

20 MINUTEN-/TAMEDIA- ABSTIMMUNGSUMFRAGE



Eidgenössische Volksabstimmungen vom 27. September 2020

Auswertung 1. Umfragewelle

Sperrfrist: 14. August, 6.00 Uhr

Originalfoto: Olivier Bruchez

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung der Resultate	3
1 Begrenzungsinitiative	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 Beschaffung neuer Kampfflugzeuge	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 Vaterschaftsurlaub	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 Jagdgesetz	27
4.1 Unterstützung nach Geschlecht	28
4.2 Unterstützung nach Parteien	29
4.3 Unterstützung nach Sprachgruppen	30
4.4 Unterstützung nach Siedlungstyp	31
4.5 Unterstützung nach Alter	32
4.6 Argumente	33
5 Allgemeiner Kinderabzug	34
5.1 Unterstützung nach Geschlecht	35
5.2 Unterstützung nach Parteien	36
5.3 Unterstützung nach Sprachgruppen	37
5.4 Unterstützung nach Siedlungstyp	38
5.5 Unterstützung nach Alter	39
5.6 Argumente	40
6 Technische Details	41



7	Statistische Unschärfe	41
8	Modellbasierte oder designbasierte Umfragen?	42
9	Bisherige Umfragen und Vergleich mit Endergebnis	44

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)



Zusammenfassung der Resultate

Begrenzungsinitiative

Ein Mehrheit der Befragten spricht sich gegen die Begrenzungsinitiative aus (Seite 6). Stand heute hätten 56% die Vorlage abgelehnt und 41% der Vorlage zugestimmt. Die Initiative findet nur bei den SVP Sympathisant*innen eine Mehrheit - bei der CVP und der FDP unterstützt nur etwa ein Drittel die Vorlage (Seite 8). Die Unterstützung ist am schwächsten in den Städten (34%) gefolgt von den Agglomerationsgemeinden (42%) – jedoch findet sich auch auf dem Land keine Mehrheit für die Vorlage (47%, Seite 10). Wie bei ähnlichen Vorlagen zeigt sich ein "Polenta-Graben" mit einer starken Unterstützung der Vorlage im Tessin (55%, Seite 9).

Bei den Argumenten zeigt sich je ein starkes Hauptargument. Befürworter*innen heben die Souveränität hervor, während die Gegner*innen betonen, dass die Personenfreizügigkeit massgeblich zu unserem Wohlstand beitrage (Seite 12). Interessant bleibt, wie sich die Unterstützung der Vorlage bei den FDP- und CVP-Wähler*innen weiterentwickelt.

Kampfflugzeuge

Offene Ausgangslage - Stand heute wollen 50% die Vorlage unterstützen und 47% wollen dagegen stimmen (Seite 13). Das Unterstützungsmuster folgt den Erwartungen: Frauen sind dieser Neuanschaffung skeptischer gegenüber eingestellt als Männer (43% Zustimmung bei den Frauen, 58% bei den Männern, Seite 14). Die Westschweiz erweist sich als etwas armeekritischer im Vergleich zur Deutschschweiz und dem Tessin (Seite 16). Die Unterstützung ist auf dem Lande stärker als in den Agglomerationsgemeinden und den Städten (Seite 17). Bei den Parteien zeigt sich, dass die Unterstützung von links nach rechts zunimmt (Seite 15). Was hier aber auffällt ist, dass eine Mehrheit der GLP-Wähler*innen die Vorlage ablehnen will (53% dagegen) – anfangs Juli hatte die Delegiertenversammlung noch mit einer deutlichen Mehrheit die Ja-Parole beschlossen.

Vaterschaftsurlaub

Es zeigt sich ein klares Bild einer sehr breiten Unterstützung: Zwei Drittel sprechen sich für den Vaterschaftsurlaub aus und ein Drittel dagegen (Seite 20). Die Vorlage findet eine Mehrheit bei den Wähler*innen aller Parteien mit Ausnahme der SVP, wobei auch ihre Wähler*innen den Vaterschaftsurlaub mit 38% unterstützen (Seite 22). Die Vorlage ist extrem populär bei den jüngeren Altersgruppen (82% bei den unter 35-jährigen), aber findet auch eine solide Mehrheit bei den über 65-jährigen von 53% (Seite 25). Die Vorlage findet eine deutlichere Unterstützung in der lateinischen Schweiz (75%, respektive 77%, Seite 23).

Befürworter*innen betonen, dass der Vaterschaftsurlaub ein Schritt in Richtung Gleichstellung sei und dass Väter nach der Geburt Verantwortung übernehmen wollen. Gegner*innen sprechen sich gegen eine Einmischung des Staates aus und führen an, dass viele Grosskonzerne bereits einen solchen Vaterschaftsurlaub kennen und man ja auch die eigene Ferienzeit einsetzen könne (Seite 26).



Jagdgesetz

Das Jagdgesetz würde Stand heute durchfallen. Es sprechen sich momentan 53% dagegen und nur 37% für die Vorlage aus. Es hat aber einen hohen Anteil an Befragten, der sich noch nicht festgelegt hat (Seite 27). Die Vorlage findet momentan nur bei Anhänger*innen der CVP und der SVP eine Mehrheit (Seite 29) und sie ist auch populärer auf dem Land – aber mit 43% findet die Vorlage auch auf dem Land keine Mehrheit (Seite 31).

Frauen stehen der Vorlage deutlich kritischer als Männer gegenüber (Seite 28) und mit zunehmendem Alter steigt die Unterstützung für die Vorlage (Seite 32). Hauptargument für die Vorlage ist der stetig wachsende Wolfsbestand und das meistgenannte Gegenargument ist, dass "Problemwölfe" bereits mit dem heutigen Gesetz abgeschossen werden könnten (Seite 33).

Allgemeiner Kinderabzug

Klare Mehrheit für die Vorlage – 55% wollen die Vorlage unterstützen und 37% sind dagegen (Seite 34). Es finden sich Mehrheiten bei den Anhänger*innen aller Parteien mit Ausnahme der SVP. Selbst bei der SP findet sich eine Mehrheit von 55% der Wähler*innen, die diese Vorlage unterstützen wollen (Seite 36).

Männer und Frauen unterstützen die Vorlage gleichermassen (Seite 35). Dafür zeigt sich, dass die Unterstützung deutlich ausgeprägter ist bei Wähler*innen unter 50 Jahren, wobei die Vorlage selbst bei den über 50-jährigen noch eine knappe relative Mehrheit findet (Seite 39). Die Befürworter*innen argumentieren primär, dass es nötig ist Familien steuerlich zu entlasten und Gegner*innen halten dagegen, dass es ein Steuergeschenk an Familien mit den höchsten Einkommen sei. Wie schon beim Jagdgesetz zeigt sich, dass der Meinungsbildungsprozess noch nicht fortgeschritten ist und mit Veränderungen gerechnet werden darf (Seite 40).

Technische Eckdaten

Die folgenden Resultate basieren auf 24'252 nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichteten Antworten von UmfrageteilnehmerInnen (17'255 aus der Deutschschweiz, 5'954 aus der Romandie und 1'043 aus dem Tessin).

- Umfragetage: 10. – 11. August 2020
- Auswertungszeitraum: 11. – 13. August 2020
- Stichproben-Fehlerbereich: ± 1.0 % 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

Andres C. Nitsch, Kommunikationsverantwortlicher
+41 44 248 42 43, andres.nitsch@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.

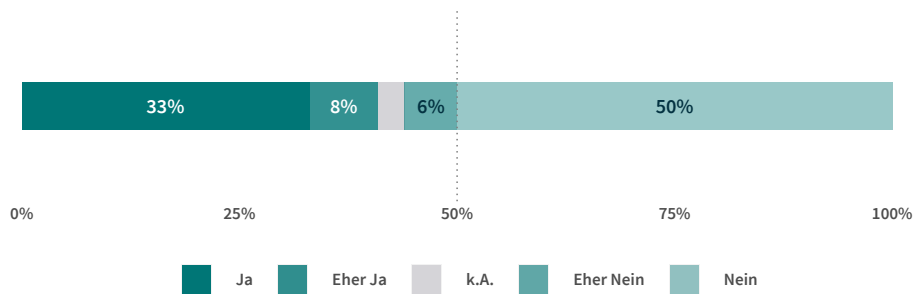
www.tamedia.ch



1 Begrenzungsinitiative

Tabelle 1: Werden Sie für die Begrenzungsinitiative stimmen?

	%	
Ja	33	} 41
Eher Ja	8	
Eher Nein	6	} 56
Nein	50	
Keine Angabe	3	
Statistische Unschärfe (\pm)	1	



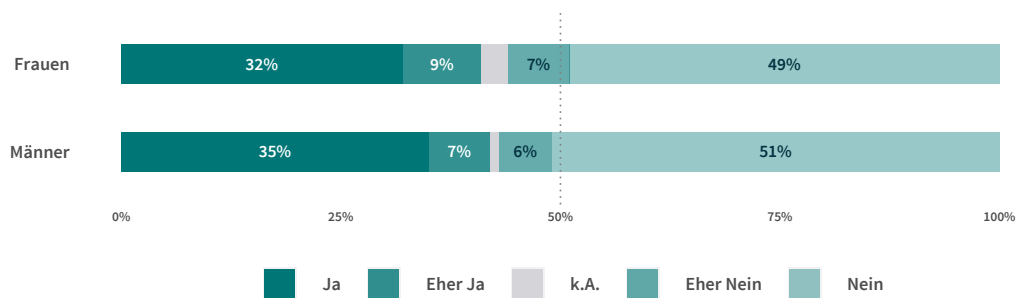
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 2: Werden Sie für die Begrenzungsinitiative stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	35	32
Eher Ja	7	9
Eher Nein	6	7
Nein	51	49
Keine Angabe	1	3
Statistische Unschärfe (±)	1	2



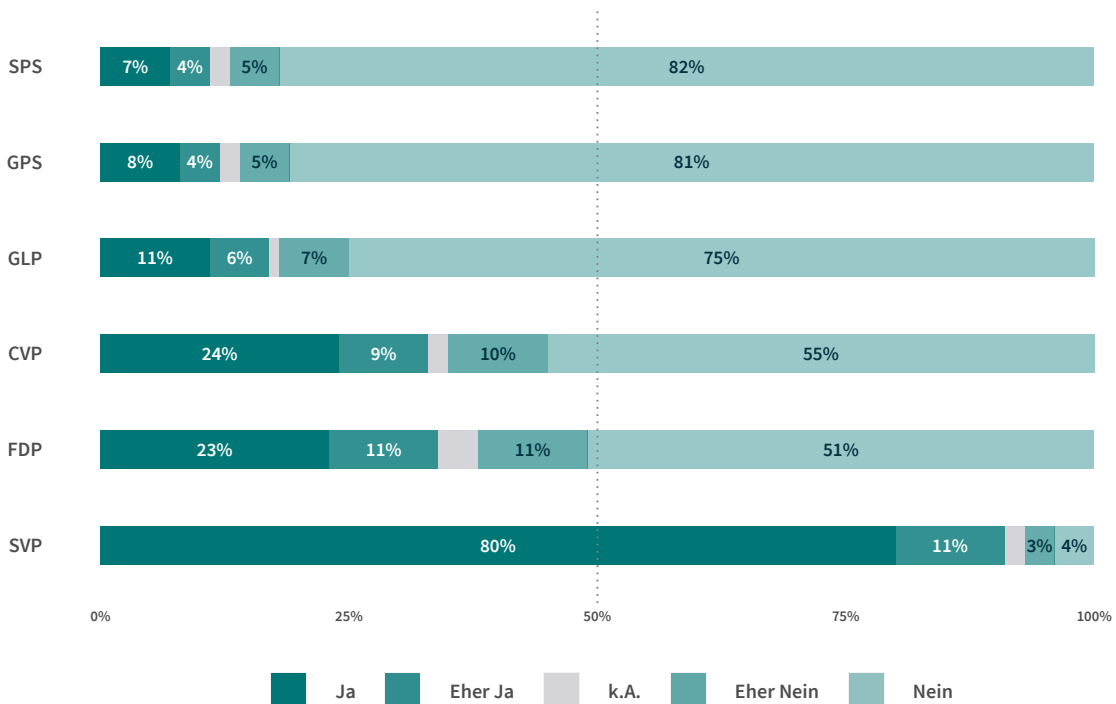
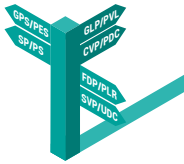
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 3: Werden Sie für die Begrenzungsinitiative stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	23	24	7	80	8	11
Eher Ja	11	9	4	11	4	6
Eher Nein	11	10	5	3	5	7
Nein	51	55	82	4	81	75
Keine Angabe	4	2	2	2	2	1
Statistische Unschärfe (±)	2	4	2	2	3	3



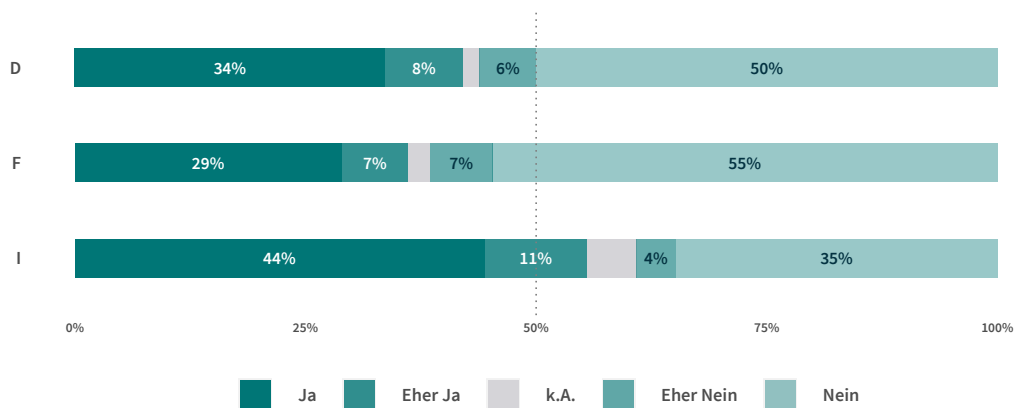
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 4: Werden Sie für die Begrenzungsinitiative stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	34	29	44
Eher Ja	8	7	11
Eher Nein	6	7	4
Nein	50	55	35
Keine Angabe	2	2	6
Statistische Unschärfe (\pm)	1	1	3



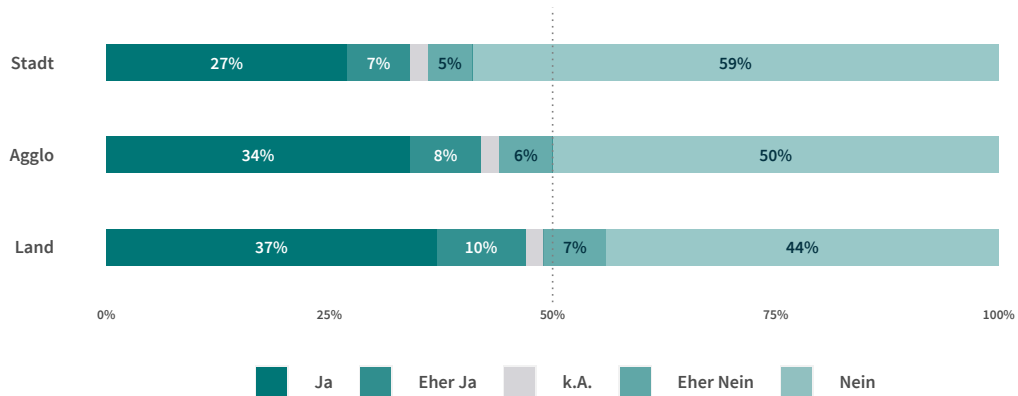
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 5: Werden Sie für die Begrenzungsinitiative stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	27	34	37
Eher Ja	7	8	10
Eher Nein	5	6	7
Nein	59	50	44
Keine Angabe	2	2	2
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



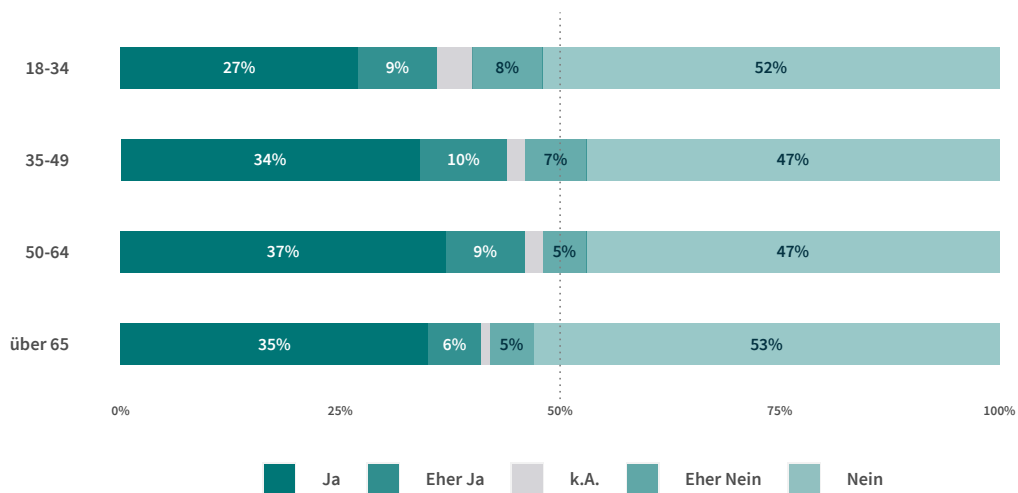
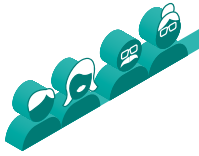
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



1.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 6: Werden Sie für die Begrenzungsinitiative stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	27	34	37	35
Eher Ja	9	10	9	6
Eher Nein	8	7	5	5
Nein	52	47	47	53
Keine Angabe	4	2	2	1
Statistische Unschärfe (±)	2	2	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 die Begrenzungsinitiative?

	%
Als souveränes Land muss die Schweiz die Zuwanderung wieder selbst steuern können.	46
Es gilt, die Masseneinwanderungsinitiative endlich umzusetzen.	19
Die unkontrollierte Zuwanderung führt zu einer zubetonierten Landschaft, Wohnungsnot sowie überfüllten Zügen und Strassen.	14
Wegen der unkontrollierten Zuwanderung werden ältere einheimische Arbeitskräfte durch jüngere Ausländer verdrängt.	11
Die unkontrollierte Zuwanderung führt zu höherer Kriminalität in der Schweiz.	8
Ein anderes.	1
Keines.	1

Tabelle 8: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Begrenzungsinitiative?

	%
Die Personenfreizügigkeit trägt massgeblich zu unserem Wohlstand bei.	40
Bei einer Annahme fielen wegen der Guillotine-Klausel die Bilateralen Verträge I weg.	35
Das Freizügigkeitsabkommen erlaubt der Schweiz flankierende Massnahmen. Fallen sie weg, geraten die einheimischen Löhne unter Druck.	7
Die Nettozuwanderung aus der EU hat sich seit 2013 halbiert. Die Initiative ist darum unnötig.	5
Ein Ja zur Initiative brächte nur ein erneutes Hickhack um die Umsetzung.	5
Ein anderes.	5
Keines.	3

[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2 Beschaffung neuer Kampfflugzeuge

Tabelle 9: Werden Sie für die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge stimmen?

	%	
Ja	40	} 50
Eher Ja	10	
Eher Nein	10	} 47
Nein	37	
Keine Angabe	3	
Statistische Unschärfe (\pm)		1



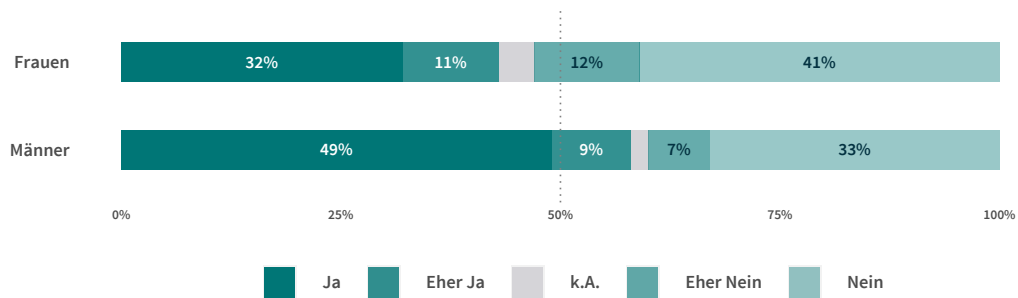
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 10: Werden Sie für die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	49	32
Eher Ja	9	11
Eher Nein	7	12
Nein	33	41
Keine Angabe	2	4
Statistische Unschärfe (±)	1	2



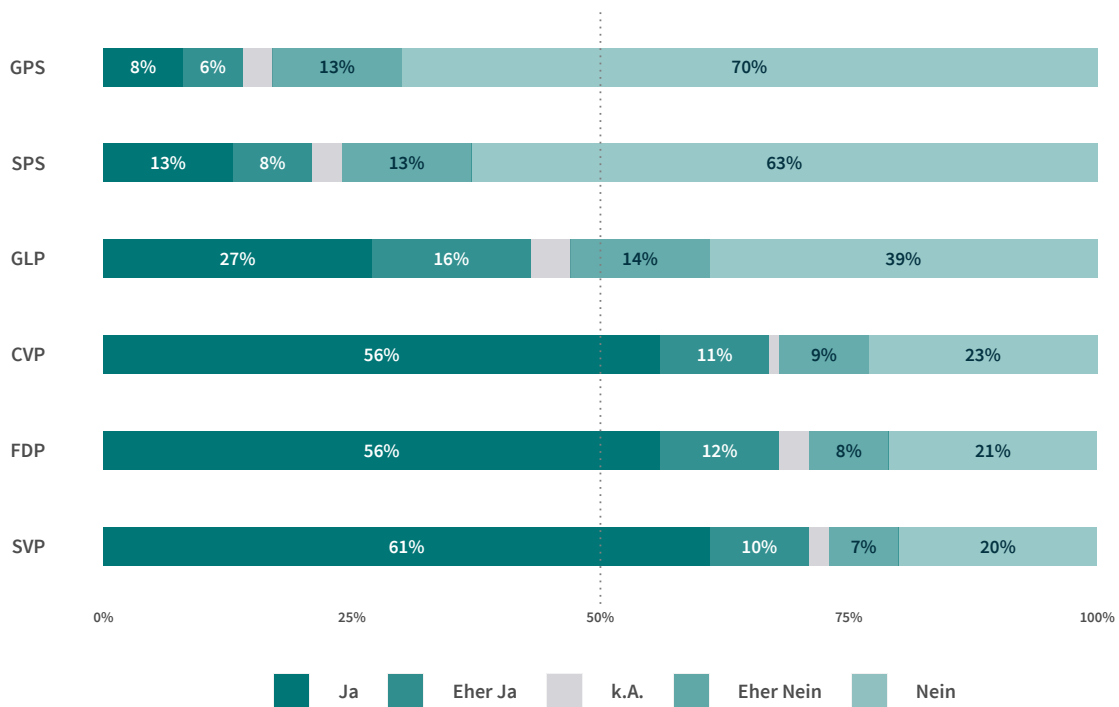
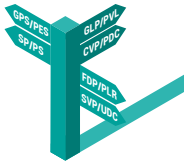
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 11: Werden Sie für die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	56	56	13	61	8	27
Eher Ja	12	11	8	10	6	16
Eher Nein	8	9	13	7	13	14
Nein	21	23	63	20	70	39
Keine Angabe	3	1	3	2	3	4
Statistische Unschärfe (\pm)	2	4	2	2	3	3



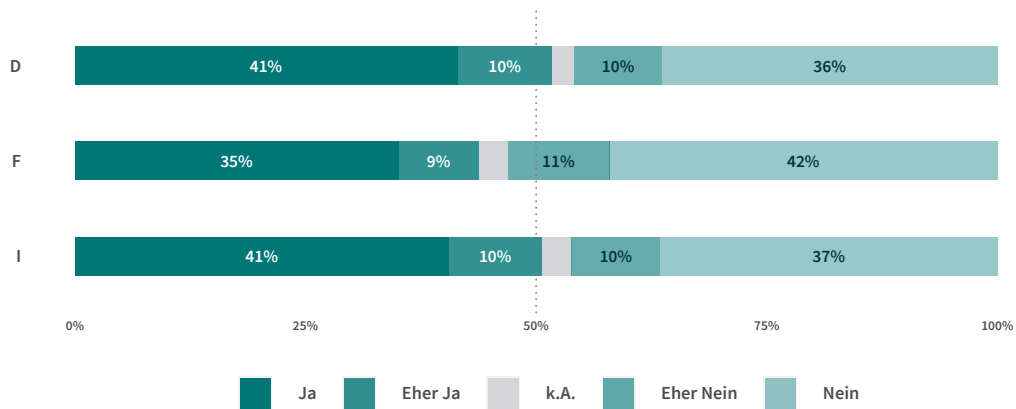
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 12: Werden Sie für die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	41	35	41
Eher Ja	10	9	10
Eher Nein	10	11	10
Nein	36	42	37
Keine Angabe	3	3	2
Statistische Unschärfe (±)	1	1	3



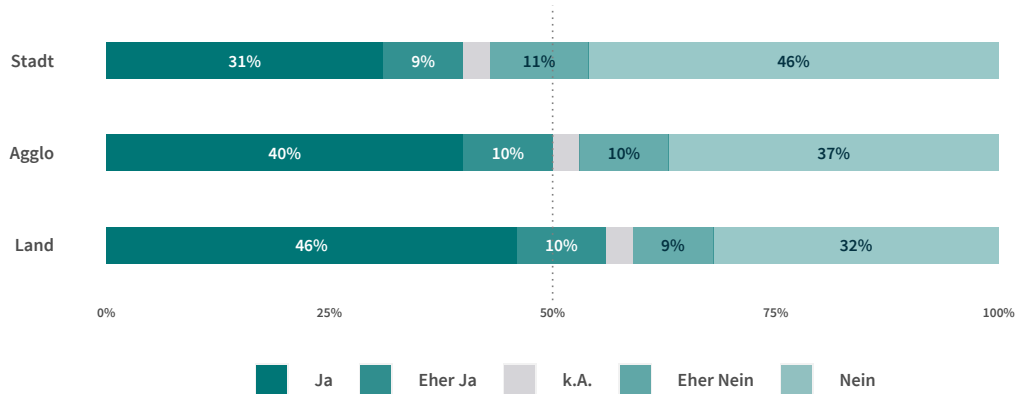
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 13: Werden Sie für die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	31	40	46
Eher Ja	9	10	10
Eher Nein	11	10	9
Nein	46	37	32
Keine Angabe	3	3	3
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



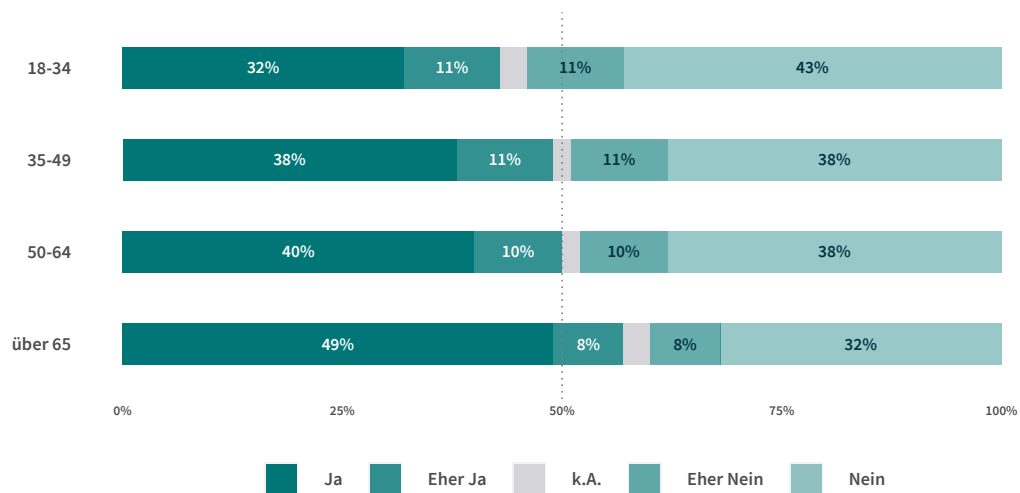
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



2.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 14: Werden Sie für die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	32	38	40	49
Eher Ja	11	11	10	8
Eher Nein	11	11	10	8
Nein	43	38	38	32
Keine Angabe	3	2	2	3
Statistische Unschärfe (±)	2	2	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 die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge?

	%
Die Flotte ist in die Jahre gekommen und muss dringend ersetzt werden.	43
Ohne eigene Luftwaffe sind wir im Ernstfall auf Hilfe aus dem Ausland angewiesen.	33
Ein Nein kommt praktisch einer Armee-Abschaffung gleich.	15
Aufgrund der Gegengeschäfte (Offsets) profitiert auch die Schweizer Industrie vom Geschäft.	7
Ein anderes.	1
Keines.	1



Tabelle 16: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Beschaffung neuer Kampfflugzeuge?

	%
Die Schweiz braucht höchstens eine Luftpolizei mit leichten Jets.	33
Die Beschaffungs- und Betriebskosten sind viel zu hoch.	27
Ich bin grundsätzlich für die Abschaffung der Armee.	25
Ich möchte zuerst wissen, wie viele Kampffjets von welchem Typ gekauft werden.	8
Die Kampffjets schaden der Umwelt.	4
Ein anderes.	2
Keines.	1

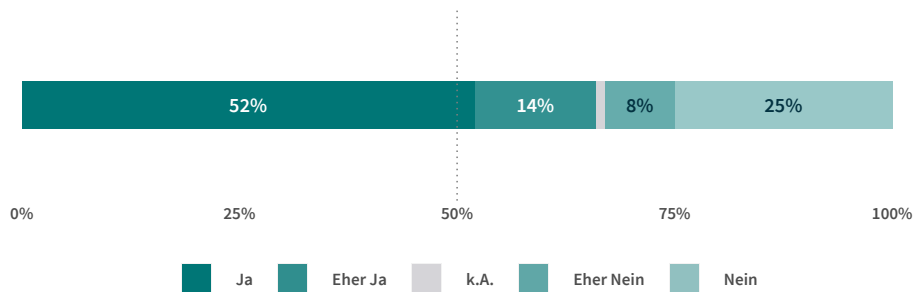
[↗ Zurück zur Zusammenfassung](#)



3 Vaterschaftsurlaub

Tabelle 17: Werden Sie für den Vaterschaftsurlaub stimmen?

	%	
Ja	52	} 66
Eher Ja	14	
Eher Nein	8	} 33
Nein	25	
Keine Angabe	1	
Statistische Unschärfe (\pm)	1	



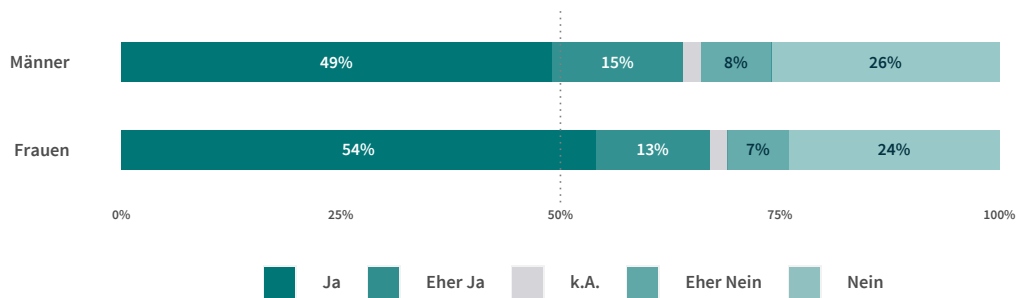
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 18: Werden Sie für den Vaterschaftsurlaub stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	49	54
Eher Ja	15	13
Eher Nein	8	7
Nein	26	24
Keine Angabe	2	2
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2



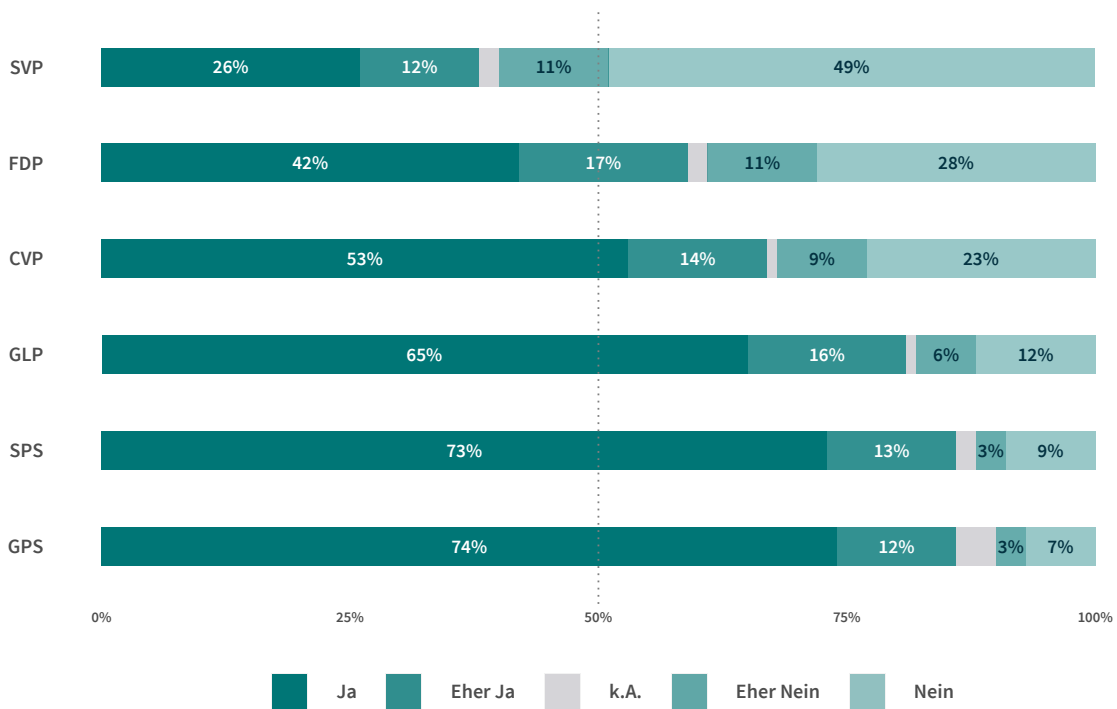
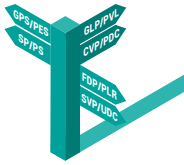
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 19: Werden Sie für den Vaterschaftsurlaub stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	42	53	73	26	74	65
Eher Ja	17	14	13	12	12	16
Eher Nein	11	9	3	11	3	6
Nein	28	23	9	49	7	12
Keine Angabe	2	1	2	2	4	1
Statistische Unschärfe (\pm)	2	4	2	2	3	3



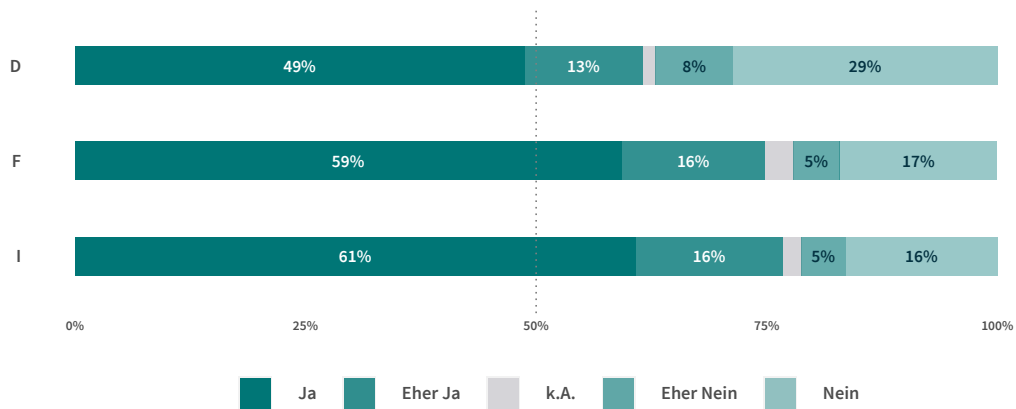
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 20: Werden Sie für den Vaterschaftsurlaub stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	49	59	61
Eher Ja	13	16	16
Eher Nein	8	5	5
Nein	29	17	16
Keine Angabe	1	3	2
Statistische Unschärfe (\pm)	1	1	3



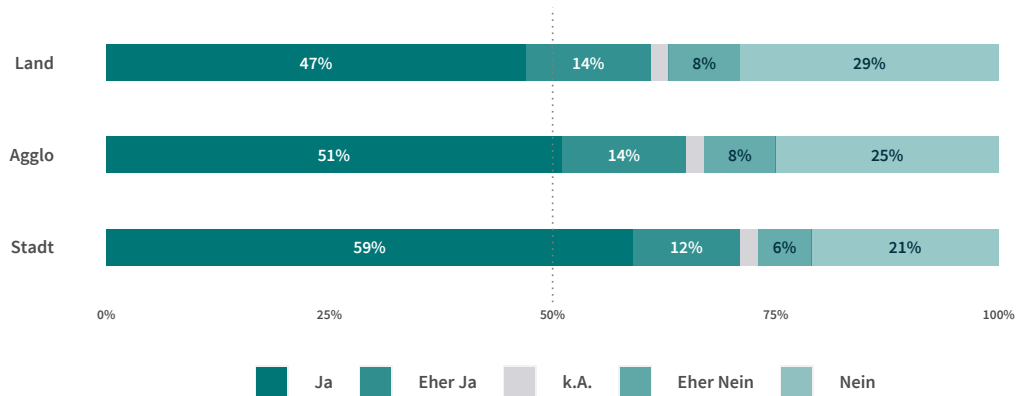
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 21: Werden Sie für den Vaterschaftsurlaub stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	59	51	47
Eher Ja	12	14	14
Eher Nein	6	8	8
Nein	21	25	29
Keine Angabe	2	2	2
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



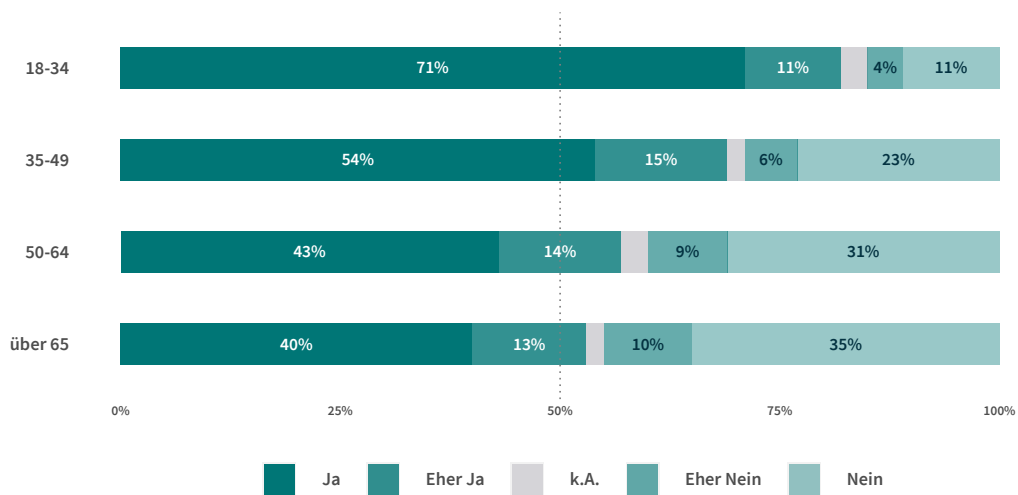
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



3.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 22: Werden Sie für den Vaterschaftsurlaub stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	71	54	43	40
Eher Ja	11	15	14	13
Eher Nein	4	6	9	10
Nein	11	23	31	35
Keine Angabe	3	2	3	2
Statistische Unschärfe (±)	2	2	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 den Vaterschaftsurlaub?

	%
Vaterschaftsurlaub ist ein Schritt in Richtung Gleichstellung.	32
Auch der Vater will nach der Geburt Verantwortung für die Familie übernehmen.	28
Der Vater soll die Mutter entlasten, damit sich diese von der Geburt erholen kann.	19
Im Europa-Vergleich ist die Schweiz beim Thema Vaterschaftsurlaub rückständig.	19
Ein anderes	1
Keines	1

Tabelle 24: Welches Argument spricht am ehesten gegen den Vaterschaftsurlaub?

	%
Der Staat soll sich nicht in die Familie einmischen. Ob man ein guter Vater ist, hängt nicht vom Vaterschaftsurlaub ab.	35
Viele Grosskonzerne haben den bezahlten Vaterschaftsurlaub bereits freiwillig eingeführt. Zudem können Väter einfach Ferien nehmen.	30
Der Vaterschaftsurlaub kostet rund 250 Millionen Franken im Jahr. Das ist zu viel für die Sozialwerke.	27
Ein anderes	6
Keines	2



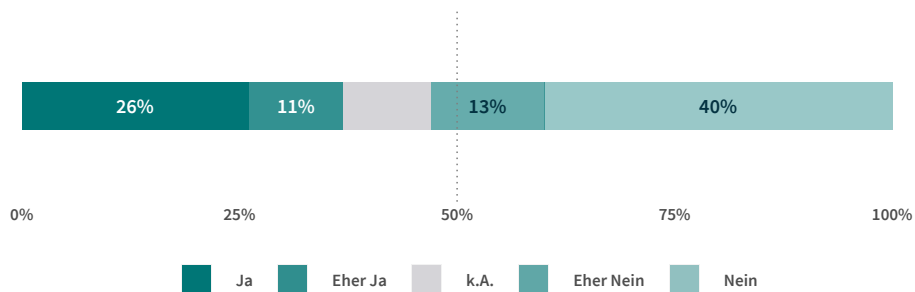
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4 Jagdgesetz

Tabelle 25: Werden Sie für die Änderung des Jagdgesetzes stimmen?

	%	
Ja	26	} 37
Eher Ja	11	
Eher Nein	13	} 53
Nein	40	
Keine Angabe	10	
Statistische Unschärfe (\pm)		1



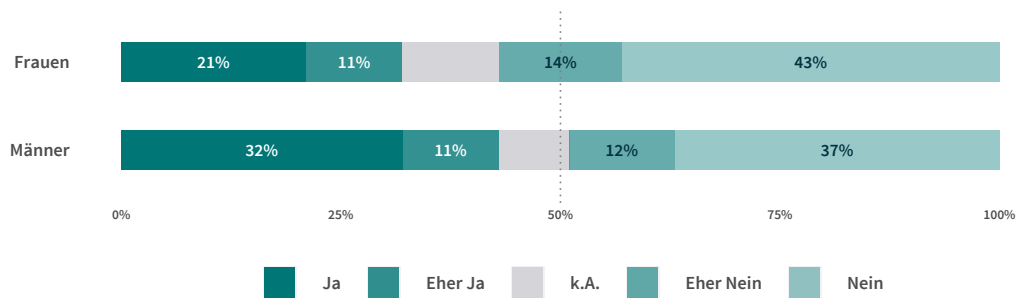
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 26: Werden Sie für die Änderung des Jagdgesetzes stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	32	21
Eher Ja	11	11
Eher Nein	12	14
Nein	37	43
Keine Angabe	8	11
Statistische Unschärfe (\pm)	1	2



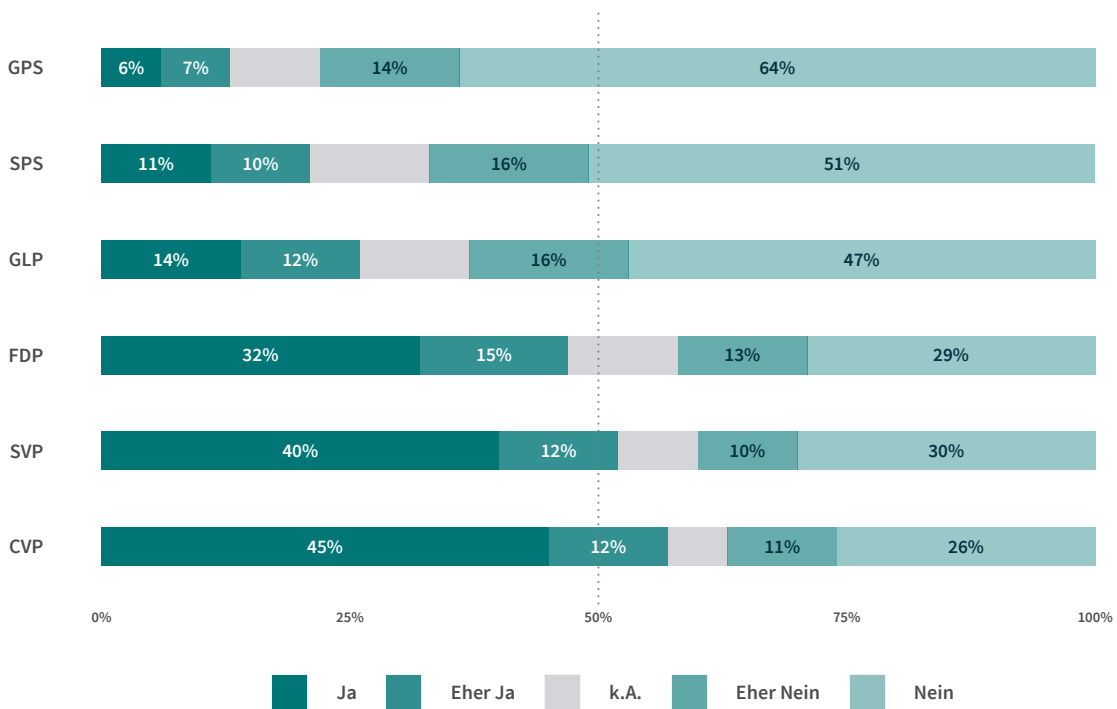
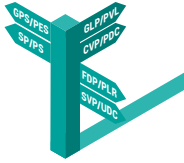
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 27: Werden Sie für die Änderung des Jagdgesetzes stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	32	45	11	40	6	14
Eher Ja	15	12	10	12	7	12
Eher Nein	13	11	16	10	14	16
Nein	29	26	51	30	64	47
Keine Angabe	11	6	12	8	9	11
Statistische Unschärfe (\pm)	2	4	2	2	3	3



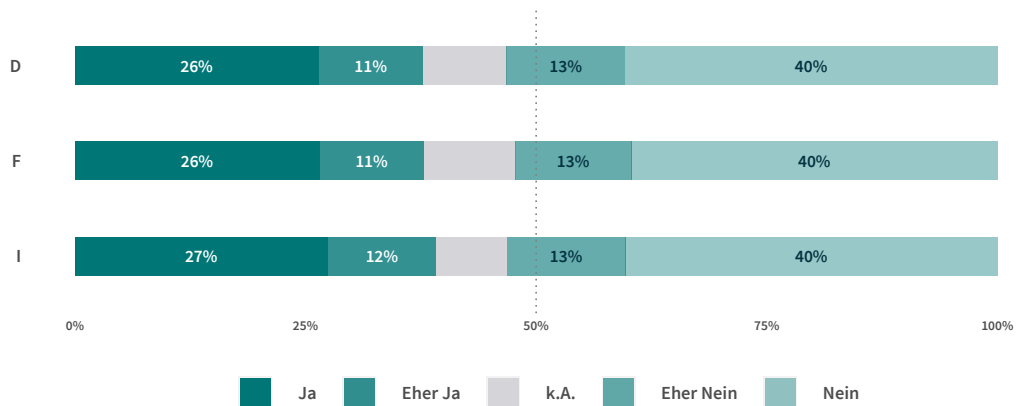
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 28: Werden Sie für den allgemeinen Kinderabzug stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	26	26	27
Eher Ja	11	11	12
Eher Nein	13	13	13
Nein	40	40	40
Keine Angabe	10	10	8
Statistische Unschärfe (\pm)	1	1	3



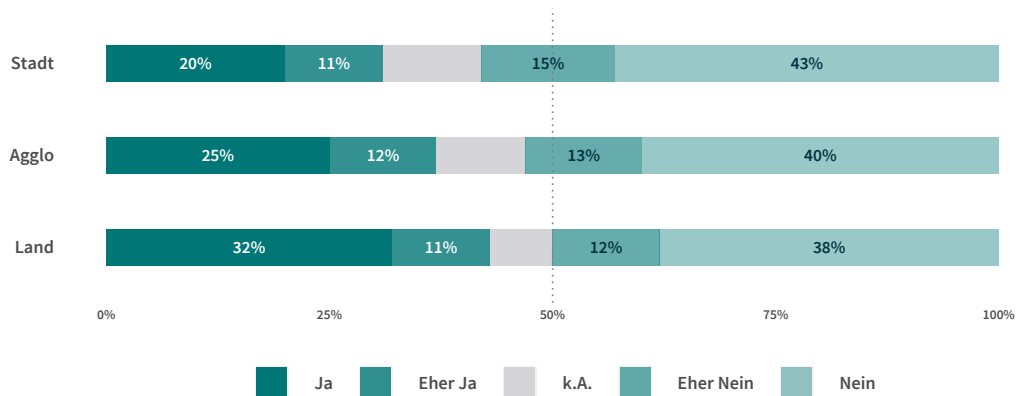
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 29: Werden Sie für die Änderung des Jagdgesetzes stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	20	25	32
Eher Ja	11	12	11
Eher Nein	15	13	12
Nein	43	40	38
Keine Angabe	11	10	7
Statistische Unschärfe (\pm)	2	2	2



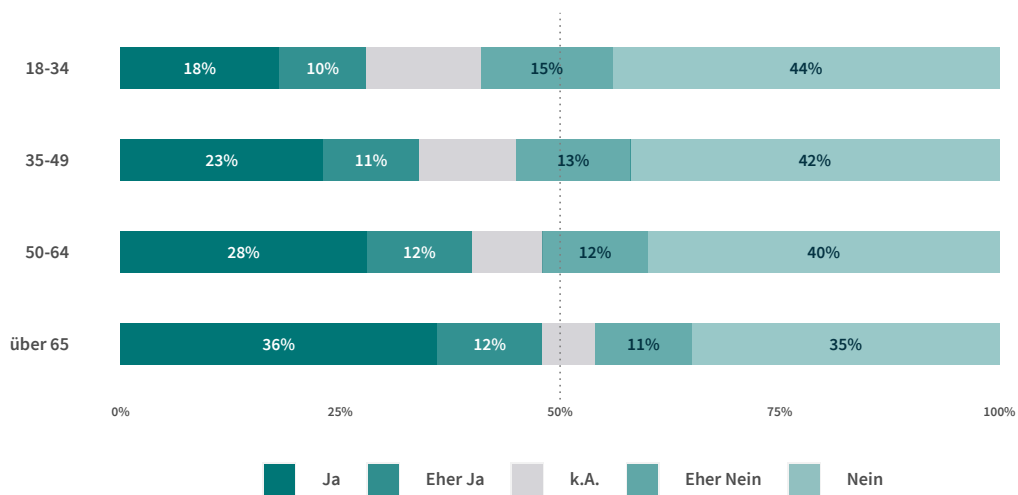
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 30: Werden Sie für die Änderung des Jagdgesetzes stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	18	23	28	36
Eher Ja	10	11	12	12
Eher Nein	15	13	12	11
Nein	44	42	40	35
Keine Angabe	13	11	8	6
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2	2



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



4.6 Argumente

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

Tabelle 31: Welches Argument spricht am ehesten für die Änderung des Jagdgesetzes?

	%
Der Wolfsbestand wächst stetig. Die Kantone sollen ihn in ihrer Region regulieren können.	58
Wölfe reissen 300 bis 500 Schafe oder Ziegen pro Jahr. Der Schaden ist zu gross.	22
Das Gesetz nimmt Bauern stärker in die Pflicht: Sie bekommen keine Entschädigungen für gerissene Tiere mehr, wenn sie diese nicht geschützt haben.	9
Das Gesetz schützt verschiedene Tierarten besser vor dem Abschuss.	7
Ein anderes.	2
Keines.	2

Tabelle 32: Welches Argument spricht am ehesten gegen die Änderung des Jagdgesetzes?

	%
Schon mit dem heutigen Gesetz können einzelne «Problemwölfe» abgeschossen werden.	55
Grosse Beutegreifer sind für unser Ökosystem wichtig.	27
Biber, Luchs oder Graureiher sind zwar noch nicht auf der Liste für erleichterte Abschüsse. Das könnte sich aber ändern.	8
Neu könnten Kantone Wölfe auch ohne Zustimmung des Bundes abschiessen. Das letzte Wort sollte aber der Bund haben.	6
Ein anderes.	3
Keines.	1

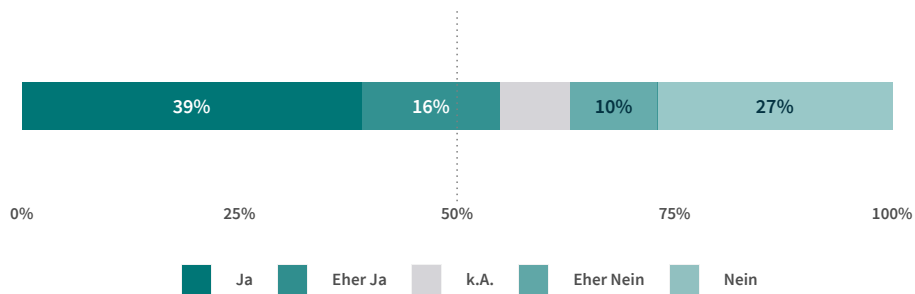
[↗ Zurück zur Zusammenfassung](#)



5 Allgemeiner Kinderabzug

Tabelle 33: Werden Sie für den allgemeinen Kinderabzug stimmen?

	%	
Ja	39	} 55
Eher Ja	16	
Eher Nein	10	} 37
Nein	27	
Keine Angabe	8	
Statistische Unschärfe (\pm)	1	



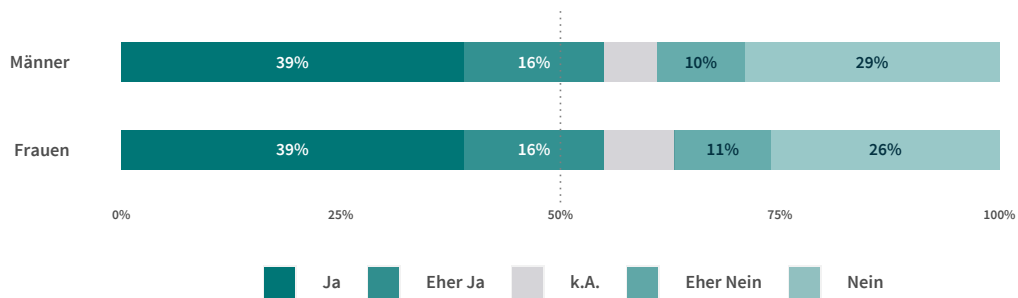
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5.1 Unterstützung nach Geschlecht

Tabelle 34: Werden Sie für den allgemeinen Kinderabzug stimmen?

	Männer	Frauen
Ja	39	39
Eher Ja	16	16
Eher Nein	10	11
Nein	29	26
Keine Angabe	6	8
Statistische Unschärfe (±)	1	2



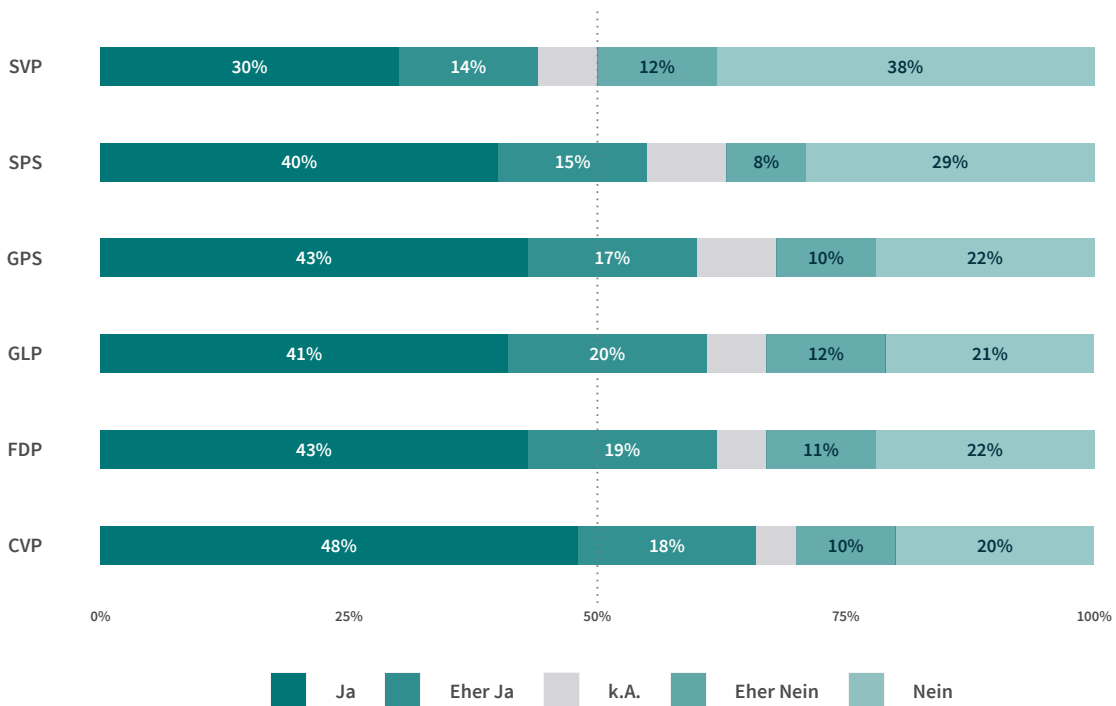
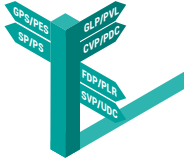
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5.2 Unterstützung nach Parteien

Tabelle 35: Werden Sie für den allgemeinen Kinderabzug stimmen?

	FDP	CVP	SP	SVP	GPS	GLP
Ja	43	48	40	30	43	41
Eher Ja	19	18	15	14	17	20
Eher Nein	11	10	8	12	10	12
Nein	22	20	29	38	22	21
Keine Angabe	5	4	8	6	8	6
Statistische Unschärfe (±)	2	4	2	2	3	3



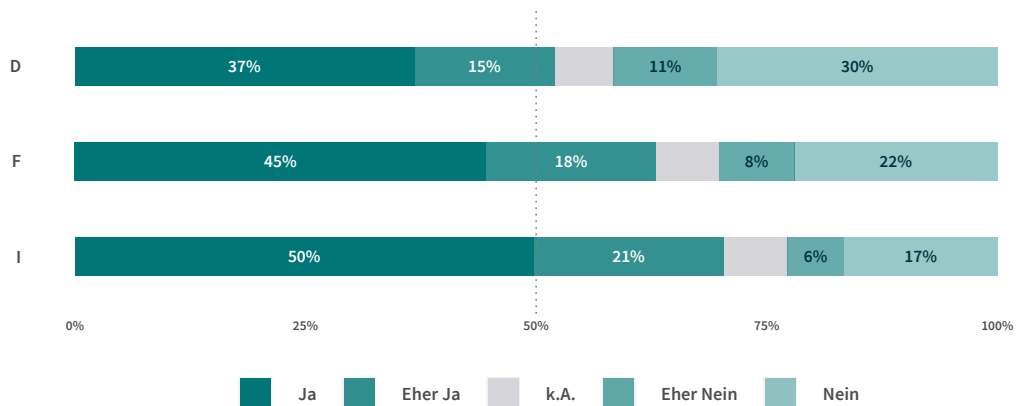
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5.3 Unterstützung nach Sprachgruppen

Tabelle 36: Werden Sie für die Änderung des Jagdgesetzes stimmen?

	Deutsch	Französisch	Italienisch
Ja	37	45	50
Eher Ja	15	18	21
Eher Nein	11	8	6
Nein	30	22	17
Keine Angabe	7	7	6
Statistische Unschärfe (\pm)	1	1	3



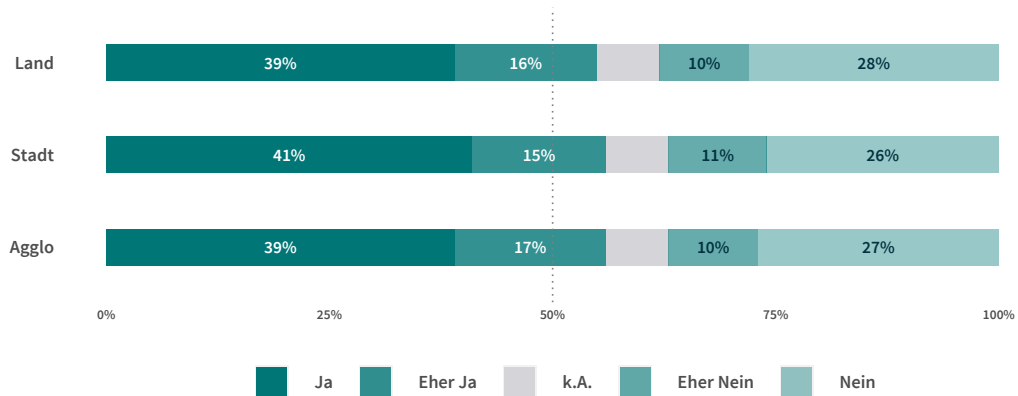
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5.4 Unterstützung nach Siedlungstyp

Tabelle 37: Werden Sie für den allgemeinen Kinderabzug stimmen?

	Stadt	Agglo	Land
Ja	41	39	39
Eher Ja	15	17	16
Eher Nein	11	10	10
Nein	26	27	28
Keine Angabe	7	7	7
Statistische Unschärfe (±)	2	2	2



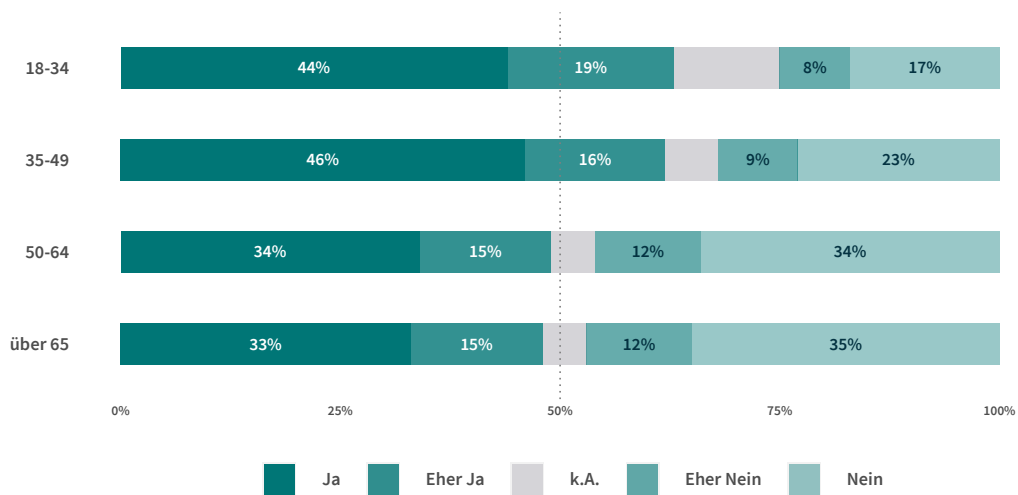
[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5.5 Unterstützung nach Alter

Tabelle 38: Werden Sie für den allgemeinen Kinderabzug stimmen?

	18-34	35-49	50-64	über 65
Ja	44	46	34	33
Eher Ja	19	16	15	15
Eher Nein	8	9	12	12
Nein	17	23	34	35
Keine Angabe	12	6	5	5
Statistische Unschärfe (\pm)	2	2	2	2



[Zurück zur Zusammenfassung](#)



5.6 Argumente

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

Tabelle 39: Welches Argument spricht am ehesten für den allgemeinen Kinderabzug?

	%
Es ist nötig, dass Familien steuerlich entlastet werden.	56
Mehr gut qualifizierte Mütter sollen in den Job zurückkehren. Höhere Steuerabzüge für die externe Betreuung geben dafür einen Anreiz.	28
Von der Vorlage profitieren auch die Familien, die ihre Kinder zuhause betreuen.	14
Keines.	1
Ein anderes.	1

Tabelle 40: Welches Argument spricht am ehesten gegen den allgemeinen Kinderabzug?

	%
Es handelt sich um Steuergeschenke für die Familien mit den höchsten Einkommen. Die tiefsten Einkommen profitieren kaum.	59
Die geschätzten Steuerausfälle von total 350 Millionen Franken sind zu gross.	22
Steuerabzüge sind das falsche Modell: Stattdessen sollte jede Familie eine Steuergutschrift pro Kind bekommen.	11
Ein anderes.	5
Keines.	3

[Zurück zur Zusammenfassung](#)



6 Technische Details

Stichprobe: Die folgenden Resultate basieren auf 24'252 UmfrageteilnehmerInnen (17'255 aus der Deutschschweiz, 5'954 aus der Romandie und 1'043 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 $\pm 1.0\%$ -Punkten für Schätzungen basierend auf der gesamten Stichprobe.

Erhebungszeitraum: Die Umfrage war vom 10. – 11. August 2020 online zugänglich. Die bereinigten Daten wurden für die Analyse nach demographischen, geographischen und politischen Variablen gewichtet.

7 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 41, 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 41: 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 angegeben 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.

8 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 gewichteten Analyse von grossen Onlinestichproben folgt nicht der Theorie der Zufallsstichprobe. Anstatt eine relativ kleine Stichprobe auszuwerten—die über ein Zufallsverfahren hätte zustande kommen sol-

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).



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

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>



9 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 42), liegt die 20 Minuten-/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 43 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 20 Minuten-/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 20 Minuten-/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 42: Letzte Umfrage und tatsächliches Resultat

Vorlage	20 Minuten/Tamedia Ja %	SRG Trendumfrage Ja %	Abstimmungsergebnis	Näher am 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	32	20 Minuten/Tamedia
AHVplus	49	41	41	SRG Trendumfrage
NDG	58	53	67	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
Altersvorsorge	48	51	47	20 Minuten/Tamedia
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	62	59	66	20 Minuten/Tamedia
Änderung Waffengesetz	53	65	64	SRG Trendumfrage
Mietwohnungsinitiative	48	51	64	20 Minuten/Tamedia
Diskriminierungsverbot	69	65	64	SRG Trendumfrage



Tabelle 43: Lineare Projektion und tatsächliches Resultat

Vorlage	SRG Trendumfrage		20 Minuten/Tamedia		SRG Trendumfrage	Projektion 20 Minuten/Tamedia	Näher am Abstimmungs- ergebnis
	≈ 7 W vor Abstimmung	≈ 3 W vor Abstimmung	≈ 5 W vor Abstimmung	≈ 2 W vor Abstimmung			
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	20 Minuten/Tamedia
Pädophile	74	59	72	66	47.8	62.0	20 Minuten/Tamedia
Mindestlohn	40	30	35	30	22.5	26.7	SRG Trendumfrage
Med Grundversorgung	66	71	75	76	74.8	76.7	20 Minuten/Tamedia
Oeffentliche KK	40	38	49	48	36.5	47.3	SRG Trendumfrage
MWST Restaurant	41	41	46	37	41.0	31.0	20 Minuten/Tamedia
Pauschalbesteuerung	48	42	49	44	37.5	40.7	20 Minuten/Tamedia
Ecopop	35	39	46	36	42.0	29.3	20 Minuten/Tamedia
Gold	44	38	38	28	33.5	21.3	20 Minuten/Tamedia
EnergieMWSt	29	19	13	12	11.5	11.3	20 Minuten/Tamedia
Familien	52	40	57	39	31.0	27.0	20 Minuten/Tamedia
Erbsteuer	38	34	27	29	31.0	30.3	20 Minuten/Tamedia
PID	40	46	37	56	50.5	68.7	20 Minuten/Tamedia
RTVG	46	43	36	41	40.8	44.3	20 Minuten/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	20 Minuten/Tamedia
CVP Heiratsinitiative	67	53	61	49	42.5	41.0	SRG Trendumfrage
Spekulationsstopp JUSO	48	31	40	39	18.3	38.3	20 Minuten/Tamedia
AsylG	59	60	49	55	60.8	59.0	SRG Trendumfrage
Milchkuh	42	40	51	41	38.5	34.3	20 Minuten/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	20 Minuten/Tamedia
AHVplus	49	40	54	49	33.3	45.7	20 Minuten/Tamedia
NDG	58	53	59	58	49.3	57.3	20 Minuten/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	20 Minuten/Tamedia
Altersvorsorge	53	51	47	48	49.5	48.7	20 Minuten/Tamedia
NoBillag	38	33	38	39	29.3	39.7	SRG Trendumfrage
Vollgeld	35	34	39	29	33.3	22.3	20 Minuten/Tamedia
Geldspielgesetz	52	58	47	55	62.5	60.3	SRG Trendumfrage
Fair Food	78	53	55	43	34.3	35	20 Minuten/Tamedia
Ernährungssouveränität	75	49	53	39	29.5	29.7	20 Minuten/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	20 Minuten/Tamedia
Zersiedelungsinitiative	63	47	52	37	35	27	SRG Trendumfrage
Steuer-AHV-Vorlage	54	59	62	62	63	60	SRG Trendumfrage
Änderung Waffengesetz	66	65	55	57	64	58	SRG Trendumfrage
Mietwohnungsinitiative	66	51	60	48	40	40	20 Minuten/Tamedia/SRG Tr
Diskriminierungsverbot	69	65	66	69	62	71	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 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.