



Tamedia AG
Unternehmenskommunikation

+41 44 248 41 90 D
kommunikation@tamedia.ch
www.tamedia.ch

Medienmitteilung

Tamedia-Nachbefragung: Analyse erklärt wuchtiges Nein zur No-Billag-Initiative

Bloss die SVP-Basis nahm die No-Billag-Initiative mehrheitlich an. Die Wähler der übrigen grösseren Parteien stimmten fast geschlossen Nein, wie die Tamedia-Nachbefragung zeigt. Bessere Chancen als eine Abschaffung der Empfangsgebühren hätte an der Urne eine Senkung der Abgabe auf 200 Franken.

Zürich, 6. März 2018 – Die Schweizer Mediengruppe Tamedia hat auf ihren Newsportalen eine titelübergreifende Nachbefragung zur eidgenössischen Abstimmung vom 4. März durchgeführt. 16'868 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 2. und 3. März online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,9 Prozentpunkten.

Breite Ablehnung

Am Sonntag lehnte die Schweizer Stimmbevölkerung die No-Billag-Initiative mit 71,6 Prozent Nein klar ab. Die Tamedia-Nachabstimmungsumfrage zeigt, wie breit die Front gegen das Begehren war.

Trotz der Pro-Kampagne des Gewerbeverbandes legte nur jeder fünfte FDP-Wähler ein Ja in die Urne. Noch geringer war die Zustimmung bei den Anhängern der übrigen grösseren Parteien mit Ausnahme der SVP. Bei den SVP-Wählern stimmten 55 Prozent zu, 45 Prozent schrieben ein Nein auf den Stimmzettel.

Auch die Jungen schmetterten die Vorlage ab

Kaum Unterschiede gab es zwischen den Generationen: Drei Viertel der 18- bis 34-jährigen lehnten die Initiative ab. Damit ist der Nein-Anteil ähnlich hoch wie bei den über 65-Jährigen. Am höchsten war die Zustimmung noch bei den 35- bis 49-Jährigen (34 Prozent Ja).

Wie die Umfrage weiter zeigt, waren Stimmbürger mit tiefem Einkommen eher für die Initiative. Für eine Mehrheit reichte es aber auch bei den Geringverdienenden nicht.

Mehrheit für Abgabe von 200 Franken

Bessere Chancen als die Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren hätte laut der Umfrage derzeit eine Senkung auf 200 Franken. 62 Prozent würden bestimmt oder

eher zustimmen, 30 Prozent lehnen die Kürzung bestimmt oder eher ab. Die Meinungen sind hier aber noch nicht gefestigt.

Zugleich sind 58 Prozent der Stimmbürger dagegen, dass die SRG im grossen Stil Sender einstellt und sich künftig auf einen Sender pro Sprachregion und Medium beschränkt. Breit akzeptiert ist auch Fernsehwerbung auf den SRG-Angeboten: 72 Prozent sind dagegen, dass die SRG künftig ganz auf Fernsehwerbung verzichtet.

Finanzordnung 2021 ungefährdet

Für die neue Finanzordnung stimmte die Mehrheit der Wähler aller grösseren Parteien. Das wichtigste Argument aus Sicht der Ja-Stimmenden war, dass bei einer Ablehnung zwei Drittel der Einnahmen des Bundes wegfielen – Geld, das aber zur Finanzierung der Bundesaufgaben benötigt wird.

Umfassende Tamedia-Abstimmungsumfragen

Die Tamedia-Abstimmungsumfragen werden in Zusammenarbeit mit der LeeWas GmbH der Politikwissenschaftler Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen durchgeführt. Sie gewichteten die Umfragedaten nach demografischen, geografischen und politischen Variablen, sodass die Stichprobe der Struktur der Stimmbevölkerung entspricht. Die Resultate werden jeweils umgehend ausgewertet, damit die Tageszeitungen und Newsplattformen von Tamedia schweizweit rasch und fundiert darüber berichten können. Weitere Informationen und der Bericht zur Umfrage sind unter tamedia.ch/umfragen abrufbar.

Beteiligte Tamedia-Medien

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

Kontakt

Christoph Zimmer, Leiter Kommunikation & Public Affairs Tamedia
+41 44 248 41 35, christoph.zimmer@tamedia.ch

Über Tamedia

Tamedia ist die führende private Schweizer Mediengruppe. Die Digitalplattformen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften von Tamedia bieten Überblick, Einordnung und Selektion. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'400 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Israel, Luxemburg, Österreich und Serbien und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

Weitere Informationen zu Tamedia für Medienschaffende:

www.tamedia.ch/de/gruppe/newsroom Im Newsroom unter Bilddatenbank stehen frei verfügbare aktuelle Bilder rund um Tamedia zum Herunterladen zur Verfügung, unter anderem Aufnahmen der Gebäude mit dem seit Januar 2017 eingesetzten Logo.
www.tamedia.ch