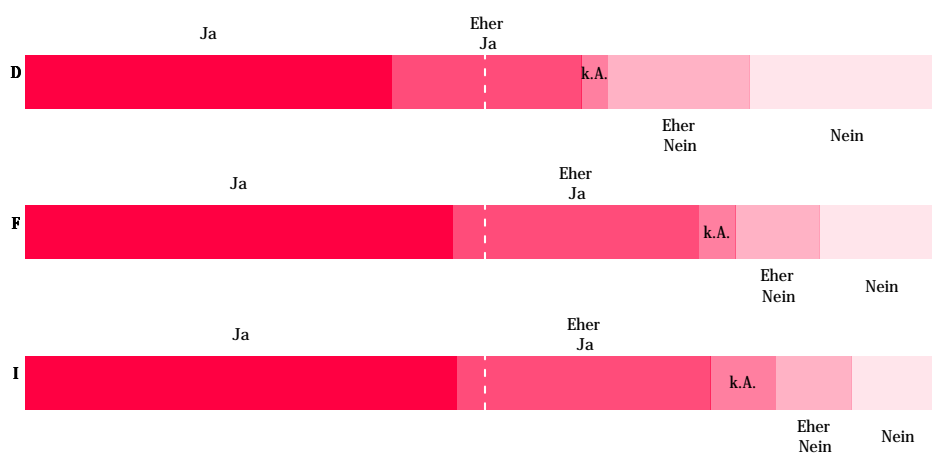


Tabelle 20: Werden Sie für die Initiative «Für Ernährungssouveränität» stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	32	49	41
Eher Ja	23	29	31
Eher Nein	15	7	8
Nein	25	12	11
Keine Angabe	5	3	9
Statistische Unschärfe (±)	2	3	18



Tabelle 21: Werden Sie für den direkten Gegenentwurf zur Velo-Initiative stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	27	30	32
Eher Ja	19	22	28
Eher Nein	14	13	11
Nein	30	21	20
Keine Angabe	10	14	9
Statistische Unschärfe ( $\pm$ )	2	3	18



## 8 Zusatzfrage 'Flankierende Massnahmen'

Tabelle 22: In den Verhandlungen über ein Rahmenabkommen verlangt die EU Zugeständnisse der Schweiz bei den flankierenden Massnahmen. Sind Sie in dieser Frage zu Zugeständnissen bereit, wenn dies die Voraussetzung für das Zustandekommen eines Rahmenabkommens mit der EU ist?

	%
Nein, die Schweiz sollte bei den flankierenden Massnahmen keine Zugeständnisse machen.	38
Ja, das Abkommen ist es wert, dass die Schweiz Kompromisse macht.	20
Es sind höchstens technische Anpassungen bei den flankierenden Massnahmen möglich. Der Arbeitnehmerschutz sollte unter dem Strich gleich bleiben.	20
Weiss nicht.	17
Ja, die flankierenden Massnahmen schaden ohnehin einem liberalen Arbeitsmarkt.	5

Tabelle 23: In den Verhandlungen über ein Rahmenabkommen verlangt die EU Zugeständnisse der Schweiz bei den flankierenden Massnahmen. Sind Sie in dieser Frage zu Zugeständnissen bereit, wenn dies die Voraussetzung für das Zustandekommen eines Rahmenabkommens mit der EU ist?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Es sind höchstens technische Anpassungen bei den flankierenden Massnahmen möglich. Der Arbeitnehmerschutz sollte unter dem Strich gleich bleiben.	14	22	21	21
Ja, das Abkommen ist es wert, dass die Schweiz Kompromisse macht.	15	16	22	28
Ja, die flankierenden Massnahmen schaden ohnehin einem liberalen Arbeitsmarkt.	5	6	5	7
Nein, die Schweiz sollte bei den flankierenden Massnahmen keine Zugeständnisse machen.	30	38	43	39
Weiss nicht.	36	18	9	5
Statistische Unschärfe ( $\pm$ )	3	3	3	3

Tabelle 24: In den Verhandlungen über ein Rahmenabkommen verlangt die EU Zugeständnisse der Schweiz bei den flankierenden Massnahmen. Sind Sie in dieser Frage zu Zugeständnissen bereit, wenn dies die Voraussetzung für das Zustandekommen eines Rahmenabkommens mit der EU ist?

	Männer	Frauen
Es sind höchstens technische Anpassungen bei den flankierenden Massnahmen möglich. Der Arbeitnehmerschutz sollte unter dem Strich gleich bleiben.	21	18
Ja, das Abkommen ist es wert, dass die Schweiz Kompromisse macht.	23	16
Ja, die flankierenden Massnahmen schaden ohnehin einem liberalen Arbeitsmarkt.	6	5
Nein, die Schweiz sollte bei den flankierenden Massnahmen keine Zugeständnisse machen.	39	37
Weiss nicht.	11	24
Statistische Unschärfe ( $\pm$ )	2	3

Tabelle 25: In den Verhandlungen über ein Rahmenabkommen verlangt die EU Zugeständnisse der Schweiz bei den flankierenden Massnahmen. Sind Sie in dieser Frage zu Zugeständnissen bereit, wenn dies die Voraussetzung für das Zustandekommen eines Rahmenabkommens mit der EU ist?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	BDP	GLP
Nein, die Schweiz sollte bei den flankierenden Massnahmen keine Zugeständnisse machen.	27	23	18	72	18	29	24
Ja, das Abkommen ist es wert, dass die Schweiz Kompromisse macht.	27	25	32	3	24	26	28
Es sind höchstens technische Anpassungen bei den flankierenden Massnahmen möglich. Der Arbeitnehmerschutz sollte unter dem Strich gleich bleiben.	22	27	27	9	23	24	24
Weiss nicht.	14	18	18	12	29	16	18
Ja, die flankierenden Massnahmen schaden ohnehin einem liberalen Arbeitsmarkt.	10	7	5	4	6	5	6
Statistische Unschärfe ( $\pm$ )	3	6	3	3	5	9	5

## 9 Technische Details

**Stichprobe:** Die folgenden Resultate basieren auf 7'635 UmfrageteilnehmerInnen (6'113 aus der Deutschschweiz, 1'313 aus der Romandie und 209 aus dem Tessin).

**Stichprobenfehler:** Wie bei allen gewichteten oder ungewichteten Umfragen weist diese Umfrage einen Fehlerbereich aus. Auf einem  $\alpha$  Niveau von 5% liegt der maximale Fehlerbereich bei dieser Umfrage bei  $\pm 1.6\%$ -Punkten für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe.

**Erhebungszeitraum:** Die Umfrage war vom 06. – 07. August 2018 online zugänglich. Die bereinigten Daten wurden für die Analyse nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichtet.

## 10 Statistische Unschärfe

Jede Schätzung, die auf einer Stichprobe basiert, enthält eine statistische Unschärfe. Der Stichprobenfehler, der für die ganze Umfrage angegeben ist, gilt nur für die Auswertungen der ganzen Stichprobe. Bei Analysen nach Untergruppen (bspw. nach Parteien) ist die Anzahl Antworten kleiner was die statistische Unschärfe vergrössert.

Als Lesebeispiel diskutieren wir unten die Unterstützung des Energiegesetzes gemäss der 1. Umfrage-Welle (siehe [Tabelle 26](#), ursprünglich publiziert im Bericht vom 10. April 2017). Die Unschärfe ist am kleinsten für die deutschsprachige Schweiz, da die meisten Befragten Teil dieser Gruppe sind. Der Stichprobenfehler für die italienische Schweiz ist mit  $\pm 10\%$  gross, da deutlich weniger Tessiner an der Umfrage teilgenommen haben. Wie werden diese Ergebnisse nun gelesen? In der Deutschschweiz beträgt die Unterstützung 52% (45% + 7%) und der Stichprobenfehler liegt bei 2%. Hätten wir die Umfrage 100 mal wiederholt, würden wir erwarten, dass bei 95 Umfragen ein Mittelwert zwischen 50% und 54% resultiert. Dieses Intervall (definiert durch den "Unterstützungswert"  $\pm$  "Stichprobenfehler") wird als Konfidenzintervall bezeichnet. Je grösser der Stichprobenfehler, desto grösser wird dieses Intervall.

Tabelle 26: Werden Sie das Energiegesetz annehmen? (erste Welle, Bericht 10.4.2017)

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	45	54	47
Eher Ja	7	15	15
Eher Nein	7	5	12
Nein	39	22	21
Habe mich noch nicht entschieden	2	4	5
Statistische Unschärfe ( $\pm$ )	2	5	10



Weshalb ist das wichtig? Auf Basis obiger Daten lässt sich gut behaupten, dass die Unterstützung in der Deutschschweiz tiefer liegt als in der Westschweiz. Die selbe Aussage über die Unterstützung in der Westschweiz (69%) und der italienischen Schweiz (62%) wäre aber nicht zulässig. Für die Westschweiz ist die untere Grenze des Konfidenzintervalls bei 64% (die obere bei 74%), während die obere Grenze für die italienische Schweiz bei 72% liegt (und die untere bei 52%). Die beiden Konfidenzintervalle überlappen sich also und es ist daher kein signifikanter Unterschied zwischen der Unterstützung in der Westschweiz und der italienischen Schweiz festzumachen. Anders gesagt: Nichts in den Daten weist darauf hin, dass die Unterstützung in der Westschweiz tatsächlich höher ist als in der italienischen Schweiz.<sup>1</sup> Die angegebene statistische Unschärfe erlaubt es also zu beurteilen, bei welchen Vergleichen man von Unterschieden in der Unterstützung gesprochen werden kann und welche innerhalb der Unschärfe liegen.

## 11 Modellbasierte oder designbasierte Umfragen?

Die Standardmethode von Telefonumfragen baute lange Zeit auf der Theorie der Zufallsstichprobe auf. Aus der Stimmbevölkerung wird eine “repräsentative” Stichprobe von 1,000 bis 1,500 Befragten interviewt. Wenn die Stichprobe tatsächlich zufällig generiert wurde—das heisst, alle StimmbürgerInnen haben dieselbe Teilnahmewahrscheinlichkeit—ist die Analyse der Daten vergleichsweise einfach, präzise und robust: Die Unterstützung in der Stichprobe für eine Vorlage kann direkt auf die Stimmbevölkerung extrapoliert werden (wobei noch die Unsicherheit berechnet wird). Die Vorteile der Standardmethode sind die wenigen Annahmen in der Datenauswertung und die elegante theoretische Fundierung. Dieser Ansatz, der in seiner Grundstruktur seit den 1930er Jahren verwendet wird, wird als *designbasierte* Umfrage bezeichnet.

Die Herausforderung (oder Achillesferse) liegt im Generieren einer repräsentativen Zufallsstichprobe. Theoretisch sollte jede Wählerin die gleiche Wahrscheinlichkeit haben, in der Stichprobe interviewt zu werden. In der Praxis ist das wegen Problemen im Abdeckungsgrad und der Nicht-Teilnahme an Umfragen nicht der Fall. Massgebend ist neben der Auswahl der Stichprobe die Erreichbarkeit und Nicht-Teilnahme (bzw. Verweigerung) der Personen, die kontaktiert werden. In aktuellen Telefonumfragen bleiben bis zu 90% der Anrufe unbeantwortet. Über die Jahre ist die Verweigerung und Nicht-Erreichbarkeit deutlich gestiegen (vor 15 Jahren war die Ausschöpfungsquote noch rund doppelt so gut).<sup>2</sup> Problematisch ist die hohe Nicht-Erreichbarkeit und Verweigerung, weil sich die relativ wenig Personen, welche an den Umfragen teilnehmen, systematisch von der grossen Mehrheit unterscheiden, die auch hätte interviewt werden sollten.

Aufgrund dieser Probleme hat sich eine Alternative zu den designbasierten Umfragen entwickelt

---

<sup>1</sup>Dies ist eine konservative Annäherung - korrekterweise ist dieser Unterschied dann nicht signifikant, falls die Differenz der beiden Mittelwerte kleiner als 1.96 mal die Quadratwurzel der Summe der quadrierten Stichprobenfehler ist. Die Regel oben ist aber einfach in der Anwendung und konservativ, d.h. man behauptet nie fälschlicherweise, dass ein Unterschied existiert, wenn er nicht signifikant ist.

<sup>2</sup>Bei der VOX 107 (siehe Technischer Bericht vom 10.7.2012) beispielsweise wurden von 14'331 zufällig generierten und gültigen Telefonnummern 1'507 Personen befragt (Ausschöpfung = 10.5%). In der VOX 72 (siehe Technischer Bericht vom 15.12.2000) war die Ausschöpfungsquote bei 19.5% (1'024 verwendbare Interviews bei 5'244 gültigen Ursprungsnummern) und in der VOX 62 (siehe Technischer Bericht vom 22.10.1997) bei 23% (1'001 verwendbare Interviews bei 4'374 gültigen Ursprungsnummern).



- die *modellbasierte* Umfrage. In diesem Ansatz wird nicht mehr angenommen, dass die Stichprobe repräsentativ für die Gesamtbevölkerung ist, sondern modelliert die Gesamtbevölkerung. Gewichtete Umfragen sind Teil dieses modellbasierten Ansatzes. Die gewichtete Analyse von grossen Onlinestichproben folgt nicht der Theorie der Zufallsstichprobe. Anstatt eine relativ kleine Stichprobe auszuwerten—die über ein Zufallsverfahren hätte zustande kommen sollen—, werden Verzerrungen in Online-Stichproben akzeptiert, aber ausgeglichen. Dabei werden politische, geographische und demographische Informationen in einem mehrstufigen Verfahren analysiert.

In gewichteten Umfragen werden Idealtypen gebildet, bspw. 18-35 jährige Bernerinnen, die in der Stadt wohnt und einen Hochschulabschluss haben. In einem weiteren Schritt werden für die Idealtypen die durchschnittliche Unterstützung zu einer Frage bestimmt. Im letzten Schritt werden die einzelnen Idealtypen entsprechend ihrer Häufigkeit in der Bevölkerung gewichtet. Das erlaubt in einem weiteren Schritt ein gewichtetes Mittel zu schätzen.<sup>3</sup> Auch dieser Ansatz basiert auf Annahmen - eine Annahme ist beispielsweise, dass die 18-35 jährigen Bernerinnen, die Befragt werden für diese spezifische Gruppe repräsentativ sind. Die genauen Details unterscheiden sich, zahlreiche grosse Meinungsforschungsunternehmen setzen jedoch auf diese Verfahren wie z.B. YouGov welches die politischen Umfragen für die New York Times und den Fernsehsender CBS durchführt.

Fazit: Die Stärke der designbasierten Umfrage liegt in den wenigen Annahmen bezüglich der Auswertung der Daten. Ob die Theorie der Zufallsstichprobe anwendbar ist, hängt von der Stichprobe ab. Die Schwierigkeiten über Telefoninterviews eine repräsentative Zufallsstichprobe zu generieren haben stark zugenommen. Einige Massnahmen, wie zum Beispiel die Berücksichtigung von Mobilnummern und die Auswahl der Kontaktpersonen mittels “random digitng”, verbessern zwar den Abdeckungsgrad, lösen aber das Hauptproblem nicht — nämlich die steigende Nicht-Erreichbarkeit und Verweigerung. Die zunehmend genutzte Alternative dazu sind modellbasierte Umfragen.

---

<sup>3</sup>Eine vertiefte Auseinandersetzung mit diesen beiden Ansätzen finden Sie hier: Ansolabehere, Stephen, and Douglas Rivers. “Cooperative Survey Research” *Annual Review of Political Science* 16: 307–329. Der Aufsatz kann hier gelesen werden: <http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-polisci-022811-160625>



## 12 Bisherige Umfragen und Vergleich mit Endergebnis

Die Qualität von Umfragen zu bestimmen ist kein leichtes Unterfangen, da die Unterstützung von Vorlagen sich über die Zeit ändert. Die folgenden Daten hier erlauben jeder Leserin und jedem Leser sich ein eigenes Bild zu machen.

Es gibt zwei mögliche Ansätze, um Umfragen mit dem letztendlichen Abstimmungsergebnis zu vergleichen. Im ersten Ansatz wird die letzte Umfrage vor der Abstimmung mit dem Abstimmungsergebnis verglichen. Dieser Vergleich ist informativ unter der Annahme, dass sich die Meinungen in den letzten zwei bis drei Wochen zwischen der letzten Umfragewelle und der Abstimmung nicht mehr ändern. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, die letzten beiden Umfragewellen linear zu extrapolieren. Dieser zweite Ansatz geht davon aus, dass der Meinungswandel konstant ist und sich auch im Zeitraum zwischen der letzten Umfragewelle und der Abstimmung fortsetzt. Beide Ansätze beruhen auf Annahmen. Ob die jeweilige Annahme in einem konkreten Fall zutrifft oder nicht ist eine empirische Frage. Im folgenden werden beide Gegenüberstellungen präsentiert.

Tabelle 27: Letzte Umfrage und tatsächliches Resultat

Vorlage	Tamedia Ja %	SRG Trendumfrage Ja %	Abstimmungsergebnis	Näher am Abstimmungsergebnis
Masseneinwanderung	49	43	50	Tamedia
FABI	46	56	62	SRG Trendumfrage
Abtreibung	28	36	30	Tamedia
Gripen	43	44	47	SRG Trendumfrage
Pädophilen Initiative	66	59	64	Tamedia
Mindestlohn	30	30	24	Tamedia/SRG Trendumfrage
Med. Grundversorgung	76	71	88	Tamedia
Öffentliche KK	48	38	38	SRG Trendumfrage
MWST Gastro	37	41	29	Tamedia
Pauschalbesteuerung	44	42	41	SRG Trendumfrage
Ecopop	36	39	26	Tamedia
Gold	28	38	23	Tamedia
Familieninitiative	39	40	25	Tamedia
Energieinitiative	12	19	8	Tamedia
Erbschaftsteuer	29	34	29	Tamedia
Präimplantationsdiagnostik	56	46	62	Tamedia
Radio & TV Gesetz	41	43	50	SRG Trendumfrage
Stipendieninitiative	39	38	28	SRG Trendumfrage
Durchsetzungsinitiative	43	46	41	Tamedia
Zweite Gotthardröhre	54	56	57	SRG Trendumfrage
Heiratsstrafe abschaffen	49	53	49	Tamedia
Spekulationsstopp	39	31	40	Tamedia
Asylgesetz	55	60	67	SRG Trendumfrage
Milchkuh	41	40	29	SRG Trendumfrage
Bedingungsloses Grundeinkommen	37	26	23	SRG Trendumfrage
Pro Service Public	48	40	32	SRG Trendumfrage
FPMG	55	keine Umfrage	62	×
Grüne Wirtschaft	42	51	32	Tamedia
AHVplus	49	41	41	SRG Trendumfrage
NDG	58	53	67	Tamedia
Atomausstieg	57	48	46	SRG Trendumfrage
Erleichterte Einbürgerung	55	66	60	Tamedia
Finanzierung Strassenverkehr	60	62	62	SRG Trendumfrage
USR III	45	45	41	Tamedia/SRG Trendumfrage
Energiegesetz	53	56	58	SRG Trendumfrage
Ernährungssicherheit	67	69	79	SRG Trendumfrage
MWST AHV	51	50	50	SRG Trendumfrage
Altersvorsorge	48	51	47	Tamedia
Vollgeld	29	34	24	Tamedia
Geldspielgesetz	55	58	73	SRG Trendumfrage

Wird die letzte Umfrage vor den Abstimmungen mit dem Endergebnis verglichen (siehe Tabelle 27), liegt die Tamedia Abstimmungsumfrage in der Hälfte aller Abstimmungen näher am amtlichen End-

ergebnis als die **SRG Trendumfrage**. Bei diesem Kriterium ergibt sich keine Differenz zwischen den beiden Umfragen.

Ein weiterer Vergleich besteht darin, die letzten zwei Umfragewellen lineare zu extrapolieren – dies wird normalerweise als Trend bezeichnet. In Tabelle 28 sind die letzten beiden Umfragewellen abgebildet und das erwartete Ergebnis basierend auf dem linearen Trend. Damit dieser Vergleich valide ist bedarf es der Annahme, dass sich die Unterstützung im Laufe einer Kampagne linear zur Zeit verändert. Die Resultate sind bei dieser Gegenüberstellung deutlich – in 54% der Fälle liegt der Tamedia-Abstimmungstrend näher am amtlichen Ergebnis als die SRG Trendumfrage.

Tabelle 28: Lineare Projektion und tatsächliches Resultat

Vorlage	SRG Trendumfrage		Tamedia		Projektion		Näher am Abstimmungs- ergebnis
	≈ 7 W vor Abstimmung	≈ 3 W vor Abstimmung	≈ 5 W vor Abstimmung	≈ 2 W vor Abstimmung	SRG Trendumfrage	Tamedia	
Masseneinwanderung	37	43	×	49	47.5	×	×
FABI	56	56	×	46	56.0	×	×
Abtreibung	35	36	×	28	36.8	×	×
Gripen	42	44	36	43	45.5	47.7	Tamedia
Pädophile	74	59	72	66	47.8	62.0	Tamedia
Mindestlohn	40	30	35	30	22.5	26.7	SRG Trendumfrage
Med Grundversorgung	66	71	75	76	74.8	76.7	Tamedia
Oeffentliche KK	40	38	49	48	36.5	47.3	SRG Trendumfrage
MWST Restaurant	41	41	46	37	41.0	31.0	Tamedia
Pauschalbesteuerung	48	42	49	44	37.5	40.7	Tamedia
Ecopop	35	39	46	36	42.0	29.3	Tamedia
Gold	44	38	38	28	33.5	21.3	Tamedia
EnergieMWSt	29	19	13	12	11.5	11.3	Tamedia
Familien	52	40	57	39	31.0	27.0	Tamedia
Erbsteuer	38	34	27	29	31.0	30.3	Tamedia
PID	40	46	37	56	50.5	68.7	Tamedia
RTVG	46	43	36	41	40.8	44.3	Tamedia
Stipendien	49	38	47	39	29.8	33.7	SRG Trendumfrage
Durchsetzung	51	46	51	43	42.25	37.7	SRG Trendumfrage
Gotthardtunnel	64	56	56	54	50.0	52.7	Tamedia
CVP Heiratsinitiative	67	53	61	49	42.5	41.0	SRG Trendumfrage
Spekulationsstopp JUSO	48	31	40	39	18.3	38.3	Tamedia
AsylG	59	60	49	55	60.8	59.0	SRG Trendumfrage
Milchkuh	42	40	51	41	38.5	34.3	Tamedia
bdgsl GrundEink	24	26	33	37	27.5	39.7	SRG Trendumfrage
Pro Service Public	58	46	59	48	37.0	40.7	SRG Trendumfrage
FPMG	×	×	48	55	×	59.7	×
Grüne Wirtschaft	61	51	48	42	43.5	38.0	Tamedia
AHVplus	49	40	54	49	33.3	45.7	Tamedia
NDG	58	53	59	58	49.3	57.3	Tamedia
AtomAusstieg	57	48	56	57	41.3	57.7	SRG Trendumfrage
Erleichterte Einbürgerung	74	66	51	55	60.0	57.7	SRG Trendumfrage
Finanzierung Strassenverkehr	60	62	52	60	63.5	65.3	SRG Trendumfrage
USR III	50	45	44	45	41.3	45.7	SRG Trendumfrage
Energiegesetz	61	56	55	53	52.3	51.7	SRG Trendumfrage
Ernährungssicherheit	65	69	63	67	72	69.7	SRG Trendumfrage
MWST AHV	53	50	51	51	47.8	51	SRG Trendumfrage
Altersvorsorge	53	51	47	48	49.5	48.7	Tamedia
Vollgeld	35	34	39	29	33.3	22.3	Tamedia
Geldspielgesetz	52	58	47	55	62.5	60.3	SRG Trendumfrage

Beide Vergleiche – basierend auf unterschiedlichen Annahmen – weisen in dieselbe Richtung: Die Tamedia Abstimmungsumfragen sind im Vergleich sehr gut und schneiden mindestens so gut, wenn nicht besser ab, als alternative Umfragen - können im Einzelfall aber wie jede Umfrage vom Ergebnis abweichen. Diese Gegenüberstellungen zeigen die Leistungsfähigkeit des in den Tamedia-Umfragen verwendeten innovativen modellbasierten Ansatzes.



### **Konzeption und Durchführung der Tamedia Abstimmungsumfrage**

Die vorliegende Umfrage wurde von der LeeWas GmbH in Zusammenarbeit mit Tamedia entwickelt und durchgeführt. Die LeeWas GmbH ist auf Umfragen und datengestützte Serviceleistungen spezialisiert.

### **LeeWas GmbH**

LeeWas wurde von Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen als Spinoff ihrer gemeinsamen Forschungstätigkeit gegründet. Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen beschäftigen sich seit Jahren mit den modernsten Methoden der Umfrageforschung und haben dazu auch in führenden wissenschaftlichen Zeitschriften publiziert. [www.leewas.ch](http://www.leewas.ch)

### **Autoren**

Lucas Leemann ist Assistenzprofessor an der Universität Zürich. Vorher hat er am University College London und an der University of Essex gearbeitet. Er hat seine Doktorarbeit an der Columbia Universität geschrieben und unterrichtet komplexe statistische Anwendungen an verschiedenen Universitäten (University College London, Essex, Zürich, Waseda Tokio, Wien).

Fabio Wasserfallen ist Associate Professor an der Universität Salzburg und Gastprofessor an der Universität Zürich. Er hat seine Doktorarbeit an der Universität Zürich geschrieben, habilitierte an der Universität Salzburg und war für einjährige Forschungsaufenthalte in Harvard und Princeton. Zur Zeit ko-kordiniert er das Horizon 2020 Projekt “EMU Choices”, welches die politischen Zusammenhänge der Eurokrise untersucht.

### **Über Tamedia**

Tamedia ist die führende private Schweizer Mediengruppe. Die Digitalplattformen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften von Tamedia bieten Überblick, Einordnung und Selektion. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'400 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Luxemburg, Deutschland und Österreich und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

[www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch)

### **Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge**

Wir freuen uns über Ihre Rückmeldung oder allfällige Verbesserungsvorschläge und Ideen. Senden Sie eine E-mail an [info@leewas.ch](mailto:info@leewas.ch).

