



VOX-Analyse Februar 2022

Nachbefragung und Analyse
zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 13. Februar 2022

Projektteam

Lukas Golder: Co-Leiter

Martina Mousson: Projektleiterin

Tobias Keller: Projektleiter

Aaron Venetz: Projektleiter Dataprojekte/Programmierer

Olga Jenzer: Wissenschaftliche Mitarbeiterin Data Science

Margret Tschanz: Projektmitarbeiterin / Mitarbeiterin Administration

Roland Rey: Mitarbeiter Administration

Inhaltsverzeichnis

1	DIE ZENTRALEN BEFUNDE	4
2	DIE BETEILIGUNG	7
3	DIE MEINUNGSBILDUNG	11
3.1	Die Bedeutung der Vorlagen	11
3.2	Die Verständnisschwierigkeiten und der Entscheidungszeitpunkt	12
3.3	Die Informationsgewinnung	13
4	TIERVERSUCHSVERBOT	16
4.1	Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen	16
4.2	Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen	16
4.3	Die Motive	20
4.4	Die Resonanz der Abstimmungsargumente	22
5	TABAKWERBEVERBOT	24
5.1	Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen	24
5.2	Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen	25
5.3	Die Motive	28
5.4	Die Resonanz der Abstimmungsargumente	31
6	STEMPELABGABEN.....	33
6.1	Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen	33
6.2	Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen	34
6.3	Die Motive	37
6.4	Die Resonanz der Abstimmungsargumente	40
7	MEDIENPAKET	42
7.1	Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen	42
7.2	Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen	43
7.3	Die Motive	46
7.4	Die Resonanz der Abstimmungsargumente	49
8	ANHANG	51
8.1	Technischer Bericht	51
8.2	Über die Studie	55
8.3	gfs.bern-Team	57

1 Die zentralen Befunde

Das Stimmvolk hat am 13. Februar zwei Mal für die Gesundheit der Bevölkerung gestimmt und zwei Mal gegen neue Finanzierungsquellen für Firmen und Konzerne. Das Ja für das Tabakwerbeverbot ist ein klares Zeichen für den Schutz der Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Dafür werden auch negative wirtschaftliche Konsequenzen, zum Beispiel weniger Sponsorengelder für Events, in Kauf genommen. Auch das Nein beim Tierversuchsverbot ist aufgrund der Sorge nach Gesundheit zustande gekommen: Denn die Schweizer Stimmbürgerinnen und Stimmbürger wollen keine Abstriche bei der medizinischen Versorgung und dem Wissenschaftsstandort Schweiz machen. Die beiden Nein bei der Stempelabgabe und dem Medienpaket kamen aufgrund der als unfair empfundenen Geldverteilung zustande: Das Stimmvolk sah keinen Grund, dass Konzerne und Firmen keine Stempelabgaben mehr zahlen müssten – vor allem auch aus der Sorge, dass die Bevölkerung mehr Steuern zahlen müssten. In eine ähnliche Kerbe schlägt das zentrale Argument beim Medienpaket: Es sollten nicht noch mehr Steuergelder für die Subventionierung der Medien ausgegeben werden. Das hätte zu einer stärkeren Abhängigkeit der Medien geführt, ihrer Glaubwürdigkeit geschadet und den Markt verzerrt. Dies belegen die Resultate der Befragung von 3'168 Stimmberechtigten der VOX-Analyse Februar 2022. Die Studie wurde von gfs.bern durchgeführt und von der Bundeskanzlei finanziert.

Klares Zeichen für den Schutz des Forschungsstandorts Schweiz

Volksinitiative "Ja zum Tier- und Menschenversuchsverbot – Ja zu Forschungswegen mit Impulsen für Sicherheit und Fortschritt"

Die Volksinitiative zum Tier- und Menschenversuchsverbot hat ein bedingungsloses Verbot von Tier- und Menschenversuchen sowie des Imports von so entwickelten Produkten gefordert. Das Stimmvolk hat die Initiative deutlich abgelehnt. Weder ältere noch jüngere, weder linke noch rechte Personen – nicht einmal bei denjenigen, die Tierschutzorganisationen stark vertrauen: Für die Initiative liess sich keine Mehrheit formieren. Die Motive der Ja-Stimmenden waren vor allem zweierlei: sie wollten den Schutz der Tiere stärken und forderten die Wissenschaft auf, ohne Tier- und Menschenversuche zu neuen Erkenntnissen zu gelangen. Doch die Meinung, dass dieser Fortschritt ohne diese Versuche möglich ist, war sehr stark umstritten. Für die Nein-Stimmenden sind die Experimente essenziell, schützen den Forschungsstandort Schweiz und stellen die medizinische Versorgung sicher. Zusätzlich findet die grosse Mehrheit der Bevölkerung, dass die aktuelle Zahl von Tierversuchen sich auf das absolut notwendige Mass beschränkt. Dementsprechend ist dem Stimmvolk wichtiger, dass die medizinische Versorgung sichergestellt ist und der Wissenschaftsstandort Schweiz nicht geschwächt wird, als den Tierschutz auszubauen.

Kinder besser vor der Versuchung des Rauchens schützen

Volksinitiative "Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung" (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung)

Das Tabakwerbeverbot fordert einen umfassenden Schutz für Kinder und Jugendliche vor Tabakwerbung – inklusive E-Zigaretten. Der Bundesrat und das Parlament haben einen indirekten Gegenvorschlag erarbeitet. Die Volksinitiative wurde vom Stimmvolk angenommen. Jüngere, höher Gebildete – und der Mittelstand haben mehrheitlich Ja gestimmt. Ebenso gab es viel Unterstützung aus dem linken und zentralen politischen Spektrum. FDP- und SVP-Sympathisierende waren hingegen mehrheitlich dagegen. Nein-Stimmende finden die Eigenverantwortung und mehr freier Wettbewerb wichtiger. Für sie ist das Werbeverbot unnütz und gefährdet die freie Gesellschaft mit zu vielen Verboten. Die grosse Mehrheit – auch der Nein-Stimmenden – sehen sich aber in der Pflicht, Kinder und Jugendliche zu schützen und ihre gesunde Entwicklung zu fördern. Für die Ja-Stimmenden ist deshalb klar, dass das Werbeverbot die Kinder schützen wird und die Gesundheit der Bevölkerung fördert. Somit setzt das Stimmvolk ein klares Zeichen für einen stärkeren Schutz von Kindern und Jugendlichen – und nimmt damit einen Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit in Kauf.

Keine Steuererleichterung für Firmen und Konzerne

Änderung des Bundesgesetzes über die Stempelabgaben (StG)

Die Änderung des Gesetzes über die Stempelabgaben zielte auf die Abschaffung der Emissionsabgabe. Damit wären Unternehmen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten entlastet worden und hätte das Wirtschaftswachstum stärken können. Das Referendumskomitee argumentierte, dass davon grösstenteils Grosskonzerne, Banken und Versicherungen profitieren würden – die aber keine Entlastung bräuchten. Obwohl die Gesetzesänderung Unterstützung von SVP, FDP, der Mitte und GLP erhielt, wurde sie abgelehnt. Einzig von Personen, die sich "rechts" verorten, und Sympathisierenden der SVP und FDP erhielt die Gesetzesänderung mehrheitlich Ja-Stimmen. Ja-Stimmende zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie hohes Vertrauen in Wirtschaftsverbände, Banken und Grosskonzerne haben. Die grosse Mehrheit des Stimmvolks sah dies aber anders. Für sie war die Unterstützung des Wirtschaftsstandorts zu wenig wichtig. Für sie ist zentral, dass davon primär Konzerne profitieren, die Bevölkerung den Steueranfall aus den eigenen Taschen bezahlen müssen und die Änderung eine undurchsichtige Steuererleichterung für Reiche ist. Das Stimmvolk setzt deshalb darauf, dass die Wirtschaft stabil genug ist, um auch in schwierigen Zeiten mit der Stempelabgabe zu wachsen.

Die Marktwirtschaft reguliert die Medienbranche und die Medien bleiben unabhängig

Bundesgesetz über ein Massnahmenpaket zugunsten der Medien

Die Medienlandschaft der Schweiz ist in einem starken Wandel. Um die Qualität und Vielfalt der Medien sicherzustellen, wurde ein Medienpaket erarbeitet, dass Online-

Medien fördern, Lokalradios und Regionalfernsehen stärker unterstützen und die Zustellung von abonnierten Zeitungen ausdehnen soll. Das Referendumskomitee hielt dagegen, dass die Steuergelder in Medienkonzerne fliessen würden, die Unterstützung den Markt verzerren und die Medien abhängig machen würden. Diese Argumentationslinie hat auch die Mehrheit des Stimmvolk überzeugender gefunden, weshalb das Medienpaket abgelehnt wurde. Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede bei den Ja- und Nein-Stimmenden: 18-29-Jährige, Personen von Links, Sympathisierende der Grünen, der SP, der GLP, und der Mitte und solche, die hohes Vertrauen für SRG SSR, lokale und regionale Medien, Medienkonzerne, Journalistinnen und Journalisten hegen, haben mehrheitlich Ja gestimmt. Sie wollten damit die Medienvielfalt ausbauen, finanzielle Unterstützung bieten und die Demokratie stärken. Doch sie waren in der Minderheit: Denn für die Mehrheit, unter denen sich ältere Personen, Sympathisierende der SVP und FDP sowie Personen mit geringem Vertrauen in die Medien befanden, war klar: Das Medienpaket führt zu einer ungerechten Verteilung der Gelder, bedroht die Demokratie, indem es die Medien staatsabhängig und unglaubwürdig macht, und verzerrt die Marktwirtschaft, die auch die Medienbranche reguliert. Die Frage, ob die grösseren Subventionen die Medien vom Staat abhängig machen, hat das Stimmvolk am stärksten polarisiert. Somit setzt das Stimmvolk auf die Marktwirtschaft, damit die Unabhängigkeit der Medien vom Staat gewährleistet wird und die Medien glaubwürdig bleiben.

2022 startet mit tiefer Mobilisierung und Vorlagen mit tiefer persönlicher Bedeutung Die Beteiligung

Die Beteiligung am 13. Februar 2022 lag mit rund 44 Prozent vergleichsweise tief. Im November 2021 wurde mit 65,7 Prozent eine sehr hohe Marke erreicht, die auch aufgrund der sehr mobilisierenden Abstimmungsvorlagen (z.B. COVID-19-Gesetz) zustande kam. Im Vergleich liegen die Bedeutungen der Februar-Abstimmung deutlich tiefer: Die Vorlagen erhielten eine Bedeutung zwischen 5,6 und 6,6 auf einer 10er-Skala, womit sie nicht annähernd als so bedeutend wie die Abstimmung im November 2021 zum Covid-19-Gesetz bewertet wurden (8,8).

Die Abstimmungsvorlagen

An der Abstimmung vom 13. Februar 2022 hatte das Schweizer Stimmvolk über vier Vorlagen zu entscheiden. Das Tabakwerbeverbot wurde angenommen, das Tierversuchsverbot, die Stempelabgabe und das Medienpaket wurden abgelehnt.

2 Die Beteiligung

Am 13. Februar 2022 haben die Schweizer Stimmberechtigten über vier Vorlagen abgestimmt:

1. Volksinitiative "Ja zum Tier- und Menschenversuchsverbot – Ja zu Forschungswegen mit Impulsen für Sicherheit und Fortschritt" (Tierversuchsverbot)
2. Volksinitiative "Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung" (Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung) (Tabakwerbeverbot)
3. Änderung des Bundesgesetzes über die Stempelabgaben (StG) (Stempelabgaben)
4. Bundesgesetz über ein Massnahmenpaket zugunsten der Medien (Medienpaket)

Die Stimmbeteiligung betrug beim Tabakwerbeverbot 44,23 Prozent.¹ Im Vergleich zur letzten Abstimmung im November 2021 war die Stimmbeteiligung sehr viel tiefer. Denn zum Beispiel hatten beim Covid-19-Gesetz 65,72 Prozent der Stimmbevölkerung abgestimmt. Während im November sehr deutlich die Pandemie und Themen mit einem Bezug zur Pandemie (Covid-19-Gesetz und Pflegeinitiative) eine Mobilisierung schafften, war dies im Februar 2022 nicht mehr der Fall. Während 2020 und 2021 Jahre mit sehr hohen Stimmbeteiligungswerten waren, könnte 2022 nun erneut ein Jahr mit einer "durchschnittlichen" respektive vergleichsweise normalen Stimmbeteiligung von unter 50 Prozent werden. Das durchschnittliche Alter des Stimmvolkes lag bei 55 Jahren (Median: 57).

In Tabelle 1 wird die geschätzte Stimmbeteiligung anhand einiger ausgewählter soziodemografischer Merkmale ausgewiesen. Die Teilnahme entlang gesellschaftlicher Gruppen zeigt übliche Muster auf: Ältere Personen haben häufiger teilgenommen als jüngere; Männer haben etwas, aber nicht signifikant, häufiger ihre Stimme abgegeben. Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen haben ebenfalls häufiger teilgenommen als Personen mit kürzerer Ausbildung und geringerem Einkommen.

Tabelle 1: Geschätzte Beteiligung nach soziodemographischen Merkmalen (in % der Stimmberechtigten)

Merkmale	Stimmbeteiligung (%) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Total	44.2	3119	
Alter			V=.25***
18-29 Jahre	31	464	± 4.2
30-39 Jahre	34	445	± 4.4
40-49 Jahre	36	442	± 4.5
50-59 Jahre	41	652	± 3.8
60-69 Jahre	54	554	± 4.2
70 Jahre und älter	66	562	± 3.9

¹ [Link zu bfs.admin.ch](https://bfs.admin.ch)

Merkmale	Stimmbeteiligung (%) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Geschlecht			V=.03
Frauen	43	1601	± 2.4
Männer	46	1518	± 2.5
Geschlecht und Alter			V=.24***
Frauen / 18-39 Jahre	31	459	± 4.2
Männer / 18-39 Jahre	34	450	± 4.4
Frauen / 40-65 Jahre	39	731	± 3.5
Männer / 40-65 Jahre	44	684	± 3.7
Frauen / 65+ Jahre	61	411	± 4.7
Männer / 65+ Jahre	66	384	± 4.7
Bildungsgrad			V=.13***
ohne nachobligatorische Bildung	39	325	± 5.3
berufliche Grundbildung/Berufslehre	38	1036	± 3
Maturität/höhere Berufsbildung	45	823	± 3.4
Fachhochschule/Uni/ETH/Doktorat	55	808	± 3.4
Haushaltseinkommen			V=.14***
bis 3'000 CHF	29	161	± 7.1
3'000-5'000 CHF	38	392	± 4.8
5'000-7'000 CHF	41	484	± 4.4
7'000-9'000 CHF	46	468	± 4.5
9'000-11'000 CHF	50	402	± 4.9
über 11'000 CHF	52	655	± 3.8

Angegeben ist jeweils die ungewichtete Anzahl Befragter (n) in jeder Merkmalsgruppe (Konfidenzniveau = 95%).

Cramérs V-Tests (auf die Abhängigkeit der Variablen, d.h. H0: V=0) und Standardfehler. *** = $p < 0.001$, ** = $p < 0.01$, * = $p < 0.05$.

Auch zeigt sich eine starke Abhängigkeit der Mobilisierung entlang politischer Merkmale (Tabelle 2). Wie üblich erklärt das grundsätzliche Interesse an der Politik die Teilnahme äusserst stark: hohes Interesse führt zu erhöhter Teilnahme. Die Mobilisierung hinsichtlich der Links-Rechts-Selbsteinstufung liegt bei rund 50-60 Prozent, ausser bei denjenigen, die sich in der Mitte einstufen (39%). Diese Diskrepanz spiegelt sich weniger stark in der Partei-Sympathie: 51 Prozent der SP-Sympathisierende haben an der Abstimmung teilgenommen, 46 Prozent der SVP-Sympathisierenden und 48 Prozent der Mitte-Sympathisierenden. Bei Grüne-Sympathisierenden waren es 51 Prozent und FDP-Sympathisierenden 56 Prozent. Diejenigen, die keine Partei-Sympathien angaben, gingen nur zu 23 Prozent stimmen – im November 2021 waren das hingegen 48 Prozent (und bei allen Parteien rund 20 Prozentpunkte mehr). In dieselbe Kerbe schlägt auch die

Korrelation beim Vertrauen in den Bundesrat: Gerade mal rund ein Drittel von denjenigen, die dem Bundesrat sehr gering vertrauen, gingen stimmen – im November 2021 waren es 73 Prozent. Offensichtlich gab es eine durchschnittliche Mobilisierung bei denjenigen Stimmbürger:innen, die den Parteien respektive dem Bundesrat vertrauen, jedoch eine sehr geringe bei denjenigen, die sich in der Schweizer Politik nicht repräsentiert fühlen.

Tabelle 2: Beteiligung nach politischen Merkmalen (in % der Stimmberechtigten)

Merkmale	Stimmbeteiligung (%) (gewichtet)	n	Cramér's V / Standardfehler
Total	44.2	3119	
Links-Rechts-Selbsteinstufung (0-10)			V=.14***
linksaussen (0-2)	54	335	± 5.3
links (3,4)	49	596	± 4
Mitte (5)	39	848	± 3.3
rechts (6,7)	50	595	± 4
rechtsaussen (8-10)	60	321	± 5.4
Parteisympathie			V=.23***
SVP	46	435	± 4.7
FDP	56	466	± 4.5
Die Mitte	48	346	± 5.3
GLP	66	193	± 6.7
SP	51	510	± 4.3
Grüne	51	219	± 6.6
andere Partei	44	146	± 8.1
keine	23	388	± 4.2
Politisches Interesse			V=.44***
sehr interessiert	81	492	± 3.4
eher interessiert	54	1560	± 2.5
eher nicht interessiert	23	840	± 2.8
überhaupt nicht interessiert	9	183	± 4.1
Vertrauen in den Bundesrat			V=.13***
sehr gering bis gering (0-4)	37	346	± 5.1
mittel (5)	38	503	± 4.2
hoch (6-7)	40	760	± 3.5
sehr hoch (8-10)	51	1429	± 2.6

34 Prozent der Nicht-Teilnehmenden haben angegeben, dass sie vergessen haben, an der Abstimmung teilzunehmen (vgl. Tabelle 3). Eine weiterhin verbreitete Begründung war, dass man verhindert war und deshalb nicht teilnahm (23%). Deutlich mehr Personen als sonst haben angegeben, dass sie die Abstimmungsthemen nicht interessiert hätten (19%, im Vergleich zur November 2021-Abstimmung: 6%). 9 Prozent haben als Grund Entscheidungsschwierigkeiten angegeben, was mehr war als in früheren Abstimmungen. Gründe, die für Politikverdrossenheit sprechen könnten, wurden von wenigen angegeben: 6 Prozent gaben an, dass ihre Meinung sowieso nichts ändere, respektive 5 Prozent, dass es auf ihre Stimme nicht ankomme. 5 Prozent gaben an, dass sie aus Prinzip nie an Abstimmungen teilnehmen würden. Ebenso viele gaben an, dass es auf ihre Stimme nicht ankomme und 4 Prozent, dass das Abstimmungsergebnis klar gewesen ist. Lediglich 3 Prozent gaben an, dass sie demokratischen Prozessen misstrauen.

Tabelle 3: Gründe für die Nicht-Teilnahme an der Abstimmung (in % der Nicht-Teilnehmenden)

Gründe für Nicht-Teilnahme	geschätzter Anteil (%) (gewichtet)	n
Ich habe vergessen, an der Abstimmung teilzunehmen.	34	363
Ich war verhindert.	23	236
Die Abstimmungsthemen haben mich nicht interessiert.	19	198
Ich konnte mich nicht entscheiden.	9	97
Ich bin der Meinung, dass Abstimmungen sowieso nichts ändern.	6	59
Die Abstimmungsthemen waren zu kompliziert.	6	63
Ich nehme aus Prinzip nie an Abstimmungen teil.	5	54
Ich bin der Meinung, dass es auf meine einzelne Stimme sowieso nicht ankommt.	5	46
Ich bin davon ausgegangen, dass das Abstimmungsergebnis klar gewesen ist.	4	44
Ich misstrau demokratischen Prozessen.	3	25
weiss nicht / keine Angabe	6	73

Die Fallzahl der Nicht-Teilnehmenden beträgt 1'050. Mehrfachnennungen waren möglich.

3 Die Meinungsbildung

3.1 Die Bedeutung der Vorlagen

Die befragten Personen wurden gebeten, die Bedeutung jeder Vorlage für sie persönlich anzugeben (Tabellen 4 und 5). Im Mittel betrug diese auf einer Skala von 0-10 für die Tierversuchsverbots-Initiative 5.6, für das Tabakwerbeverbot 6.6, für die Stempelabgaben 6.1 und für das Medienpaket 6.6. Das Tabakwerbeverbot und das Medienpaket waren somit die beiden Lead-Vorlagen. Die durchschnittliche Bedeutung ist im Vergleich zu den letzten Abstimmungen durchschnittlich (zum Vergleich: im November 2021 war sie mit 8.8 beim COVID-19-Gesetz ausserordentlich hoch, im September 2021 war sie mit 5.7 bei der Kapitalbesteuerung und mit 6.8 bei der Ehe für alle ähnlich).

Tabelle 4: Persönliche Bedeutung der Vorlagen
(Anteile Bedeutungswahrnehmung in % der Ja- oder Nein-Stimmenden)

Bedeutungsniveau	Tierversuchsverbot		Tabakwerbeverbot	
	Stimmende in %	N	Stimmende in %	n
sehr gering (0-1)	11	165	7	97
gering (2-4)	20	366	16	273
mittel (5)	16	311	13	275
hoch (6-8)	35	686	32	634
sehr hoch (9-10)	18	365	32	652
Mittelwert (total)	5.6	1893	6.6	1931

Bemerkungen: Es fliessen nur Personen in die Auswertung ein, die entweder Ja oder Nein stimmten. Weiss nicht-Antworten und Antwortverweigerungen wurden nicht berücksichtigt. Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann das Total geringfügig von 100 Prozent abweichen.

Tabelle 5: Persönliche Bedeutung der Vorlagen
(Anteile Bedeutungswahrnehmung in % der Ja- oder Nein-Stimmenden)

Bedeutungsniveau	Stempelabgaben		Medienpaket	
	Stimmende in %	n	Stimmende in %	n
sehr gering (0-1)	6	98	5	74
gering (2-4)	19	303	13	246
mittel (5)	18	312	16	301
hoch (6-8)	37	646	42	799
sehr hoch (9-10)	21	324	25	417
Mittelwert (total)	6.1	1683	6.6	1837

Bemerkungen: Es fliessen nur Personen in die Auswertung ein, die entweder Ja oder Nein stimmten. Weiss nicht-Antworten und Antwortverweigerungen wurden nicht berücksichtigt. Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann das Total geringfügig von 100 Prozent abweichen.

3.2 Die Verständnisschwierigkeiten und der Entscheidungszeitpunkt

Verständnisschwierigkeiten waren bei zwei Vorlagen für die meisten kein Problem, bei den anderen beiden fiel es mehr Personen schwer, die Vorlage zu verstehen (Tabellen 6 und 7): Das Tabakwerbeverbot war für die meisten leicht verständlich (94%), ebenso das Tierversuchsverbot (89%). Das Medienpaket war etwas komplizierter, wobei es dennoch für drei von vier leicht verständlich war, worüber abgestimmt wurde (72%). Bei der Vorlage Stempelabgaben waren es etwas weniger, für die die Vorlage leicht verständlich war (61%). Die Werte sind erneut sehr ähnlich wie beispielsweise bei der Abstimmung im September 2021 (Kapitalbesteuerung und Ehe für alle).

Tabelle 6: Verständnisschwierigkeit (in % der Stimmenden)

Verständnisschwierigkeiten	Tierversuchsverbot		Tabakwerbeverbot	
	Stimmende in %	n	Stimmende in %	N
eher leicht	89	1598	94	1780
eher schwer	11	217	6	115
N (total)		1815		1895

Tabelle 7: Verständnisschwierigkeit (in % der Stimmenden)

Verständnisschwierigkeiten	Stempelabgaben		Medienpaket	
	Stimmende in %	N	Stimmende in %	N
eher leicht	61	958	72	1247
eher schwer	39	635	28	523
N (total)		1593		1770

Die Befragten gaben an, wann sie sich für ein Ja oder Nein entschieden haben (Tabelle 8). Die Resultate spiegeln die Ergebnisse der Verständnisschwierigkeitsauswertung: Während das Tierversuchsverbot und das Tabakwerbeverbot leicht zu verstehen waren und sich viele (71% resp. 79%) früh entschieden haben, waren es bei den anderen beiden Vorlagen, Stempelabgaben und Medienpaket, nur 51 resp. 53 Prozent. Bei den schwerer verständlichen Vorlagen haben sich auch rund 10 Prozent im letzten Moment entschieden (12% resp. 9%).

Tabelle 8: Entscheidungszeitpunkt (in % der Stimmenden)

Entscheidungszeitpunkt	Tierversuchsverbot		Tabakwerbeverbot	
	Stimmende in %	n	Stimmende in %	N
von Anfang an klar	71	1298	79	1521
während Abstimmungskampf	23	423	18	335
im letzten Moment	5	122	3	71
N (total)		1843		1927

Tabelle 9: Entscheidungszeitpunkt (in % der Stimmenden)

Entscheidungszeitpunkt	Stempelabgaben		Medienpaket	
	Stimmende in %	N	Stimmende in %	N
von Anfang an klar	51	791	53	939
während Abstimmungskampf	37	613	38	669
im letzten Moment	12	219	9	191
N (total)		1623		1799

3.3 Die Informationsgewinnung

Die Informationskanäle, mit denen sich die Stimmenden über die Abstimmungsvorlagen informiert haben, sind in ähnlicher Reihenfolge wie bei den vorherigen Abstimmungen (Tabelle 10). Zum einen wird der Anteil der Nutzenden angegeben, zum anderen die Intensität (Skala: 1–10), mit der sie sich mit diesem Medium informiert haben.

Das Bundesbüchlein (85%), Artikel in Zeitungen (83%) und Abstimmungssendungen im Fernsehen (74%) waren erneut die drei zentralen Informationskanäle, um sich über die Vorlagen zu informieren. Diese Quellen wurden mit Mittelwerten von 6 bis 6.6 auch intensiver als alle übrigen beachtet. Abstimmungssendungen am Radio (64%) und News-Seiten im Internet (61%) wurden ebenfalls oft verwendet, jedoch mit geringerer Intensität (5.4 resp. 5.1). Gekaufte Aufmerksamkeit via Abstimmungszeitungen oder Flyer (59%), Inseraten in Zeitungen (56%) oder Strassenplakaten (55%) erreichen immer noch mehr als die Hälfte der Abstimmenden. Meinungsumfragen wurden von 49 Prozent der Abstimmenden genutzt. Leserbriefe in Zeitungen oder Leserkommentare in Internetforen (56%) sowie Kommentare auf Online-Nachrichtenportalen (41%) nutzen rund die Hälfte der Abstimmenden. Am wenigsten wurden Mitteilungen am Arbeitsplatz, Filme und Videoclips im Internet, soziale Medien und die VoteInfo-App vom Bund genutzt (24%–33%). Die VoteInfo-App wurde zwar selten, aber mit hoher Intensität genutzt (5.1, was gleich intensiv wie die News-Seiten-Nutzung im Internet ist).

Tabelle 10: Mediennutzung (Anteile in % der Stimmenden)

Informationskanäle	Nutzungsanteil in %	Nutzungsintensität Mittelwert	Anzahl Nennungen (ungewichtet)
das Bundesbüchlein	85	6.6	1747
Artikel in Zeitungen	83	6.3	1701
Abstimmungssendungen am Fernsehen	74	6	1541
Abstimmungssendungen am Radio	64	5.4	1346
News-Seiten im Internet	61	5.1	1254
Abstimmungszeitungen oder Flyers	59	4.6	1236
Inserate in Zeitungen	56	4	1141
Leserbriefe in Zeitungen oder Leserkommentare in Internetforen	56	4.5	1131
Strassenplakate	55	3.5	1088
Meinungsumfragen	49	4	1001
Kommentare auf Online-Nachrichtenportalen	41	4.1	825
Mitteilungen am Arbeitsplatz	33	3.8	700
Filme und Videoclips im Internet zum Beispiel auf Youtube	27	3.7	577
Soziale Medien wie Facebook, Twitter oder Instagram	26	3.7	540
VoteInfo-App vom Bund	24	5.1	551

Gewichtete Resultate. Bemerkungen: Die zweite Spalte ("Nutzungsanteil in %") gibt den Anteil Stimmender an, welche die jeweiligen Informationskanäle genutzt haben. Die dritte Spalte ("Nutzungsintensität") informiert hingegen darüber, wie stark das jeweilige Medium genutzt wurde (arithmetischer Mittelwert der Nutzungsintensität zwischen 1 und 10). Dafür wurden nur die Angaben der tatsächlichen Nutzerinnen und Nutzer des jeweiligen Mediums berücksichtigt. Total: n = 2'069.

Während im November 2021 sich Unterschiede bei der Mediennutzung festhalten liessen, sind die Resultate bei der Abstimmung von Februar 2022 in drei von vier Fällen nicht signifikant. Beim Tierversuchsverbot, beim Tabakwerbeverbot und bei den Stempelabgaben ergeben sich keine Differenzen. Beim Medienpaket ergibt sich ein signifikanter Unterschied, jedoch mit einem solch schwachen Effekt, dass der Unterschied so gut wie keine Rolle gespielt hat: Diejenigen, die on- und offline-Medien in etwa gleich nutzen, haben häufiger Ja gestimmt als diejenigen, die entweder nur on-, oder nur offline-Medien nutzen.

Tabelle 11: Polit-Informationsmodus (in % der Stimmenden)

Kommunikationskanäle	Tierversuchsverbot			Tabakwerbeverbot		
	Ja-Stimmende in %	n	Standardfehler	Ja-Stimmende in %	n	Standardfehler
online (über das Internet)	22	315	± 4.6	61	321	± 5.3
beides etwa gleich	20	748	± 2.9	54	745	± 3.6
offline (Printmedien, Fernsehen oder Radio)	19	787	± 2.8	56	803	± 3.4
N (total) / Cramér's V		1850	V=.02		1869	V=.05

Gewichtete Resultate. Lesebeispiel: Von allen, die als Kommunikationskanal "online" angegeben und bei der Tierversuchsverbot abgestimmt haben, haben 22 Prozent Ja zum Tierversuchsverbot gestimmt.

Tabelle 12: Polit-Informationsmodus (in % der Stimmenden)

Kommunikationskanäle	Stempelabgaben			Medienpaket		
	Ja-Stimmende in %	N	Standardfehler	Ja-Stimmende in %	n	Standardfehler
online (über das Internet)	34	272	± 5.6	43	294	± 5.7
beides etwa gleich	37	686	± 3.6	50	723	± 3.6
offline (Printmedien, Fernsehen oder Radio)	41	720	± 3.6	43	782	± 3.5
N (total) / Cramér's V		1678	V=.06		1799	V=.07*

Gewichtete Resultate. Lesebeispiel: Von allen, die als Kommunikationskanal "online" angegeben und bei der Stempelabgabe abgestimmt haben, haben 34 Prozent Ja zur Stempelabgabe gestimmt.

4 Tierversuchsverbot

4.1 Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen

Am 18. März 2019 wurde die Volksinitiative "Ja zum Tier- und Menschenversuchsverbot – Ja zu Forschungswegen mit Impulsen für Sicherheit und Fortschritt" oder kurz die "Tierversuchsverbots-Initiative" mit 123'640 gültigen Unterschriften eingereicht. Hinter dem Initiativkomitee steht der Trägerverein "IG Tierversuchsverbots-Initiative", unterstützt von rund 80 Organisationen und Unternehmen, darunter sind Vertreter von SP und Grünen, Tierschutzgruppen und Tierparteien.

Die Initiative fordert ein bedingungsloses Verbot von Tierversuchen und sogenannten Menschenversuchen. Zudem sollen Produkte, wie Medikamente oder Impfstoffe, die durch Tierversuche entwickelt wurden, nicht mehr importiert werden. Neben den ethischen Argumenten geht es den Initiant:innen auch um die fehlende Effizienz der Versuche und den medizinischen Fortschritt. Die Wirksamkeit eines Arzneistoffes bei Tieren könne man nicht mit der Wirksamkeit bei Menschen vergleichen.

Dem Bundesrat und dem Parlament gehen die Forderungen der Initiative zu weit. Bereits jetzt hat die Schweiz eine der weltweit strengsten Regelungen für Tierversuche. Tierversuchsfreie Forschung wird vom Bund bereits jetzt gefördert. Die Annahme der Initiative hätte schwerwiegende Folgen für die medizinische Versorgung der Bevölkerung. Zudem würde der Schweizer Forschungs- und Wirtschaftsstandort geschwächt werden.

Keine grössere Partei stand hinter dem Anliegen und auch Tierschutzorganisationen lehnten die Volksinitiative ab. Sie wurde am 13. Februar 2022 deutlich mit 79.1 Prozent der Stimmen von der Bevölkerung und von allen Kantonen abgelehnt.

Die Initiative erhielt in der italienischen Schweiz mehr Zustimmung (31.3%) als in der deutschen (20.3%) und französischen Schweiz (20.8%) sowie in Kernstädten mehr (22.8%) als in intermediären (20.2%) und ländlichen Gegenden (20.1%)².

4.2 Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen

DIE POLITISCHEN EINSTELLUNGEN geben deutliche Hinweise, weshalb die Initiative so deutliche Ablehnung erfuhr (Tabelle 13).

INSGESAMT hat keine Untergruppe mehrheitlich Ja gestimmt. Am ehesten haben noch jene Ja gestimmt, die (sehr) geringes Vertrauen in die **WISSENSCHAFT** haben, sich **"LINKSAUSSEN"** einstufen, **HOHES VERTRAUEN IN TIERSCHUTZORGANISATIONEN HABEN** und mit den **GRÜNEN** sympathisieren.

Im **DETAIL** zeigt sich, dass je weiter links sich eine Person auf dem **POLITISCHEN LINKS-RECHTS-SPEKTRUM** verortet, sie desto eher Ja gestimmt hat: "Linksaussen" hat einen Ja-Anteil von 39 Prozent wohingegen "rechtsaussen" einen Anteil von 11 Prozent aufweist.

² [Link zur Auswertung des BFS nach Sprachregion und Siedlungstyp](#)

Hinsichtlich der **PARTEI**-Sympathien ergibt sich ein ähnliches Bild: Grüne-Sympathisierende haben am häufigsten Ja gestimmt (36%), gefolgt von Personen, die eine andere Partei sympathisch finden (31%) respektive keine sympathisch finden (26%), sowie SP-Sympathisierende (26%). Sehr tiefe Ja-Anteile finden sich bei SVP- (20%), GLP- (17%), Die Mitte- (16%) und FDP-Sympathisierenden (5%).

In Bezug auf das **VERTRAUEN** zeigt sich eine Diskrepanz zwischen dem Vertrauen in die Wissenschaft respektive in Tierschutzorganisationen: Wer (sehr) geringes Vertrauen in die Wissenschaft hat, hat eher Ja gestimmt (42%), als diejenigen, die sehr hohes Vertrauen in die Wissenschaft haben (17%). Umgekehrt verhält es sich beim Vertrauen in Tierschutzorganisationen: Wer sehr hohes Vertrauen in Tierschutzorganisation hat, hat eher Ja gestimmt (42%), wohingegen tiefes Vertrauen fast ausschliesslich zu einem Nein geführt hat (8% Ja-Anteil).

Die **WERTEHALTUNGEN** können ebenfalls das Stimmverhalten miterklären: Wer mehr Staatseingriffe in die Wirtschaft wünscht (35%), hat eher Ja gestimmt als jemand, der mehr Wettbewerb möchte (15%). Ebenfalls zeigt sich, wer eine Schweiz ohne Atomenergie wünscht (31%) hat eher Ja gestimmt als jemand der eine Schweiz mit Atomenergie wünscht (10%).

Tabelle 13: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	n	Cramérs V / Standardfehler
total	20.9	1961	
Links-Rechts-Selbsteinstufung (0-10)			V=.22***
linksaussen (0-2)	39	232	± 6.3
links (3-4)	23	405	± 4.1
Mitte (5)	21	515	± 3.5
rechts (6-7)	12	396	± 3.2
rechtsaussen (8-10)	11	236	± 4.1
Parteisympathie			V=.22***
SVP	20	280	± 4.7
FDP	5	324	± 2.5
Die Mitte	16	232	± 4.7
GLP	17	157	± 5.9
SP	26	357	± 4.6
Grüne	36	152	± 7.6
andere Partei	31	91	± 9.6
keine	26	180	± 6.4

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	n	Cramér's V / Standardfehler
Vertrauen in Wissenschaft			V=.17***
sehr gering bis gering (0-4)	42	133	± 8.4
mittel (5)	27	228	± 5.8
hoch (6-7)	20	423	± 3.8
sehr hoch (8-10)	17	1091	± 2.2
Vertrauen in Tierschutzorganisationen			V=0.3***
sehr gering bis gering (0-4)	8	496	± 2.3
mittel (5)	17	422	± 3.6
hoch (6-7)	22	497	± 3.6
sehr hoch (8-10)	42	477	± 4.4
Vertrauen in Menschenrechtsorganisationen			V=.13***
sehr gering bis gering (0-4)	13	327	± 3.6
mittel (5)	19	350	± 4.1
hoch (6-7)	21	508	± 3.5
sehr hoch (8-10)	27	702	± 3.3
Wertehaltung: "eine Schweiz mit mehr Staatseingriffen in die Wirtschaft oder eine Schweiz mit mehr Wettbewerb auf dem Markt"			V=.17***
mehr Staatseingriffe	35	296	± 5.4
gemischte Wertehaltung	20	751	± 2.9
mehr Wettbewerb	15	686	± 2.7
Wertehaltung: "eine Schweiz mit Atomenergie, oder eine Schweiz ohne Atomenergie?"			V=.24***
mit Atomenergie	10	499	± 2.6
gemischte Wertehaltung	15	449	± 3.3
ohne Atomenergie	31	884	± 3.1

Die aufgeführten soziodemographischen Merkmale (Tabelle 14) zeigen zwei signifikante Unterschiede, wobei gemäss Cramér's V die Unterschiede (sehr) schwach sind: **GESCHLECHT** und **HAUSHALTSEINKOMMEN**.

Keine Gruppe hat das Tierversuchsverbot angenommen. Minimal und kaum relevant häufiger haben Frauen als Männer die Initiative angenommen. Ein schwacher Effekt lässt sich aber beim Haushaltseinkommen attestieren: Während 44 Prozent derjenigen mit einem Haushaltseinkommen bis CHF 3'000 Ja gestimmt haben, waren es bei allen anderen Kategorien rund 20 Prozent.

Tabelle 14: Stimmverhalten nach soziodemographischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramér's V / Standardfehler
Total	20.9	1961	
Alter			V=.08
18-29 Jahre	25	206	± 5.9
30-39 Jahre	21	226	± 5.3
40-49 Jahre	18	244	± 4.9
50-59 Jahre	25	406	± 4.2
60-69 Jahre	22	415	± 4
70 Jahre und älter	17	464	± 3.4
Geschlecht			V=.06*
Frauen	23	973	± 2.7
Männer	19	988	± 2.4
Bildungsgrad			V=.07
ohne nachobligatorische Bildung	26	164	± 6.8
berufliche Grundbildung/Berufslehre	20	623	± 3.2
Maturität/höhere Berufsbildung	17	519	± 3.2
Fachhochschule/Uni/ETH/Doktorat	21	581	± 3.3
Beschäftigungsgrad			V=.07
Vollzeit (90-100%)	20	1195	± 2.3
Teilzeit zwischen 70% und 89%	22	251	± 5.2
Teilzeit zwischen 50% und 69%	17	258	± 4.5
Teilzeit weniger als 50%	30	122	± 8.1
Haushaltseinkommen			V=.15***
bis 3'000 CHF	44	80	± 10.9
3'000-5'000 CHF	18	228	± 5.1
5'000-7'000 CHF	21	295	± 4.7
7'000-9'000 CHF	22	304	± 4.7
9'000-11'000 CHF	22	278	± 4.9
über 11'000 CHF	16	457	± 3.3

4.3 Die Motive

Die wichtigsten Gründe für ein Ja bzw. ein Nein wurden mit einer offenen Frage erhoben. Die **JA-MOTIVE** (Tabelle 15) lassen sich in zwei Überkategorien gliedern: "Schutz der Tiere" (49% aller Erstnennungen, 63% aller Nennungen) und "gegen Forschung" (15% resp. 28%).

Mit Abstand am häufigsten gaben Personen konkret an, dass der **SCHUTZ DER TIERE** wichtig ist (27% aller Erstnennungen und 34% aller Nennungen). In der gleichnamigen Überkategorie wie das am häufigsten genannte Argument, gaben die Ja-Stimmenden an, dass Experimente mit Tieren nicht ethisch korrekt sei (10% resp. 12%) und dass Tiere wie Menschen fühlen respektive leiden würden (8% resp. 10%).

Die zweite Kategorie sprach sich vor allem **GEGEN DIE FORSCHUNG** aus. Konkret wurden zwei Argumente genannt: Die Forschung kann auch ohne Tierversuche auskommen (7% resp. 13%) und dass man gegen unnütze Versuche respektive Experimente sei (6% resp. 10%).

Tabelle 15: Entscheidungsgründe Pro (in % der Ja-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	n	in %	n
Schutz der Tiere	49	215	63	275
Schutz der Tiere	27	118	34	143
Experimente mit Tieren ist nicht ethisch	10	41	12	50
Tiere fühlen/leiden ebenso wie Menschen	8	35	10	53
gegen Forschung	15	75	28	124
Forschung kann ohne Tierversuche auskommen	7	38	13	59
gegen unnütze Versuche/Experimente	6	29	10	43
Allgemeines (z.B. gute Vorlage, sympathisch)	7	22	10	38
Anderes	0	0	0	0
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	2	9	2	13
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	0	1	1	3
weiss nicht / kein Grund angegeben	27	153	71	355

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive über 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten notierten häufig mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb höher als 100 Prozent.

Die **NEIN-MOTIVE** beim Tierversuchsverbot können in drei Kategorien aufgeteilt werden: Forschungsstandort Schweiz sichern (28% aller Erstnennungen resp. 41% aller Nennungen), medizinische Versorgung sicherstellen (21% resp. 32%) und internationale Probleme verhindern (4% resp. 8%).

Bei den Argumenten zum **FORSCHUNGSSTANDORT SCHWEIZ** waren die häufigsten konkret genannten Argumente, dass die Experimente essenziell sind (16% resp. 21%), dass ein Ja ein Forschungsstillstand in der Schweiz bedeuten würde (6% resp. 8%) und dass keine Fortschritte mehr erzielt werden könnten, da das Geld fehlen würde (3% resp. 6%).

Ein zweites, häufig erwähntes Argument bezog sich auf die **SICHERSTELLUNG DER MEDIZINISCHEN VERSORGUNG**. Konkret wurde genannt, dass die Schweizer Wissenschaft bereits jetzt einen guten Schutz von Tieren und Menschen kennt und dementsprechend keine strengeren Regeln benötigen würden (8% resp. 13%). Des Weiteren ist die Schweiz darauf angewiesen, dass die Versorgung mit Medikamenten und Arzneimitteln sichergestellt werden muss (7% resp. 10%). Das dritthäufigste, konkret genannte Argument war die Wichtigkeit der Forschung: dass dank der Experimente Menschen gerettet werden können, war ausschlaggebend für ein Nein an der Urne (6% resp. 8%).

Tabelle 16: Entscheidungsgründe Kontra (in % der Nein-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	N	in %	n
Forschungsstandort Schweiz	28	421	41	590
Experimente sind essenziell	16	263	21	335
Forschungsstillstand in der Schweiz	6	81	8	103
keine Fortschritte und Gelder mehr	3	51	6	82
medizinische Versorgung sicherstellen	21	324	32	485
bereits jetzt guter Schutz von Tieren/Menschen	8	128	13	202
Versorgung von Medikamente/Arznei sicherstellen	7	92	10	147
Menschen retten resp. Forschung ist wichtiger	6	102	8	131
internationale Probleme	4	53	8	108
Abhängigkeit vom Ausland	1	17	3	45
Probleme Import/Export	2	24	3	39
Allgemeines (z.B. schlechte Vorlage, unsympathisch)	18	257	26	356
Anderes	0	3	1	7
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	0	8	0	8
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	1	17	3	33
weiss nicht / kein Grund angegeben	27	401	76	1163

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive über 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten notierten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten notierten. Das Summentotal ist deshalb höher als 100 Prozent.

4.4 Die Resonanz der Abstimmungsargumente

Den Befragten wurden auch verschiedene Pro- und Kontra-Argumente zur Beurteilung vorgelegt (Tabelle 17). Relevant für die Analyse dieser Argumente ist nicht nur die Zustimmung oder Ablehnung insgesamt, sondern auch welche Argumente die Ja- und Nein-Stimmenden spalten. Grosse Unterschiede in der Bewertung der Argumente zwischen den beiden Lagern sind Hinweise darauf, dass diese Argumente für den Entscheid besonders relevant waren.

Die Stimmentscheide fielen inhaltlich ziemlich gut fundiert aus³: 82 Prozent der Stimmenden waren mit den Pro- oder Kontra-Argumenten im Durchschnitt einverstanden und haben auch entsprechend ihrer argumentativen Haltung gestimmt.

INSGESAMT fokussieren die Pro-Argumente auf einen stärkeren Schutz der Tiere und den zu wenig klar erkennbaren Nutzen von Tierversuchen für die Forschung. Die Kontra-Argumente hingegen betonen, dass der Forschungsstandort Schweiz Attraktivität verlieren würde und es zu einer Zweiklassenmedizin käme: Für gewisse gäbe es dann Medizin im Ausland, für andere nicht.

IM DETAIL zeigt sich, dass kein **PRO-ARGUMENT** eine Mehrheit überzeugen konnte. Am meisten Zustimmung unter Ja-Stimmenden erreichte das Argument, dass Forscher:innen auch mit Ansätzen ohne Tier- und Menschenleiden Erkenntnisse erreichen können (79%). Ähnlich viel Zustimmung unter Ja-Stimmenden erhielt die Aussage, dass der Mensch nicht über das Leben von anderen Lebewesen bestimmen darf (75%). Rund zwei Drittel der Ja-Stimmenden sind auch der Meinung, dass Tierversuche keine Garantie geben, dass ein Medikament sicher ist (65%). Hierbei widersprachen 81 Prozent der Nein-Stimmenden, was das letzte Argument zu demjenigen macht, das am stärksten polarisiert hat.

DIE KONTRA-ARGUMENTE erhielten im total mehr Zustimmung – auch unter Ja-Stimmenden. Mehrheiten haben zwei Argumente erreicht (je 71% Zustimmung total): Zum einen würden Forschende ins Ausland abwandern, was schlecht für den Forschungsstandort wäre, zum anderen seien die Regeln und Beschränkungen von Tierversuchen schon streng genug, weshalb es keine neuen Regelungen braucht. Beide Argumente polarisierten relativ stark, jedoch nicht so stark wie dasjenige bei den Pro-Argumenten. Das dritte Kontra-Argument, dass ein Ja zu einer Zweiklassenmedizin führen würde, erreichte keine Mehrheit (49% Zustimmung). Auch von allen Nein-Stimmenden haben "nur" 58 Prozent diesem Argument zugestimmt.

³ [Link zu SPSR-Artikel von Milic \(2015\)](#)

Tabelle 17: Pro- und Kontra-Argumente im Total und die Anteile der Ja- und Nein-Stimmenden (in %)

Pro-Argumente		einverstanden	nicht einverstanden	weiss nicht / keine Angabe
Forscherinnen und Forscher können ihre Erkenntnisse auch mit Ansätzen ohne Leid von Tier und Mensch erreichen.	total	40	48	12
	Ja-Stimmende	79	10	11
	Nein-Stimmende	28	60	11
Der Mensch darf nicht einfach über das Leben von anderen Lebewesen bestimmen.	total	46	43	11
	Ja-Stimmende	75	15	9
	Nein-Stimmende	37	53	11
Auch mit Tierversuchen gibt es keine Garantie, dass ein Medikament sicher ist, deshalb kann man sie auch gleich weglassen.	total	23	67	10
	Ja-Stimmende	65	22	14
	Nein-Stimmende	11	81	8
Kontra-Argumente				
Wenn Tierversuche verboten werden, sind Schweizer Forscherinnen und Forscher gezwungen, künftig im Ausland zu forschen. Das ist schlecht für den Forschungsstandort Schweiz.	total	71	19	11
	Ja-Stimmende	32	53	15
	Nein-Stimmende	82	10	8
Die Zahl der Tierversuche in der Schweiz beschränkt sich bereits heute nur noch auf das für die Erforschung neuer medizinischer Behandlungen absolut notwendige Mass.	total	71	14	15
	Ja-Stimmende	34	44	22
	Nein-Stimmende	83	6	11
Das Verbot führt zu einer Zweiklassenmedizin. Neue Medikamente und Behandlungen stehen nur noch jenen zur Verfügung, die es sich leisten könnten, dafür ins Ausland zu reisen.	total	49	35	16
	Ja-Stimmende	18	63	19
	Nein-Stimmende	58	28	15

Gewichtete Resultate. Angegeben sind Zeilenprozente. Aufgrund von Rundungen betragen die Zeilentotale nicht überall 100 Prozent. Lesebeispiel zum ersten Argument: 40 Prozent aller Stimmenden (sowie 79% aller Ja-Stimmenden bzw. 28% aller Nein-Stimmenden) pflichteten dem Pro-Argument bei, dass Forscher:innen ihre Erkenntnisse auch mit Ansätzen ohne Leid von Tier und Mensch erreichen können. 48 Prozent aller Stimmenden zeigten sich damit nicht einverstanden und 12 Prozent antworteten mit "weiss nicht / keine Angabe". N für alle Argumente: Total 2'069 Ja-Stimmende 477, Nein-Stimmende 1'484.

5 Tabakwerbeverbot

5.1 Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen

Die Volksinitiative "Ja zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Tabakwerbung" oder kurz "Kinder und Jugendliche ohne Tabakwerbung" wurde von einer breiten Trägerschaft aus Gesundheits- und Suchtorganisationen sowie Jugendverbänden als Reaktion auf das neue Tabakproduktegesetz initiiert. Die Initiative wurde am 12. September 2019 mit 109'969 gültigen Unterschriften eingereicht.

Die Initiative will, dass jede Art von Tabakwerbung, die Kinder und Jugendliche erreicht, verboten wird. Für elektronische Zigaretten würden die gleichen Regeln gelten. Erlaubt wäre weiterhin Werbung, die sich nur an Erwachsene richtet oder sich an Orten befindet, zu denen Minderjährige keinen Zugang haben. Darüber hinaus stellt die Initiative Bund und Kantone in die Pflicht, die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen zu fördern.

Der Bundesrat und das Parlament wollen die Kinder und Jugendlichen vor den schädlichen Folgen des Rauchens schützen. Die Initiative mit ihrem weitreichenden Werbeverbot geht ihnen aber zu weit. Mit dem neuen Tabakproduktegesetz stellten sie einen indirekten Gegenvorschlag gegenüber. Mit dem neuen Gesetz wird Tabakwerbung auf Plakaten und in Kinos verboten, auch dürfen Tabakkonzerne keine Zigaretten mehr gratis abgeben oder internationale Veranstaltungen in der Schweiz sponsern.

SVP, FDP und Die Mitte lehnten die Initiative ab. SP, Grüne und GLP gaben die Ja-Parole. Die Volksinitiative wird am 13. Februar 2022 mit 56,6 Prozent Ja-Stimmen angenommen und erreicht das Ständemehr mit 14 2/2 Ständen (6 4/2 Stände-Nein). Für das Stände-Nein hätten lediglich 3'866 Stimmen gefehlt: Nämlich dann, wenn die Kantone Glarus, Aargau, Solothurn und Graubünden ebenfalls im Nein gewesen wären.

Die Initiative erhielt mehr Ja-Stimmen in der französischen Schweiz (67.2%) als in der italienischen (57.6%) und der deutschen Schweiz (53.6%) sowie mehr Zustimmung in Kernstädten (66.2%) und in übrigem städtischen Raum (56.1%), intermediären (53.1%) und ländlichem Raum (49.1%)⁴.

⁴ [Link zur Auswertung des BFS nach Sprachregion und Siedlungstyp](#)

5.2 Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen

INSGESAMT haben verschiedene Subgruppen gemäss politischen Merkmalen mehrheitlich Ja gestimmt (Tabelle 18): Personen, die links oder in der Mitte stehen und eine so verortete Partei sympathisch finden. Ja-Stimmende haben geringes Vertrauen in Tabakkonzerne, hohes Vertrauen in Gesundheitsorganisationen und –verbände und wünschen sich eine Schweiz mit mehr Staatseingriffen und mehr Solidarität.

Im **DETAIL** zeigt sich, dass Personen, die sich hinsichtlich der politischen **IDEOLOGIE** eher als linksaussern, links oder in der Mitte einstufen mehrheitlich Ja gestimmt haben (74% resp. 71% resp. 61%). Personen rechts (38%) und rechtsaussern (31%) haben hingegen deutlich Nein gestimmt.

Auch die **PARTEIPRÄFERENZEN** zeigen ein ähnliches Muster: Während Sympathisierende der Grünen mit 87 Prozent Ja gestimmt haben, haben die SP-Sympathisierenden mit 73 Prozent und die GLP-Sympathisierenden mit 66 Prozent Ja gestimmt. Die Mitte-Sympathisierenden haben ebenfalls mehrheitlich Ja gestimmt (58%). Ebenfalls haben Personen, die keine oder eine andere Partei sympathisch finden mehrheitlich Ja gestimmt (61% resp. 71%). Partei-Sympathisierende der FDP (31% Ja-Anteil) und der SVP (30% Ja-Anteil) haben klar Nein gestimmt.

Der Ja-Anteil korreliert auch leicht mit dem **VERTRAUEN** in verschiedene Akteuren und Institutionen: Personen, die (sehr) geringes Vertrauen in Tabakkonzerne haben, haben klar Ja gestimmt (67%). Wer hingegen mittleres oder hohes Vertrauen in Tabakkonzerne hat, hat eher Nein gestimmt (27% resp. 19% Ja-Anteil).⁵ Ebenfalls zeigt sich, je höher das Vertrauen in Gesundheitsorganisation und –verbände ist, desto höher ist der Anteil Ja-Stimmende.

Ausserdem haben diejenigen mehrheitlich Ja gestimmt, die die **WERTEHALTUNG** vertreten, dass die Schweiz mehr Staatseingriffe in die Wirtschaft erlauben soll (79% Ja-Anteil) und die sich mehr Solidarität wünschen (73%, im Vergleich zu mehr Eigenverantwortung: 43% Ja-Anteil).

Tabelle 18: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Total	56.7	1980	
Links-Rechts-Selbsteinstufung (0-10)			V=.33***
linksaussern (0-2)	74	241	± 5.5
links (3-4)	71	414	± 4.4
Mitte (5)	61	521	± 4.2
rechts (6-7)	38	398	± 4.8
rechtsaussern (8-10)	31	233	± 5.9

⁵ Es gaben sehr wenige Stimmberechtigte an, sehr hohes Vertrauen in Tabakkonzerne haben, weshalb der Fehlerbereich in dieser Kategorie sehr gross ist (± 14.7) und keine klare Aussage über diese Subgruppe möglich ist.

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramér's V / Standardfehler
Parteisympathie			V=.42***
SVP	30	275	± 5.4
FDP	31	323	± 5.1
Die Mitte	58	231	± 6.4
GLP	66	155	± 7.5
SP	73	375	± 4.5
Grüne	87	158	± 5.3
andere Partei	71	90	± 9.4
keine	61	181	± 7.1
Vertrauen in Tabakkonzerne			V=.35***
sehr gering bis gering (0-4)	67	1447	± 2.4
mittel (5)	27	267	± 5.3
hoch (6-7)	19	93	± 7.9
sehr hoch (8-10)	55	45	± 14.7
Vertrauen in Gesundheitsorganisationen und -verbände			V=.16***
sehr gering bis gering (0-4)	41	249	± 6.1
mittel (5)	54	412	± 4.8
hoch (6-7)	60	583	± 4
sehr hoch (8-10)	64	658	± 3.7
Wertehaltung: "eine Schweiz mit mehr Staatseingriffen in die Wirtschaft oder eine Schweiz mit mehr Wettbewerb auf dem Markt"			V=.27***
mehr Staatseingriffe	79	302	± 4.6
gemischte Wertehaltung	58	766	± 3.5
mehr Wettbewerb	42	685	± 3.7
Wertehaltung: "eine Schweiz, in der Solidarität wichtiger ist als die Eigenverantwortung, oder eine Schweiz, in der Eigenverantwortung wichtiger ist als die Solidarität"			V=.24***
Solidarität wichtiger	73	566	± 3.7
gemischte Wertehaltung	53	793	± 3.5
Eigenverantwortung wichtiger	43	456	± 4.6

Die aufgeführten soziodemographischen Merkmale (Tabelle 19) zeigen, dass sich die Zustimmung nach **ALTER**, **BILDUNG** und **EINKOMMEN** signifikant unterscheidet, wobei die Effektstärken gering sind.

INSGESAMT haben nur zwei Subgruppen von sozialen Merkmalen mehrheitlich Nein gestimmt: Personen, die zwischen 50–59 Jahre alt sind, oder die ein Haushaltseinkommen bis CHF 3'000 haben. In allen anderen Subgruppen wurde mehrheitlich Ja gestimmt.

IM DETAIL haben **JÜNGERE** häufiger Ja gestimmt als Ältere: Zum Beispiel haben 65 Prozent aller 18–29-Jährigen Ja gestimmt, wohingegen Personen im Alter von 70 Jahren und älter zu 54 Prozent Ja gestimmt haben. **HÖHER GEBILDETE** haben ebenfalls öfter Ja gestimmt als solche, die weniger lange eine Ausbildung genossen haben. Schliesslich hat beim Einkommen vor allem der **MITTELSTAND** Ja gesagt: Personen mit einem Haushaltseinkommen bis CHF 3'000 und Personen mit einem Einkommen über CHF 11'000 haben am wenigsten oft Nein gestimmt (45% resp. 50% Ja-Anteil).

Tabelle 19: Stimmverhalten nach soziodemographischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	n	Cramérs V / Standardfehler
Total	56.7	1980	
Alter			V=.11**
18-29 Jahre	65	214	± 6.4
30-39 Jahre	61	228	± 6.4
40-49 Jahre	61	249	± 6.1
50-59 Jahre	48	406	± 4.9
60-69 Jahre	59	422	± 4.7
70 Jahre und älter	54	461	± 4.6
Geschlecht			V=.05
Frauen	59	979	± 3.1
Männer	54	1001	± 3.1
Bildungsgrad			V=.09*
ohne nachobligatorische Bildung	56	173	± 7.4
berufliche Grundbildung/Berufslehre	56	632	± 3.9
Maturität/höhere Berufsbildung	52	522	± 4.3
Fachhochschule/Uni/ETH/Doktorat	64	580	± 3.9
Haushaltseinkommen			V=.14***
bis 3'000 CHF	45	81	± 10.9
3'000-5'000 CHF	64	225	± 6.3
5'000-7'000 CHF	54	297	± 5.7
7'000-9'000 CHF	63	312	± 5.4
9'000-11'000 CHF	64	284	± 5.6
über 11'000 CHF	50	462	± 4.6

5.3 Die Motive

Die wichtigsten Gründe für ein Ja bzw. ein Nein wurden mit einer offenen Frage erhoben. Die **JA-MOTIVE** (Tabelle 20) lassen sich in drei Überkategorien gliedern: Die am häufigsten genannten Argumente für ein Ja lassen sich unter dem Stichwort Kinder schützen zusammenfassen (38% der Erstnennungen resp. 49% aller Nennungen), gefolgt vom Aspekt der Gesundheit der Bevölkerung (23% resp. 43%) und dem Zeichen gegen die Tabak- und Werbe-Industrie (8% resp. 15%).

Beim Hauptargument "**KINDER SCHÜTZEN**" geht es vor allem darum, dass das Werbeverbot die Kinder schützt (24% resp. 28%), weiter dass es konkreter keine Anreize für Kinder geben soll, die sie zum Rauchen verführen (4% resp. 7%) und dass viele Raucher:innen als Jugendliche begonnen hätten, was unterbunden werden soll (3% resp. 4%).

Beim Aspekt der **GESUNDHEIT DER BEVÖLKERUNG** wurde am häufigsten von Ja-Stimmenden genannt, dass Rauchen die Gesundheit gefährde (9% resp. 16%), dass man für ein generelles Tabakwerbeverbot ist (7% resp. 11%) und Rauchen eine Sucht ist (4% resp. 7%). Insofern sind das mehrheitlich Gründe, die gegen den Konsum von Tabakprodukten sprechen, und noch einen Schritt weitergehen würden, um die Gesundheit der Bevölkerung zu schützen.

Ein weiteres Argument allgemeiner Natur positioniert sich **GEGEN DIE TABAK- UND WERBE-INDUSTRIE**: Wenige Personen haben als Argument angegeben, dass die Tabak- (und Werbe-Industrie) nur Geld verdienen will (3% resp. 5%) und dass man gegen Konzerne ist (2% resp. 4%).

Tabelle 20: Entscheidungsgründe Pro (in % der Ja-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	N	in %	n
Kinder schützen	38	519	49	647
Werbeverbot schützt Kinder.	24	287	28	341
keine Anreize/Werbung, die Kinder verführen	4	70	7	101
Viele Raucher:innen haben als Jugendliche begonnen.	3	50	4	68
Gesundheit der Bevölkerung	23	328	43	536
Rauchen gefährdet die Gesundheit.	9	153	16	220
für generelles Tabakwerbeverbot	7	85	11	134
Rauchen ist eine Sucht.	4	41	7	68
gegen Tabak- und Werbe-Industrie	8	51	15	112
Tabak-Industrie will nur Geld verdienen.	3	19	5	38
gegen Konzerne	2	15	4	31
Allgemeines (z.B. gute Vorlage, sympathisch)	4	69	9	110
Anderes	1	2	1	10
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	0	3	0	3
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	0	7	2	13
weiss nicht / kein Grund angegeben	25	312	65	935

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive leicht über oder unter 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten nannten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb auch höher als 100 Prozent.

Bei den **NEIN-MOTIVEN** standen drei Argumente im Vordergrund (Tabelle 21): Die Nein-Stimmenden gaben an, dass sie eine freie Gesellschaft wollen (28% aller Erstnennungen resp. 42% aller Nennungen), dass das Werbeverbot unnütz ist (22% resp. 36%) und dass das Werbeverbot negative wirtschaftliche Folgen hat (7% resp. 12%).

Am häufigsten wurden Aspekte einer freien Gesellschaft als Nein-Motiv genannt: Nein-Stimmende gaben an, dass es zu viele unnötige Verbote gibt (13% resp. 20%), dass das Werbeverbot eines legalen Produkts zu weit geht (5% resp. 7%) und dass die Eigenverantwortung wichtig ist (4% resp. 4%).

Des Weiteren gaben sie an, dass es ein unnützes Werbeverbot ist. Nein-Stimmende argumentieren, dass Werbung einen geringen Einfluss hat (10% resp. 14%), dass die Erziehung respektive die sozialen Kontakte wichtiger sind (6% resp. 12%) und dass Kinder oder Jugendliche sowieso mit Rauchen in Kontakt kommen werden (5% resp. 8%).

Die dritte Gruppe von Nein-Motiven umfasst Argumente, die die wirtschaftlichen Folgen des Verbots betreffen: So monieren Nein-Stimmende, dass dies ein zu weitgreifender Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit ist (3% resp. 3%) und dass damit Werbegelder verloren gehen (2% resp. 3%).

Tabelle 21: Entscheidungsgründe Kontra (in % der Nein-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	N	in %	n
freie Gesellschaft	28	189	42	267
zu viele unnötige Verbote	13	86	20	118
Werbeverbot eines legalen Produkts geht zu weit.	5	28	7	46
Eigenverantwortung	4	21	4	30
unnützes Werbeverbot	22	174	36	257
Werbung hat geringen Einfluss.	10	79	14	107
Erziehung resp. soziale Kontakte sind wichtiger.	6	43	12	79
Kinder/Jugendliche kommen sowieso mit Rauchen in Kontakt.	5	45	8	61
wirtschaftliche Folgen	7	43	12	81
Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit	3	19	3	29
Werbegelder gehen verloren.	2	6	3	17
Allgemeines (z.B. schlechte Vorlage, unsympathisch)	7	50	10	69
Anderes	8	35	8	40
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	0	4	0	5
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	1	11	1	11
weiss nicht / kein Grund angegeben	26	183	71	505

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive leicht über oder unter 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten nannten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb auch höher als 100 Prozent.

5.4 Die Resonanz der Abstimmungsargumente

Tabelle 22 zeigt den Grad der Zustimmung und Ablehnung der Befragten zu Argumenten, wobei auch zwischen Ja- und Nein-Stimmenden unterschieden wird. Je grösser diese Unterschiede, desto eher waren sie bei der Abstimmung über das Tabakwerbeverbot entscheidungsrelevant.

Die Stimmentscheidung war insgesamt stark fundiert: 78 Prozent der Stimmenden waren inhaltlich jeweils eher mit den jeweiligen Pro- oder Kontra-Argumenten einverstanden und haben auch dementsprechend gestimmt.

INSGESAMT überzeugten Pro-Argumente deutlich besser als Kontra-Argumente. Fast alle Stimmenden sind sich einig, dass wir als Gesellschaft verpflichtet sind, Kinder und Jugendliche zu schützen und ihre gesunde Entwicklung zu fördern (90% aller Stimmenden sind damit einverstanden). Die stärkste Polarisierung zwischen Ja- und Nein-Stimmenden ergab das Kontra-Argument, dass bestehende Massnahmen ausreichen, um Jugendliche zu schützen.

Die **PRO-ARGUMENTE** erhalten in der gesamten Stimmbevölkerung mehrheitliche Zustimmung: 90 Prozent finden, dass die Gesellschaft verpflichtet ist, Kinder und Jugendliche zu schützen und ihre gesunde Entwicklung zu fördern. 74 Prozent finden, dass die Werbung für schädliche Tabakprodukte bei Kindern und Jugendlichen verwerflich ist. Gerade mal 41 Prozent der Nein-Stimmenden sehen das anders. Schliesslich finden auch 69 Prozent aller Stimmberechtigten, dass ein Tabakwerbeverbot, das darauf abzielt, dass Kinder und Jugendliche nicht von dieser Werbung betroffen sind, konsequent ist. 52 Prozent der Nein-Stimmenden waren damit nicht einverstanden. Von den Pro-Argumenten hat dieses Argument am stärksten polarisiert.

Alle drei **KONTRA-ARGUMENTE** haben keine Mehrheit erreicht. Dass das Werbeverbot für ein legales Produkt einen Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit darstellt, ist für 79 Prozent der Nein-Stimmenden korrekt. 69 Prozent der Ja-Stimmenden sehen das anders. Ebenfalls sehen fast gleich viele Nein-Stimmende auch das zweite Argument als richtig an: Der Gegenvorschlag ist besser, da er unter anderem die Anliegen der Wirtschaft berücksichtigt. Erneut sehen das rund 68 Prozent der Ja-Stimmenden anders. Am stärksten polarisiert hat aber das dritte Argument: 79 Prozent der Nein-Stimmenden finden, dass die bestehenden Massnahmen zum Schutz der Kinder und Jugendlichen ausreichen. 81 Prozent der Ja-Stimmenden sind damit nicht einverstanden.

Tabelle 22: Pro- und Kontra-Argumente im Total und die Anteile der Ja- und Nein-Stimmenden (in %)

Pro-Argumente		einverstanden	nicht einverstanden	weiss nicht / keine Angabe
Wir sind als Gesellschaft verpflichtet, Kinder und Jugendliche zu schützen und ihre gesunde Entwicklung zu fördern.	Total	90	5	5
	Ja-Stimmende	94	1	4
	Nein-Stimmende	85	10	5
Werbung für schädliche Tabakprodukte bei Kindern und Jugendlichen ist verwerflich.	Total	74	19	7
	Ja-Stimmende	91	3	6
	Nein-Stimmende	52	41	7
An Minderjährige dürfen keine Tabakprodukte verkauft werden. Es ist nur konsequent, dass Tabakwerbung Kinder und Jugendliche auch nicht erreichen soll.	Total	69	24	6
	Ja-Stimmende	93	3	4
	Nein-Stimmende	39	52	8
Kontra-Argumente				
Dieses Werbeverbot für ein legales Produkt stellt einen Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit dar.	Total	47	45	8
	Ja-Stimmende	24	69	8
	Nein-Stimmende	79	14	7
Der indirekte Gegenvorschlag des Parlaments ist besser. Er berücksichtigt die Anliegen der Wirtschaft. Gewisse Werbeformen bleiben erlaubt, aber der Verkauf wird schweizweit auf Volljährige limitiert.	Total	43	43	14
	Ja-Stimmende	17	68	15
	Nein-Stimmende	78	13	10
Bestehende Massnahmen reichen aus, um Jugendliche und Kinder vor den schädlichen Auswirkungen des Rauchens zu schützen.	Total	41	51	8
	Ja-Stimmende	12	81	7
	Nein-Stimmende	79	13	7

Gewichtete Resultate. Angegeben sind Zeilenprozente. Aufgrund von Rundungen betragen die Zeilentotale nicht überall 100 Prozent. Lesebeispiel zum ersten Argument: 90 Prozent aller Stimmenden (sowie 94% aller Ja-Stimmenden bzw. 85% aller Nein-Stimmenden) pflchteten dem Pro-Argument bei, dass die Schweiz als Gesellschaft verpflichtet ist, Kinder und Jugendliche zu schützen und ihre gesunde Entwicklung zu fördern. 5 Prozent aller Stimmenden zeigten sich damit nicht einverstanden und 5 Prozent antworteten mit "weiss nicht / keine Angabe". N für alle Argumente: Total 2'069 Ja-Stimmende 1'291, Nein-Stimmende 689.

6 Stempelabgaben

6.1 Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen

Die Emissionsabgabe ist eine von drei Stempelabgaben. Sie fällt an, wenn Unternehmen Eigenkapital aufnehmen. Der Bundesrat und das Parlament wollen die Emissionsabgaben abschaffen, um Unternehmen zu entlasten und das Wirtschaftswachstum zu stärken. Aus der Abschaffung der Abgabe entstünden dem Bund Mindereinnahmen von schätzungsweise 250 Millionen Franken pro Jahr. Dagegen wurde von der SP, den Grünen und den Gewerkschaften das Referendum ergriffen.

Das Referendumskomitee argumentiert, dass bei der Abschaffung der Emissionsabgabe grösstenteils international tätige Grosskonzerne, Banken und Versicherungen profitieren. Die KMUs hingegen haben nichts davon. Die fehlenden Steuereinnahmen würden dazu führen, dass Privatpersonen höhere Steuern bezahlen und staatliche Leistungen gekürzt werden.

Die Befürworter:innen der Gesetzesänderung, darunter die Parteien SVP, FDP, Die Mitte und GLP, wollen mit der Abschaffung der Emissionsabgabe die Standortattraktivität der Schweiz erhöhen. Die fehlenden Einnahmen sind für den Bund verkraftbar und würden durch das Wirtschaftswachstum und die gesicherten Arbeitsplätze ausgeglichen werden. Innovationen und neue Investitionen vor allem auch in junge Unternehmen würden gefördert.

Die Gesetzesänderung wurde deutlich abgelehnt: 63 Prozent der Bevölkerung war dagegen. Nur im Kanton Zug war der Ja-Anteil über 50 Prozent. Damit werden Firmen auch künftig eine Emissionsabgabe bezahlen, wenn sie Eigenkapital aufnehmen.

Die Gesetzesänderung wurde in der italienischen Schweiz (45.4%) häufiger angenommen als in der französischen (38.6%) und der deutschen Schweiz (36.6%) sowie häufiger im städtischen Raum (39.6%) (exkl. Kernstadt mit 33%) als im intermediären (38.1%) und ländlichen Raum (36.9%)⁶.

⁶ [Link zur Auswertung des BFS nach Sprachregion und Siedlungstyp](#)

6.2 Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen

INSGESAMT haben folgende politische Eigenschaften eher zu einem Ja geführt (Tabelle 23): Die Selbsteinstufung auf der Links-Rechts-Skala von rechts bis rechtsausser sowie eine Parteilaffinität zur FDP und SVP. Ebenfalls hat Ja gestimmt, wer Wirtschaftsverbänden, Grosskonzernen und Banken (sehr) stark vertraut. Ja-Stimmende wünschen sich eine Schweiz mit mehr Wettbewerb und weniger Steuern auf hohe Einkommen.

Im **DETAIL** zeigt sich, dass Personen von rechtsausser (68% Zustimmung) und rechts (57%) mehrheitlich Ja gestimmt haben, jedoch vonseiten "linksaussen" fast ausschliesslich Nein gestimmt wurde (9% Ja-Anteil). Ebenso frappant sind die Unterschiede bei den **PARTEISYMPATHIEN**: Aus Sicht der Parteilaffinitäten konnte abgesehen von der FDP keine klare Mehrheit erreicht werden (72% Ja-Anteil). Immerhin gab es unter SVP-Sympathisierenden eine relativ knappe Mehrheit (55%). Sympathisierende der Mitte (40%) und GLP (38%) haben ziemlich klar Nein gestimmt. Bei Sympathisierenden keiner oder einer anderen Partei (27% resp. 13%), SP (16%) und Grüne (6%) hatte die Vorlage keine Chance.

Während die Parteilaffinität sehr klar die Ja-Anteile aufzeigt, ist es beim **VERTRAUEN** weniger stark: Zwar zeigt sich, dass wer (sehr) geringen Wirtschaftsverbänden, Banken oder Grosskonzernen vertraut, kaum Ja gestimmt hat (18-25%). Aber auch bei (sehr hohem) Vertrauen in die genannten Institutionen bleibt der Ja-Anteil zwischen 52 und 70 Prozent. Auffallend ist, dass die Abschaffung der Stempelabgabe auch unter denjenigen, die ein sehr hohes Vertrauen in KMUs haben, keine Mehrheit erreicht hat (46% Ja-Anteil), obwohl gemäss Pro-Komitee KMUs von einem Ja ebenfalls profitiert hätten. Das Vertrauen erklärt den Stimmentscheid dementsprechend weniger stark als die Parteilaffinität.

Ein eindeutiger Unterschied zeigt sich bei den **WERTEHALTUNGEN**: Wer sich eine Schweiz mit mehr Staatseingriffen wünscht, hat klar Nein gestimmt (Ja-Anteil von 12%) und wer sich eine Schweiz mit mehr Wettbewerb wünscht, hat mehrheitlich Ja gestimmt (58%). Die Effektstärke ist mit 0.37 relativ gross. Noch grösser ist der Effekt bei der zweiten Werthaltung ($V = 0.46$), die auch ein Kernanliegen der Vorlage aufnimmt: Wer sich eine Schweiz mit mehr Steuern auf hohe Einkommen wünscht, hat eher Nein gestimmt (18%). Wer hingegen geringere Steuern auf hohe Einkommen wünscht, der hat grossmehrheitlich Ja gestimmt (73%).

Tabelle 23: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramér's V / Standardfehler
Total	37.4	1761	
Links-Rechts-Selbsteinstufung (0-10)			$V = .42^{***}$
linksaussen (0-2)	9	214	± 3.8
links (3-4)	18	373	± 3.9
Mitte (5)	36	457	± 4.4
rechts (6-7)	57	369	± 5.1
rechtsausser (8-10)	68	210	± 6.3

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramér's V / Standardfehler
Parteisympathie			V=.46***
SVP	55	249	± 6.2
FDP	72	301	± 5.1
Die Mitte	40	213	± 6.6
GLP	38	140	± 8.1
SP	16	336	± 3.9
Grüne	6	133	± 4
andere Partei	13	81	± 7.4
keine	27	150	± 7.1
Vertrauen in Wirtschaftsverbände			V=.37***
sehr gering bis gering (0-4)	18	666	± 2.9
mittel (5)	44	479	± 4.4
hoch (6-7)	53	321	± 5.5
sehr hoch (8-10)	67	167	± 7.1
Vertrauen Private Banken in der Schweiz und Kantonalbanken			V=.22***
sehr gering bis gering (0-4)	23	530	± 3.6
mittel (5)	39	408	± 4.7
hoch (6-7)	39	398	± 4.8
sehr hoch (8-10)	52	376	± 5.1
Vertrauen in Grosskonzerne			V=.29***
sehr gering bis gering (0-4)	25	907	± 2.8
mittel (5)	45	422	± 4.8
hoch (6-7)	52	241	± 6.3
sehr hoch (8-10)	70	116	± 8.4
Vertrauen in kleine und mittlere Unternehmen (KMU)			V=.18***
sehr gering bis gering (0-4)	24	144	± 7
mittel (5)	25	353	± 4.5
hoch (6-7)	38	555	± 4
sehr hoch (8-10)	46	620	± 3.9
Wertehaltung: "eine Schweiz mit mehr Staatseingriffen in die Wirtschaft oder eine Schweiz mit mehr Wettbewerb auf dem Markt"			V=.37***
mehr Staatseingriffe	12	276	± 3.8
gemischte Wertehaltung	28	677	± 3.4
mehr Wettbewerb	58	636	± 3.8

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Wertehaltung: "eine Schweiz, in der die Steuern auf hohe Einkommen erhöht werden, oder eine Schweiz, in der die Steuern auf hohe Einkommen vermindert werden"			V=.46***
Steuern auf hohe Einkommen erhöhen	18	915	± 2.5
gemischte Wertehaltung	55	512	± 4.3
Steuern auf hohe Einkommen vermindern	73	210	± 6

INSGESAMT gab es keine soziodemografische Subgruppe, bei der eine Mehrheit Ja gesagt hat. Folgende soziodemographischen Eigenschaften haben aber signifikant stärker zu einem Ja geführt: **ÄLTERE** Personen im Vergleich zu jüngeren, **MÄNNER** eher als Frauen, Personen mit **TIEFSTER** und **HÖCHSTER AUSBILDUNG** sowie Personen mit einem Haushaltseinkommen über **CHF 11'000** im Vergleich zu weniger einkommensstarken Haushalten.

Im **DETAIL** zeigt sich, dass das **ALTER** die grösste Erklärungskraft hat ($V = 0.18$): Während 18–29-Jährige mit 20 Prozent Ja gestimmt haben, lag der Anteil bei den Stimmenden im Alter von 70 Jahren und älter bei 46 Prozent. Sehr schwache Effektstärken (aber signifikant) finden sich beim Geschlecht (Männer eher Ja als Frauen) und beim Bildungsgrad, wo die am geringsten und stärksten ausgebildeten Personen am ehesten Ja gestimmt haben. Ein fast gleich starker Effekt wie beim Alter findet sich auch beim Haushaltseinkommen: Personen mit einem Haushaltseinkommen über CHF 11'000 haben mit 48 Prozent Ja gestimmt, alle anderen zu rund 33 Prozent.

Tabelle 24: Stimmverhalten nach soziodemographischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Total	37.4	1761	
Alter			V=.18***
18-29 Jahre	20	164	± 6.2
30-39 Jahre	27	190	± 6.3
40-49 Jahre	45	202	± 6.9
50-59 Jahre	35	367	± 4.9
60-69 Jahre	37	393	± 4.8
70 Jahre und älter	46	445	± 4.6
Geschlecht			V=.09***
Frauen	33	844	± 3.2
Männer	42	917	± 3.2

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramér's V / Standardfehler
Bildungsgrad			V=.08*
ohne nachobligatorische Bildung	40	150	± 7.9
berufliche Grundbildung/Berufslehre	34	554	± 3.9
Maturität/höhere Berufsbildung	35	477	± 4.3
Fachhochschule/Uni/ETH/Doktorat	43	521	± 4.3
Haushaltseinkommen			V=.17***
bis 3'000 CHF	33	66	± 11.4
3'000-5'000 CHF	32	203	± 6.4
5'000-7'000 CHF	32	266	± 5.6
7'000-9'000 CHF	27	275	± 5.2
9'000-11'000 CHF	37	265	± 5.8
über 11'000 CHF	48	416	± 4.8

6.3 Die Motive

Die wichtigsten Gründe für ein Ja bzw. ein Nein wurden mit einer offenen Frage erhoben. Die **JA-MOTIVE** (Tabelle 25) lassen sich in drei Überkategorien gliedern: Starker Wirtschaftsstandort Schweiz (24% der Erstnennungen resp. 35% aller Nennungen), Steuer-Gründe (17% resp. 23%) und weil Firmen damit wirtschaftlich geholfen wird (9% resp. 16%).

Bei den drei Hauptkategorien wurden gewisse Argumente besonders häufig genannt: In der Kategorie "**STARKER WIRTSCHAFTSSTANDORT**" wurde am häufigsten genannt, dass mit einem Ja die Schweizer Wirtschaft unterstützt wird (9% resp. 12%), dass die Schweiz damit international konkurrenzfähig bleiben kann (6% resp. 10%) und dass damit das Wachstum der Firmen nicht mehr durch die Stempelabgabe gebremst würde (4% resp. 6%).

Ein zweites Hauptargument zielte auf den Aspekt der **STEUERN**: Zum einen ist die Stempelabgabe veraltet und gehört deshalb abgeschafft (11% resp. 14%), zum anderen haben sich Personen grundsätzlich gegen Steuern ausgesprochen (3% resp. 3%).

Schliesslich haben Ja-Stimmende auch als Grund angegeben, dass mit der Abschaffung der Stempelsteuer **FIRMEN PROFITIEREN** würden: Einerseits wurde unter diesem Aspekt oft genannt, dass KMUs am häufigsten profitieren würden (5% resp. 6%), andererseits dass junge und wachstumsstarke Unternehmen profitieren würden (1% resp. 4%).

Tabelle 25: Entscheidungsgründe Pro (in % der Ja-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	N	in %	n
starker Wirtschaftsstandort	24	115	35	173
Unterstützung Schweizer Wirtschaft	9	39	12	53
international konkurrenzfähig bleiben	6	28	10	47
Stempelabgabe verhindert Wachstum/Geschäfte	4	20	6	32
Steuern	17	80	23	109
Stempelabgabe ist veraltet	11	50	14	63
gegen jegliche Steuern	3	9	3	10
Firmen profitieren	9	54	16	91
KMU profitieren am häufigsten	5	26	6	32
junge und wachstumsstarke Unternehmen profitieren	1	9	4	26
Allgemeines (z.B. gute Vorlage, sympathisch)	2	13	5	24
Anderes	1	7	2	9
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	2	29	3	42
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	8	35	10	47
weiss nicht / kein Grund angegeben	37	221	80	452

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive leicht über oder unter 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten nannten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb auch höher als 100 Prozent.

Bei den **NEIN-MOTIVEN** standen drei Aspekte im Vordergrund (Tabelle 26): Dass Konzerne, nicht aber KMUs, profitieren würden (23% aller Erstnennungen resp. 35% aller Nennungen), dass die Bevölkerung verlieren würde (17% resp. 29%) und Kontra-Gründe bezüglich dem Prinzip der Steuer (11% resp. 15%).

Am häufigsten wurde als Nein-Argument genannt, dass **KONZERNE UND NICHT KMUS PROFITIEREN** würden: Die Nein-Stimmenden gaben an, dass sie keine Steuergeschenke an Konzerne verteilen wollen (12% resp. 17%), dass nur Grosskonzerne, Banken und/oder Versicherungen profitieren würden (8% resp. 11%) und dass die Abschaffung der Stempelabgabe KMUs nichts bringt (2% resp. 5%).

Ein weiteres zentrales Argument war, dass mit der Abschaffung der Stempelabgabe die **BEVÖLKERUNG VERLIERT**: Der Steuerausfall wäre zu gross (5% resp. 7%), die Bevölkerung müsste die Differenz zahlen (4% resp. 7%) und damit müssten staatliche Leistungen runtergefahren werden respektive würden fehlen (4% resp. 7%).

Als dritte Hauptkategorie wurde der Aspekt der **STEUERN** als Nein-Argument genannt: Die Abschaffung der Stempelabgabe sei eine undurchsichtige Steuererleichterung für Reiche (6% resp. 7%) und die Stempelabgabe sei sinnvoll (4% resp. 5%).

Tabelle 26: Entscheidungsgründe Kontra (in % der Nein-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	n	in %	n
Konzerne profitieren	23	262	35	380
keine Steuergeschenke an Konzerne	12	139	17	190
nur Grosskonzerne, Banken und/oder Versicherungen profitieren	8	86	11	127
bringt KMU nichts	2	25	5	43
Bevölkerung verliert	17	192	29	315
Steuerausfall zu gross	5	63	7	85
Bevölkerung zahlt Differenz	4	42	7	79
staatliche Leistungen werden fehlen	4	49	7	77
Steuern	11	126	15	169
undurchsichtige Steuererleichterung für Reiche	6	62	7	80
Stempelabgabe ist sinnvoll	4	46	5	58
Allgemeines (z.B. schlechte Vorlage, unsympathisch)	4	57	8	98
Anderes	3	27	4	42
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	1	9	1	17
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	2	29	4	42
weiss nicht / kein Grund angegeben	39	505	78	969

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive leicht über oder unter 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten nannten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb auch höher als 100 Prozent.

6.4 Die Resonanz der Abstimmungsargumente

Tabelle 27 zeigt den Grad der Zustimmung und Ablehnung der Befragten zu Argumenten, wobei auch zwischen Ja- und Nein-Stimmenden unterschieden wird. Je grösser diese Unterschiede, desto eher waren sie bei der Abstimmung über die Stempelabgaben entscheidungsrelevant.

Die Stimmentscheidung war insgesamt stark fundiert: 77 Prozent der Stimmenden waren inhaltlich jeweils eher mit den jeweiligen Pro- oder Kontra-Argumenten einverstanden und haben auch dementsprechend gestimmt.

INSGESAMT überzeugten Pro-Argumente weniger als Kontra-Argumente. Eine Mehrheit empfindet, dass die Stempelsteuer vor allem Grosskonzerne betrifft, die die Entlastung nicht nötig haben. Zudem findet die Hälfte der Stimmbevölkerung, dass sie Mehrwertsteuern bezahlt, weshalb auch Kapitaltransaktionen besteuert werden sollen.

Die **PRO-ARGUMENTE** waren allesamt stark umstritten und erhielten nur bei rund 33 Prozent der Stimmenden Zustimmungen. Unter den Ja-Stimmenden finden 77 Prozent, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, Unternehmen auf Eigenkapital angewiesen sind, weshalb die Steuer abgeschafft werden sollte. Dem widersprechen aber 65 Prozent der Nein-Stimmenden. Ebenfalls ähnlich viele Ja-Stimmende finden (74%), dass die Stempelsteuer das Wirtschaftswachstum schwächt. Erneut finden rund zwei Drittel der Nein-Stimmenden, das würde nicht stimmen. Schliesslich finden 69 Prozent der Ja-Stimmenden, dass die geltende Regelung ungerecht ist, da die Abgabe unabhängig von der Investitionsrentabilität bezahlt werden müsse. Ebenfalls rund zwei Drittel der Nein-Stimmenden sehen das anders (63%).

Bei den **KONTRA-ARGUMENTEN** stimmt eine Mehrheit von 54 Prozent der Aussage zu, dass die Stempelsteuer vor allem von Gross- und Finanzunternehmen bezahlt werde, die keine Entlastung nötig haben. Dieses Argument hat am stärksten polarisiert: 76 Prozent der Nein-Stimmenden stimmen zu, 62 Prozent der Ja-Stimmenden stimmen hingegen nicht zu. Ebenfalls hat die Hälfte der Stimmenden dem Argument zugestimmt, dass die Bevölkerung Mehrwertsteuer zahlt, wodurch es nur gerecht ist, dass auch Kapitaltransaktionen zu besteuern sind. Schliesslich findet keine Mehrheit der Stimmenden, dass die Einwohner:innen der Schweiz die Leidtragenden werden, da sie die Steuerausfälle tragen müssen: 63 Prozent der Nein-Stimmenden sind mit der Aussage einverstanden, 59 Prozent der Ja-Stimmenden nicht.

Tabelle 27: Pro- und Kontra-Argumente im Total und die Anteile der Ja- und Nein-Stimmenden (in %)

Pro-Argumente		einverstanden	nicht einverstanden	weiss nicht / keine Angabe
Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind Unternehmen häufig auf neues Eigenkapital angewiesen. Sie in solchen Situationen zusätzlich mit Steuern zu belasten ist schädlich.	Total	38	43	18
	Ja-Stimmende	77	12	11
	Nein-Stimmende	18	65	17
Die Abschaffung der Stempelsteuer stärkt das Wirtschaftswachstum, denn sie generiert Einkommen, sichert und schafft Arbeitsplätze und Investitionen.	Total	35	45	20
	Ja-Stimmende	74	13	13
	Nein-Stimmende	12	68	19
Die geltende Regelung ist ungerecht, denn die Stempelsteuer belastet Unternehmen unabhängig davon, ob sich ihre Investitionen als rentabel erweisen oder nicht.	Total	33	43	24
	Ja-Stimmende	69	14	17
	Nein-Stimmende	14	63	23
Kontra-Argumente		einverstanden	nicht einverstanden	weiss nicht / keine Angabe
Die Stempelsteuer wird vor allem von Grosskonzernen und Finanzunternehmen bezahlt. Diese sind in der Schweiz ohnehin unterbesteuer und haben keine Entlastung nötig.	Total	54	28	18
	Ja-Stimmende	23	62	15
	Nein-Stimmende	76	9	15
Während die Bevölkerung bei jedem Einkauf Mehrwertsteuern bezahlt, sollen Kapitaltransaktionen nicht mehr besteuert werden. Das ist ungerecht.	Total	50	27	22
	Ja-Stimmende	26	55	19
	Nein-Stimmende	68	13	20
Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz werden die Leidtragenden sein, denn sie werden die entstehenden Steuerausfälle tragen müssen.	Total	47	34	19
	Ja-Stimmende	27	59	14
	Nein-Stimmende	63	20	17

Gewichtete Resultate. Angegeben sind Zeilenprozente. Aufgrund von Rundungen betragen die Zeilentotale nicht überall 100 Prozent. Lesebeispiel zum ersten Argument: 33 Prozent aller Stimmenden (sowie 69% aller Ja-Stimmenden bzw. 14% aller Nein-Stimmenden) pflichteten dem Pro-Argument bei, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Unternehmen auf Eigenkapital angewiesen sind, was nicht mit Steuern belastet werden sollte. 43 Prozent aller Stimmenden zeigten sich damit nicht einverstanden und 18 Prozent antworteten mit "weiss nicht / keine Angabe". N für alle Argumente: Total 2'069 Ja-Stimmende 554, Nein-Stimmende 1'207.

7 Medienpaket

7.1 Die Ausgangslage, Vorlage und Empfehlungen

Der Bundesrat und das Parlament wollen die Medien mit dem "Bundesgesetz über ein Massnahmenpaket zugunsten der Medien" stärken. Die Vergünstigungen der Zustellung von abonnierten Zeitungen sollen ausgedehnt werden, Online-Medien gefördert und Lokalradios und Regionalfernsehen finanziell stärker unterstützt werden. Die Fördermassnahmen sollen aus den Einnahmen in Form von bestehenden Radio- und Fernseh-abgaben und über den Bundeshaushalt finanziert werden und bei Zeitungen und Online-Medien nach sieben Jahren wegfallen. Das Parlament sieht eine Unterstützung von insgesamt 150 Millionen Franken vor.

Am 6. Oktober 2021 wurde von dem bürgerlichen Komitee "Nein zu staatlich finanzierten Medien" mit 64'443 gültigen Unterschriften das Referendum gegen das Gesetz zur Medienförderung ergriffen. Gemäss dem Referendumskomitee benötigen Medien keine weiteren staatlichen Subventionen. Die Steuergelder würden in grosse Medienkonzerne fliessen und den Markt verzerren. Die Medien würden abhängig vom Staat und die Meinungsfreiheit würde gefährdet werden.

Die Befürworter:innen des Bundesgesetzes argumentieren, dass mit den zusätzlichen Förderungen vor allem kleinere Medien profitieren und lokale und regionale Zeitungen, Radio- und Fernsehstationen gestärkt werden. Dadurch, dass die Berichterstattung regional bleibt und qualitativer Journalismus gefördert wird, wird die direkte Demokratie gestärkt und die Unabhängigkeit der Medien gewährleistet.

Die Ja-Parole wurde von Seite SP, Grüne, GLP und Die Mitte beschlossen. Die SVP und FDP setzten sich für ein Nein ein. Die Schweizer Stimmbevölkerung sagt an der Urne mit 54,6 Prozent Nein zum Massnahmenpaket Medien (6 1/2 Stände-Ja und 14 5/2 Stände-Nein).

Das Medienpaket wurde in der französischen Schweiz (57.1%) häufiger angenommen als in der italienischen Schweiz (47.4%) und der deutschen Schweiz (42%) sowie häufiger in der Kernstadt (55.7%) als im übrigen städtischen Raum (43.9%), im intermediären (41.4%) und ländlichen Raum (39.4%)⁷.

⁷ [Link zur Auswertung des BFS nach Sprachregion und Siedlungstyp](#)

7.2 Der Stimmentscheid nach politischen und sozialen Merkmalen

INSGESAMT haben folgende politische Eigenschaften eher zu einem Ja geführt (Tabelle 28): Die Selbsteinstufung auf der Links-Rechts-Skala von linksausser oder links, Parteaaffinitäten zu den Grünen, zu SP, GLP und Die Mitte. Diejenigen, die der SRG SSR, den regionalen und lokalen Medien, den Medienkonzernen und Journalist:innen vertrauen, haben ebenfalls mehrheitlich Ja gestimmt. Sie wünschen sich eine Schweiz, die mit dem Zeitgeist geht und die mehr Staatseingriffe in die Wirtschaft erlaubt.

Im **DETAIL** zeigt sich, dass Personen von **LINKSAUSSEN** (80% Zustimmung) und **LINKS** (60%) mehrheitlich Ja gestimmt haben. In der Mitte hat sich die Meinung geteilt: 49 Prozent haben Ja gestimmt. Rechts und rechtsausser wurde klar Nein gestimmt (Ja-Anteile von 33% resp. 15 %).

Auch unter Einbezug der **PARTEIPRÄFERENZEN** zeigt sich dasselbe Bild: Sympathisierende der SVP haben lediglich zu 17 Prozent ein Ja eingelegt, jene der FDP zu 32 Prozent. Sympathisierende aller anderen Parteien haben Ja gestimmt: Die Mitte- (55%), GLP- (61%), SP- (69%) und Grüne-Sympathisierende (74%) waren überzeugt von der Notwendigkeit des Ja. Personen, die einer anderen (43%) oder keiner Partei (36%) sympathisch gegenüberstehen, haben mehrheitlich Nein gestimmt.

Hinsichtlich **VERTRAUEN** zeigt sich, dass wer regionalen und lokalen Medien sowie Medienkonzernen stärker vertraut, eher Ja gesagt hat als jemand mit weniger starkem Vertrauen in die Medien. Auch hinsichtlich dem Vertrauen in Journalist:innen zeigt sich: wer ihnen gering oder mittelmässig vertraut, hat ein Nein eingelegt (max. 45% Ja-Anteil), wer ihnen vertraut, eher ein Ja (mind. 57% Ja-Anteil). Obwohl die SRG SSR vom Medienpaket nicht betroffen gewesen wäre, zeigt sich der Effekt von Vertrauen in Medien und Abstimmungsverhalten bei der SRG SSR am stärksten ($V = 0.44$): wer der SRG SSR mindestens hohes Vertrauen schenkt, hat mehrheitlich Ja gestimmt (mind. 50%). Wer jedoch der SRG SSR nicht vertraut, hat klar Nein gestimmt (16% Ja-Anteil). Die SRG SSR als Reichweiten-starkes Medium der Schweiz fungiert als Proxy für Medienvertrauen und Mediensubventionen sehr gut, auch wenn sie nicht vom Medienpaket betroffen war.

Das Medienpaket wurde aus Sicht der **WERTE** von konservativeren und wirtschaftsliberalen Kreisen mehrheitlich abgelehnt: Wer sich eine Schweiz wünscht, die mit dem Zeitgeist geht (61% Ja-Anteil), hat eher Ja gestimmt als jemand, der Traditionen schützen möchte (23% Ja-Anteil). Zudem zeigt sich, wer mehr Staatseingriffe wünscht, hat eher Ja gestimmt (74% Ja-Anteil), wer hingegen für mehr Wettbewerb ist, hat eher Nein gestimmt (29% Ja-Anteil).

Schliesslich hat die COVID-19-Pandemie einen signifikanten, aber sehr schwachen Effekt auf die Stimmentscheidung gehabt: wer angegeben hat, dass die Pandemie einen Einfluss auf die Stimmentscheidung hatte, hat eher Ja gestimmt (51%).

Tabelle 28: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Total	45.4	1889	
Links-Rechts-Selbsteinstufung (0-10)			V=0.4***
linksaussen (0-2)	80	233	± 5.1
links (3-4)	60	392	± 4.9
Mitte (5)	49	497	± 4.4
rechts (6-7)	33	387	± 4.7
rechtsaussen (8-10)	15	232	± 4.6
Parteisympathie			V=.41***
SVP	17	273	± 4.5
FDP	32	312	± 5.2
Die Mitte	55	220	± 6.6
GLP	61	149	± 7.9
SP	69	356	± 4.8
Grüne	74	145	± 7.1
andere Partei	43	88	± 10.4
keine	36	169	± 7.3
Vertrauen regionale und lokale Medien			V=.35***
sehr gering bis gering (0-4)	13	267	± 4.1
mittel (5)	31	400	± 4.6
hoch (6-7)	57	575	± 4.1
sehr hoch (8-10)	60	596	± 3.9
Vertrauen Medienkonzerne			V=.28***
sehr gering bis gering (0-4)	30	735	± 3.3
mittel (5)	51	528	± 4.3
hoch (6-7)	62	392	± 4.8
sehr hoch (8-10)	67	141	± 7.8
Vertrauen Journalist:innen			V=.34***
sehr gering bis gering (0-4)	21	494	± 3.6
mittel (5)	45	479	± 4.5
hoch (6-7)	57	497	± 4.4
sehr hoch (8-10)	66	366	± 4.9

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramér's V / Standardfehler
Vertrauen in Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft, SRG SSR			V=.44***
sehr gering bis gering (0-4)	16	453	± 3.4
mittel (5)	36	327	± 5.2
hoch (6-7)	50	481	± 4.5
sehr hoch (8-10)	73	566	± 3.7
Werterhaltung: "eine Schweiz, die mit dem Zeitgeist geht, oder eine Schweiz, die ihre Traditionen schützt"			V=.29***
Zeitgeist	61	636	± 3.8
gemischte Werterhaltung	45	717	± 3.6
Traditionen schützen	23	432	± 4
Werterhaltung: "eine Schweiz mit mehr Staatseingriffen in die Wirtschaft oder eine Schweiz mit mehr Wettbewerb auf dem Markt"			V=.33***
mehr Staatseingriffe	74	290	± 5.1
gemischte Werterhaltung	53	727	± 3.6
mehr Wettbewerb	29	667	± 3.4
Einfluss Corona auf Stimmentscheidung			V=.06*
nicht beeinflusst	44	1263	± 2.7
beeinflusst	51	520	± 4.3

Die aufgeführten soziodemographischen Merkmale (Tabelle 29) zeigen, dass sich die Zustimmung nach **ALTER**, **GESCHLECHT** und **BILDUNG** unterscheidet. Obwohl die Effekte signifikant sind, fallen sie gemessen an ihrer Stärke aufgrund der kleinen Cramér's V (sehr) gering aus.

INSGESAMT haben Personen mehrheitlich Ja gestimmt, die jünger sind und eine lange Ausbildung genossen haben; eher Frauen als Männer sagten Ja..

Im **DETAIL** zeigt sich, dass das **ALTER** und die **BILDUNG** die grösste Erklärungskraft haben, wobei der Effekt gering ist ($V=0.1$): Während 18-29-Jährige mit 57 Prozent Ja gestimmt haben, wurde in keiner anderen Alterskategorie eine Mehrheit erreicht. Am tiefsten lag die Zustimmung bei den 50-59-Jährigen (Ja-Anteil von 40%). Der Unterschied beim **GESCHLECHT** ist sehr gering: Frauen haben eher Ja gestimmt als Männer (Ja-Anteile: 50% resp. 41%).

Tabelle 29: Stimmverhalten nach soziodemographischen Merkmalen (in % der materiell Stimmenden)

Merkmale	Ja (in %) (gewichtet)	N	Cramérs V / Standardfehler
Total	45.4	1889	
Alter			V=0.1*
18-29 Jahre	57	187	± 7.1
30-39 Jahre	48	206	± 6.8
40-49 Jahre	49	232	± 6.4
50-59 Jahre	40	396	± 4.8
60-69 Jahre	43	415	± 4.8
70 Jahre und älter	43	453	± 4.6
Geschlecht			V=.09**
Frauen	50	459	± 4.6
Männer	41	419	± 4.7
Bildungsgrad			V=0.1**
ohne nachobligatorische Bildung	48	160	± 7.8
berufliche Grundbildung/Berufslehre	39	598	± 3.9
Maturität/höhere Berufsbildung	47	508	± 4.3
Fachhochschule/Uni/ETH/Doktorat	51	558	± 4.2
Haushaltseinkommen			V=.05
bis 3'000 CHF	42	74	± 11.3
3'000-5'000 CHF	47	217	± 6.7
5'000-7'000 CHF	49	288	± 5.8
7'000-9'000 CHF	48	294	± 5.7
9'000-11'000 CHF	48	278	± 5.9
über 11'000 CHF	44	446	± 4.6

7.3 Die Motive

Die wichtigsten Gründe für ein Ja bzw. ein Nein wurden mit einer offenen Frage erhoben. Die **JA-MOTIVE** (Tabelle 30) lassen sich in drei Überkategorien gliedern: Medienvielfalt stärken (42% der Erstnennungen resp. 63% aller Nennungen), (eine) finanzielle Unterstützung bieten (16% resp. 24%) und (die) Demokratie stärken (13% resp. 22%).

Als Grund für ein Ja wurde am häufigsten genannt, dass die **MEDIENVIELFALT BEHALTEN** werden soll. Konkret wurde angegeben, dass lokale und regionale Medien unterstützt werden wollen (21% resp. 29%), dass die allgemeine Medienvielfalt wichtig ist (11% resp.

15%) und dass die neutrale und objektive Berichterstattung damit ermöglicht wird (4% resp. 8%).

Ein zweiter wichtiger Grund war die **FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNG**: Die Ja-Stimmenden gaben an, dass vor allem kleine Medien profitieren (10% resp. 12%), dass die Unterstützung vom Staat sinnvoll ist (3% resp. 6%) und dass sie die finanzielle Unterstützung brauchen, weil sie wegen der Digitalisierung keine oder weniger Einnahmen machen konnten (2% resp. 3%).

Als dritter Hauptgrund gaben die Ja-Stimmenden an, dass sie die **DEMOKRATIE STÄRKEN** wollen: Die Medien können dank des Medienpakets unabhängig bleiben (7% resp. 10%), und es wird auch eine Verhinderung oder zumindest Dämpfung der von Social Media aufgebrachten Probleme wie Fake News, Filter Bubbles oder Echo Chamber angestrebt/erreicht (2% resp. 4%).

Tabelle 30: Entscheidungsgründe Pro (in % der Ja-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	n	in %	n
Medienvielfalt behalten	42	365	63	531
lokale und regionale Medien unterstützen	21	193	29	252
allgemein Medienvielfalt wichtig	11	93	15	124
neutrale und objektive Berichterstattung ermöglich	4	34	8	72
finanzielle Unterstützung	16	131	24	193
vor allem kleine Medien profitieren	10	80	12	101
Unterstützung vom Staat sinnvoll	3	20	6	40
keine Einnahmen wegen Digitalisierung	2	12	3	20
Demokratie stärken	13	125	22	206
Medien bleiben somit unabhängig	7	57	10	82
verhindert Fake News, Filter Bubbles, Echo Chamber	2	19	4	39
Allgemeines (z.B. gute Vorlage, sympathisch)	2	19	4	36
Anderes	1	3	2	12
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	1	2	1	2
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	3	21	4	32
weiss nicht / kein Grund angegeben	23	212	73	656

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive leicht über oder unter 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten nannten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb auch höher als 100 Prozent.

Bei den **NEIN-MOTIVEN** standen drei Aspekte im Vordergrund (Tabelle 31): Die ungerechte Verteilung der Gelder (24% aller Erstnennungen resp. 38% aller Nennungen), dass die Demokratie in Gefahr ist (15% resp. 23%) und die Marktwirtschaft den Medienmarkt reguliert (14% resp. 22%).

Das Medienpaket hatte das Ziel, neue Subventionen für Medien zu schaffen. Doch die Nein-Stimmenden waren nicht zufrieden. Sie gaben an, dass sie die **VERTEILUNG DER GELDER UNGERECHT** finden. Am häufigsten nannten die Nein-Stimmenden, dass die Medienkonzerne zu viel erhalten (14% resp. 22%), und am zweithäufigsten, dass die Steuergelder nicht zu den Medien fließen sollen (4% resp. 6%).

Ein weiteres Argument war, dass bei Annahme des Medienpakets die **DEMOKRATIE IN GEFAHR** ist: Die Subventionen machen die Medien staatsabhängig (13% resp. 19%), und wenige gaben an, dass die Glaubwürdigkeit der Medien verloren geht (1% resp. 2%).

Als drittes, oft genanntes Argument, wurde erwähnt, dass die **MARKTWIRTSCHAFT DEN MEDIENMARKT REGULIEREN** wird. Denn die Medienbranche erhält zu viele Subventionen (4% resp. 5%), und guter Journalismus überlebt auch ohne Subventionen (1% resp. 4%).

Tabelle 31: Entscheidungsgründe Kontra (in % der Nein-Stimmenden)

Gründe	Erstnennungen		alle Nennungen	
	in %	N	in %	n
ungerechte Verteilung	24	229	38	345
Medienkonzerne erhalten zu viel	14	146	22	207
Steuergelder sollen nicht zu Medien fließen	4	35	6	56
Demokratie in Gefahr	15	134	23	205
Subventionen machen Medien staatsabhängig	13	114	19	163
Glaubwürdigkeit der Medien geht verloren	1	7	2	19
Marktwirtschaft reguliert	14	146	22	207
Medienbranche erhält zu viele Subventionen	4	46	5	54
guter Journalismus überlebt ohne Subventionen	1	11	4	26
Allgemeines (z.B. schlechte Vorlage, unsympathisch)	8	82	16	148
Anderes	3	25	5	51
offensichtlich falsche Antworten / Verwechslungen	0	1	0	3
Empfehlungen (aus Politik, Verwandtschaft etc.)	1	10	1	13
weiss nicht / kein Grund angegeben	35	384	72	769

Gewichtete Resultate. Aufgrund von Rundungen kann die Summe aller Motive leicht über oder unter 100 Prozent zu liegen kommen. Die Befragten nannten zuweilen mehr als ein Motiv und wurden unabhängig davon stets auch noch nach weiteren Gründen befragt. Die beiden letzten Spalten berücksichtigen alle Motive, welche die Befragten angegeben haben. Das Summentotal ist deshalb auch höher als 100 Prozent.

7.4 Die Resonanz der Abstimmungsargumente

Tabelle 32 zeigt den Grad der Zustimmung und Ablehnung der Befragten zu Argumenten, wobei auch zwischen Ja- und Nein-Stimmenden unterschieden wird. Je grösser diese Unterschiede, desto eher waren sie bei der Abstimmung über das Medienpaket entscheidungsrelevant.

Die Stimmentscheidung war insgesamt stark fundiert: 83 Prozent der Stimmenden waren inhaltlich jeweils eher mit den jeweiligen Pro- oder Kontra-Argumenten einverstanden und haben auch dementsprechend gestimmt.

INSGESAMT überzeugten die Kontra-Argumente besser als die Pro-Argumente. Denn nur eines von allen Argumenten erhielt eine mehrheitliche Zustimmung: Es ist nicht die Aufgabe des Staates, einzelne Wirtschaftsbranchen vor Marktveränderungen zu schützen.

Bei den **PRO-ARGUMENTEN** hat das Argument, dass das Medienpaket die Schweizer Demokratie stärkt, weil es unabhängige Berichterstattung auch in den Regionen fördert, am meisten Zustimmung erhalten (48%), jedoch hat es auch am stärksten polarisiert: 87 Prozent der Ja-Stimmenden sind mit der Aussage einverstanden, 69 Prozent der Nein-Stimmenden nicht. Dass das Medienpaket die Unabhängigkeit der Schweizer Medien stärkt, war ebenfalls umstritten: 78 Prozent der Ja-Stimmenden sehen es auch so, 73 Prozent der Nein-Stimmenden aber nicht. Das dritte Argument, dass die Medien damit Zeit gewinnen, um später ohne Subventionen finanziell auf dem Markt bestehen zu können, hat am wenigsten überzeugt (40% aller Stimmenden).

Ein **KONTRA-ARGUMENT** hat eine Mehrheit in der Stimmbevölkerung erreicht (53%): Es ist nicht Aufgabe des Staates, einzelne Wirtschaftsbranchen vor Marktveränderungen zu schützen. 78 Prozent der Nein-Stimmenden waren damit einverstanden, 65 Prozent der Ja-Stimmenden nicht. Stärker polarisiert haben hingegen die anderen beiden Argumente: 75 Prozent der Nein-Stimmenden sind damit einverstanden, dass Personen für guten Journalismus bezahlen, wodurch die staatliche Finanzierung unnötig ist. 79 Prozent der Ja-Stimmenden sehen das anders. Dieses Kontra-Argument hat am stärksten polarisiert. Ausserdem sind auch 76 Prozent der Ja-Stimmenden nicht damit einverstanden, dass Medien aufgrund Subventionen ihre Unabhängigkeit verlieren und die Meinungsbildung gefährdet ist. 73 Prozent der Ja-Stimmenden sehen diese Gefahr.

Tabelle 32: Pro- und Kontra-Argumente im Total und die Anteile der Ja- und Nein-Stimmenden (in %)

Pro-Argumente		einverstanden	nicht einverstanden	weiss nicht / keine Angabe
Das Medienpaket verstärkt die Unabhängigkeit der Schweizer Medien.	Total	42	43	15
	Ja-Stimmende	78	10	12
	Nein-Stimmende	13	73	13
Durch das Gesetz gewinnen die Schweizer Medien sieben Jahre Zeit, um wieder ohne Hilfe auf einem stark veränderten Markt überleben zu können.	Total	40	36	25
	Ja-Stimmende	70	8	21
	Nein-Stimmende	16	61	23
Das neue Medienpaket stärkt die Schweizer Demokratie, weil es unabhängige Berichterstattung auch in den Regionen fördert.	Total	48	38	13
	Ja-Stimmende	87	5	8
	Nein-Stimmende	18	69	13
Kontra-Argumente				
Es ist nicht Aufgabe des Staates, einzelne Wirtschaftsbranchen vor Marktveränderungen zu schützen.	Total	53	35	12
	Ja-Stimmende	26	65	9
	Nein-Stimmende	78	12	9
Leute sind bereit für guten Journalismus zu bezahlen. Staatliche Finanzierung ist deshalb nicht nötig.	Total	46	43	11
	Ja-Stimmende	13	79	8
	Nein-Stimmende	75	16	10
Wenn Medien Geld vom Staat erhalten, ist die unabhängige Berichterstattung und Meinungsbildung gefährdet.	Total	45	44	11
	Ja-Stimmende	15	76	9
	Nein-Stimmende	73	19	8

Gewichtete Resultate. Angegeben sind Zeilenprozente. Aufgrund von Rundungen betragen die Zeilentotale nicht überall 100 Prozent. Lesebeispiel zum ersten Argument: 48 Prozent aller Stimmenden (sowie 87% aller Ja-Stimmenden bzw. 18% aller Nein-Stimmenden) pflichteten dem Pro-Argument bei, dass das Medienpaket die Schweizer Demokratie stärkt, weil es unabhängige Berichterstattung auch in den Regionen fördert. 38 Prozent aller Stimmenden zeigten sich damit nicht einverstanden und 13 Prozent antworteten mit "weiss nicht / keine Angabe". N für alle Argumente: Total 2'069 Ja-Stimmende 878, Nein-Stimmende 1'011.

8 Anhang

8.1 Technischer Bericht

Der hier vorliegende VOX-Bericht beruht auf der Nachbefragung zur eidgenössischen Abstimmung vom 28. November 2021, die das Forschungsinstitut gfs.bern im Auftrag der Schweizerischen Bundeskanzlei realisiert hat. Die Befragung wurde zwischen dem 14. Februar und dem 4. März 2022 durchgeführt. Nachfolgende Tabelle liefert eine Übersicht über die technischen Eckwerte der Studie:

Tabelle 33: Technischer Kurzbericht

Merkmal	Ausprägung
Auftraggeber	Schweizerische Bundeskanzlei
Grundgesamtheit	Stimmberechtigte mit Wohnsitz in der Schweiz
Herkunft der Adressen	Stichprobenrahmen für Personen- und Haushaltserhebungen SRPH Bundesamt für Statistik BFS
Datenerhebung	Papierfragebogen und Online
Art der Stichprobenziehung geschichtet nach	at random Sprachregionen, Alter, Geschlecht
Befragungszeitraum	14. Februar – 4. März 2022
Stichprobengrösse	minimal 3'000 effektiv 3'168 (Papier: 1'356 Online: 1'812) n DCH: 1875 n FCH: 914 n ICH: 379 (Papier: n DCH: 432 n FCH: 742 n ICH: 182) (online: n DCH: 482 n FCH: 1133 n ICH: 197)
Standardfehler	± 1.8 Prozentpunkte bei einem Wert von 50% (und 95%iger Wahrscheinlichkeit) und einer Schätzung auf Niveau Schweiz

8.1.1 Datenerhebung

Die Datenerhebung erfolgte mit einem Mixed-Mode-Setting (Online- oder Papierfragebogen). Am Tag nach der Abstimmung erhalten die Zielpersonen aus der Bruttostichprobe ein postalisches Einladungsschreiben zur Teilnahme an der Befragung. Dem Einladungsschreiben wird ein Papierfragebogen beigelegt, um den Zielpersonen eine wahlweise Teilnahme auf diesem Weg zu ermöglichen.

Rund eine Woche nach Eintreffen des Einladungsschreibens wird ein Erinnerungsschreiben an alle Zielpersonen versendet, die bis dahin den Fragebogen weder online noch schriftlich ausgefüllt haben.

8.1.2 Bruttostichprobe

Grundlage der Erhebung bildet eine Stichprobe aus dem Stichprobenrahmen für Personen- und Haushaltserhebungen (SRPH) des Bundesamtes für Statistik (BFS). Der Stichprobenrahmen verwendet Daten aus den Einwohnerregistern der Gemeinden und der Kantone, die quartalsweise aktualisiert werden. So wird eine umfassende Abdeckung der Zielpopulation (Schweizer Stimmberechtigte) gewährleistet.

Die Bruttostichprobe wird nach Sprachregionen, Alter und Geschlecht geschichtet. Die Grundgesamtheit wird dabei in drei sprachregionale Schichten unterteilt (D/F/I), aus denen je unabhängige Zufallsstichproben gezogen werden. Die so resultierende Gesamtstichprobe ist disproportional geschichtet: Teilnehmer:innen aus der französischen und italienischen Schweiz sind in der Stichprobe überproportional vertreten, um ausreichend Fälle aus diesen Sprachregionen in der Befragung zu erfassen. So sind Aussagen auch für die kleineren Sprachregionen statistisch verlässlich. Ein designbasiertes Gewichtungsverfahren korrigiert dieses Übergewicht in der späteren Auswertung der Daten für nationale Aussagen (siehe 8.1.4 Gewichtung).

Von den beim BFS bestellten 7'500 Adressen haben wir 7'373 erhalten sowie eine nicht verwendete Reserve von 1'479 Adressen. Diese Adressen bilden die Grundlage für die Befragung.

8.1.3 Nettostichprobe

Die durch die Umfrage generierte Nettostichprobe der VOX-Analyse zur Abstimmung vom 13. Februar umfasst insgesamt 3'168 Befragte (Ausschöpfung: 44%), wovon rund 59 Prozent aus der Deutschschweiz (n=1'875), rund 29 Prozent aus der französischsprachigen Schweiz (n=914) und rund 12 Prozent aus der italienischen Schweiz (n=379) stammen.

Tabelle 34: Ausschöpfung der Adressen

Merkmal	n
Bruttostichprobe SRPH	7'373
Postretouren/Verstorbene Zielpersonen	67
total gültige Adressen	7'306
Verweigerung/Abmeldungen	66
total realisierte Interviews	3'299
keine Rückmeldung trotz Erinnerungsschreiben	3'941
Löschungen aus Qualitätsgründen	131
final verwendete Interviews	3'168

Diejenigen, die an der Abstimmung teilgenommen haben, sind in der Stichprobe deutlich übervertreten, die Abweichung (+22,1 Prozentpunkte) bewegt sich aber im bekannten Rahmen (siehe andere VOX-Analysen). Die Abweichung zwischen ungewichteter Stichprobe und effektivem Resultat beträgt +3,4 Prozentpunkte beim Tierversuchsverbot, +8,5 Prozentpunkte bei der Tabakwerbeverbot, -5,9 Prozentpunkte bei den Stempelabgaben und +1,1 Prozentpunkte beim Medienpaket.

Die erhobenen Daten wurden durch gfs.bern validiert und plausibilisiert. 131 Interviews genügten den Qualitätsansprüchen nicht und wurden aus dem finalen Datensatz entfernt.

Offene Fragen wurden entlang eines qualitativ erstellten Codebuchs automatisch gestützt codiert. Im finalen Datensatz sind die codierten Antworten wie auch die Originalnennungen der Befragten enthalten.

Die Daten wurden vor der Auswertung anonymisiert. Alle Angaben zur konkreten Person und zum Wohnort wurden aus Gründen des Datenschutzes vernichtet.

Der anonymisierte Datensatz zur vorliegenden VOX-Analyse sowie das dazugehörige Codeschema sind bei Swissvotes ([Swissvotes.ch](https://www.swissvotes.ch)) frei zugänglich.

8.1.4 Gewichtung

In einem ersten Schritt wird die Nettostichprobe als Gesamtes in einem designbasierten Gewichtungsverfahren gewichtet. Im Zentrum dieser designbasierten Gewichtung steht die Korrektur des Oversamplings in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz.

In einem zweiten Schritt wird die "Unit Non Response" (das heisst fehlende Fälle) adressiert. Die Gewichtung wird dazu anhand soziodemographischer, geographischer und politischer Merkmale (namentlich Alter, Geschlecht, Sprache, Kanton, Parteipräferenz, Beteiligung und Stimmverhalten) kalibriert, sodass die Nettostichprobe der Schweizerischen Grundgesamtheit entspricht. Hierfür wird ein automatisiertes Gewichtungsschema gewählt, in dem die Gewichtung nach vordefinierten Kriterien hinsichtlich der maximalen Abweichung maschinell erstellt wird. Die Häufigkeit sowie Reihenfolge der verschiedenen Gewichtungsschritte erfolgt rein auf Basis quantitativer Kennzahlen, d.h. maximalen Abweichungen.

Ein spezieller Fokus wird auf die Gewichtung der Abstimmungsbeteiligung gelegt. Für die möglichst optimale Modellierung der Beteiligung wird nicht nur auf Realdaten der Abstimmung zurückgegriffen, sondern zusätzlich auf historische Beteiligungsdaten nach Alter, Geschlecht und Sprachregion.

Mittels maschinellern Lernen werden in einem dritten Schritt die Zusammenhänge zwischen Abstimmungsteilnahme und -verhalten sowie demographischen Merkmalen identifiziert. Die Schätzung der Zusammenhänge erlaubt eine Projektion der Erkenntnisse auf die Daten der schweizerischen Strukturerhebung. Innerhalb dieser Daten sind Auswertungen auf der kleinsten geographischen Einheit (Gemeindeebene) möglich. Anschliessend wird mittels "Hot-One-Encoding" anhand der relativen Schätzungen zu

Teilnahme und Stimmverhalten sowie realen Gemeindedaten die wahrscheinlichste Verteilung von individueller Abstimmungsbeteiligung und Stimmverhalten bestimmt.

Die Gewichtung der ausgewählten demographischen und politischen Messgrößen in den gesammelten Daten wird schliesslich in einem vierten Schritt anhand dieser Strukturdaten vollzogen. Der Aufbau der Strukturdaten erlaubt es, die politische Gewichtung nicht rein auf Basis geografischer Merkmale durchzuführen. Vielmehr können durch die vorhandenen Merkmale definierte Personengruppen entsprechend ihren modellierten Werten gewichtet werden.

Die Gewichtung der Vorlage eins dient als Gewichtung für Auswertungen über den gesamten Datensatz. Für Vorlagen-spezifische Auswertungen werden die jeweiligen Gewichtungen verwendet.

8.1.5 Auswertung und Standardfehler

Befragungswerte unterliegen stets einem Zufallsfehler. In der VOX-Analyse wird für jeden ermittelten Wert das 95 Prozent-Konfidenzintervall ausgewiesen. Dieses gibt die Bandbreite an, innerhalb welcher der wahre Wert in der Grundgesamtheit mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 Prozent zu liegen kommt.

Das Konfidenzintervall ist vom Stichprobenumfang wie auch der Verteilung der Variablenwerte abhängig. Bei einem ausgeglichenen Verhältnis von Ja- und Nein-Stimmenanteilen (d.h. einem Anteil von 50 % Ja-Stimmen und 50 % Nein-Stimmen) und einem Stichprobenumfang von rund 1'000 Befragten beträgt der Standardfehler ± 3.2 Prozentpunkte. Mit anderen Worten: Der tatsächliche Stimmenanteil würde in diesem Beispiel mit einer 95Prozent-Wahrscheinlichkeit zwischen 46.8 und 53.2 Prozent (Konfidenzintervall) liegen.

Die Länge des Konfidenzintervalls erhöht sich mit abnehmender Befragtenzahl. Vor allem bei kleinen Subgruppen erhöht sich der Standardfehler auf ein Mass, welches die statistische Aussagekraft der Stichprobenwerte erheblich beeinträchtigt.

Tabelle 35: Standardfehler

Ausgewählte statistische Standardfehler nach Stichprobengrösse und Basisverteilung			
Stichprobengrösse		Standardfehler Basisverteilung	
		50% zu 50%	20% zu 80%
N =	3'000	± 1.8 Prozentpunkte	± 1.4 Prozentpunkte
N =	2'200	± 2.1 Prozentpunkte	± 1.7 Prozentpunkte
N =	1'000	± 3.2 Prozentpunkte	± 2.5 Prozentpunkte
N =	600	± 4.1 Prozentpunkte	± 3.3 Prozentpunkte
N =	100	± 10.0 Prozentpunkte	± 8.1 Prozentpunkte
N =	50	± 14.0 Prozentpunkte	± 11.5 Prozentpunkte
Lesebeispiel: Bei rund 1'000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ± 3.2 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ± 2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist. Die Zahlenwerte basieren auf der Varianzformel für einfache Zufallsstichproben.			

Bei der Analyse des Stimmentscheides wurden immer nur die Unterschiede im materiellen Entscheid, d.h. zwischen Ja- und Nein-Stimmenden untersucht. Jene, die leer einlegten bzw. sich nicht erinnern konnten, wurden nicht berücksichtigt.

Als Beziehungsmass für bivariate Beziehungen wurde der Koeffizient Cramer's V verwendet. Bei diesem Koeffizienten kann bei einem Wert von Null von keinem Zusammenhang und bei einem Wert von Eins von einem vollständigen Zusammenhang ausgegangen werden (grosse Effektstärke gilt ab $V = 0.5$, mittlere Effektstärke ab $V = 0.3$ und kleine Effektstärke bis $V = 0.1$). Die Werte für unterschiedliche bivariate Beziehungen lassen sich allerdings nicht direkt vergleichen, da die Berechnung von Cramer's V von der Anzahl Merkmalskategorien und der Fallzahl abhängt.

8.2 Über die Studie

8.2.1 Das VOX-Projekt heute

Nach jeder eidgenössischen Abstimmung führt gfs.bern im Auftrag der Bundeskanzlei eine repräsentative Umfrage durch und befragt rund 3'000 zufällig ausgewählte Stimmberechtigte. Es interessieren die Motive der Stimmberechtigten für und gegen die Teilnahme und für die Entscheide. Im Vorfeld jeder Abstimmung erstellt gfs.bern in Zusammenarbeit mit Dr. Sébastien Salerno den Fragebogen für die VOX-Umfrage. Das Rückgrat dieses Fragebogens bilden die Fragebogen früherer VOX-/VOTO-Nachanalysen. Um den Wert der Datenreihe zu erhalten, werden nur vorlagenspezifische Fragen (z.B. Argumente für oder gegen eine Vorlage) jedes Mal neu formuliert. Die Ausarbeitung des Fragebogens liegt ausschliesslich in der Kompetenz von gfs.bern.

Seit November 2020 wird die Befragung online und auf Papierfragebogen durchgeführt. Zuvor wurden die Daten telefonisch bei jeweils 1'500 Stimmberechtigten erhoben. Inhaltlich stehen Fragen zur Abstimmungsteilnahme, den Stimmentscheiden und den Argumenten im Zentrum. Darüber hinaus werden Werthaltungen und Angaben zur Mediennutzung bei Abstimmungen erfragt. Den Abschluss jeder Befragung bilden statistische Fragen (z.B. Bildungs- und Zivilstand, Herkunft, Wohnverhältnisse etc.), weil man um die Wichtigkeit solcher Variablen für politisches Entscheidverhalten weiss.

Nach Abschluss der Befragung werden sämtliche Daten anonymisiert. Weder Namen, noch Adressen oder Geburtsdaten sind im Datensatz für die Analyse verfügbar. Die Kontaktdaten der Studienteilnehmer:innen werden nach Abschluss der Befragung gelöscht. Rückschlüsse auf einzelne Personen sind daher nicht möglich. Die Daten werden in anonymisierter Form veröffentlicht und können bei [Swissvotes](#) frei heruntergeladen werden. Die alten VOX-Datensätze sind demnächst ebenfalls verfügbar auf [Swissvotes](#), die alten VOX-Berichte sind es bereits.

8.2.2 Wer finanziert die VOX-Studien

Die Schweizerische Bundeskanzlei finanziert die VOX-Studien. Sie hat im Namen des Bundesrates eine öffentliche Ausschreibung gemacht und daraufhin das Forschungsinstitut gfs.bern beauftragt, die Umfragen für die laufende Legislatur durchzuführen.

Weitere Informationen finden sich auf vox.gfsbern.ch

8.3 gfs.bern-Team

LUKAS GOLDER

Co-Leiter und Präsident des Verwaltungsrats gfs.bern, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management, Dozent an der ZHAW

✉ lukas.golder@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen / Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, gesundheitspolitische Reformen

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet

MARTINA MOUSSON

Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

✉ martina.mousson@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, nationale Abstimmungen und Wahlen (SRG-Trend, VOX-Analysen, Wahlbarometer), Image- und Reputationsanalysen, integrierte Kommunikationsanalysen, Medieninhaltsanalysen, qualitative Methoden, Gesellschaftsthemen (Jugendforschung, Rassismus, Familien, Mittelschicht)

TOBIAS KELLER

Projektleiter, Kommunikationswissenschaftler, Dr. phil.

✉ tobias.keller@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Politische Kommunikation, Wahlen, Abstimmungen, (digitale) Kampagnen, Issue Monitoring, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen, Digitalisierung, Social Media, computer-gestützte Methoden, quantitative Analysen

Publikationen in internationalen und nationalen Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet



AARON VENETZ

Projektleiter Dataprojekte/Programmierer

✉ aaron.venetz@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Datenmodellierungen, qualitative Methoden, Recherchen, Datenanalyse, Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierungen



OLGA JENZER

Wissenschaftliche Mitarbeiterin Data Science

✉ olga.jenzer@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Quantitative und qualitative Methoden, Visualisierungen, Recherchen



MARGRET TSCHANZ

Projektmitarbeiterin/ Administration

✉ margret.tschanz@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Recherchen, Lektorate, Visualisierungen, Projektadministration



ROLAND REY

Mitarbeiter Administration

✉ roland.rey@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
CH – 3011 Bern
+41 31 311 08 06
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

 **SWISS INSIGHTS**
Institute Member

 **gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.