



Tamedia AG  
Unternehmenskommunikation

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

Medienmitteilung

## Tamedia-Nachbefragung: Junge stimmten eher für die Fair-Food-Initiative

**Das Stimmvolk hat die Fair-Food-Initiative am Sonntag mit 61 Prozent Nein abgelehnt. Die Tamedia-Nachbefragung zeigt deutliche Unterschiede im Stimmverhalten zwischen den Generationen und Geschlechtern: Senioren und Männer sagten häufiger Nein als Junge und Frauen. Beim Bundesbeschluss Velo rechnet eine Mehrheit damit, dass dieser zu einer besseren Infrastruktur für Velofahrer führen wird.**

Zürich, 25. September 2018 – Die Schweizer Mediengruppe Tamedia hat auf ihren Newsportalen eine titelübergreifende Nachbefragung zur eidgenössischen Abstimmung vom 23. September durchgeführt. 8'499 Personen aus der ganzen Schweiz haben zwischen dem 21. und 23. September online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 2,7 Prozentpunkten.

### **Kaum Unterstützung von bürgerlichen Wählern**

Die Tamedia-Nachbefragung veranschaulicht, wie das Nein zu den beiden Agrarinitiativen zustande gekommen ist. Bei der Fair-Food-Initiative stimmten von den Anhängern der grösseren Parteien einzig jene von SP und Grünen mehrheitlich für die Vorlage (60 beziehungsweise 89 Prozent Ja). Während die GLP-Wähler gespalten waren, lehnte die Basis der bürgerlichen Parteien das Begehren grossmehrheitlich ab.

Die Initiative für Ernährungssouveränität, die mit 68 Prozent Nein verworfen wurde, kam nur bei den Grünen auf eine Mehrheit. Die Wähler der übrigen grösseren Parteien lehnten sie ab. Auch die SP-Sympathisanten legten – trotz Ja-Parole der Delegierten – zu 55 Prozent ein Nein in die Urne.

### **18- bis 34-Jährige stimmten eher zu**

Signifikante Unterschiede im Stimmverhalten gab es zwischen den Altersgruppen: Immerhin 45 Prozent der 18- bis 34-Jährigen sprachen sich für «Fair Food» aus. Hingegen waren es nur 28 Prozent der über 65-Jährigen. Der Vorlage «Für Ernährungssouveränität» stimmten 34 Prozent der Jüngeren, aber nur 25 Prozent der Senioren zu.

Weiter zeigt die Umfrage einen ausgeprägten «Geschlechtergraben», besonders bei der Fair-Food-Initiative: So sagten 45 Prozent der Stimmbürgerinnen Ja zum Volksbegehren, aber nur 31 Prozent der Stimmbürger.

### **Höhere Preise wichtigstes Argument gegen «Fair Food»**

Haushalte mit höheren und tieferen Einkommen lehnten die Fair-Food-Initiative laut der Umfrage gleichermaßen deutlich ab. Dennoch war das klar stärkste Argument für eine Ablehnung, dass die Vorlage zu steigenden Lebensmittelpreisen und zu mehr Einkaufstourismus führe. 76 Prozent der Stimmbürger rechneten im Falle einer Annahme mit höheren Preisen für Lebensmittel.

Gegen die Initiative «Für Ernährungssouveränität» sprach aus Sicht der Stimmbürger neben dem Preisargument auch, dass diese die Landwirtschaft vom Markt abschotten wolle.

### **Hohe Erwartungen an die Velo-Vorlage**

Der Bundesbeschluss Velo fand bei den Wählern sämtlicher grösserer Parteien eine Mehrheit – bei den SVP-Anhängern allerdings nur knapp (51 Prozent Ja). Das wichtigste Argument für ein Ja war gemäss der Befragung, dass ein gutes Velonetz die Zahl der Unfälle verringere.

Die Stimmbürger haben hohe Erwartungen an die Wirksamkeit der Verfassungsänderung: 56 Prozent gehen davon aus, dass sich die Infrastruktur für Velofahrer tatsächlich verbessern wird. 32 Prozent sind der Ansicht, der Bundesbeschluss sei toter Buchstabe. 12 Prozent der Stimmberechtigten taten keine Meinung kund.

### **Umfassende Tamedia-Abstimmungsumfragen**

Die Tamedia-Abstimmungsumfragen werden in Zusammenarbeit mit der LeeWas GmbH der Politikwissenschaftler Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen durchgeführt. Sie gewichten 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 detaillierte Bericht zur Umfrage sind unter [tamedia.ch/umfragen](https://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**

Roman Hess, Medienverantwortlicher Tamedia  
+41 44 248 42 45, [roman.hess@tamedia.ch](mailto:roman.hess@tamedia.ch)

## **Über Tamedia**

Tamedia ist die führende private Schweizer Mediengruppe. Die Digitalplattformen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften von Tamedia bieten Überblick, Einordnung und Selektion. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'700 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Israel, Luxemburg, Österreich und Serbien und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

Weitere Informationen zu Tamedia für Medienschaffende:

[www.tamedia.ch/de/gruppe/newsroom](http://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](http://www.tamedia.ch)