

20 MINUTEN-/TAMEDIA- ABSTIMMUNGSUMFRAGE



Eidgenössische Volksabstimmungen vom 7. März 2021
Auswertung 3. Umfragewelle
Sperrfrist: 24. Februar, 6.00 Uhr

Originalfoto: Olivier Bruchez

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung der Resultate	2
1 Initiative zum Verhüllungsverbot	6
1.1 Unterstützung nach Geschlecht	7
1.2 Unterstützung nach Parteien	8
1.3 Unterstützung nach Sprachgruppen	9
1.4 Unterstützung nach Siedlungstyp	10
1.5 Unterstützung nach Alter	11
1.6 Argumente	12
2 Abstimmung zum E-ID-Gesetz	13
2.1 Unterstützung nach Geschlecht	14
2.2 Unterstützung nach Parteien	15
2.3 Unterstützung nach Sprachgruppen	16
2.4 Unterstützung nach Siedlungstyp	17
2.5 Unterstützung nach Alter	18
2.6 Argumente	19
3 Freihandelsabkommen mit Indonesien	20
3.1 Unterstützung nach Geschlecht	21
3.2 Unterstützung nach Parteien	22
3.3 Unterstützung nach Sprachgruppen	23
3.4 Unterstützung nach Siedlungstyp	24
3.5 Unterstützung nach Alter	25
3.6 Argumente	26
4 Vorhersagen für die Vorlagen	27
4.1 Initiative zum Verhüllungsverbot	27
4.2 E-ID Gesetz	28
4.3 Freihandelsabkommen mit Indonesien	29
5 Technische Details	30
6 Statistische Unschärfe	30
6.1 Vorhersagen	31
7 Modellbasierte oder designbasierte Umfragen?	32
8 Bisherige Umfragen und Vergleich mit Endergebnis	33



Zusammenfassung der Resultate

Initiative zum Verhüllungsverbot

Gemäss der dritten 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage ist die Zustimmung zur Initiative zum Verhüllungsverbot immer noch hoch. Stand heute würden 59% der Vorlage zustimmen und 40% die Initiative ablehnen (Seite 6) - damit ist die Zustimmung nach wie vor deutlich, hat aber im Vergleich zur zweiten Umfragewelle etwas abgenommen. Während es einen klaren Links-Rechts Trend gibt, fällt auf, dass auch im linken Lager ungefähr jede dritte Parteisymaphisant*in die Vorlage annehmen will (Seite 8). Die Zustimmung ist in der italienischsprachigen Schweiz mit 68% am höchsten, aber auch in der deutschsprachigen Schweiz sprechen sich 58% für die Vorlage aus (Seite 9). Die Initiative erhält in den höheren Altersgruppen eine grössere Zustimmung (Seite 11).

Das überzeugendste Argument für die Befürworter*innen ist, dass der Gesichtsschleier Ausdruck des radikalen Islams sei und nichts in der westlichen Kultur verloren habe. Die Ablehnung der Gegner*innen bezieht sich insbesondere auf zwei Punkte: Zum einen sind sie der Meinung, dass es höchstens vereinzelt Burka-Trägerinnen gebe und zum anderen solle sich der Staat aus privat getroffenen Kleidervorschriften heraushalten (Seite 12).

Ausblick: Trotz fallender Unterstützung immer noch deutliches Ja.

E-ID-Gesetz

Die Resultate der dritten Umfragewelle zeigen, dass die Zustimmung zur E-ID Vorlage im Vergleich zur zweiten Umfragewelle stabil geblieben sind. Aktuell sprechen sich 42% für und 56% gegen die Vorlage aus (Seite 13).

Zustimmung findet diese Vorlage bei der FDP (60%) und der Mitte (57%) - bei der GLP ist die Zustimmung knapp über 50%. Bei der SVP (39%), der SP (29%) und den Grünen (27%) finden sich keine Mehrheiten (Seite 15). Männer sind der Vorlage gegenüber deutlich positiver eingestellt, jedoch findet das E-ID-Gesetz keine absoluten Mehrheiten nach dieser Auswertung (Seite 14). Das gilt auch für die Auswertungen nach Sprachregion, Siedlungstyp und Altersgruppen (Seiten 16, 17 und 18), was den schweren Stand der Vorlage unterstreicht. Damit sind die Werte der dritten Befragungswelle im Vergleich zur zweiten Welle stabil geblieben.

Es gibt je ein Hauptargument: Zum einen zeigt sich auf der Seite der Befürworter*innen, dass die gängigen Identifikationsmittel wie E-Mail-Adresse und Passwort zu unverbindlich und umständlich seien. Die E-ID erlaube ein sicheres Identifikationsverfahren für alle. Auf der anderen Seite sind die Gegner*innen der Meinung, dass das Herausgeben von Ausweisen in staatlicher Hand bleiben müsse (Seite 19).

Ausblick: Nach wie vor grosse Skepsis, Ablehnung wahrscheinlich.



Freihandelsabkommen mit Indonesien

Über den bisherigen Zeitraum des Abstimmungskampfes hat sich der Ausgang der Abstimmung zum Freihandelsabkommen der EFTA-Staaten mit Indonesien als komplett offen gezeigt. In den beiden ersten Befragungswellen war der Anteil der Unentschlossenen mit 20% respektive 13% sehr gross. Diese offene Ausgangslage hat sich nun etwas zugunsten des Freihandelsabkommens entwickelt und die Zustimmung ist um 9%-Punkte auf 52% angewachsen (42% sprechen sich gegen die Vorlage aus, Seite 20). Bei dieser Vorlage zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen (Seite 21).

In der dritten Befragung findet die Vorlage bei der FDP, der Mitte, der GLP und der SVP Mehrheiten (Seite 22). Während die deutschsprachige Schweiz relativ deutlich für das Anliegen ist, ist die italienischsprachige Schweiz etwas skeptischer (50% Ja) und in der Romandie erzielt die Vorlage derzeit keine Mehrheit (Seite 23).

Befürworter*innen betonen überwiegend, dass das Abkommen Schweizer Unternehmen freien Zugang zu einem Absatzmarkt mit über 260 Millionen Einwohner*innen ermögliche. Auf der anderen Seite geben Gegner*innen der Vorlage an, dass Palmöl in Monokulturen und unter Einsatz von giftigen Pestiziden, Kinder- und Zwangsarbeit sowie miserablen Arbeitsbedingungen angebaut werde und dass im Abkommen wirksame Kontrollmechanismen und Sanktionsmöglichkeiten fehlen würden (Seite 26).

Ausblick: Offener Ausgang mit leichtem Vorteil für Befürworter*innen.

Technische Eckdaten

Die folgenden Resultate basieren auf 13'924 nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichteten Antworten von UmfrageteilnehmerInnen (9'958 aus der Deutschschweiz, 3'464 aus der Romandie und 502 aus dem Tessin).

- Umfragetage: 18. – 19. Februar 2021
- Auswertungszeitraum: 18. – 19. Februar 2021
- Stichproben-Fehlerbereich: ± 1.3 % Punkte (für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe). Bei Subanalysen ist der korrekte Fehlerbereich in der Tabelle angegeben.



Umfassende 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfragen

Die 20 Minuten-/Tamedia-Wahlumfragen werden in Zusammenarbeit mit der LeeWas GmbH durchgeführt. LeeWas modelliert die Umfragedaten nach demografischen, geografischen und politischen Variablen. Die Resultate werden jeweils umgehend ausgewertet, damit die Tageszeitungen und Newsplattformen von 20 Minuten und Tamedia schweizweit rasch und fundiert darüber berichten können. Weitere Informationen sind unter www.tamedia.ch/umfragen abrufbar.

Beteiligte 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

Andres C. Nitsch, Medienverantwortlicher Tamedia
+41 44 248 42 43, andres.nitsch@tamedia.ch

Projektleitung: Christoph Zimmer, Chief Product Officer Tamedia, christoph.zimmer@tamedia.ch
Projektkoordination: Daniel Waldmeier, daniel.waldmeier@20minuten.ch, Jacqueline Büchi, jacqueline.buechi@tamedia.ch

Konzeption, Entwicklung & Durchführung: LeeWas GmbH,
Lucas Leemann (leemann@leewas.ch), Fabio Wasserfallen (wasserfallen@leewas.ch),
Thomas Willi (willi@leewas.ch)



Über 20 Minuten

Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe der Region Zürich lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zum reichweitenstärksten Schweizer Medientitel mit Präsenz in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. In acht gedruckten Lokalausgaben fünfmal die Woche und digital rund um die Uhr informiert und unterhält 20 Minuten in drei Sprachen mit Geschichten aus Politik, Wirtschaft, Sport und Unterhaltung. Auf den digitalen Kanälen bietet 20 Minuten auch Bewegtbild, Audio-Formate, Radio und weitere zukunftsweisende Technologien. 20 Minuten ist ein Teil der TX Group und umfasst 20 Minuten, 20 minutes und 20 minuti, 20 Minuten Radio, lematin.ch, Encore und die Beteiligungen im Ausland (L'essentiel in Luxemburg, Heute in Österreich und BT in Dänemark).

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute ist das nationale Medienhaus in der Deutschschweiz und der Romandie aktiv und umfasst das führende Redaktionsnetzwerk. Die Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Newsplattformen von Tamedia sind lokal verankert und international vernetzt. Sie schaffen Öffentlichkeit und bieten Orientierung sowie Unterhaltung. Zu den namhaften Medienmarken von Tamedia zählen unter anderem 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève sowie die Zürcher Regionalzeitungen. Darüber hinaus gehören die drei grössten Zeitungsdruckereien der Schweiz zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.

Weitere Informationen zu Tamedia für Medienschaffende:

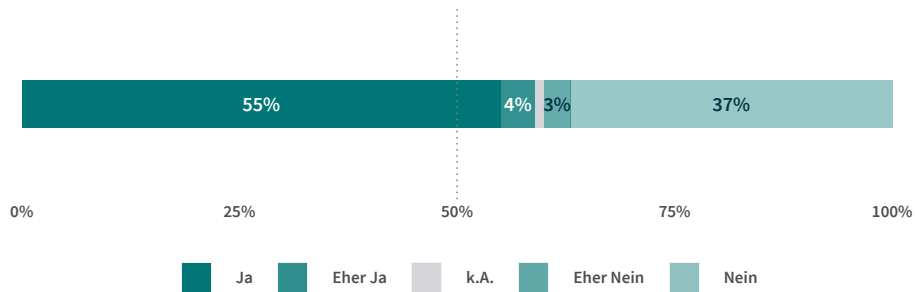
<https://www.tamedia.ch/de/unternehmen/newsroom/medienmitteilungen>



1 Initiative zum Verhüllungsverbot

Tabelle 1: Werden Sie für das Verhüllungsverbot stimmen?

	%	
Ja	55	} 59
Eher Ja	4	
Eher Nein	3	} 40
Nein	37	
Keine Angabe	1	
Statistische Unschärfe (\pm)	1	



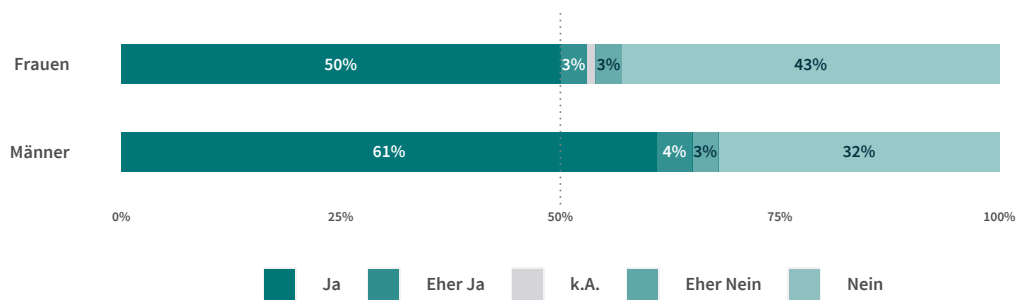
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 2: Werden Sie für das Verhüllungsverbot stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	61	50
Eher Ja	4	3
Eher Nein	3	3
Nein	32	43
Keine Angabe	0	1
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2



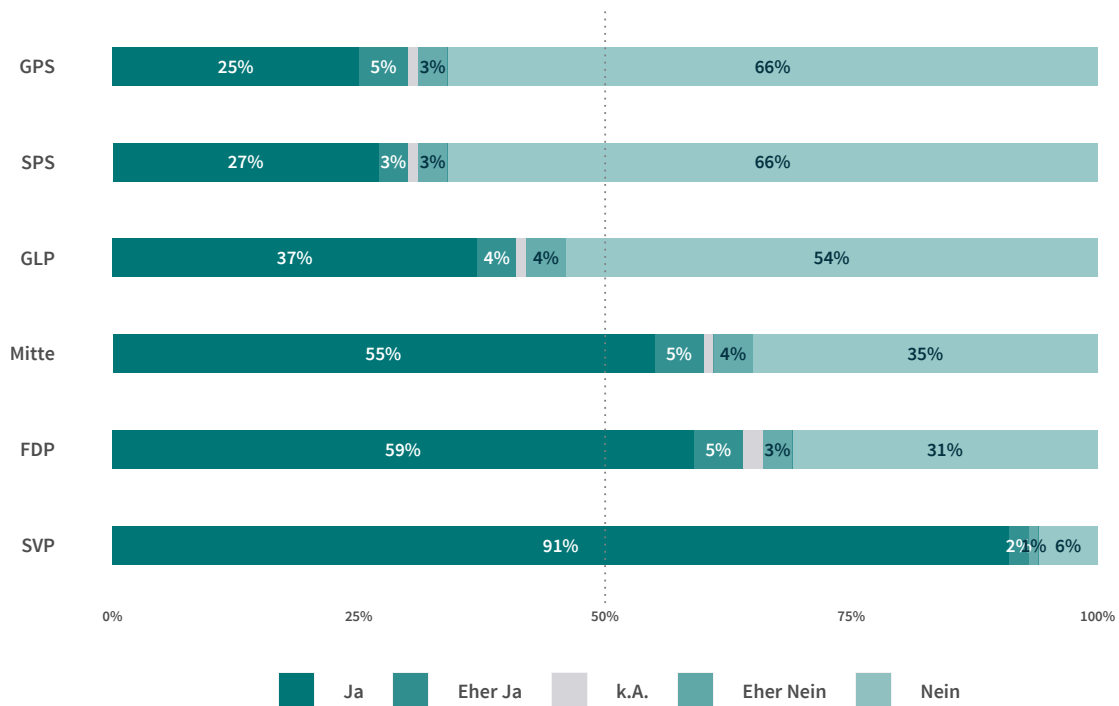
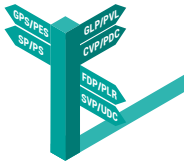
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 3: Werden Sie für das Verhüllungsverbot stimmen?

	FDP	Mitte	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	59	55	27	91	25	37
Eher Ja	5	5	3	2	5	4
Eher Nein	3	4	3	1	3	4
Nein	31	35	66	6	66	54
Keine Angabe	2	1	1	0	1	1
Statistische Unschärfe (±)	3	4	3	2	4	4



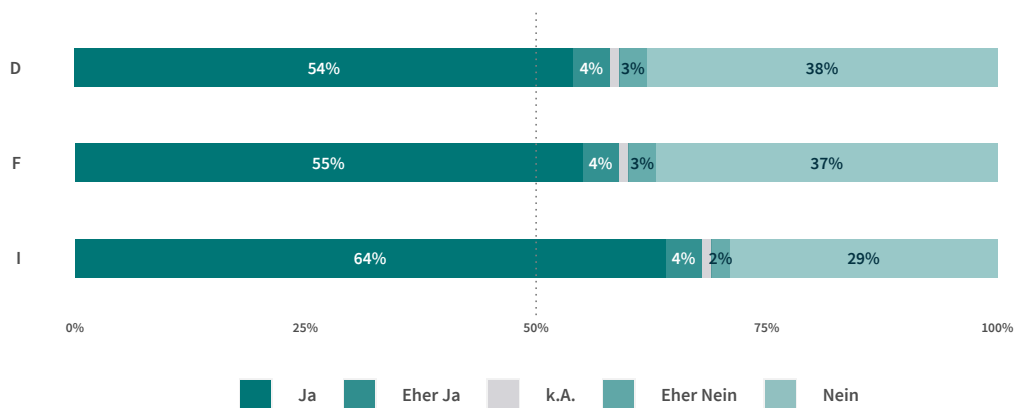
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 4: Werden Sie für das Verhüllungsverbot stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	54	55	64
Eher Ja	4	4	4
Eher Nein	3	3	2
Nein	38	37	29
Keine Angabe	1	1	1
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2	5



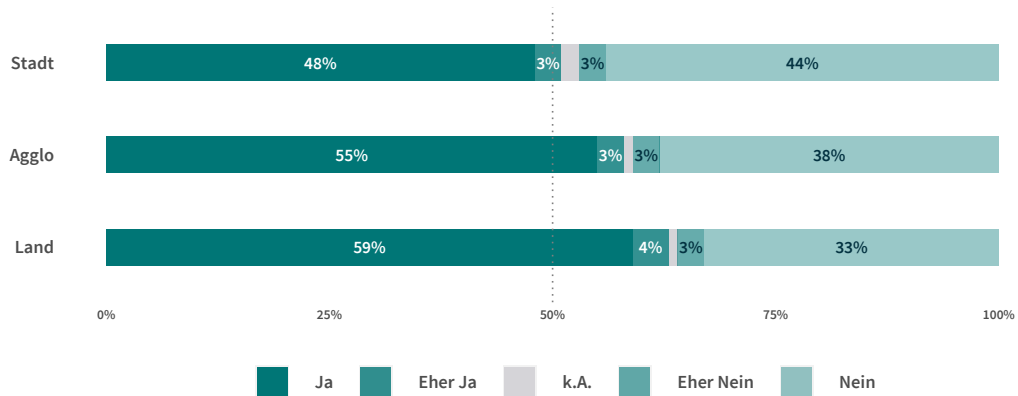
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 5: Werden Sie für das Verhüllungsverbot stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	48	55	59
Eher Ja	3	3	4
Eher Nein	3	3	3
Nein	44	38	33
Keine Angabe	2	1	1
Statistische Unschärfe (\pm)	2	2	2



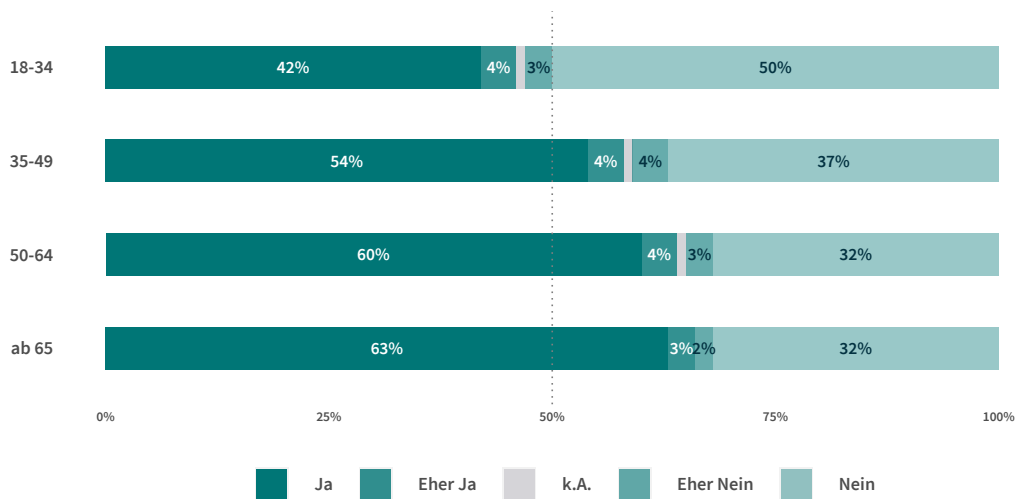
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 6: Werden Sie für das Verhüllungsverbot stimmen?

	18-34	35-49	50-64	ab 65
Ja	42	54	60	63
Eher Ja	4	4	4	3
Eher Nein	3	4	3	2
Nein	50	37	32	32
Keine Angabe	1	1	1	0
Statistische Unsicherheit (\pm)	3	3	2	2



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.6 Argumente

Die Anteilswerte sind jeweils nur für die BefürworterInnen oder die GegnerInnen einer Vorlage berechnet.

Tabelle 7: Welches Argument spricht am ehesten für das Verhüllungsverbot?

	%
Der Gesichtsschleier ist Ausdruck des radikalen Islams und hat in der westlichen Kultur nichts verloren.	42
Das Verbot schiebt auch der Vermummung von Demonstranten oder Hooligans einen Riegel.	23
Die Verschleierung symbolisiert die Unterdrückung der Frau.	21
Ein Verhüllungsverbot erhöht die Sicherheit.	10
Ein anderes.	3
Keines.	1

Tabelle 8: Welches Argument spricht am ehesten gegen das Verhüllungsverbot?

	%
Es gibt Frauen, die sich freiwillig verhüllen. Kleidervorschriften zu machen, ist nicht Sache des Staates.	42
Die Initiative ist unnötig, weil es in der Schweiz höchstens vereinzelte Burka-Trägerinnen gibt.	36
Ein Verhüllungsverbot sollte man auf Gesetzes- und nicht auf Verfassungsstufe regeln.	11
Ein anderes.	8
Es ist Aufgabe der Kantone, die Frage der Verhüllung zu regeln.	2
Keines.	1

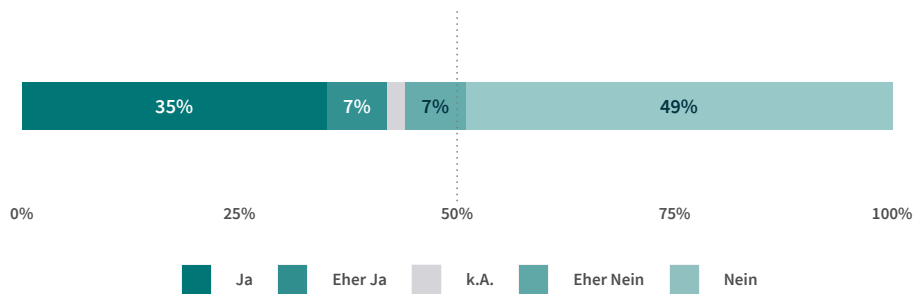
[↗ Zurück zur Zusammenfassung](#)



2 Abstimmung zum E-ID-Gesetz

Tabelle 9: Werden Sie für das E-ID-Gesetz stimmen?

	%	
Ja	35	} 42
Eher Ja	7	
Eher Nein	7	} 56
Nein	49	
Keine Angabe	2	
Statistische Unschärfe (\pm)	1	



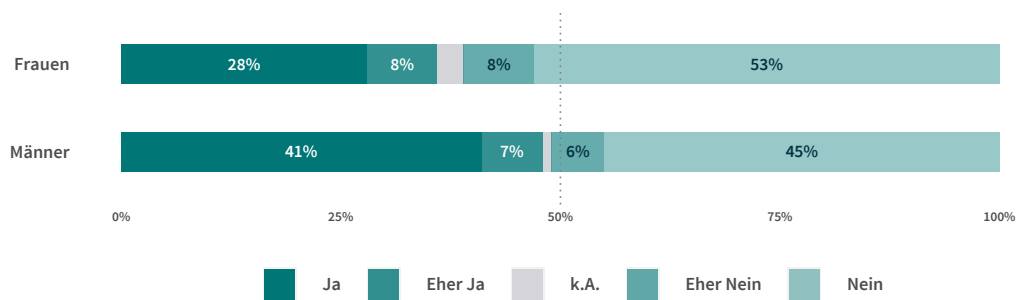
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 10: Werden Sie für das E-ID-Gesetz stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	41	28
Eher Ja	7	8
Eher Nein	6	8
Nein	45	53
Keine Angabe	1	3
Statistische Unschärfe (±)	1	2



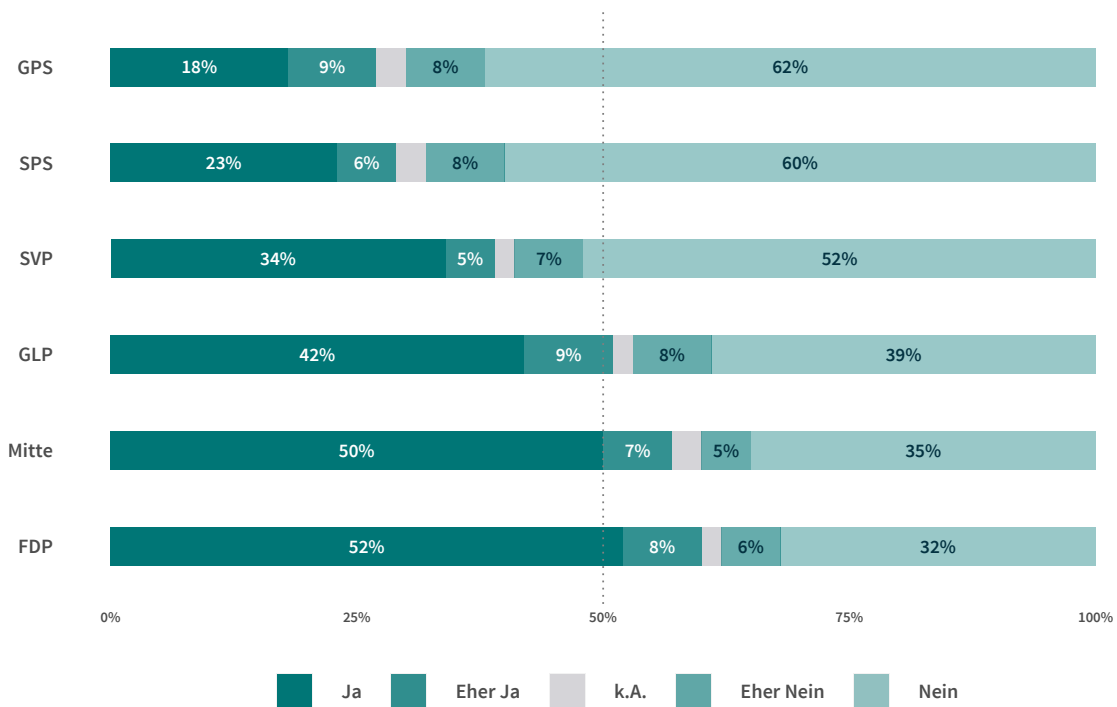
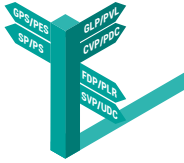
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 11: Werden Sie für das E-ID-Gesetz stimmen?

	FDP	Mitte	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	52	50	23	34	18	42
Eher Ja	8	7	6	5	9	9
Eher Nein	6	5	8	7	8	8
Nein	32	35	60	52	62	39
Keine Angabe	2	3	3	2	3	2
Statistische Unschärfe (±)	3	4	3	2	4	4



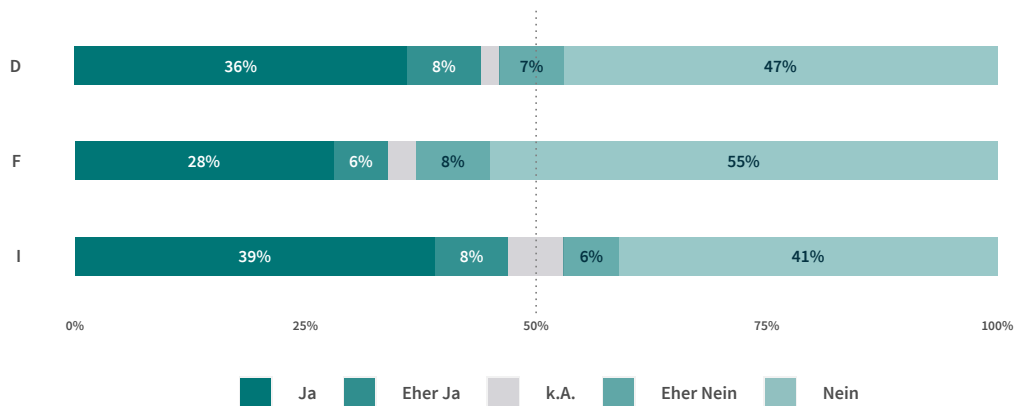
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 12: Werden Sie für das E-ID-Gesetz stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	36	28	39
Eher Ja	8	6	8
Eher Nein	7	8	6
Nein	47	55	41
Keine Angabe	2	3	6
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2	5



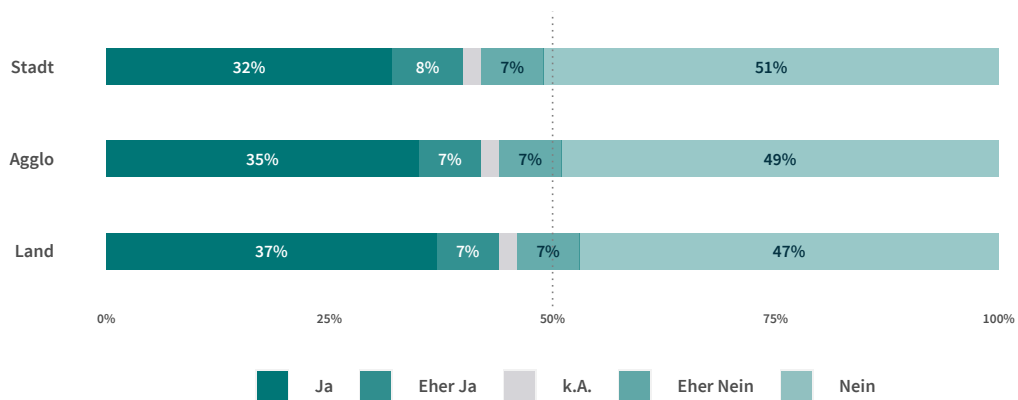
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 13: Werden Sie für das E-ID-Gesetz stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	32	35	37
Eher Ja	8	7	7
Eher Nein	7	7	7
Nein	51	49	47
Keine Angabe	2	2	2
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



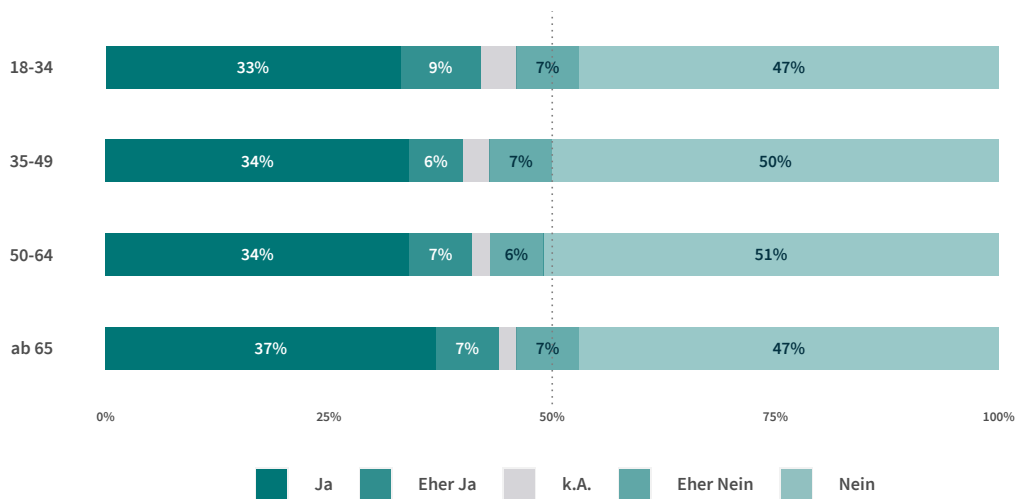
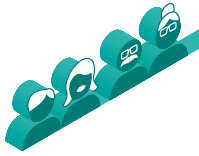
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 14: Werden Sie für das E-ID-Gesetz stimmen?

	18-34	35-49	50-64	ab 65
Ja	33	34	34	37
Eher Ja	9	6	7	7
Eher Nein	7	7	6	7
Nein	47	50	51	47
Keine Angabe	4	3	2	2
Statistische Unschärfe (±)	3	3	2	2



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.6 Argumente

Die Anteilswerte sind jeweils nur für die BefürworterInnen oder die GegnerInnen einer Vorlage berechnet.

Tabelle 15: Welches Argument spricht am ehesten für das E-ID-Gesetz?

	%
Die gängigen Identifikationsmittel wie E-Mail-Adresse und Passwort sind zu unverbindlich und umständlich. Die E-ID erlaubt ein sicheres Identifikationsverfahren für alle.	41
Es handelt sich um eine schweizerische Lösung. Der Bund garantiert und kontrolliert, dass sich die E-ID-Anbieter an die Regeln halten.	23
Das Gesetz ist ein Schlüssel für die weitere Digitalisierung.	21
Das neue Gesetz auferlegt allen Beteiligten strenge Pflichten zum Schutz der Daten.	12
Ein anderes.	2
Keines.	1

Tabelle 16: Welches Argument spricht am ehesten gegen das E-ID-Gesetz?

	%
Gemäss Gesetz wären private Unternehmen Herausgeber des digitalen Schweizer Passes. Das Herausgeben von Ausweisen muss aber in der Hand des Staates bleiben.	63
Die E-ID mit der zentralen Speicherung von Nutzerdaten birgt ein Missbrauchspotenzial, auch durch Hacker.	18
Der Datenschutz ist ungenügend. Es besteht die Gefahr, dass mit der E-ID Persönlichkeitsprofile erstellt werden.	15
Ein anderes.	3
Keines.	1

[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3 Freihandelsabkommen mit Indonesien

Tabelle 17: Werden Sie für das Freihandelsabkommen stimmen?

	%	
Ja	44	} 52
Eher Ja	8	
Eher Nein	6	} 42
Nein	36	
Keine Angabe	6	
Statistische Unschärfe (±)	1	



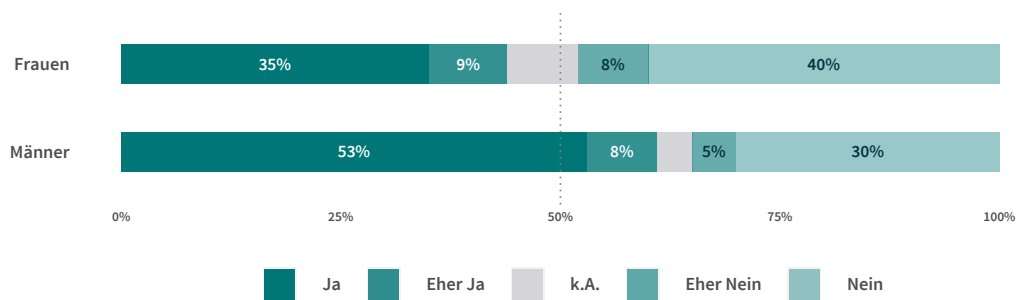
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 18: Werden Sie für das Freihandelsabkommen stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	53	35
Eher Ja	8	9
Eher Nein	5	8
Nein	30	40
Keine Angabe	4	8
Statistische Unschärfe (±)	1	2



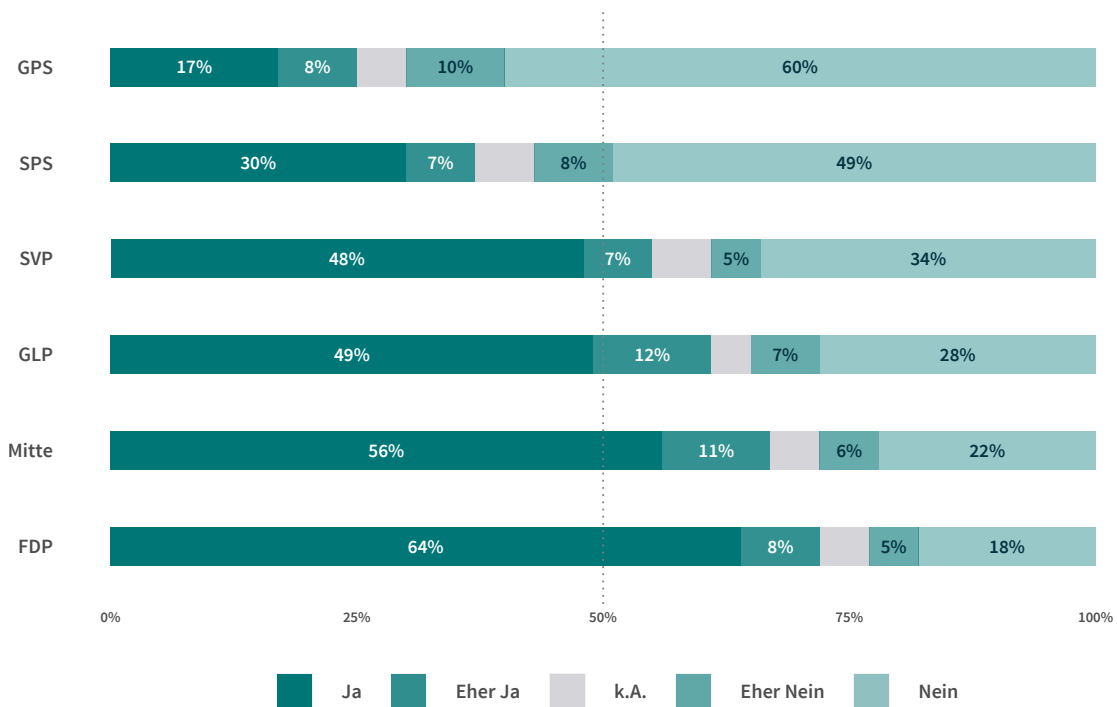
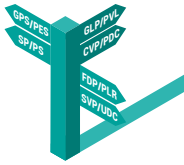
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 19: Werden Sie für das Freihandelsabkommen stimmen?

	FDP	Mitte	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	64	56	30	48	17	49
Eher Ja	8	11	7	7	8	12
Eher Nein	5	6	8	5	10	7
Nein	18	22	49	34	60	28
Keine Angabe	5	5	6	6	5	4
Statistische Unschärfe (±)	3	4	3	2	4	4



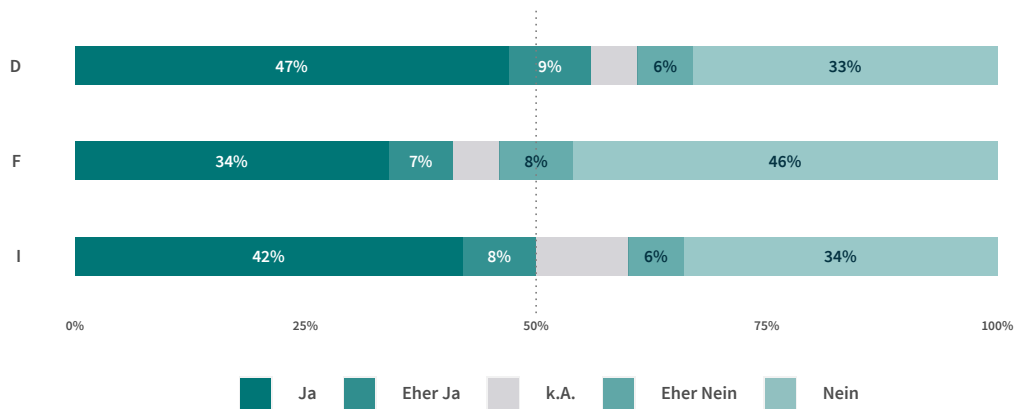
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 20: Werden Sie für das Freihandelsabkommen stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	47	34	42
Eher Ja	9	7	8
Eher Nein	6	8	6
Nein	33	46	34
Keine Angabe	5	5	10
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2	5



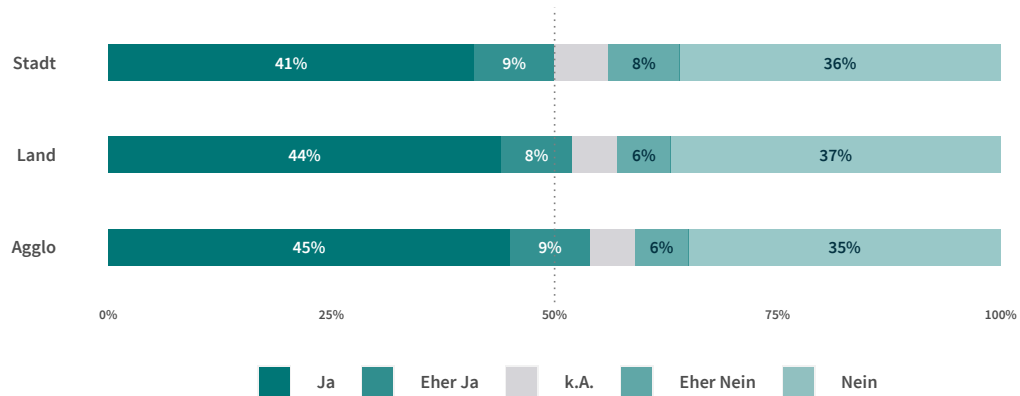
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 21: Werden Sie für das Freihandelsabkommen stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	41	45	44
Eher Ja	9	9	8
Eher Nein	8	6	6
Nein	36	35	37
Keine Angabe	6	5	5
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



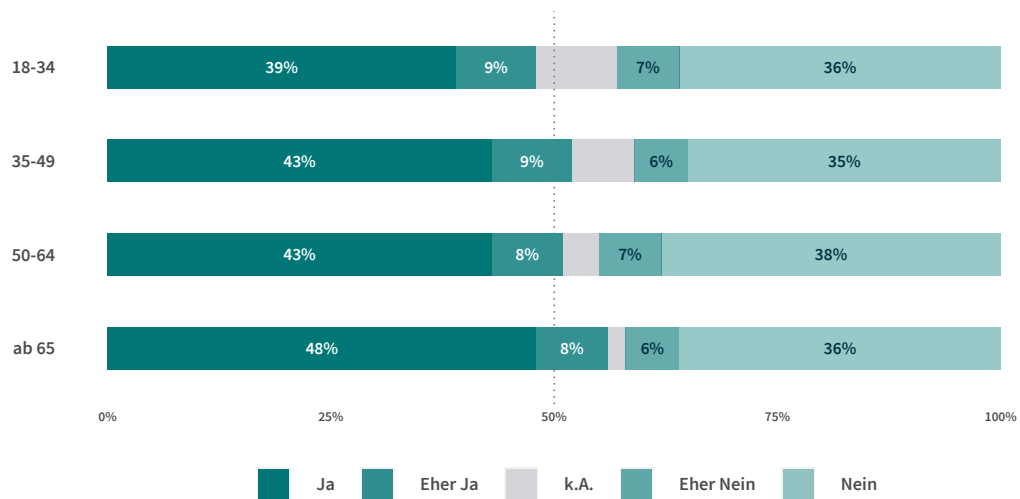
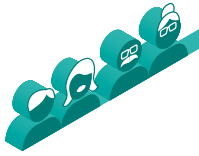
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 22: Werden Sie für das Freihandelsabkommen stimmen?

	18-34	35-49	50-64	ab 65
Ja	39	43	43	48
Eher Ja	9	9	8	8
Eher Nein	7	6	7	6
Nein	36	35	38	36
Keine Angabe	9	7	4	2
Statistische Unschärfe (±)	3	3	2	2



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.6 Argumente

Die Anteilswerte sind jeweils nur für die BefürworterInnen oder die GegnerInnen einer Vorlage berechnet.

Tabelle 23: Welches Argument spricht am ehesten für das Freihandelsabkommen?

	%
Das Abkommen ermöglicht Schweizer Unternehmen freien Zugang zu einem Absatzmarkt mit über 260 Millionen Einwohnern.	55
Zollrabatte auf importiertes Palmöl gibt es nur, wenn es nachhaltig produziert ist.	29
Das Abkommen erhöht die Rechtssicherheit.	10
Ein anderes.	5
Keines.	1

Tabelle 24: Welches Argument spricht am ehesten gegen das Freihandelsabkommen?

	%
Palmöl wird in Monokulturen und unter Einsatz von giftigen Pestiziden, Kinder- und Zwangsarbeit sowie miserablen Arbeitsbedingungen angebaut.	41
Die Nachhaltigkeit gibt es nur auf dem Papier. Im Abkommen fehlen wirksame Kontrollmechanismen und Sanktionsmöglichkeiten.	35
Der Freihandel dient alleinig den wirtschaftlichen Interessen multinationaler Konzerne.	21
Ein anderes.	2
Keines.	1



[↗ Zurück zur Zusammenfassung](#)



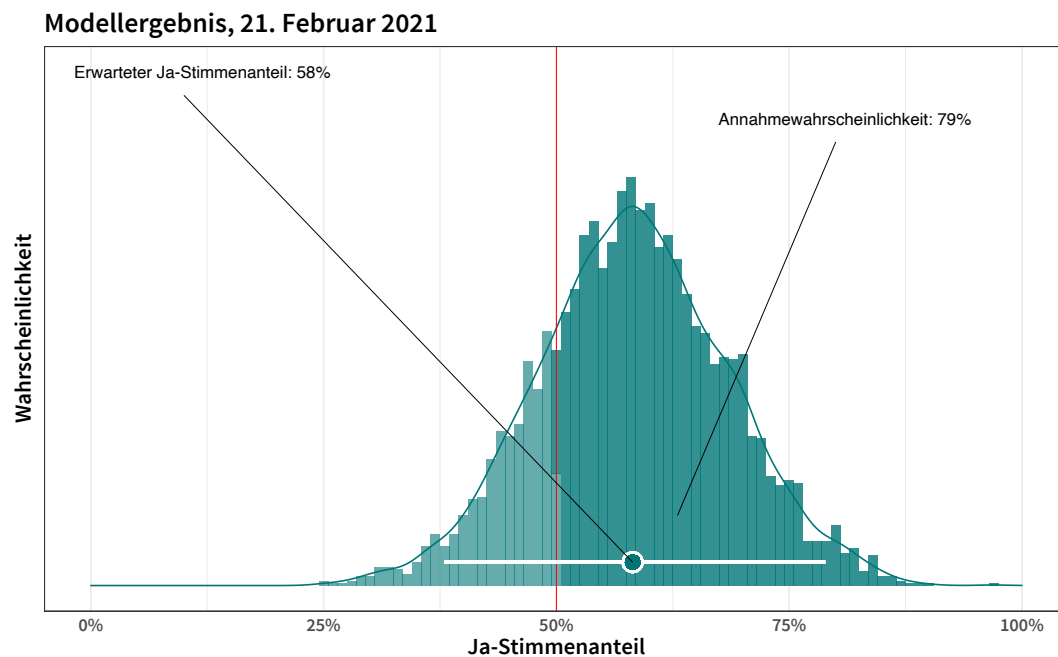
4 Vorhersagen für die Vorlagen

Neben der aktuellen Zustimmungen (siehe z.B. Seite 6) weist dieser Bericht auch die Resultate eines Prognosemodelles aus. Dieses Modell beruht auf historischen Daten von vergangenen Abstimmungen sowie den vorhergehenden Umfragewellen für die aktuellen Abstimmungen. Basierend auf diesem Modell kann der *erwartete Ja-Stimmenanteil* sowie die *Annahmewahrscheinlichkeit* geschätzt werden.

4.1 Initiative zum Verhüllungsverbot

Annahmewahrscheinlichkeit: Die Annahme der Initiative zum Verhüllungsverbot ist gemäss dem Prognosemodell *wahrscheinlich* (79%). Das bedeutet, dass die Vorlage gemäss dem Modell in knapp vier von fünf Fällen angenommen werden sollte.

Erwarteter Ja-Stimmenanteil: Gemäss dem Informationsstand am 21. Februar 2021 ist der erwartete Ja-Stimmenanteil für die Initiative zum Verhüllungsverbot bei 58% ($\pm 20\%$ -Punkte, 95%-Intervall 38% - 78%).



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



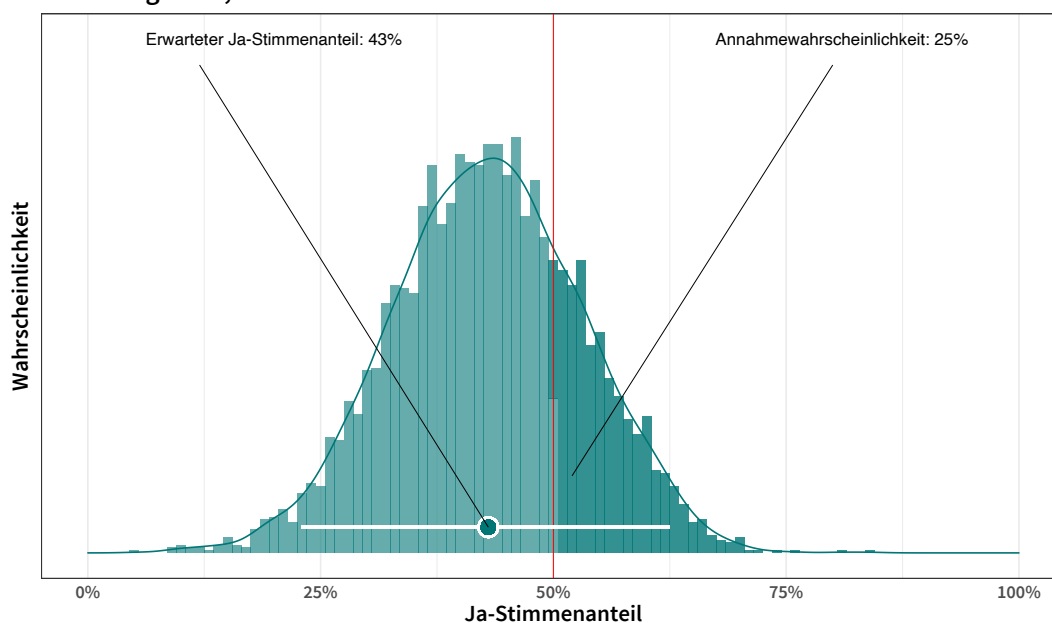
4.2 E-ID Gesetz

Annahmewahrscheinlichkeit: Die Annahme der E-ID Vorlage ist gemäss dem Prognosemodell *unwahrscheinlich* (25%). Das bedeutet, dass die Vorlage gemäss Modell in nur einem von vier Fällen angenommen werden sollte.

Erwarteter Ja-Stimmenanteil: Gemäss dem Informationsstand am 21. Februar 2021 liegt der erwartete Ja-Stimmenanteil für die E-ID Vorlage bei 43% ($\pm 20\%$ -Punkte, 95%-Intervall 23% - 63%).

Mehr zu Wahrscheinlichkeiten und Vorhersagen erläutern wir auf Seite 31.

Modellergebnis, 21. Februar 2021



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



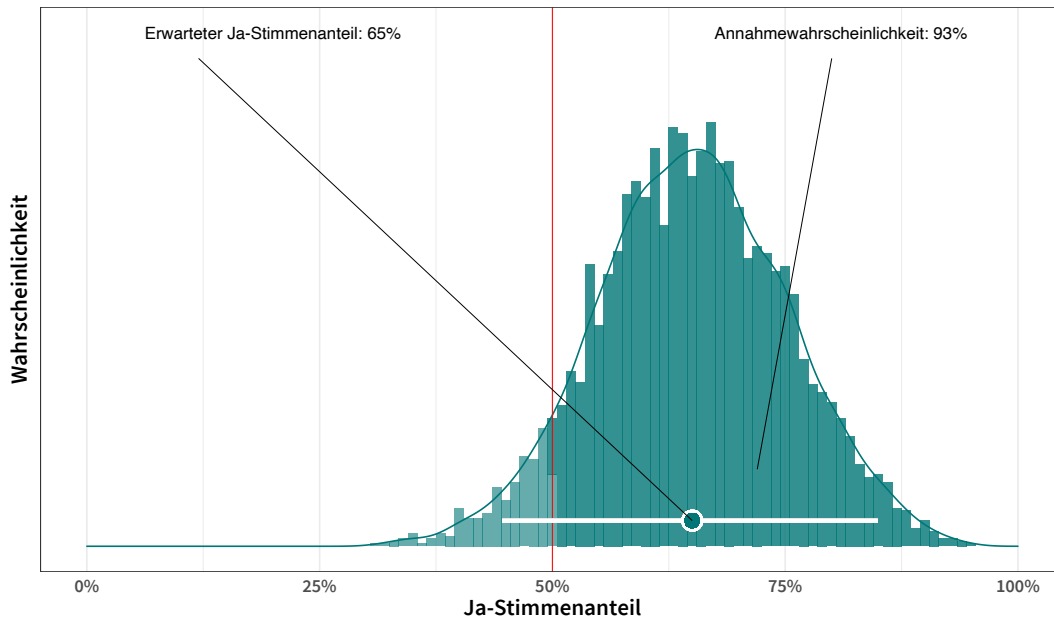
4.3 Freihandelsabkommen mit Indonesien

Annahmewahrscheinlichkeit: Die Annahme des Freihandelsabkommen mit Indonesien ist gemäss dem Prognosemodell *sehr wahrscheinlich* (93%). Das bedeutet, dass die Vorlage gemäss Modell in etwas mehr als neun von zehn Fällen angenommen werden sollte.

Erwarteter Ja-Stimmenanteil: Gemäss dem Informationsstand am 21. Februar 2021 liegt der erwartete Ja-Stimmenanteil für das Freihandelsabkommen mit Indonesien bei 65% ($\pm 20\%$ -Punkte, 95%-Intervall 45% - 85%).

Mehr zu Wahrscheinlichkeiten und Vorhersagen erläutern wir auf Seite 31.

Modellergebnis, 21. Februar 2021



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5 Technische Details

Stichprobe: Die folgenden Resultate basieren auf 13'924 UmfrageteilnehmerInnen (9'958 aus der Deutschschweiz, 3'464 aus der Romandie und 502 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 $\pm 1.3\%$ -Punkten für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe.

Erhebungszeitraum: Die Umfrage war vom 18. – 19. Februar 2021 online zugänglich. Die bereinigten Daten wurden für die Analyse nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichtet.

6 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 25, 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 25: 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 angegebenen 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.

6.1 Vorhersagen

Die Vorhersagen beruhen auf einem Modell. Dieses Prognosemodell berücksichtigt Daten, die ungefähr 14 Tage vor dem Abstimmungstermin vorliegen. Das Modell geht von einem normalen Kampagnenverlauf aus, d.h. unerwartete Ereignisse können nicht antizipiert werden.

Das Prognosemodell generiert einen Vorhersagewert und einen dazugehörigen Vertrauensbereich (auch Unsicherheitsbereich genannt). Je kleiner die Unsicherheit des Modelles, desto eher kann man sich auf die Vorhersage verlassen.

Um die Vorhersage des statistischen Modelles einfacher interpretieren zu können, übersetzen wir Annahmewahrscheinlichkeiten in sprachliche Kategorien. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Kategorisierung.

Tabelle 26: Annahmewahrscheinlichkeiten

Annahmewahrscheinlichkeit	
90-100%	Annahme sehr wahrscheinlich
75-90%	Annahme wahrscheinlich
60-75%	Annahme eher wahrscheinlich
40-60%	offener Ausgang
25-40%	Annahme eher unwahrscheinlich
10-25%	Annahme unwahrscheinlich
0-10%	Annahme sehr unwahrscheinlich

Die Grundlage für die Unsicherheit bildet eine Simulation, in der 1000 Abstimmungsausgänge modelliert werden (siehe Abbildungen auf Seiten 27, 28, 29).

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.



7 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 unterscheidet, die auch hätte interviewt werden sollten.

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

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).

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>



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

8 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.

Ein möglicher Ansatz ist, Umfragen mit dem tatsächlichen Abstimmungsergebnis zu vergleichen. Mit diesem 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. Ob dies Annahme in einem konkreten Fall zutrifft oder nicht ist eine empirische Frage. Die folgende Tabelle gibt hierzu einen Überblick.

Wird die letzte Umfrage vor den Abstimmungen mit dem Endergebnis verglichen (siehe Tabelle 27), liegt die 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage in etwa der Hälfte aller Abstimmungen näher am amtlichen Endergebnis als die SRG Trendumfrage.



Tabelle 27: Letzte Umfrage und tatsächliches Resultat

Vorlage	20 Minuten-/Tamedia	SRG Trendumfrage	Abstimmungsergebnis	Näher am
	Ja %	Ja %		Abstimmungsergebnis
Masseneinwanderung	49	43	50	20 Minuten-/Tamedia
FABI	46	56	62	SRG Trendumfrage
Abtreibung	28	36	30	20 Minuten-/Tamedia
Gripen	43	44	47	SRG Trendumfrage
Pädophilen Initiative	66	59	64	20 Minuten-/Tamedia
Mindestlohn	30	30	24	20 Minuten-/Tamedia/SRG Trendumfrage
Med. Grundversorgung	76	71	88	20 Minuten-/Tamedia
Öffentliche KK	48	38	38	SRG Trendumfrage
MWST Gastro	37	41	29	20 Minuten-/Tamedia
Pauschalbesteuerung	44	42	41	SRG Trendumfrage
Ecopop	36	39	26	20 Minuten-/Tamedia
Gold	28	38	23	20 Minuten-/Tamedia
Familieninitiative	39	40	25	20 Minuten-/Tamedia
Energieinitiative	12	19	8	20 Minuten-/Tamedia
Erbschaftsteuer	29	34	29	20 Minuten-/Tamedia
Präimplantationsdiagnostik	56	46	62	20 Minuten-/Tamedia
Radio & TV Gesetz	41	43	50	SRG Trendumfrage
Stipendieninitiative	39	38	28	SRG Trendumfrage
Durchsetzungsinitiative	43	46	41	20 Minuten-/Tamedia
Zweite Gotthardröhre	54	56	57	SRG Trendumfrage
Heiratsstrafe abschaffen	49	53	49	20 Minuten-/Tamedia
Skeplationsstopp	39	31	40	20 Minuten-/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	36	20 Minuten-/Tamedia
AHVplus	49	40	41	SRG Trendumfrage
NDG	58	53	66	20 Minuten-/Tamedia
Atomausstieg	57	48	46	SRG Trendumfrage
Erleichterte Einbürgerung	55	66	60	20 Minuten-/Tamedia
Finanzierung Strassenverkehr	60	62	62	SRG Trendumfrage
USR III	45	45	41	20 Minuten-/Tamedia/SRG Trendumfrage
Energiegesetz	53	56	58	SRG Trendumfrage
Ernährungssicherheit	67	69	79	SRG Trendumfrage
MWST AHV	51	50	50	SRG Trendumfrage
Rentenreform	48	51	47	20 Minuten-/Tamedia
Finanzordnung	71	74	84	SRG Trendumfrage
NoBillag	39	33	28	SRG Trendumfrage
Vollgeld	29	34	24	20 Minuten-/Tamedia
Geldspielgesetz	55	58	73	SRG Trendumfrage
Fair Food	43	53	39	20 Minuten-/Tamedia
Ernährungssouveränität	39	49	32	20 Minuten-/Tamedia
Gegenentwurf Velo	57	69	74	SRG Trendumfrage
Hornkuh-Initiative	45	49	45	20 Minuten-/Tamedia
Selbstbestimmung	40	37	34	SRG Trendumfrage
Versicherungsdetektive	67	59	65	20 Minuten-/Tamedia
Zersiedelungsinitiative	37	47	36	20 Minuten-/Tamedia
AHV-Steuer-Vorlage	61	59	66	20 Minuten-/Tamedia
Änderung Waffengesetz	57	65	64	SRG Trendumfrage
Mietwohnungsinitiative	48	51	43	20 Minuten-/Tamedia
Diskriminierungsverbot	69	65	64	SRG Trendumfrage
Begrenzungsinitiative	33	35	38	SRG Trendumfrage
Jagdgesetz	49	46	48	20 Minuten-/Tamedia
Kindertrittbetr.	51	43	37	SRG Trendumfrage
Vaterschaftsurlaub	70	61	60	SRG Trendumfrage
Kampfjets	65	58	50.1	SRG Trendumfrage
KOVI	51	57	51	20 Minuten-/Tamedia
Verbot Kriegsmaat-finanz.	41	50	43	20 Minuten-/Tamedia



Konzeption und Durchführung der 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage

Die vorliegende Umfrage wurde von der LeeWas GmbH in Zusammenarbeit mit 20 Minuten-/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 Europäische Politik an der Universität Bern. Zuvor war er Professor für Vergleichende Politikwissenschaft an der Zeppelin Universität, assoziierter 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.

Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge

Wir freuen uns über Ihre Rückmeldung oder allfällige Verbesserungsvorschläge und Ideen. Senden Sie eine E-mail an info@leewas.ch.