

Tamedia

Abstimmungsumfrage



Tamedia Abstimmungsumfrage

Eidgenössische Volksabstimmungen vom 19. Mai 2019

Auswertung 2. Umfragewelle

Sperrfrist: 24. April, 6.00 Uhr

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1 Zusammenfassung | 3 |
| 2 Zustimmung zur Vorlage | 6 |
| 3 Argumente | 7 |
| 4 Unterstützung nach Parteien | 9 |
| 5 Unterstützung nach Geschlecht | 11 |
| 6 Unterstützung nach Alter | 12 |
| 7 Unterstützung nach Sprachgruppen | 14 |
| 8 Unterstützung nach Siedlungstyp | 16 |
| 9 Technische Details | 18 |
| 10 Statistische Unschärfe | 18 |
| 11 Modellbasierte oder designbasierte Umfragen? | 19 |
| 12 Bisherige Umfragen und Vergleich mit Endergebnis | 21 |

Projektleitung: Christoph Zimmer, Chief Product Officer Tamedia, christoph.zimmer@tamedia.ch

Projektkoordination: Daniel Waldmeier, daniel.waldmeier@20minuten.ch

Konzeption, Entwicklung & Durchführung: LeeWas GmbH,

Lucas Leemann, leemann@leewas.ch & Fabio Wasserfallen, wasserfallen@leewas.ch

Weiterführende Informationen zu den Tamedia Umfragen: www.tamedia.ch/umfragen

Generelle Informationen zu online und modellbasierten Umfrageanalysen: www.leewas.ch

© LeeWas GmbH und Tamedia AG, 2019



1 Tamedia-Abstimmungsumfrage: Bei beiden Vorlagen zeichnet sich ein Ja ab

Nach wie vor befürworten 62 Prozent der Stimmberechtigten die AHV-Steuer-Vorlage. Rund einen Monat vor dem Urnengang zeichnet sich auch bei der Revision des Waffenrechts ein Ja ab: 55 Prozent sprechen sich laut der 2. Welle der Tamedia-Abstimmungsumfrage für die Vorlage aus.

Zürich, 24. April 2019 – Die Schweizer Mediengruppe Tamedia hat auf ihren Newsportalen die zweite Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung vom 19. Mai 2019 durchgeführt. 10'815 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 16. und 17. April 2019 online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,7 Prozentpunkten.

AHV-Steuer-Vorlage: Stabile Zustimmung

Bei der Steuerreform sind die Befürworter weiterhin auf Kurs. Wie schon in der ersten Befragung von Anfang April wollen 62 Prozent der Stimmberechtigten der Vorlage zustimmen. 32 Prozent wollen ein Nein in die Urne legen, während 6 Prozent keine Angaben zu ihren Stimmabsichten machten. Verschiebungen sind weiterhin möglich. Der hohe Anteil von «Eher Ja»-Antworten deutet darauf hin, dass die Meinungsbildung noch nicht abgeschlossen ist.

Am tiefsten ist die Zustimmung bei den Anhängern der Polparteien, die auch keine Ja-Parole herausgegeben haben. Laut der Tamedia-Umfrage wollen 51 Prozent der SVP-Wähler und 53 Prozent der Grünen-Wähler ein Ja auf den Stimmzettel schreiben. Auf grosse Zustimmung stösst die Steuerreform dagegen bei den Wählern der Freisinnigen. 75 Prozent befürworten sie derzeit.

Senioren besonders deutlich für den Deal

Die Vorlage sieht neben der Abschaffung der Steuerprivilegien für Statusgesellschaften vor, dass die AHV jährlich zwei Milliarden Franken mehr erhält. Derzeit stimmen der Vorlage alle Altersgruppen mehrheitlich zu. Die Zustimmung steigt mit dem Alter aber merklich an. Während bei den 18- bis 34-jährigen Stimmberechtigten 56 Prozent Ja sagen, sind es bei den über 65-Jährigen 68 Prozent.

Für viele Befürworter der AHV-Steuer-Vorlage ist das wichtigste Argument, dass die Vorlage ein typisch schweizerischer Kompromiss sei, der gleich zwei Probleme auf einmal löse. Hauptargument gegen die Vorlage ist aus Sicht der Gegner, dass die Vorlage zwei sachfremde Themen miteinander verknüpfe, was undemokratisch sei.

Waffenrecht: SVP gegen den Rest

Auch bei der Revision des Waffenrechts, mit der die verschärfte EU-Waffenrichtlinie ins Schweizer Recht überführt werden soll, zeichnet sich ein Ja ab. 55 Prozent stimmen der Vorlage derzeit zu – die Unterstützung ist damit im Vergleich zur ersten Befragung um 2 Prozentpunkte gestiegen. 44 Prozent sprechen sich gegen die Vorlage aus, während 1 Prozent keine Angaben zu seinen Stimmabsichten



machte.

Aus Sicht einer Mehrheit der Befürworter ist das Hauptargument für ein Ja, dass die Schweiz im Falle einer Annahme am 19. Mai garantiert nicht aus dem Sicherheitsverbund Schengen/Dublin ausgeschlossen würde. Viele Gegner sind dagegen der Ansicht, dass die Schweiz EU-Recht aus Prinzip nicht dynamisch übernehmen sollte.

Wie schon in der ersten Umfrage lehnt einzig die SVP-Wählerschaft die Vorlage mehrheitlich ab. Von deren Wähler sind nur 17 Prozent für die Revision. Sehr deutlich ist die Zustimmung hingegen im linken Lager. So sagen derzeit 84 Prozent der SP-Wähler und 80 Prozent der Grünen-Wähler Ja.

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 sind unter 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, Medienverantwortlicher Tamedia
+41 44 248 42 45, 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 3'700 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.

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

Technische Eckdaten

Die folgenden Resultate basieren auf 10'815 nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichteten Antworten von UmfrageteilnehmerInnen (8'715 aus der Deutschschweiz, 1'645 aus der Romandie und 455 aus dem Tessin).

- Umfragetage: 16. – 17. April 2019
- Auswertungszeitraum: 17. – 19. April 2019
- Stichproben-Fehlerbereich: $\pm 1.7\%$ Punkte (für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe). Bei Subanalysen ist der korrekte Fehlerbereich in der Tabelle angegeben.



2 Zustimmung zur Vorlage

Tabelle 1: Werden Sie für die Steuer-AHV-Vorlage stimmen?

| | % |
|--------------|----|
| Ja | 44 |
| Eher Ja | 18 |
| Eher Nein | 9 |
| Nein | 23 |
| Keine Angabe | 6 |

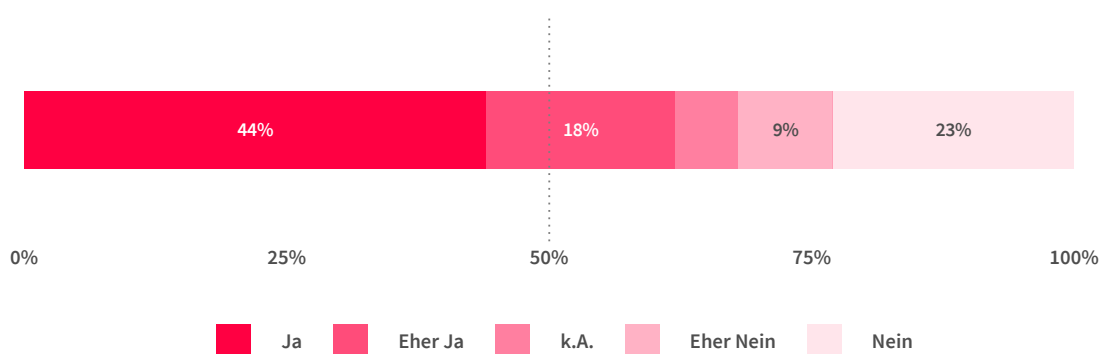
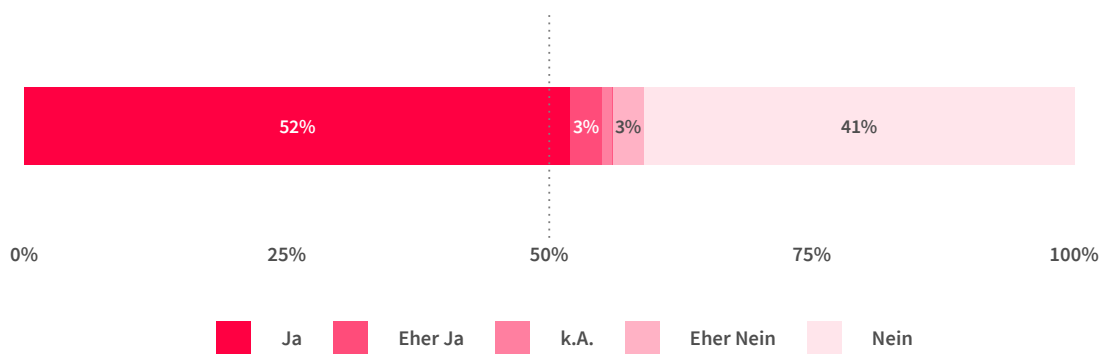


Tabelle 2: Werden Sie für die Änderung des Waffengesetzes stimmen?

| | % |
|--------------|----|
| Ja | 52 |
| Eher Ja | 3 |
| Eher Nein | 3 |
| Nein | 41 |
| Keine Angabe | 1 |



3 Argumente

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

Tabelle 3: Welches Argument spricht am ehesten für die Steuer-AHV-Vorlage?

| | % |
|---|----|
| Das Paket ist ein typisch schweizerischer Kompromiss und löst gleich zwei drängende Probleme der Schweiz auf einmal. | 37 |
| Die Vorlage stärkt die AHV und leistet einen substanziellen Beitrag zur Sicherung der Renten. | 35 |
| Die Schweiz muss die Steuerprivilegien für international tätige Konzerne angesichts des internationalen Drucks und drohender Sanktionen endlich abschaffen. | 16 |
| Die Vorlage sichert Arbeitsplätze und langfristig auch Steuereinnahmen. | 5 |
| Ein anderes. | 3 |
| Keines. | 3 |
| Die Vorlage fördert Innovationen, weil Unternehmen für Patente neu von tieferen Steuern profitieren können. | 1 |

Tabelle 4: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Steuer-AHV-Vorlage?

| | % |
|---|----|
| Die Verknüpfung zweier sachfremder Themen im Steuer-AHV-Kuhhandel ist undemokratisch, weil sie eine unverfälschte Stimmabgabe verhindert. | 43 |
| Die Zeche für die Steuergeschenke für die Konzerne wird die Bevölkerung mit höheren Steuern bezahlen. | 23 |
| Bei der AHV braucht es dringend strukturelle Reformen statt einer Geldspritze. | 15 |
| Die Vorlage beschert Bund, Kantone und Gemeinden Milliardenverluste. | 11 |
| Ein anderes. | 3 |
| Die Schweiz bleibt die Lokomotive des internationalen Steuerdumpings. | 2 |
| Keines. | 3 |

Tabelle 5: Welches Argument spricht am ehesten für die Änderung des Waffengesetzes?

| | % |
|--|----|
| Die Übernahme der EU-Waffenrichtlinie garantiert, dass die Schweiz Teil des Sicherheitsverbundes Schengen/Dublin bleibt. | 59 |
| Verschärfte Vorschriften für halbautomatische Waffen mit einem grossen Magazin sorgen für mehr Sicherheit. | 27 |
| Für Schützen gibt es bloss administrative Änderungen und das auch nur für einen Teil von ihnen. | 7 |
| Der Bundesrat hat erreicht, dass Armeeangehörige ihre Ordonnanzwaffe weiterhin übernehmen können. | 4 |
| Ein anderes. | 2 |
| Keines. | 1 |

Tabelle 6: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Änderung des Waffengesetzes?

| | % |
|---|----|
| Die Schweiz sollte EU-Recht aus Prinzip nicht automatisch/dynamisch übernehmen. | 33 |
| Die Vorlage nützt nichts im Kampf gegen Kriminalität und Terror. | 26 |
| Die Übernahme der EU-Waffenrichtlinie ist ein erster Schritt zur Entwaffnung des Volkes. | 21 |
| Die Übernahme der EU-Waffenrichtlinie verstösst gegen die Bundesverfassung. | 9 |
| Die Vorlage schädigt die Tradition des Schiesssports. | 5 |
| Die Bedingungen, um als Sportschütze mit einem Sturmgewehr zu schiessen, werden verschärft. | 3 |
| Ein anderes. | 1 |
| Keines. | 2 |

4 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 7: Werden Sie für die Steuer-AHV-Vorlage stimmen?

| | FDP | CVP | SP | SVP | GPS | BDP | GLP |
|----------------------------|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|
| Ja | 58 | 55 | 46 | 33 | 35 | 48 | 44 |
| Eher Ja | 17 | 15 | 17 | 18 | 18 | 18 | 21 |
| Eher Nein | 9 | 8 | 8 | 10 | 10 | 11 | 12 |
| Nein | 12 | 17 | 23 | 30 | 31 | 17 | 20 |
| Keine Angabe | 4 | 5 | 6 | 9 | 6 | 6 | 3 |
| Statistische Unschärfe (±) | 4 | 6 | 4 | 3 | 6 | 10 | 5 |

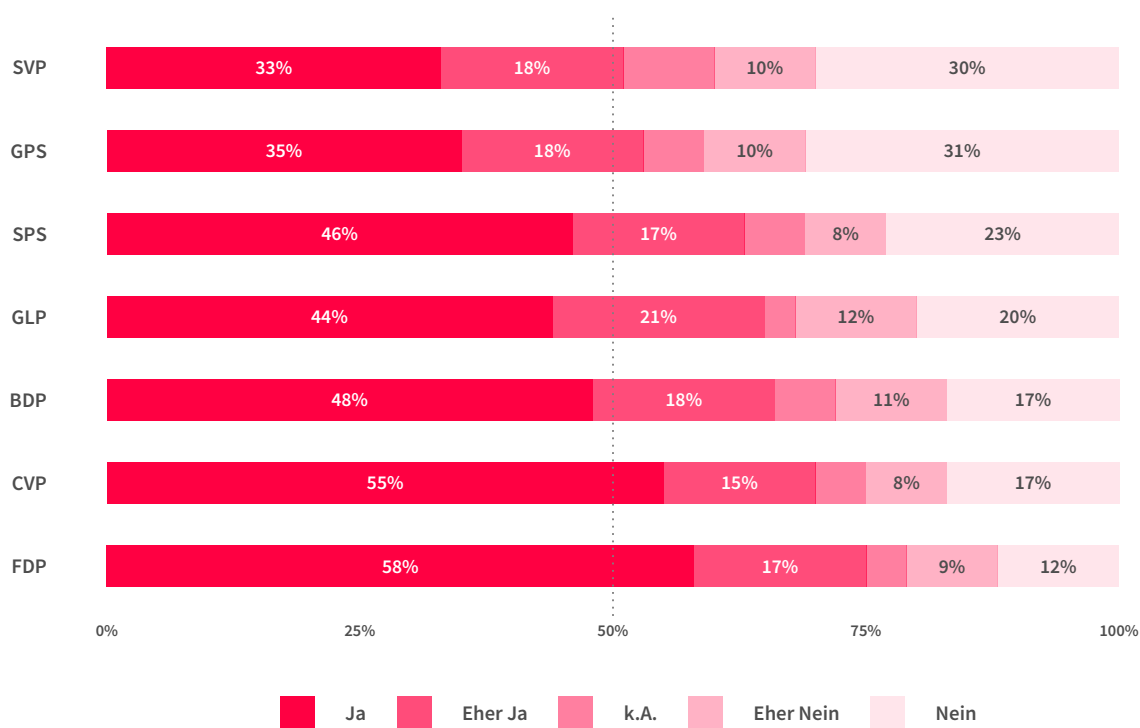
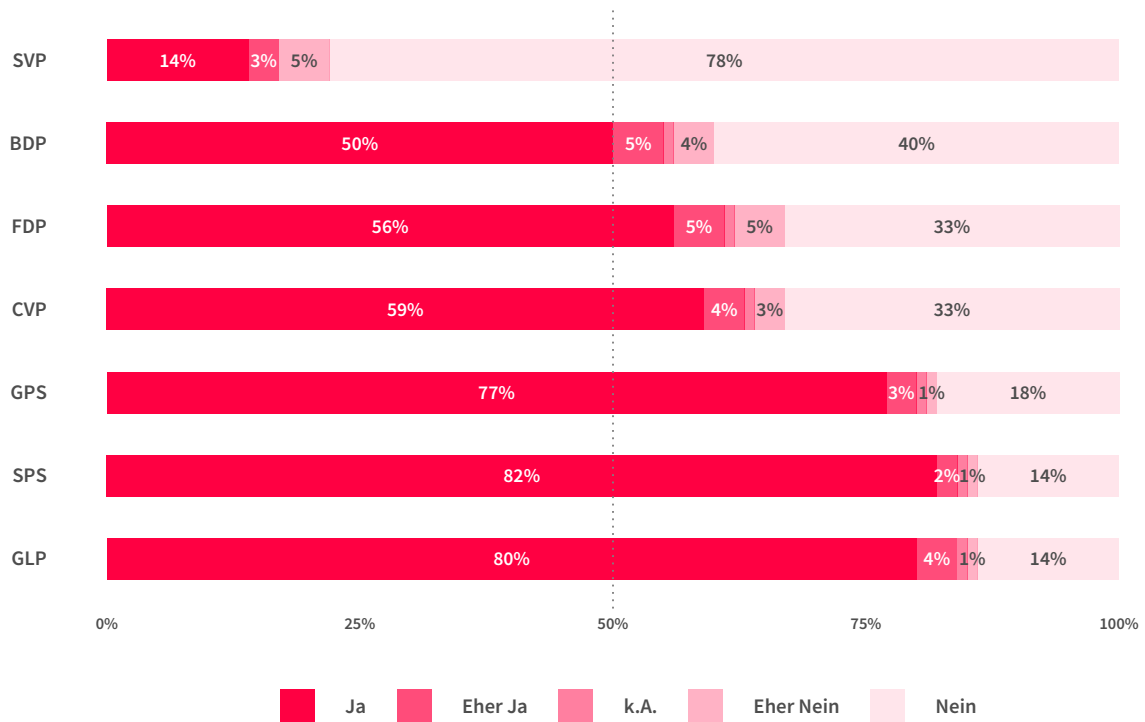


Tabelle 8: Werden Sie für die Änderung des Waffengesetzes stimmen?

| | FDP | CVP | SP | SVP | GPS | BDP | GLP |
|----------------------------|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|
| Ja | 56 | 59 | 82 | 14 | 77 | 50 | 80 |
| Eher Ja | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| Eher Nein | 5 | 3 | 1 | 5 | 1 | 4 | 1 |
| Nein | 33 | 33 | 14 | 78 | 18 | 40 | 14 |
| Keine Angabe | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Statistische Unschärfe (±) | 4 | 6 | 4 | 3 | 6 | 10 | 5 |



5 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 9: Werden Sie für die Steuer-AHV-Vorlage stimmen?

| | Männer | Frauen |
|----------------------------|--------|--------|
| Ja | 47 | 41 |
| Eher Ja | 16 | 19 |
| Eher Nein | 9 | 10 |
| Nein | 23 | 23 |
| Keine Angabe | 5 | 7 |
| Statistische Unschärfe (±) | 2 | 3 |

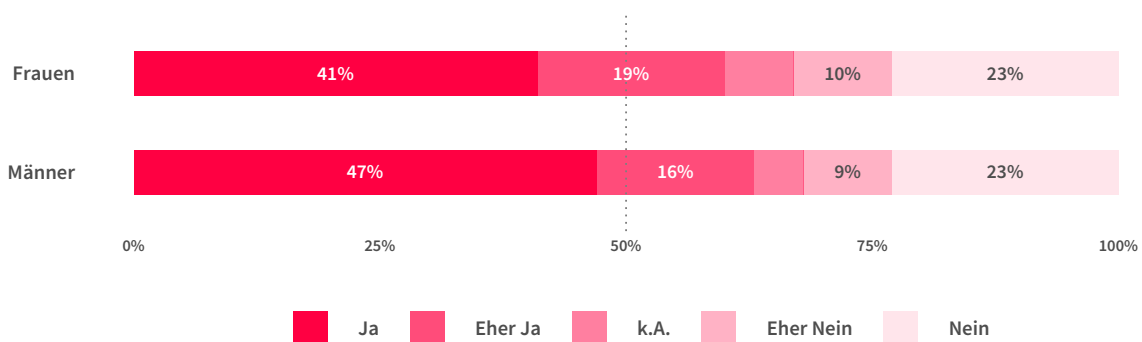
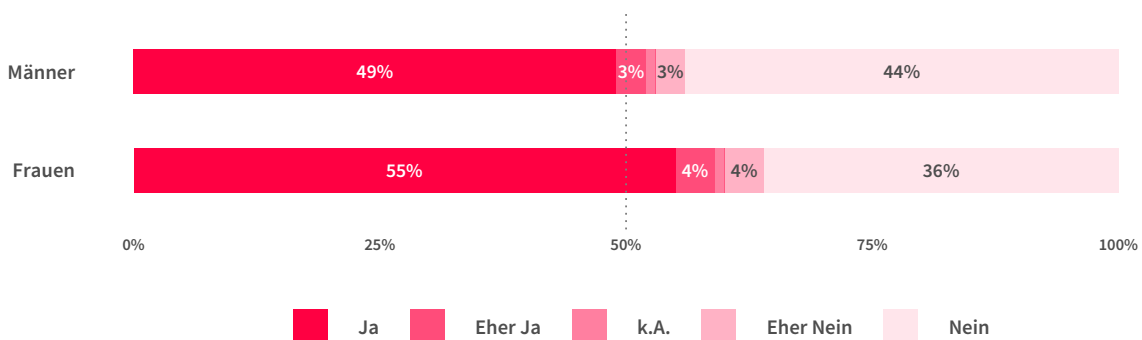


Tabelle 10: Werden Sie für die Änderung des Waffengesetzes stimmen?

| | Männer | Frauen |
|----------------------------|--------|--------|
| Ja | 49 | 55 |
| Eher Ja | 3 | 4 |
| Eher Nein | 3 | 4 |
| Nein | 44 | 36 |
| Keine Angabe | 1 | 1 |
| Statistische Unschärfe (±) | 2 | 3 |



6 Unterstützung nach Alter

Tabelle 11: Werden Sie für die Steuer-AHV-Vorlage stimmen?

| | 18-34 | 35-49 | 50-64 | über 65 |
|----------------------------|-------|-------|-------|---------|
| Ja | 31 | 38 | 46 | 59 |
| Eher Ja | 25 | 22 | 16 | 9 |
| Eher Nein | 14 | 11 | 8 | 6 |
| Nein | 17 | 23 | 27 | 23 |
| Keine Angabe | 13 | 6 | 3 | 3 |
| Statistische Unschärfe (±) | 4 | 4 | 3 | 3 |

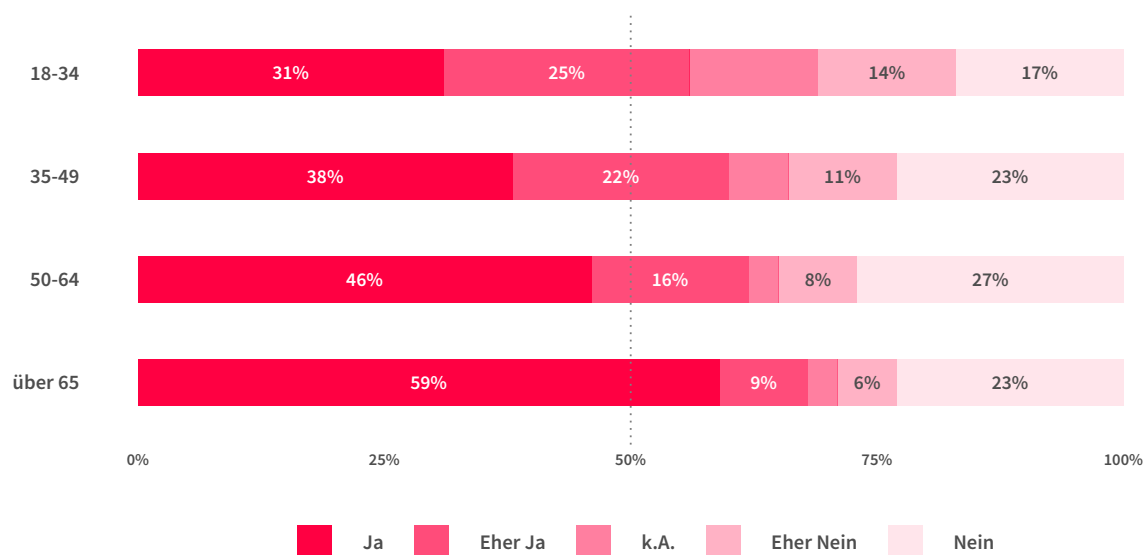
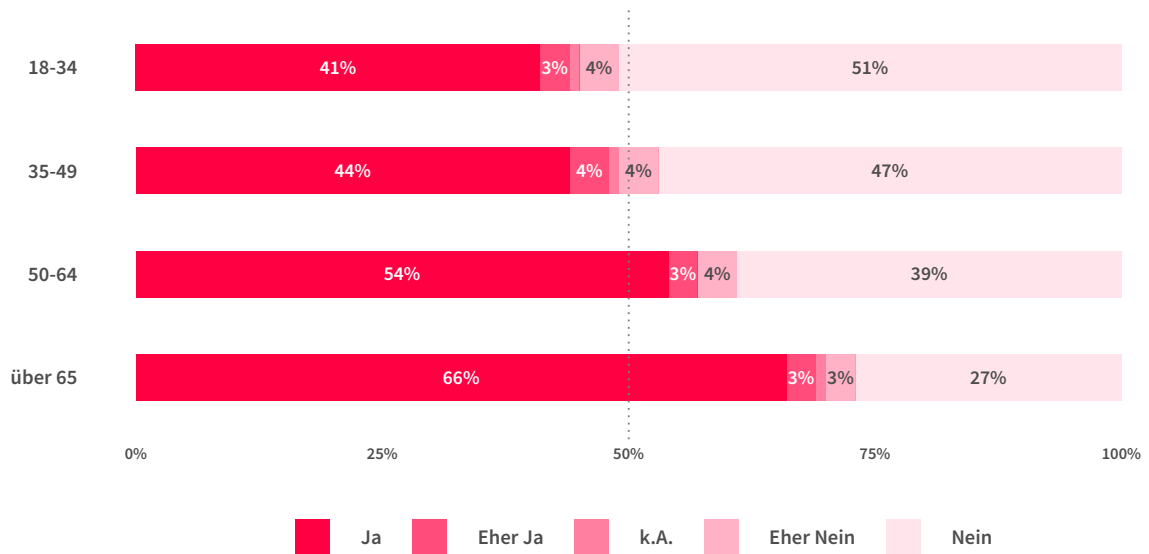


Tabelle 12: Werden Sie für die Änderung des Waffengesetzes stimmen?

| | 18-34 | 35-49 | 50-64 | über 65 |
|----------------------------|-------|-------|-------|---------|
| Ja | 41 | 44 | 54 | 66 |
| Eher Ja | 3 | 4 | 3 | 3 |
| Eher Nein | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Nein | 51 | 47 | 39 | 27 |
| Keine Angabe | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Statistische Unschärfe (±) | 4 | 4 | 3 | 3 |



7 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 13: Werden Sie für die Steuer-AHV-Vorlage stimmen?

| | Deutsch | Französisch | Italienisch |
|----------------------------------|---------|-------------|-------------|
| Ja | 43 | 47 | 45 |
| Eher Ja | 17 | 19 | 21 |
| Eher Nein | 10 | 8 | 8 |
| Nein | 24 | 19 | 15 |
| Keine Angabe | 6 | 7 | 11 |
| Statistische Unschärfe (\pm) | 2 | 4 | 8 |

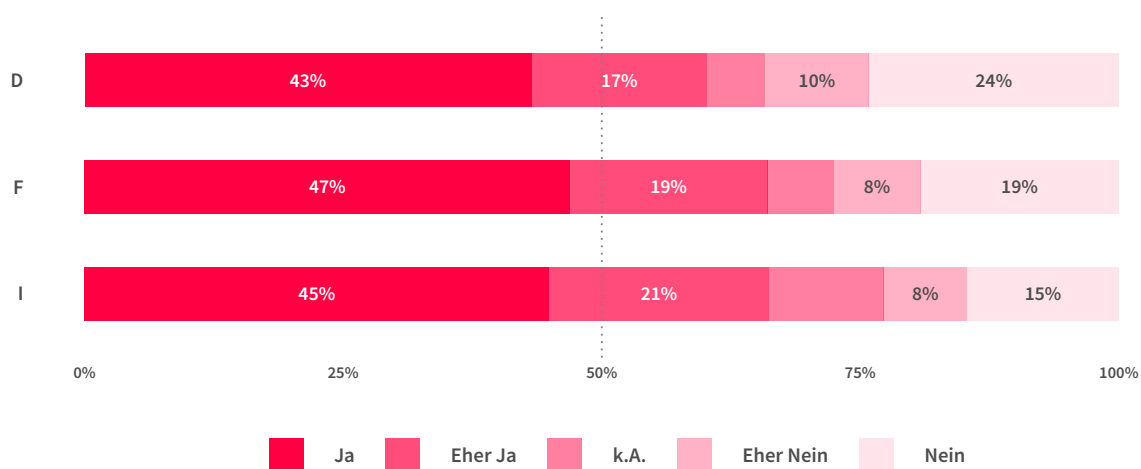
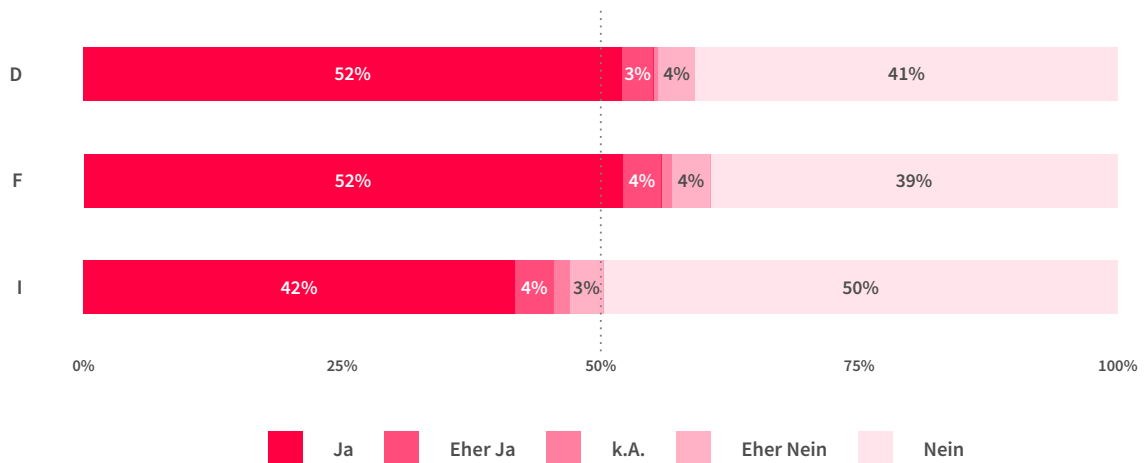


Tabelle 14: Werden Sie für die Änderung des Waffenrechts stimmen?

| | Deutsch | Französisch | Italienisch |
|----------------------------|---------|-------------|-------------|
| Ja | 52 | 52 | 42 |
| Eher Ja | 3 | 4 | 4 |
| Eher Nein | 4 | 4 | 3 |
| Nein | 41 | 39 | 50 |
| Keine Angabe | 0 | 1 | 1 |
| Statistische Unschärfe (±) | 2 | 4 | 8 |



8 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 15: Werden Sie für die Steuer-AHV-Vorlage stimmen?

| | Stadt | Agglo | Land |
|----------------------------|-------|-------|------|
| Ja | 43 | 45 | 43 |
| Eher Ja | 17 | 18 | 18 |
| Eher Nein | 10 | 9 | 10 |
| Nein | 24 | 23 | 22 |
| Keine Angabe | 6 | 5 | 7 |
| Statistische Unschärfe (±) | 3 | 3 | 3 |

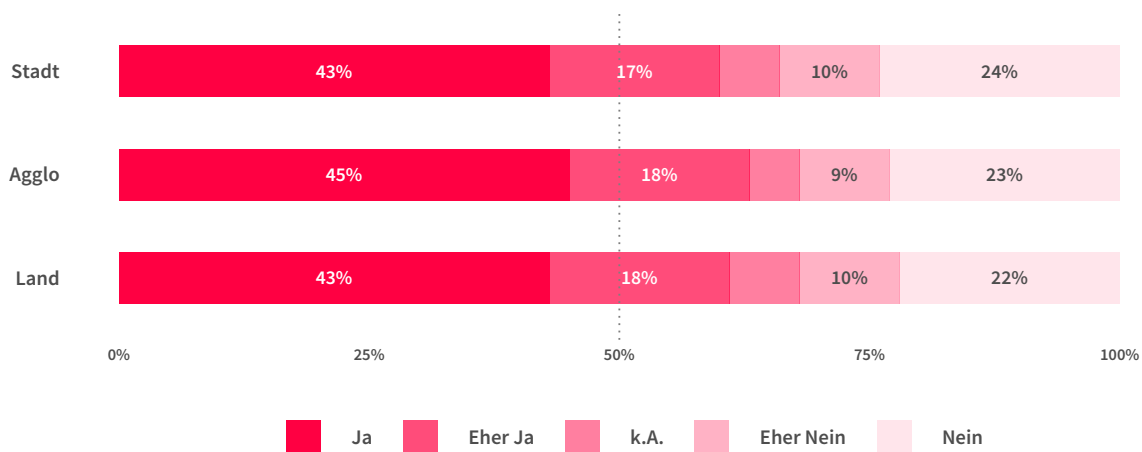
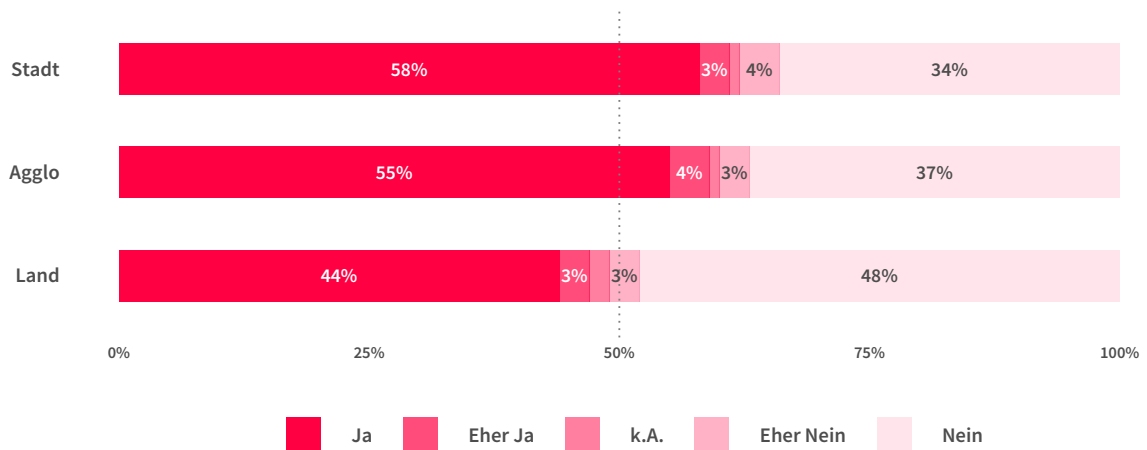


Tabelle 16: Werden Sie für die Änderung des Waffengesetzes stimmen?

| | Stadt | Agglo | Land |
|----------------------------|-------|-------|------|
| Ja | 58 | 55 | 44 |
| Eher Ja | 3 | 4 | 3 |
| Eher Nein | 4 | 3 | 3 |
| Nein | 34 | 37 | 48 |
| Keine Angabe | 1 | 1 | 2 |
| Statistische Unschärfe (±) | 3 | 3 | 3 |



9 Technische Details

Stichprobe: Die folgenden Resultate basieren auf 10'815 UmfrageteilnehmerInnen (8'715 aus der Deutschschweiz, 1'645 aus der Romandie und 455 aus dem Tessin).

Stichprobenfehler: Wie bei allen gewichteten oder ungewichteten Umfragen weist diese Umfrage einen Fehlerbereich aus. Auf einem α -Niveau von 5% liegt der maximale Fehlerbereich bei dieser Umfrage bei $\pm 1.7\%$ -Punkten für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe.

Erhebungszeitraum: Die Umfrage war vom 16. – 17. April 2019 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 ersten Umfrage-Welle (siehe **Tabelle 17**, 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 17: 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.¹ 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).² 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

¹Dies 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.

²Bei 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.³ 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 digitling", verbessern zwar den Abdeckungsgrad, lösen aber das Hauptproblem nicht — nämlich die steigende Nicht-Erreichbarkeit und Verweigerung. Die zunehmend genutzte Alternative dazu sind modellbasierte Umfragen.

³Eine 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 tatsächlichen 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.

Wird die letzte Umfrage vor den Abstimmungen mit dem Endergebnis verglichen (siehe Tabelle 18), liegt die Tamedia Abstimmungsumfrage in mehr als der Hälfte aller Abstimmungen näher am amtlichen Endergebnis als die [SRG Trendumfrage](#).

Ein weiterer Vergleich besteht darin, die letzten zwei Umfragewellen linear zu extrapolieren – dies wird normalerweise als Trend bezeichnet. In Tabelle 19 sind die letzten beiden Umfragewellen abgebildet sowie das auf dem linearen Trend zu erwartende Ergebnis. Damit dieser Vergleich valide ist bedarf es der Annahme, dass sich die Unterstützung im Laufe einer Kampagne linear zur Zeit verändert. Der Tamedia-Trend liegt in deutlich mehr als der Hälfte aller Abstimmungen näher am amtlichen Endergebnis als die 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 ab als alternative Umfragen. Sie können im Einzelfall aber, wie jede Umfrage, vom Ergebnis abweichen.

Tabelle 18: 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 | X |
| 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 |
| NoBillag | 39 | 33 | 28 | SRG Trendumfrage |
| Vollgeld | 29 | 34 | 24 | Tamedia |
| Geldspielgesetz | 55 | 58 | 73 | SRG Trendumfrage |
| Fair Food | 43 | 53 | 39 | Tamedia |
| Ernährungssouveränität | 39 | 49 | 32 | Tamedia |
| Gegenentwurf Velo | 57 | 69 | 74 | SRG Trendumfrage |
| Hornkuh-Initiative | 45 | 49 | 45 | Tamedia |
| Selbstbestimmung | 40 | 37 | 34 | SRG Trendumfrage |
| Versicherungsdetektive | 67 | 59 | 65 | Tamedia |
| Zersiedelungsinitiative | 37 | 47 | 36 | Tamedia |

Tabelle 19: 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 | Tamedia |
| Altersvorsorge | 53 | 51 | 47 | 48 | 49.5 | 48.7 | Tamedia |
| NoBillag | 38 | 33 | 38 | 39 | 29.3 | 39.7 | SRG Trendumfrage |
| Vollgeld | 35 | 34 | 39 | 29 | 33.3 | 22.3 | Tamedia |
| Geldspielgesetz | 52 | 58 | 47 | 55 | 62.5 | 60.3 | SRG Trendumfrage |
| Fair Food | 78 | 53 | 55 | 43 | 34.3 | 35 | Tamedia |
| Ernährungssouveränität | 75 | 49 | 53 | 39 | 29.5 | 29.7 | Tamedia |
| Gegenentwurf Velo | 64 | 69 | 50 | 57 | 72.8 | 61.7 | SRG Trendumfrage |
| Hornkuh-Initiative | 58 | 49 | 51 | 45 | 42.5 | 41.0 | SRG Trendumfrage |
| Selbstbestimmung | 39 | 37 | 44 | 40 | 35.5 | 37.3 | SRG Trendumfrage |
| Versicherungsdetektive | 57 | 59 | 68 | 67 | 60.5 | 66.3 | Tamedia |
| Zersiedelungsinitiative | 63 | 47 | 52 | 37 | 35 | 27 | SRG Trendumfrage |



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

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 Professor für Vergleichende Politikwissenschaft an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen. Zuvor war er Associate Professor für Politische Ökonomie an der Universität Salzburg, Gastprofessor für Politische Theorie an der Universität Zürich und als Research Fellow für jeweils einjährige Forschungsaufenthalte in Harvard und Princeton.

Thomas Willi ist Doktorand am Lehrstuhl für Methoden des politikwissenschaftlichen Instituts der Universität Zürich. Er schreibt seine Dissertation im Bereich des politischen Verhaltens mit einem Schwerpunkt auf statistischen Modellen sowie Datenvisualisierung.

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 3'700 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Luxemburg, Deutschland und Österreich und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

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.

