

Medienmitteilung

Mehrheit für Tabakwerbeverbots-Initiative, Nein-Lager liegt bei der Medienförderung vorne

Sechs Wochen vor den Abstimmungen vom 13. Februar 2022 findet die Initiative über das Verbot von Tabakwerbung mit 67% Ja-Anteil grosse Unterstützung. Bei der Medienförderung liegen die Gegner vorn. Wenig fortgeschritten ist die Meinungsbildung beim Bundesgesetz über die Stempelabgaben.

Zürich, 7. Januar 2022 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die erste Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmungen vom 13. Februar 2022 durchgeführt. 13'120 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 3. und 4. Januar online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,5 Prozentpunkten.

Initiative zum Tier- und Menschenversuchsverbot derzeit chancenlos

Wenig Unterstützung genießt aktuell die Initiative, die Tier- und Menschenversuche verbieten will. Stand heute hätten 61% die Vorlage abgelehnt und 34% hätten die Initiative angenommen, wobei 5% noch keine Angaben zu ihren Stimmabsichten machen. Die Vorlage findet zum aktuellen Zeitpunkt nur bei den Grünen eine Mehrheit – alle anderen Parteien sprechen sich gegen die Initiative aus. Zudem weisen die Resultate kaum Unterschiede zwischen der Stimmbevölkerung in der Stadt und auf dem Land aus.

Das meistgenannte Argument der Befürworterinnen und Befürworter ist, dass der Mensch Tieren viel Leid und Schmerz im Namen der Forschung zufüge. Gegnerinnen und Gegner sind zum einen der Meinung, dass die Schweiz eine der weltweit strengsten Regelungen für Tierversuche und für die Forschung am Menschen hat, was eine ethisch vertretbare Forschung gewährleiste. Andererseits ist knapp ein Drittel der Meinung, dass es noch keine Alternativen zu Tierversuchen für die Erforschung schwerer Krankheiten gebe.

Zwei Drittel für ein Verbot von Tabakwerbung

Für die Initiative über ein Verbot von Tabakwerbung würden aktuell 67% der Vorlage stimmen. 31% sprechen sich gegen das Verbot aus, während 2% keine Angaben zu ihren Stimmabsichten machen. Die Vorlage findet eigentlich überall komfortable Mehrheiten. Die Ausnahme bilden die Sympathisantinnen und Sympathisanten der SVP und der FDP, die das Verbot knapp ablehnen oder nur knapp befürworten.

Etwa die Hälfte der Befürworterinnen und Befürworter gibt an, dass die meisten Raucherinnen und Raucher im Jugendalter damit beginnen und deshalb die Prävention für diese Altersgruppe entscheidend sei. Ein weiteres Drittel findet, dass die Gesundheit der Bevölkerung höher zu gewichten ist, als die Markt- und Handelsfreiheit der Tabakindustrie. Auf der anderen Seite meinen Gegnerinnen und Gegner der Vorlage, dass Jugendliche nicht wegen Werbung mit Rauchen beginnen, sondern aus Neugier, Gruppendruck und aufgrund des persönlichen Umfelds..

Bundesgesetz über die Stempelabgaben: 15% noch unentschieden

Als dritte Vorlage wird über das Bundesgesetz über die Stempelabgaben abgestimmt, das die Emissionsabgabe auf Eigenkapital abschaffen möchte. Aktuell sprechen sich 30% für die Abschaffung aus, 55% sind dagegen und 15% machen noch keine Angaben zu ihren Stimmabsichten. Insbesondere Frauen oder jüngere Altersgruppen scheinen sich im Vergleich noch wenig mit dem Inhalt der Vorlage auseinandergesetzt zu haben, was sich im hohen Anteil an Unentschiedenen zeigt.

Die Befürworterinnen und Befürworter der Abschaffung der Stempelsteuer argumentieren mit Anreizen für zusätzliche Investitionen, die langfristig Mehreinnahmen für den Bund generieren würden und dass 80% bis 90% der betroffenen Unternehmungen KMU seien. Gegnerinnen und Gegner der Vorlage argumentieren mit dem Entgehen von jährlich 250 Millionen Franken an Steuereinnahmen und dass die Aufhebung der Emissionsabgabe in erster Linie Grosskonzernen zugute komme, 590'000 KMU gingen leer aus.

Knappe Mehrheit gegen die Medienförderung

Das Gesetz zur Medienförderung würde zum aktuellen Zeitpunkt abgelehnt werden – jedoch geben 7% noch keine Stimmabsichten an, 42% sagen Ja und 51% sprechen sich gegen das Gesetz aus. Aktuell sind Sympathisantinnen und Sympathisanten der Grünen (64%) und der SP (69%) relativ deutlich für die Medienförderung. Jene der GLP mit 51% gerade noch knapp. Die Umfrage zeigt weiter, dass das Gesetz lediglich in der französischsprachigen Schweiz eine knappe Mehrheit genießt und die Zustimmung mit zunehmendem Alter ansteigt.

Die Mehrheit der Befürworterinnen und Befürworter gibt an, dass die privaten Schweizer Medien einen unverzichtbaren Beitrag zur medialen Grundversorgung leisten und so die direkte Demokratie und den Föderalismus stützen. Jeweils ein Viertel ist der Meinung dass die Unabhängigkeit mit der Förderung gestützt werde und dass insbesondere kleine, lokale und regionale Publikationen nicht mehr überleben könnten. Die Mehrheit der

Gegnerinnen und Gegner lehnt die staatliche Förderung ab, da geförderte Medien ihre Glaubwürdigkeit verlieren würden und so ihre Funktion als vierte Macht im Staat nicht mehr erfüllen könnten. Ein weiteres Drittel stört sich daran, dass auch grosse Verlagshäuser unterstützt werden sollen.

Umfassende Umfragen

Die 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfragen werden in Zusammenarbeit mit LeeWas durchgeführt. Sie modellieren die Umfragedaten nach demografischen, geografischen und politischen Variablen, sodass die Stichprobe der Struktur der Stimmbevölkerung entspricht. In einem mehrstufigen Verfahren werden die Antworten auf ihre Plausibilität überprüft. Dabei werden in der Regel rund 15 Prozent der Teilnahmen vorsorglich aussortiert, wenn eines oder mehrere Warnerelemente gegeben sind. 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 und der detaillierte Bericht zur Umfrage sind unter tamedia.ch/umfragen abrufbar.

Beteiligte Medien

Deutschschweiz: 20 Minuten, BZ Berner Zeitung, Der Bund, Tages-Anzeiger, Basler Zeitung, Sonntagszeitung und ZRZ Zürcher Regionalzeitungen;
Romandie: 20 minutes, 24 heures, Tribune de Genève, lematin.ch und Le Matin Dimanche;
Tessin: 20 minuti

Kontakt

Nicole Bänninger, Leiterin Kommunikation Tamedia
+41 44 248 41 87, nicole.baenninger@tamedia.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, und Heute in Österreich).
www.20min.ch

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1400 Mitarbeitende in der Deutschschweiz und der Romandie 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.
www.tamedia.ch