

20 MINUTEN-/TAMEDIA- ABSTIMMUNGSUMFRAGE



Eidgenössische Volksabstimmungen vom 26. September 2021
Auswertung 2. Umfragewelle
Sperrfrist: 1. September, 6.00 Uhr

Originalfoto: Olivier Bruchez

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung der Resultate	2
1 99-Prozent-Initiative	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 über die Ehe für alle	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 Technische Details	20
4 Statistische Unschärfe	20
5 Methodik der offenen <i>design</i>-basierten Umfragen	22
6 Wie genau sind Abstimmungsumfragen in der Schweiz?	23



Zusammenfassung der Resultate

99-Prozent-Initiative

Auch in der zweiten 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsfrage spricht sich eine Mehrheit der Befragten gegen die 99-Prozent-Initiative aus. Damit ist die Ablehnung im Vergleich zur ersten Befragung um 6 Prozentpunkte gestiegen: Stand heute hätten 40% der Vorlage zugestimmt und 55% hätten die Initiative abgelehnt - fünf Prozent machen noch keine Angaben zu ihren Stimmabsichten (Seite 6). Auch die Polarisierung nach Parteisympathie hat sich verstärkt: Unterstützung für die Vorlage findet sich lediglich im linken Lager (SP 78% und GPS 79%), Wähler*innen aller anderen Parteien lehnen das Anliegen deutlich ab (siehe Seite 8).

Die beiden überzeugendsten Argumente für die Gegner*innen sind, dass eine stärkere Besteuerung von Kapitaleinkommen der Standortattraktivität der Schweiz und mittelfristig der gesamten Volkswirtschaft schade und dass die Schweiz bereits genügend umverteile. Die Befürworter*innen sind hauptsächlich der Meinung, dass die Vermögensschere zwischen Arm und Reich immer weiter aufgehe und die Initiative mehr Verteilungsgerechtigkeit zwischen den Normalverdienern und den «Superreichen» schaffe (siehe Seite 12).

Abstimmung über die Ehe für alle

Die zweite nationale Vorlage, die am 26. September an die Urne kommt, ist die Abstimmung über die Ehe für alle. Diese findet knapp vier Wochen vor dem Abstimmungstermin eine komfortable Mehrheit: 66% sagen Ja zur Ehe für alle und 33% sprechen sich gegen das Anliegen aus (Seite 13). Zum Inhalt dieser Vorlage scheinen heute die Meinungen gemacht, was sich auch im Anteil jener zeigt, die keine Stimmabsichten angeben (1%).

Die Vorlage findet bei Wähler*innen aller Parteien Zustimmung - mit Ausnahme jener der SVP (siehe Seite 15). Auch in den anderen Auswertungen zeigen sich überall Mehrheiten - auch wenn die Zustimmungswerte unterschiedlich sind. So unterstützen beispielsweise Frauen das Anliegen deutlich stärker als Männer (Seite 14) und jüngere stärker als ältere Altersgruppen (Seite 18).

Es gibt zwei Hauptargumente auf der Pro-Seite: Die Hälfte der Befürworter*innen gibt an, dass Homo- und Bisexualität längst Normalität seien und die Ausweitung der Ehe diese Ungleichbehandlung beende und knapp ein Drittel ist der Meinung, dass der Staat eine Lebensform nicht einer anderen vorziehen dürfe. Bei den Gegner*innen finden sich gleich drei Argumente: Auf der einen Seite sind sie der Meinung, dass eine Ausweitung nicht nötig sei, da es für homosexuelle Paare bereits die Möglichkeit der eingetragenen Partnerschaft gebe. Auf der anderen Seite schade die Ehe für alle dem Kindeswohl und die Ehe als Verbindung sei Männern und Frauen vorbehalten (Seite 19).



Technische Eckdaten

Die folgenden Resultate basieren auf 15'583 nach demographischen, geographischen und politischen Variablen modellierten Antworten von UmfrageteilnehmerInnen (11'998 aus der Deutschschweiz, 3'077 aus der Romandie und 508 aus dem Tessin).

- Umfragetage: 26. – 27. August 2021
- Auswertungszeitraum: 26. – 27. August 2021
- Stichproben-Fehlerbereich: $\pm 1.2\%$ 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

Nicole Bänninger, Medienverantwortliche Tamedia
+41 44 248 41 87, nicole.baenninger@tamedia.ch

Eliane Loum-Gräser, Medienverantwortliche 20 Minuten
+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

Projektleitung: Christoph Zimmer, christoph.zimmer@tamedia.ch

Projektkoordination: Pascal Michel, pascal.michel@20minuten.ch, Daniel Graf, daniel.graf@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:

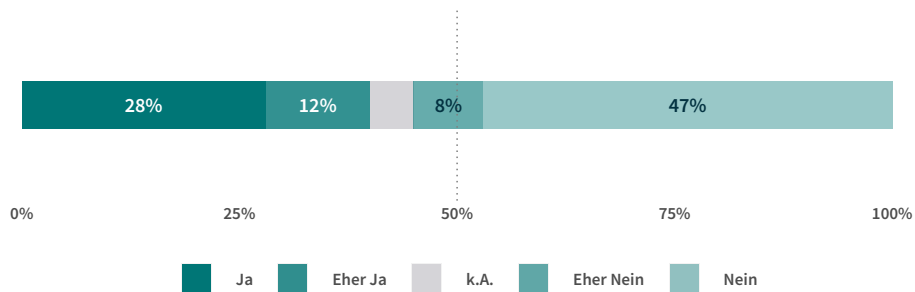
<https://www.tamedia.ch/de/unternehmen/newsroom/medienmitteilungen>



1 99-Prozent-Initiative

Tabelle 1: Werden Sie für die 99-Prozent-Initiative stimmen?

	%	
Ja	28	} 40
Eher Ja	12	
Eher Nein	8	} 55
Nein	47	
Keine Angabe	5	
Statistische Unschärfe (±)	1	



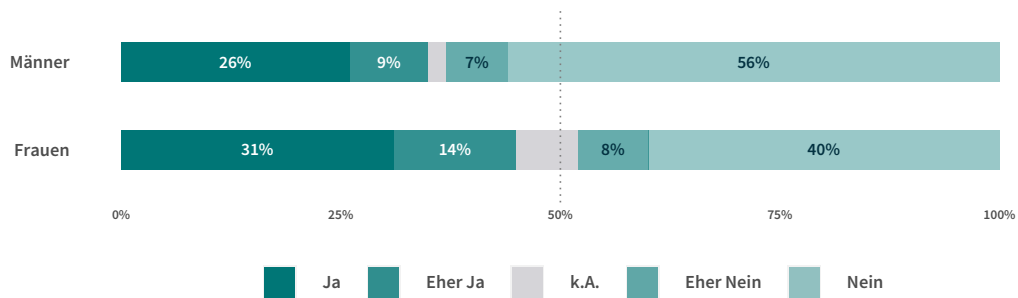
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 2: Werden Sie für die 99-Prozent-Initiative stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	26	31
Eher Ja	9	14
Eher Nein	7	8
Nein	56	40
Keine Angabe	2	7
Statistische Unschärfe (±)	1	2



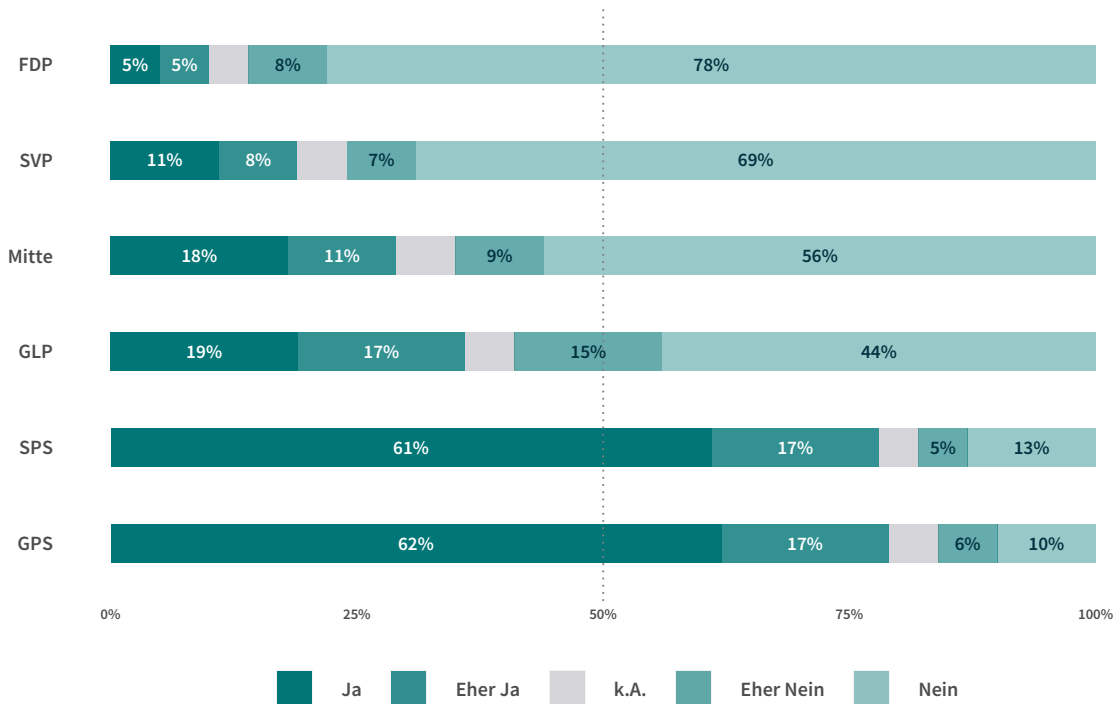
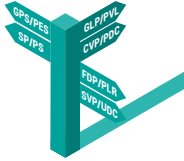
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 3: Werden Sie für die 99-Prozent-Initiative stimmen?

	FDP	Mitte	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	5	18	61	11	62	19
Eher Ja	5	11	17	8	17	17
Eher Nein	8	9	5	7	6	15
Nein	78	56	13	69	10	44
Keine Angabe	4	6	4	5	5	5
Statistische Unschärfe (±)	3	4	3	3	4	3



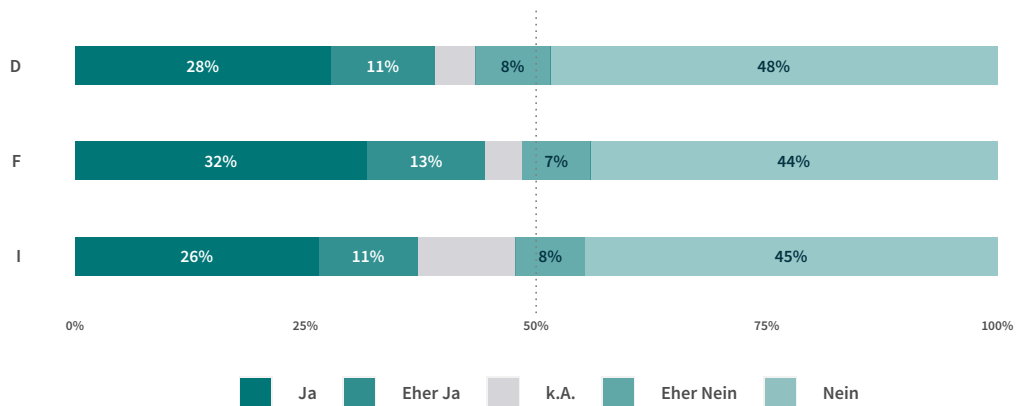
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 4: Werden Sie für die 99-Prozent-Initiative stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	28	32	26
Eher Ja	11	13	11
Eher Nein	8	7	8
Nein	48	44	45
Keine Angabe	5	4	10
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2	5



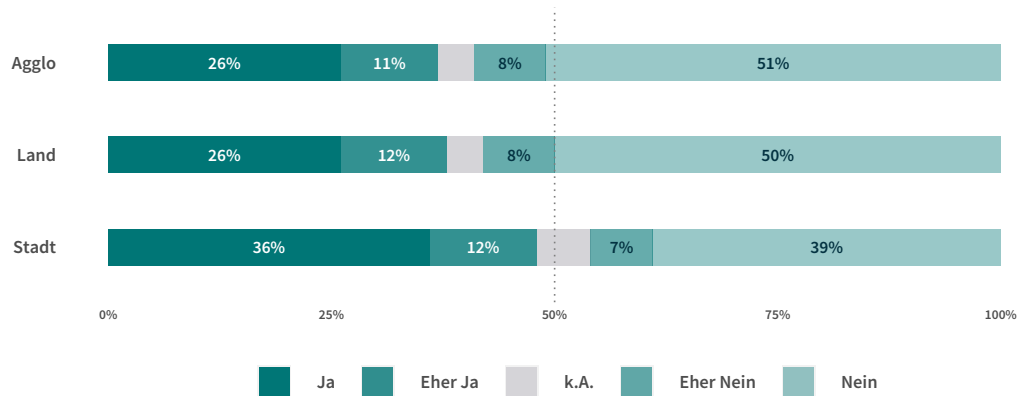
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 5: Werden Sie für die 99-Prozent-Initiative stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	36	26	26
Eher Ja	12	11	12
Eher Nein	7	8	8
Nein	39	51	50
Keine Angabe	6	4	4
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



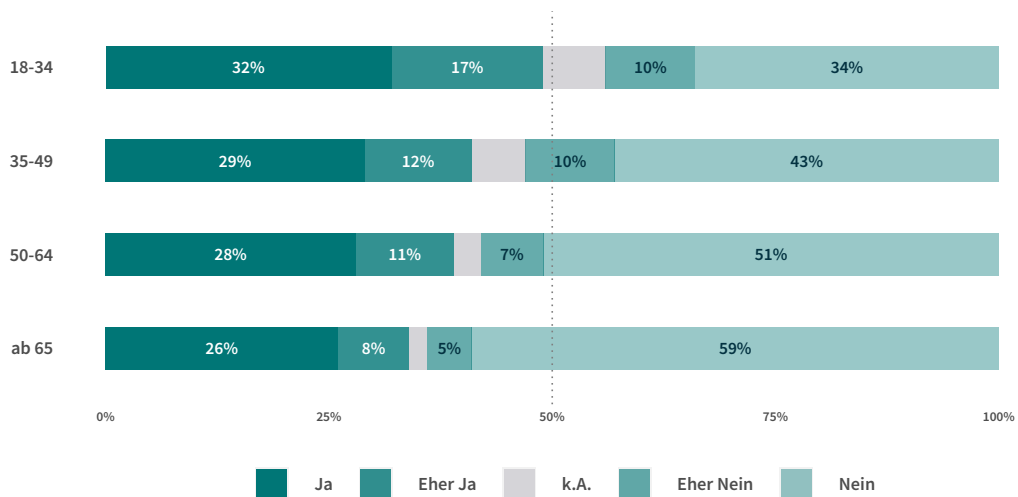
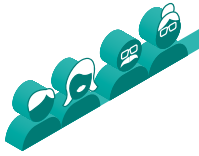
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 6: Werden Sie für die 99-Prozent-Initiative stimmen?

	18-34	35-49	50-64	ab 65
Ja	32	29	28	26
Eher Ja	17	12	11	8
Eher Nein	10	10	7	5
Nein	34	43	51	59
Keine Angabe	7	6	3	2
Statistische Unschärfe (±)	3	2	2	3



[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 die 99-Prozent-Initiative?

	%
Beim Vermögen geht die Schere zwischen Arm und Reich immer weiter auf. Die Initiative schafft mehr Verteilungsgerechtigkeit zwischen den Normalverdienern und den «Superreichen».	68
Superreiche profitieren vom Schweizer Steuerwettbewerb. Die Initiative ist ein Mittel gegen Steu- erdumping.	12
Durch Umverteilung hat am Schluss der Grossteil der Bevölkerung mehr Geld im Portemonnaie.	9
Die Initiative stärkt die Frauen, die viel unbezahlte Arbeit im Haushalt leisten und generell tiefere Löhne erhalten.	5
Die Vermögenskonzentration befördert Wirtschaftskrisen. Diese Gefahr wird vermindert.	3
Ein anderes.	1
Keines.	2

Tabelle 8: Welches Argument spricht am ehesten gegen die 99-Prozent-Initiative?

	%
Eine stärkere Besteuerung von Kapitaleinkommen schadet der Standortattraktivität der Schweiz und schadet mittelfristig der gesamten Volkswirtschaft.	31
Die Schweiz verteilt bereits ausreichend um, etwa durch AHV, Prämienverbilligungen oder die progressiven Einkommens- und Vermögenssteuern.	22
Sie schadet KMUs und Startups, denen Kapital für Investitionen wegbricht.	20
Die Initiative führt dazu, dass Vermögende ins Ausland abwandern und Steuereinnahmen weg- fallen.	14
Ein anderes.	6
Die Wirtschaft ist durch die Covid-Pandemie stark getroffen worden. Die Initiative würde die dringend nötige Erholung bremsen.	4
Keines.	3

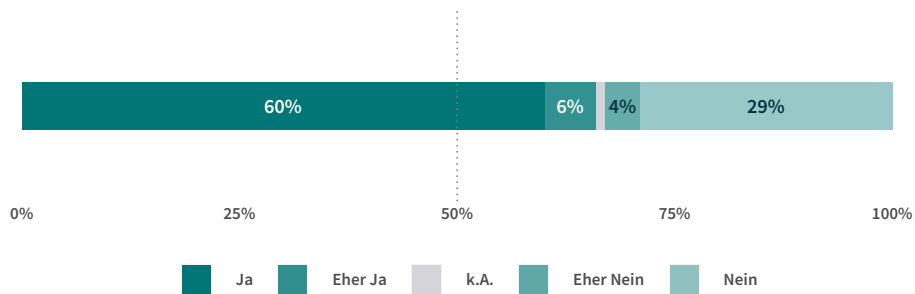
[↗ Zurück zur Zusammenfassung](#)



2 Abstimmung über die Ehe für alle

Tabelle 9: Werden Sie für die Ehe für alle stimmen?

	%	
Ja	60	} 66
Eher Ja	6	
Eher Nein	4	} 33
Nein	29	
Keine Angabe	1	
Statistische Unschärfe (\pm)	1	



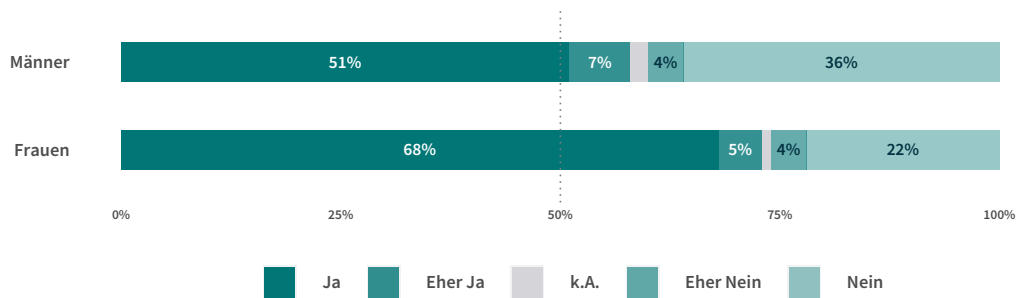
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 10: Werden Sie für die Ehe für alle stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	51	68
Eher Ja	7	5
Eher Nein	4	4
Nein	36	22
Keine Angabe	2	1
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2



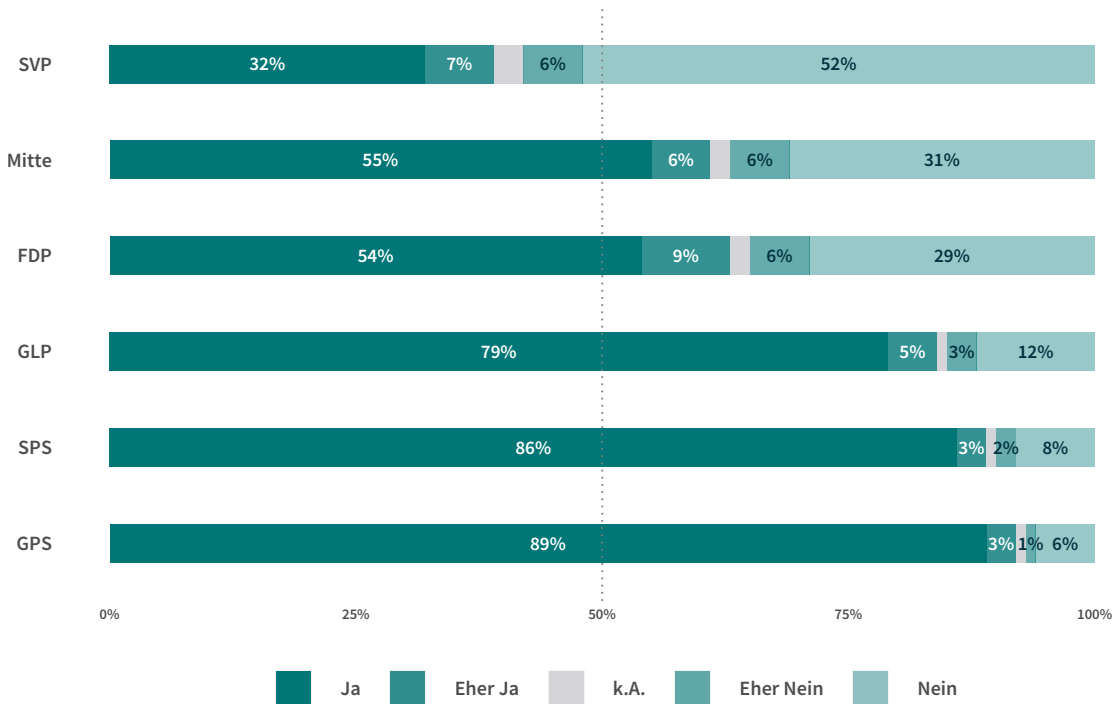
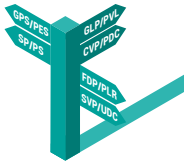
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 11: Werden Sie für die Ehe für alle stimmen?

	FDP	Mitte	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	54	55	86	32	89	79
Eher Ja	9	6	3	7	3	5
Eher Nein	6	6	2	6	1	3
Nein	29	31	8	52	6	12
Keine Angabe	2	2	1	3	1	1
Statistische Unschärfe (±)	3	4	3	3	4	3



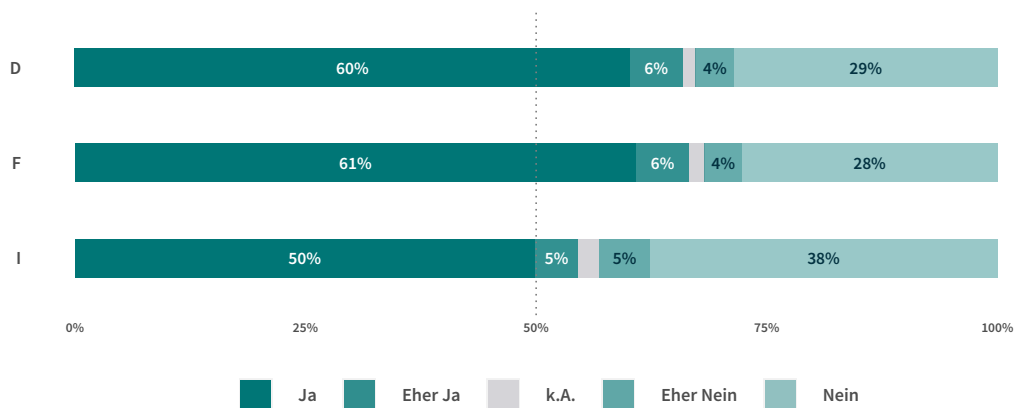
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 12: Werden Sie für die Ehe für alle stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	60	61	50
Eher Ja	6	6	5
Eher Nein	4	4	5
Nein	29	28	38
Keine Angabe	1	1	2
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2	5



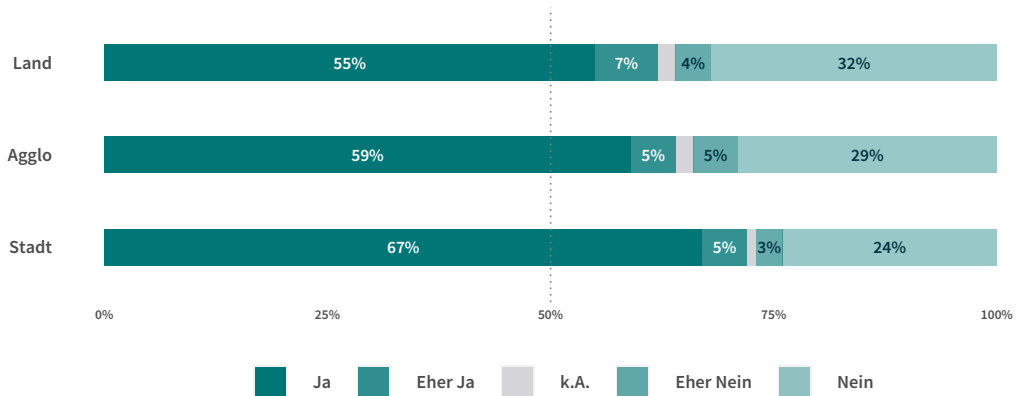
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 13: Werden Sie für die Ehe für alle stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	67	59	55
Eher Ja	5	5	7
Eher Nein	3	5	4
Nein	24	29	32
Keine Angabe	1	2	2
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



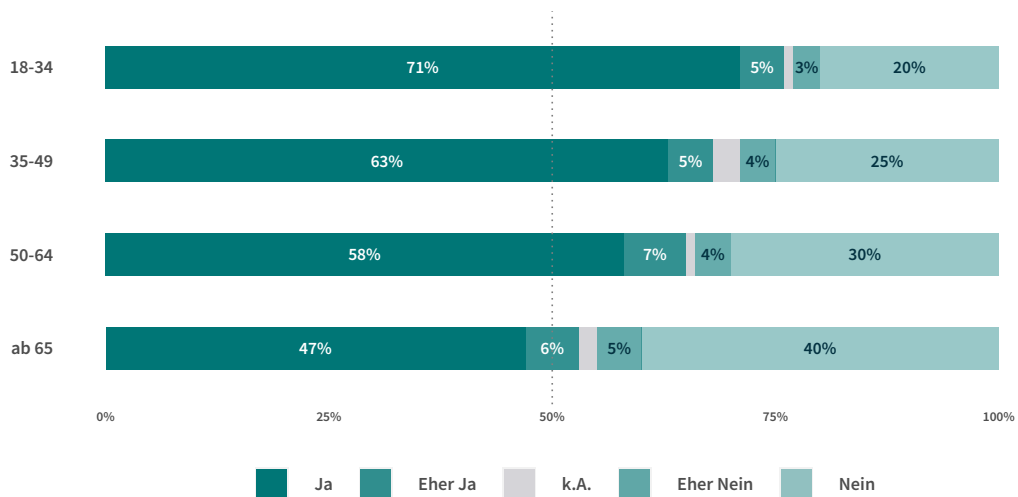
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 14: Werden Sie für die Ehe für alle stimmen?

	18-34	35-49	50-64	ab 65
Ja	71	63	58	47
Eher Ja	5	5	7	6
Eher Nein	3	4	4	5
Nein	20	25	30	40
Keine Angabe	1	3	1	2
Statistische Unscharfe (\pm)	3	2	2	3



[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 die Ehe für alle?

	%
Homo- und Bisexualität sind längst Normalität. Die Ausweitung der Ehe beendet die Ungleichbehandlung.	53
Die Ehe soll für alle da sein. Der Staat darf sie nicht einer bestimmten Gruppe vorenthalten.	31
Die Ehe für alle hat Signalwirkung für die Gleichstellung in anderen Lebensbereichen.	8
Mit der Ehe für alle sowie der Samenspende erhalten Kinder gleichgeschlechtlicher Paare zwei rechtlich abgesicherte Elternteile.	7
Ein anderes.	0
Keines.	1

Tabelle 16: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Ehe für alle?

	%
Eine Ausweitung ist nicht nötig, da es für homosexuelle Paare bereits die Möglichkeit der eingetragenen Partnerschaft gibt.	28
Die Ehe für alle schadet dem Kindeswohl. Ein Kind sollte mit Mutter und Vater aufwachsen.	25
Die Ehe ist der Verbindung von Mann und Frau vorbehalten.	24
Ein Ja öffnet Tür und Tor für weitere Ausweitungen wie die Eizellenspende oder die Leihmutter-schaft.	20
Ein anderes.	2
Keines.	1

[↗ Zurück zur Zusammenfassung](#)



3 Technische Details

Stichprobe: Die folgenden Resultate basieren auf 15'583 UmfrageteilnehmerInnen (11'998 aus der Deutschschweiz, 3'077 aus der Romandie und 508 aus dem Tessin).

Stichprobenfehler: Wie bei allen Umfragen weist diese Umfrage einen Fehlerbereich aus. Auf einem α -Niveau von 5% liegt der maximale Fehlerbereich bei dieser Umfrage bei $\pm 1.2\%$ -Punkten für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe.

Erhebungszeitraum: Die Umfrage war vom 26. – 27. August 2021 online zugänglich. Die bereinigten Daten wurden für die Analyse nach demographischen, geographischen und politischen Variablen modelliert.

4 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 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.

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.



5 Methodik der offenen *design*-basierten Umfragen

In der Umfrageforschung gibt es zwei verschiedene Arten, wie Teilnehmende zur Befragung gelangen. Als Standard galt lange die Telefonumfrage, die auf der Theorie der Zufallsstichprobe aufbaut. Hier wurde eine sogenannte "repräsentative" Stichprobe von ca. 1'000 Teilnehmenden befragt. Die Analyse dieser Stichprobe war einfach, präzise und robust, solange jede Person dieselbe Wahrscheinlichkeit hatte, per Telefon befragt zu werden. Heute sind jedoch viele Personen kaum mehr telefonisch erreichbar und/oder möchten oft nicht an diesen Umfragen teilnehmen. Dass Personen, die erreichbar sind und an Befragungen teilnehmen, sich systematisch von jenen unterscheiden, die nicht erreichbar sind und nicht teilnehmen, führt zu erheblichen Problemen für die telefonischen Umfragen.

Diese Probleme sind bekannt und es wurden neue Methoden entwickelt, die einen anderen Ansatz verfolgen. Es handelt sich dabei um sogenannte *design*-basierte Umfragen. Der grösste Unterschied zu den Telefonumfragen ist zum einen die Grösse der Stichprobe und zum anderen die eingesetzten statistischen Modellierungsverfahren, welche bei Telefonumfragen nicht zur Anwendung kommen (siehe auch [Tabelle 18](#) für eine Gegenüberstellung der beiden Methoden). Wir haben diesen Ansatz 2014 in der Schweiz eingeführt und dadurch die Qualität der politischen Umfragen der Schweiz nachhaltig verbessert (siehe beispielsweise die damalige Berichterstattung: [NZZ, Die Zeit, Südostschweiz](#)).

Eine weitere Unterscheidung ist, ob Umfragen offen oder geschlossen sind. Bei offenen Umfragen können im Prinzip alle Personen teilnehmen, was bei geschlossenen Befragungen nicht möglich ist – in diesem Falle erfolgt die Teilnahme über eine individuelle Einladung. Wir führen beide Befragungsarten durch, die 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfragen führen wir jedoch offen durch, es können also alle Personen mit einem Internetzugang teilnehmen. Im Folgenden diskutieren wir die Logik der offenen Umfragen und die erforderliche statistische Modellierung für diese Form der Umfragen.

Bei offenen Umfragen nehmen Personen aus verschiedenen Bevölkerungsgruppen unterschiedlich oft teil. Deshalb bedarf es einer komplexen statistischen Modellierung, um mögliche Verzerrungen auszugleichen. Das Augenmerk unserer Ansatzes liegt deshalb weniger auf der Erstellung der Stichprobe, sondern auf der statistischen Modellierung der Rohdaten. Dafür analysieren wir politische, geografische und demografische Informationen in einem mehrstufigen Verfahren. Die theoretische Fundierung der modellbasierten Analyse orientiert sich unter anderem an der aktuellen Forschung zu Mehrebenenmodellen und Poststratifikation.² Unsere statistische Methode wertet in mehreren Schritten Daten über die Zusammensetzungen der Wähler*innenschaft im Vergleich zur Stichprobe aus. Skizzenhaft sieht dieser Prozess folgendermassen aus:

- Im ersten Schritt werden verschiedene Idealtypen definiert, bspw. 18-35 jährige Bernerinnen, die in der Stadt wohnen, einen Lehrabschluss haben und mit der FDP sympathisieren.
- Im zweiten Schritt schätzen wir Bayesianische Mehrebenenmodelle und berechnen für je-

²Lesen Sie dazu auch den folgenden Blogbeitrag [hier](#) oder die aufgelisteten Publikationen am Ende des Berichts.



den möglichen Idealtypen die erwartete Unterstützung.

- Im dritten Schritt berechnen wir die Unterstützung in der gesamten Stimmbevölkerung.

Unser Ansatz basiert auf unserer langjährigen akademischen Forschung, die wir in renommierten Fachzeitschriften publiziert haben (*American Political Science Review*, *American Journal of Political Science* und *Journal of Politics*). Insofern ist die Auswertung der 20-Minuten/Tamedia-Abstimmungs-umfragen ein Spin-off der universitären Forschung von Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen. Die konkrete methodische Durchführung ist komplex, aber die Intuition der Methodik ist einfach: Der Fokus liegt nicht auf der Erstellung der "zufälligen" Stichprobe, sondern in der Auswertung der grossen Onlinestichprobe (in unserem Fall sind dies mehr als 10'000 Befragte).

Die Durchführung der statistischen Modellierung ist mit mehreren Modellierungsentscheidungen verbunden, welche wir permanent überprüfen und hinterfragen. Eine wichtige Annahme unserer Methode ist, dass sich beispielsweise die 18-35 jährigen Bernerinnen, die eine Berufslehre absolviert haben, in der Stadt leben, mit der FDP sympathisieren und an der 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage teilnehmen, nicht systematisch von den 18-35 jährigen Bernerinnen mit denselben Merkmalen unterscheiden, die nicht an der Umfrage teilnehmen.³ Tabelle 18 fasst die wesentlichen Unterschiede in der Methodik von Online- und Telefonumfragen zusammen.

Tabelle 18: Vergleich Online- und Telefonumfragen

	Moderne Umfragen	Traditionelle Umfragen
Fokus	Bereinigung und Modellierung	Erstellung der pseudo-zufälligen Stichprobe
Theorie	Mehrebenenmodelle Poststratifikation	Zufallsstichprobe
Stärken	Funktioniert auch bei hoher non-response	einfach
Schwächen	Komplexe Modellierung notwendig	Zufallsstichproben sind unerreichbares Ideal

6 Wie genau sind Abstimmungsumfragen in der Schweiz?

Die Genauigkeit von Abstimmungsumfragen zu eruieren ist gar nicht so einfach, da sich die Unterstützung von Vorlagen über die Zeit verändert und in den letzten Tagen vor dem Abstimmungssonntag in der Schweiz keine Umfragen mehr publiziert werden. Grundsätzlich sind die etablierten Umfragen in der Schweiz von guter Qualität. Wichtig ist zudem, dass eine Mehrzahl von seriös durchgeführten Umfragen die Qualität insgesamt verbessert und den Informationsstand der Bevölkerung steigert. Elementar ist aus unserer Sicht, dass Umfragen öffentlich publiziert werden und nicht exklusiv einzelnen Interessengruppen für Ihre Kampagnen zur Verfügung stehen. Wenn Umfrageresultate als *res publica* für alle zugänglich, bieten diese eine demokratisch wertvolle

³Bei jungen Leuten ist diese Annahme wohl unproblematisch, nicht aber bei älteren Wähler*innen.



Orientierungshilfe. Trotzdem sollten Umfragen immer mit einer gewissen Vorsicht interpretiert werden.

Gehen wir also zurück zur Frage, wie genau die Umfrageresultate eigentlich sind. Der folgende Vergleich soll es jeder Leser*in erlauben, sich ein eigenes Bild in Bezug auf die Qualität der etablierten Umfragen in der Schweiz zu machen. Hierzu vergleichen wir die Resultate unserer *design*-basierten Methode mit jener der SRG-Trendstudien, welches die andere regelmässige Umfrage im Vorfeld von eidgenössischen Vorlagen ist. Für diesen Vergleich setzen wir die Umfrageresultate dem tatsächlichen Abstimmungsergebnis gegenüber. Dafür werden die letzten publizierten Werte mit dem Abstimmungsergebnis verglichen.⁴ Dieser Vergleich ist unter der Annahme informativ, dass sich die Meinungen in den letzten zwei Wochen vor der Abstimmung nicht mehr (oder nur minim) verändern. Ob dies Annahme in einem konkreten Fall zutrifft ist eine empirische Frage.

Tabelle 19 auf der folgenden Seite weist alle Ja-Stimmenanteile unserer letzten Umfrage (20 Minuten-/Tamedia), der letzten SRG-Trendumfrage und das tatsächliche Ergebnis für alle Abstimmungen seit Februar 2014 aus. Insgesamt zeigen die Resultate, dass es Abweichungen zwischen diesen beiden etablierten Umfragen und den tatsächlichen Abstimmungsergebnissen gibt.⁵ Der Verlauf über mehrere Umfragen ist oft hilfreich für eine genauere Approximation, aber solche Trendanalysen sind auch stark von Annahmen getrieben. Insgesamt unterstreichen diese Erkenntnisse wiederum die Notwendigkeit von mehreren Umfragen. Wir können uns nicht auf eine einzige Umfrage oder einen spezifischen Trend verlassen, sondern sollten alle verfügbaren Informationen interpretieren.

Wird die letzte Umfrage vor den Abstimmungen mit dem Endergebnis verglichen (siehe Tabelle 19), liegt die 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage in etwa der Hälfte aller Abstimmungen näher am amtlichen Endergebnis als die SRG Trendumfrage.

⁴In der Schweiz werden die letzten Werte jeweils zehn Tage vor dem jeweiligen Abstimmungssonntag veröffentlicht.

⁵Die durchschnittliche Abweichung der 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage ist mit 8.29%-Punkte leicht besser als jene der SRG Trendumfrage (8.37%-Punkte).



Tabelle 19: 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
Zersiedlungsinitiative	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
Kinderdrittbetr.	51	43	37	SRG Trendumfrage
Vaterschaftsurlaub	70	61	60	SRG Trendumfrage
Kampffjets	65	58	50.1	SRG Trendumfrage
KOVI	51	57	51	20 Minuten-/Tamedia
Verbot Kriegsmat-finanz.	41	50	43	20 Minuten-/Tamedia
Burkainitiative	59	49	51	SRG Trendumfrage
E-ID-Gesetz	42	42	36	20 Minuten-/Tamedia/SRG Trendumfrage
Handelsvertrag Indonesien	52	52	52	20 Minuten-/Tamedia/SRG Trendumfrage
Trinkwasser-Initiative	41	44	39	20 Minuten-/Tamedia
Pestizidverbot	42	47	39	20 Minuten-/Tamedia
Covid-19-Gesetz	69	64	60	SRG Trendumfrage
CO2-Gesetz	53	54	48	20 Minuten-/Tamedia
PMT	63	62	57	SRG Trendumfrage



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 hat an der Universität Zürich doktriert und unterrichtet statistische Kurse zu Datenvisualisierung und Modellierungen. Er hat seine Doktorarbeit zur statistischen Modellierung politischer Entscheidungsprozesse von Bürger*innen und zu künstlicher Intelligenz geschrieben.

Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge

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