

Medienmitteilung

Gute Chancen für ein Tabakwerbeverbot, weitere Vorlagen vor der Ablehnung

Zwei Wochen vor den Abstimmungen vom 13. Februar 2022 findet die Initiative über das Verbot von Tabakwerbung mit 60 Prozent Ja-Anteil weiterhin eine deutliche Mehrheit. Die Initiative zum Tier- und Menschenversuchsverbot, das Bundesgesetz über die Stempelabgaben (Abschaffung der Emissionsabgabe) und das Gesetz zur Medienförderung dürften abgelehnt werden.

Zürich, 2. Februar 2022 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die dritte Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmungen vom 13. Februar 2022 durchgeführt. 10'363 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 27. und 28. Januar online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,6 Prozentpunkten.

Initiative zum Tier- und Menschenversuchsverbot chancenlos

Die Initiative, die Tier- und Menschenversuche verbieten will, geniesst wenig Unterstützung: Stand heute hätten 80 Prozent die Vorlage abgelehnt und 18 Prozent hätten die Initiative angenommen, wobei 2 Prozent noch keine Angaben zu ihren Stimmabsichten machen.

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

Mehrheit weiterhin für ein Verbot von Tabakwerbung

Die Initiative zum Verbot von Tabakwerbung hat über die Zeit an Unterstützung verloren, aktuell sprechen sich aber immer noch 60 Prozent der Stimmbevölkerung für das Anliegen aus. 39 Prozent sind gegen das Verbot und 1 Prozent macht keine Angaben zu seinen Stimmabsichten. Die Vorlage findet eigentlich überall Mehrheiten. Die Ausnahme bilden die

Sympathisantinnen und Sympathisanten der SVP und der FDP, die das Verbot ablehnen. Insbesondere die französischsprachige Schweiz befürwortet die Vorlage stark.

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

Bundesgesetz über die Stempelabgaben: 60 Prozent dagegen

Als dritte Vorlage wird über das Bundesgesetz über die Stempelabgaben abgestimmt, das die Emissionsabgabe auf Eigenkapital abschaffen möchte. Aktuell sprechen sich 35 Prozent für diese Abschaffung aus, 60 Prozent sind dagegen und 5 Prozent machen noch keine Angaben zu ihren Stimmabsichten. Damit ist der Anteil Unentschiedener zwei Wochen vor dem Urnengang vergleichsweise hoch. Die Vorlage findet aktuell einzig unter den Sympathisantinnen und Sympathisanten der FDP eine Mehrheit.

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

Stabile Mehrheit gegen die Medienförderung

Als vierte und letzte nationale Vorlage wird dem Stimmvolk das Gesetz zur Medienförderung vorgelegt. Dieses würde zum aktuellen Zeitpunkt abgelehnt werden: 56 Prozent sprechen sich gegen das Gesetz aus. 42 Prozent sagen Ja und 2 Prozent geben noch keine Stimmabsichten an. Aktuell sprechen sich die Sympathisantinnen und Sympathisanten der Grünen (68 Prozent) und der SP (71 Prozent) deutlich und jene der GLP knapp (53 Prozent) für das Anliegen der Vorlage aus.

Die Mehrheit der Befürworterinnen und Befürworter gibt an, dass die privaten Schweizer Medien einen unverzichtbaren Beitrag zur medialen Grundversorgung leisten und so die direkte Demokratie und den Föderalismus stützen. Jeweils rund ein Viertel sind der Meinung, dass die Unabhängigkeit mit der Förderung gestützt werde und dass insbesondere kleine, lokale und regionale Publikationen nicht mehr überleben könnten. Die Mehrheit der Gegnerinnen und Gegner lehnt die staatliche Unterstützung ab, da geförderte Medien ihre Glaubwürdigkeit verlieren würden und so ihre Funktion als vierte Macht im Staat nicht mehr erfüllen könnten. Ungefähr ein weiteres Drittel stört sich daran, dass auch grosse Verlagshäuser unterstützt werden sollen.

Umfassende Umfragen

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

Beteiligte Medien

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

Kontakt

Eliane Loum, Leiterin Kommunikation 20 Minuten
+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

Über 20 Minuten

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

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1400 Mitarbeitende in der Deutschschweiz und der Romandie und umfasst das führende Redaktionsnetzwerk. Die Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Newsplattformen von Tamedia sind lokal verankert und international vernetzt. Sie schaffen Öffentlichkeit und bieten Orientierung sowie Unterhaltung. Zu den namhaften Medienmarken von Tamedia zählen unter anderem 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève sowie die Zürcher Regionalzeitungen. Darüber hinaus gehören die drei grössten

Zeitungsdruckereien der Schweiz zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.
www.tamedia.ch