



Analysen eidgenössischer Urnengänge
Analyses des votations fédérales
Analisi delle votazioni federali

Analyse der eidgenössischen Abstimmungen vom 28. November 1993

Daniel Schloeth

Abstimmungsergebnisse	Ja	Nein
Einführung der Mehrwertsteuer	1 347 054 66.7 %	673 847 33.3 %
Steuersatz von 6.5%	1 163 907 57.8 %	852 087 42.2 %
Kompetenz für 1% AHV-Zuschlag	1 258 519 62.7 %	751 503 37.3 %
Umwandlung Zölle in Steuern	1 211 181 60.7 %	786 634 39.3 %
Werbeverbot für Alkohol	515 927 25.3 %	1 526 678 74.7 %
Werbeverbot für Tabak	521 344 25.6 %	1 520 910 74.4 %
Stimmberchtigte Stimmteiligung	4 553 754 44.7 %	



Forschungsinstitut der Schweizerischen Gesellschaft
für praktische Sozialforschung, Büro Bern,
Bärenplatz 2, 3011 Bern, Telefon 031 311 08 06
Hauptsitz: Zürichstr. 107, 8134 Adliswil, Tel. 01 709 11 11

**Universität
Zürich**

Forschungsstelle für Politische Wissenschaft,
Abteilung Innenpolitik/Vergleichende Politik,
Kästlergasse 16, 8006 Zürich, Telefon 01 257 38 41

Impressum

Die VOX-Analysen eidgenössischer Urnengänge kommentieren seit 1977 alle Volksabstimmungen und Wahlen auf nationaler Ebene aufgrund repräsentativer Befragungen. Für die kontinuierliche Durchführung zeichnet das GfS-Forschungsinstitut (Adliswil/Bern) verantwortlich. Die Federführung für den Inhalt der vorliegenden Nummer liegt bei der Forschungsstelle für Politische Wissenschaft der Universität Zürich.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

GfS-Forschungsinstitut

Projektleitung: Claude Longchamp

Sekretariat: Liliana Leins, Liselotte Müller

EDV/Datenbank: Peter Kraut

Feldchef: Georg Ulrich

Forschungsstelle für Politische Wissenschaft der Universität Zürich

Leitung: Prof. Dr. Ulrich Klöti

Autor: Daniel Schloeth

Satz und Druck

Satzart AG, Bern

Benteli AG, Bern

Bestellungen

Die VOX-Analysen können für Fr. 60.– (Ausland: Fr. 70.–) pro Jahr abonniert werden. Einzelnummern können für Fr. 20.– (Ausland: Fr. 25.–) bezogen werden. Alle zurückliegenden Jahrgänge zusammen (1977 bis 1992) können für Fr. 500.– nachbezogen werden. Bestellungen sind zu richten an: GfS-Forschungsinstitut, Sekretariat, Zürichstr. 107, 8134 Adliswil, Tel: 01-709 11 11, Fax: 01-709 11 09.

Zitierweise und Copyright

Vorliegende Nummer: Schloeth, Daniel: Analyse der eidg. Abstimmung vom 28. November 1993, VOX Nr. 51, GfS und PWI, Adliswil 1994.

Allgemein: VOX-Analysen eidg. Urnengänge, hgg. vom GfS-Forschungsinstitut in Zusammenarbeit mit den politikwissenschaftlichen Instituten der Universitäten Bern, Genf und Zürich, Adliswil 1977 ff.

17. Jahrgang, © by GfS und Forschungsstelle für Politische Wissenschaft
Auflage: 1250 Exemplare

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
1. Die Vorlagen zur Mehrwertsteuer und zur Höhe des Steuersatzes	4
1.1 Die Ausgangslage	4
1.2 Die Wahrnehmung der Inhalte	6
1.3 Das Stimmverhalten nach gesellschaftlichen und politischen Merkmalen	8
1.4 Die spontanen Entscheidmotive	12
1.5 Die Unterstützung von Pro- und Contra-Argumenten	16
1.6 Der Vergleich mit den früheren Abstimmungen zur Mehrwertsteuer	19
2. Die Vorlagen zum AHV-Zuschlag und zur Umwandlung der Zölle	22
2.1 Die Wahrnehmung der Inhalte	22
2.2 Das Stimmverhalten nach gesellschaftlichen und nach politischen Merkmalen	22
2.3 Die spontanen Entscheidmotive	26
3. Die Zwillings-Initiativen	28
3.1 Die Ausgangslage	28
3.2 Die Wahrnehmung der Inhalte	29
3.3 Das Stimmverhalten nach gesellschaftlichen und politischen Merkmalen	29
3.4 Die spontanen Entscheidmotive	32
3.5 Die Unterstützung von Pro- und Contra-Argumenten	34
3.6 Der Vergleich mit der Abstimmung über die «Guttempler-Initiative» 1979	37
4. Die Stimmbeteiligung	38
5. Zur Methodik dieser Befragung	41
Die Hauptergebnisse der Abstimmung vom 28. November 1993	42
Die vier Mehrwertsteuer-Vorlagen	42
Die Zwillings-Initiativen	43

Tabelle 1: Ergebnisse der Volksabstimmung vom 28. November 1993

Kanton Ja in %	Einführung Mehrwert- steuer	Steuer- satz von 6.5%	Kompetenz AHV- Zuschlag	Umwand- lung Zölle	Werbe- verbot Alkohol	Werbe- verbot Tabak	Stimm- beteili- gung
Zürich	74.3	66.4	70.7	68.9	30.7	31.3	48.3
Bern	71.3	62.7	68.4	65.1	27.4	27.4	46.5
Luzern	67.6	60.9	65.8	58.6	23.8	23.3	44.7
Uri	69.9	65.9	69.6	63.1	26.1	25.4	36.8
Schwyz	52.5	46.3	50.5	45.0	19.0	19.0	40.1
Obwalden	66.7	54.9	58.4	58.7	21.0	20.9	40.5
Nidwalden	71.1	58.8	61.3	63.5	20.4	20.7	46.5
Glarus	64.4	58.2	62.9	60.6	25.2	25.4	40.0
Zug	69.5	61.2	65.0	62.5	22.6	22.9	49.4
Freiburg	67.3	53.0	56.9	60.3	17.5	18.2	41.1
Solothurn	64.3	55.5	60.7	57.6	22.6	22.6	52.4
Basel-Stadt	70.2	64.7	70.7	67.6	33.1	33.2	50.4
Basel-Land	69.0	60.5	66.5	64.1	26.4	26.6	48.4
Schaffhausen	65.8	58.0	65.1	58.9	23.9	25.1	69.4
Appenzell A. Rh.	63.1	54.8	57.9	56.1	30.3	30.6	52.0
Appenzell I. Rh.	60.9	54.7	54.4	53.0	20.9	21.3	45.8
St. Gallen	66.2	58.1	61.3	60.7	27.3	27.5	46.7
Graubünden	64.2	59.8	63.0	60.1	27.1	27.3	37.0
Aargau	63.9	51.6	57.5	56.8	22.0	22.1	41.9
Thurgau	64.8	56.7	59.2	59.1	24.6	25.1	47.2
Tessin	50.7	46.0	50.3	47.1	28.0	29.1	38.5
Waadt	66.4	55.2	59.8	59.2	18.5	19.0	41.7
Wallis	43.8	36.1	41.6	39.3	13.4	13.8	42.7
Neuenburg	65.5	53.6	59.7	55.8	18.4	18.5	43.0
Genf	61.4	45.4	51.7	56.5	27.9	28.3	43.0
Jura	60.1	49.4	56.2	54.7	19.3	19.7	41.1
Schweiz	66.7	57.8	62.7	60.7	25.3	25.6	44.7

Quelle: Tages-Anzeiger und NZZ vom 29. und 30. November 1993

Einleitung

«Der Bund soll lieber sparen, als immer neue Steuern zu erheben.» Trotz dieser klaren Aussage von drei Vierteln aller Stimmberechtigten stimmten 67 Prozent für die Einführung der Mehrwertsteuer und 58 Prozent für den Steuersatz von 6.5 Prozent – beides Vorlagen, welche dem Bund neue Steuergelder zuführen. Sogar von den BefürworterInnen der Mehrwertsteuer sind 61 Prozent mit der obigen Aussage einverstanden.

Die vorliegende VOX-Analyse soll aufzeigen, warum trotz der allgemeinen Steuerskepsis alle vier Finanzvorlagen von Bundesrat Otto Stich Zustimmung fanden.

Eine zweite Besonderheit: Der 28. November 1993 war der Tag des paketweisen Abstimmens. Die beiden Zwillings-Initiativen zum Verbot der Werbung für Alkohol und Tabak wurden von den Stimmberechtigten mit dem praktisch identischen Resultat abgefertigt; die Details der folgenden VOX-Analyse zeigen noch deutlicher, dass die Aufteilung auf zwei Vorlagen unnütz war.

Doch auch über die vier Einzelteile des Finanzpaketes wurde oft im selben Atemzug entschieden. Die Abstimmungsresultate erweisen sich – bei geringen Differenzen im Ja-Anteil – in den Strukturen als äusserst ähnlich, obwohl es sich bei der vierten Vorlage (der Umwandlung von Zöllen in Steuern) um eine rein technische Änderung ohne finanzielle Auswirkungen gehandelt hatte.

Im folgenden wird das Steuerpaket auseinander genommen. Das 1. Kapitel behandelt ausführlich die beiden wichtigen und besonderes umstrittenen Vorlagen Mehrwertsteuer und Steuersatz. Im 2. Kapitel werden die beiden weniger beachteten «Mitläufer» – AHV-Zuschlag und Zollumwandlung – kurz untersucht. Das 3. Kapitel schliesslich befasst sich mit den beiden Zwillings-Initiativen.

1. Die Vorlagen zur Mehrwertsteuer und zur Höhe des Steuersatzes

1.1 Die Ausgangslage

Am 28. November 1993 fand eine lange Leidensgeschichte rund um das schweizerische Steuersystem ihr (vorläufiges) Ende. Nach drei vergeblichen Anläufen in den Jahren 1977, 1979 und 1991 akzeptierten die Stimmenden am letzten Abstimmungstermin des Jahres 1993 die Umstellung von der Warenumsatzsteuer auf die Mehrwertsteuer. Dabei wurde die Höhe des Steuersatzes auf 6.5 Prozent festgelegt, nachdem 1977 10 Prozent, 1979 8 Prozent und 1991 6.2 Prozent vorgesehen waren.

Kurz vor dem Auslaufen der bis Ende 1994 geltenden bisherigen Finanzordnung ist somit ein europa-kompatibles Steuersystem beschlossen worden – wobei auch die neue Mehrwertsteuer bis zum Jahr 2006 befristet ist.

Gewitzigt aufgrund der früheren Niederlagen beschloss das Parlament die Aufteilung des Finanzpaketes auf vier Vorlagen. Die ersten beiden waren in der Diskussion sehr umstritten, nämlich der generelle Systemwechsel zur Mehrwertsteuer und die Höhe des Steuersatzes (6.5 versus 6.2 Prozent). Das erste Kapitel der VOX-Analyse beschäftigt sich ausführlich damit.

Wenig Aufsehen erregten die Vorlagen über die Kompetenzerteilung zur späteren Erhöhung der Mehrwertsteuer um einen Prozentpunkt zur Sicherung der AHV sowie die rein technische Umwandlung von Automobil- und Mineralölzöllen in Verbrauchssteuern (siehe 2. Kapitel).

Die grossen Mehrheit der Parteien und Verbände empfahl beim Systemwechsel sowie bei der Umwandlung der Zölle in Verbrauchssteuern die Ja-Parole. Im gegnerischen Lager waren in beiden Fällen nur die Autopartei, die Schweizer Demokraten/Lega dei Ticinesi, die Partei der Arbeit, der Wirteverband sowie die Verbände des Bäcker-, Coiffeur- und Metzgergewerbes zu finden. Die ablehnenden Berufsgruppen wehrten sich gegen eine Unterstellung ihrer Gewerbe unter die Mehrwertsteuer und die damit verbundene Abrechnungspflicht. Die Grünen hatten für die erste Vorlage die Stimmfreigabe beschlossen.

Gegen die Steuersatzhöhe von 6.5 Prozent sowie gegen die Möglichkeit einer späteren Erhöhung der Mehrwertsteuer für die AHV wehrten sich zusätzlich zu den prinzipiellen GegnerInnen der Mehrwertsteuer die Liberalen der Westschweiz und der Gewerbeverband.

1.2 Die Wahrnehmung der Inhalte

Die sehr komplizierten Fragestellungen auf den Stimmzetteln hatten viel zu reden gegeben. Nach dem Abstimmungssonntag stellte das «Journal de Genève» fest, man habe sich über die BürgerInnen lustig gemacht, wenn man sie um ihre Meinung frage und ihnen dazu Texte unterbreitete, die zuerst in eine verständliche Sprache übersetzt werden müssten.

Für die traditionelle VOX-Frage nach den Inhalten der Abstimmungsvorlagen wurden die gleichen «unverständlichen» Vorlagentitel verwendet, wie sie die StimmbürgerInnen auf den Stimmzetteln vorgefunden hatten.

Was die Befragten als Inhalte des «Bundesbeschlusses vom 18. Juni 1993 über die Finanzordnung» (1. Vorlage) wahrnahmen, ist in *Tabelle 1.1* ersichtlich.

Mehr als die Hälfte der Antwortenden gab eine genaue Beschreibung des Inhaltes der Vorlage an: 49 Prozent sagten, es handle sich um den Wechsel von der alten Warenumsatzsteuer zur neuen Mehrwertsteuer (überdurchschnittlich oft von den Gebildeten, den Romands, den politisch Interessierten und den LeserInnen des Bundesbüchleins genannt); weitere 5 Prozent erwähnten die genaue Höhe der Mehrwertsteuer von 6.2 Prozent als Inhalt der ersten Abstimmungsfrage.

Tabelle 1. 1: Wahrnehmung der Inhalte bei der Einführung der Mehrwertsteuer (1. Vorlage)

Wahrnehmungen	Prozent der Antwortenden a)
<i>genaue Wahrnehmungen</i>	
Wechsel von WUST zu Mehrwertsteuer	49
Einführung der Mehrwertsteuer bei 6.2 Prozent	5
<i>allgemeine Wahrnehmungen</i>	
Einführung der Mehrwertsteuer	21
Mehrwertsteuer	13
<i>Wahrnehmungen von Teilespekten</i>	
mehr Geld für den Staat, Sanierung der Bundesfinanzen	10
Besteuerung der Dienstleistungen	4
Anpassung an europäische Verhältnisse	2
mehr Steuern, Steuererhöhung	2
Beseitigung der «taxe occulte»	1
diverse zutreffende Wahrnehmungen	3
<i>nicht zutreffende Wahrnehmungen</i>	
Mehrwertsteuer bei 6.5 Prozent	2
diverse nicht zutreffende Wahrnehmungen	3

a) Zweifachnennungen möglich. N = 795 (ohne die Kategorie «keine Angabe»).

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Etwas ungenauer äusserten sich zwei weitere Gruppen: 21 Prozent erwähnten allgemein die Einführung der Mehrwertsteuer, 13 Prozent fiel lediglich das Stichwort Mehrwertsteuer ein.

Teilespekte blieben nur wenigen Personen in Erinnerung: Für 10 Prozent ging es um vermehrte Einnahmen für den Staat (besonders häufig erwähnten dies die Älteren); weiter wurden die Besteuerung der Dienstleistungen, die Anpassung an das europäische Steuersystem, allgemeine Steuererhöhungen sowie die Beseitigung der Schattensteuer beziehungsweise der «taxe occulte» genannt.

Objektiv falsche Wahrnehmungen wurden nur vereinzelt geäussert, 2 Prozent etwa gaben die Höhe des Steuersatzes bei der 1. Vorlage mit 6.5 Prozent an.

Um was hatte es sich beim «Bundesbeschluss vom 18. Juni 1993 über einen Beitrag zur Gesundung der Bundesfinanzen» gehandelt? *Tabelle 1.2* listet die Antworten auf.

Rund die Hälfte der Antwortenden machte die genaue Aussage, es gehe um die «Mehrwertsteuer von 6.5 Prozent» beziehungsweise um deren «Erhöhung von 6.2 auf 6.5 Prozent». Überdurchschnittlich oft erwähnten dies die Gebildeten, die an Politik sehr Interessierten sowie die Anhängerschaften von CVP, SVP und die Grünen. Mehr schlagwortartige Äusserungen bezogen sich auf die «6.5 Prozent» (erwähnt von 14 Prozent der Antwortenden), die Erhöhung um «0.3 Prozent» (7 Prozent) und auf den «Mehrwertsteuersatz» allgemein (5 Prozent).

Tabelle 1. 2: Wahrnehmung der Inhalte bei der Höhe des Steuersatzes (2. Vorlage)

Wahrnehmungen	Prozent der Antwortenden ^{a)}
<i>genaue Wahrnehmungen</i>	
Erhöhung der Mehrwertsteuer von 6.2 auf 6.5 Prozent	33
Mehrwertsteuer auf 6.5 Prozent	17
<i>allgemeine Wahrnehmungen</i>	
6.5 Prozent	14
zusätzliche 0.3 Prozent	7
Mehrwertsteuersatz	5
<i>finanzielle Wahrnehmungen</i>	
Bund braucht Geld, gibt Geld für die Bundeskasse	13
mehr Steuern bezahlen, Steuererhöhung	4
gegen Defizit, Schulden des Bundes	4
<i>diverse zutreffende Wahrnehmungen</i>	
diverse nicht zutreffende Wahrnehmungen	4
	6

a) Zweifachnennungen möglich. N = 694 (ohne die Kategorie «keine Angabe»).

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Eine dritte Gruppe von wahrgenommenen Inhalten kreiste um die finanziellen Aspekte dieser Vorlage: «der Bund braucht Geld» (13 Prozent der Antwortenden), «man muss mehr Steuern bezahlen» sowie es gehe «gegen das Defizit des Bundes» (je 4 Prozent). Besonders oft sind die finanziellen Aspekte von den Älteren, den Personen der unteren Bildungsschichten, den LandwirtInnen, den TessinerInnen, den BewohnerInnen der ländlichen Gebiete und den SVP-AnhängerInnen genannt worden.

In den folgenden Merkmalsgruppen konnten bei beiden Vorlagen überdurchschnittlich viele Befragte keine Antwort geben: Frauen, die unter 30jährigen, ArbeiterInnen, die Personen mit dem geringsten Haushaltseinkommen, Personen ohne Interesse an Politik, an Parteien und an der Links-Rechts-Achse sowie die Personen, welche das Bundesbüchlein nicht gelesen hatten.

1.3 Das Stimmverhalten nach gesellschaftlichen und politischen Merkmalen

Beide in diesem Kapitel behandelten Vorlagen sind überraschend deutlich angenommen worden. Die Einführung der Mehrwertsteuer erzielte eine zustimmende Mehrheit von zwei Dritteln, dem höheren Steuersatz von 6.5 Prozent stimmten immerhin noch 58 Prozent der Stimmberechtigten zu. Die im VOX-Sample erhobene Zustimmung liegt leicht über den tatsächlichen Werten, mit Abweichungen von 2 und 4 Prozent befinden sich die Resultate aber noch im Vertrauensintervall. Die Nichtstimmenden, die sich eine Meinung gebildet haben, hätten sehr ähnlich entschieden: Bei der Mehrwertsteuer wären 67 Prozent und beim Steuersatz von 6.5 Prozent 53 Prozent dafür gewesen.

Tabelle 1.3: Stimmverhalten nach gesellschaftlichen Merkmalen bei der Einführung der Mehrwertsteuer und dem Steuersatz von 6.5 Prozent

Merkmal/Kategorie	% Ja-Stimmen		Cramer's V (wenn signifikant)	
	Einf. MWSt	Steuersatz von 6.5%	Einf. MWSt	6.5%
Total effektiv	67	58		
Total VOX	69	62		
<i>Geschlecht</i>				
Männer	70	63		
Frauen	67	61		
<i>Alter</i>				
18–29 jährig	72	69		
30–39 jährig	65	61		
40–49 jährig	66	53		
50–59 jährig	68	63		
60–69 jährig	65	62		
70 und älter	76	70		
<i>Schulbildung</i>			0.15	0.12
Obligatorische Schulen	62	58		
Berufsschule u.ä.	67	59		
Gymnasium, Universität	84	75		
<i>Erwerbstätige nach beruflicher Stellung</i>			0.23	0.26
Selbständige / Leitende Angestellte	63	51		
Angestellte in mittlerer Stellung	77	68		
übrige Angestellte	74	72		
ArbeiterInnen	52	44		
LandwirtInnen*	44	30		
<i>Haushaltseinkommen</i>			0.16	0.13
bis 3000 Fr.	59	53		
3001–5000 Fr.	62	58		
5001–7000 Fr.	74	64		
7001 Fr. und mehr	77	71		
<i>Sprachregion</i>			0.10	0.12
Deutschschweiz	71	66		
Westschweiz / Tessin	60	52		
<i>Siedlungsart</i>			0.18	0.24
Grossstädte	77	71		
Klein- und Mittelstädte	73	71		
Landgemeinden	58	47		

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

Tabelle 1.4: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen bei der Einführung der Mehrwertsteuer und dem Steuersatz von 6.5 Prozent

Merkmal/Kategorie	% Ja-Stimmen		Cramer's V	
	Einf. MWSt	Steuersatz von 6.5%	Einf. MWSt	6.5%
Total effektiv	67	58		
Total VOX	69	62		
<i>Parteibindung</i>			0.28	0.30
SPS	87	86		
Grüne*	61	71		
LdU/EVP*	83	83		
CVP	71	64		
FDP	78	64		
SVP	41	33		
keine Partei	61	54		
<i>Links/Rechts-Orientierung^{a)}</i>			0.22	0.30
ganz links	77	81		
links	84	85		
mitte	67	60		
rechts	70	56		
ganz rechts	57	41		
kann sich nicht einordnen	52	45		
<i>Vertrauen in die Regierung</i>			0.43	0.45
Vertrauen	88	84		
weder/noch	79	74		
kein Vertrauen	44	36		
<i>Politisches Interesse</i>			0.15	0.16
sehr interessiert	76	69		
eher interessiert	69	63		
eher nicht interessiert	56	48		
überhaupt nicht interessiert*	55	41		
<i>Orientierungsmittel Bundesbüchlein</i>			0.11	0.14
verwendet	72	67		
nicht verwendet	61	53		

a) Auf der elfteiligen Links-Rechts-Skala, auf der sich die Befragten selber einstuften, gelten in allen Tabellen die Werte 0–2 als «ganz links», 3–4 als «links», 5 als «Mitte», 6–7 als «rechts», 8–10 als «ganz rechts».

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

Die Tabellen 1.3 und 1.4 zeigen deutliche Polarisierungen zwischen den einzelnen Kategorien der gesellschaftlichen und politischen Merkmale. Mit Ausnahme des Geschlechtes und des Alters sind die Unterschiede bei allen dargestellten Merkmalen auch signifikant.

Die Einführung der Mehrwertsteuer ist nur in drei der aufgeführten Gruppen (knapp) abgelehnt worden: von den LandwirtInnen, von den AnhängerInnen der SVP und von jenen Personen, welche kein Vertrauen in den Bundesrat haben.

Gemäss *Tabelle 1.3* fiel die Unterstützung für die Mehrwertsteuer umso deutlicher aus, je gebildeter die Antwortenden sind, je höher das Haushaltseinkommen und je grossstädtischer deren Wohnort. Personen mit nur obligatorischem Schulabschluss, mit dem tiefsten Haushaltseinkommen und solche aus ländlichen Gemeinden erwiesen sich als besonders skeptisch.

Über 70 Prozent Zustimmung zum Wechsel des Steuersystems ergaben sich zudem bei den mittleren und tieferen Angestellten und den DeutschschweizerInnen. Die ArbeiterInnen stimmten nur ganz knapp zu, während die Bauern und Bäuerinnen der Vorlage mehrheitlich ihre Zustimmung verweigerten.

Die Variablen des politischen Verhaltens zeigen noch stärkere Unterschiede zwischen den Personenkategorien (siehe *Tabelle 1.4*). Am deutlichsten fiel die Zustimmung zu den beiden Vorlagen unter den AnhängerInnen der SP, den Linken, den Personen mit Vertrauen in die Regierung und den politisch sehr interessierten Personen aus.

Die stärkste Gegnerschaft lässt sich in der SVP-nahen Gruppe (obwohl die SVP wie die anderen grossen Parteien zu allen vier Mehrwertsteuer-Teilen die Ja-Parole beschlossen hatte), den ganz Rechten sowie den Personen ohne Stellung auf der Links-Rechts-Achse, ohne Vertrauen in die Regierung und ohne Interesse an der Politik feststellen.

Einmal mehr hat sich das Regierungsvertrauen als aussagekräftigster Faktor für den Ja/Nein-Entscheid erwiesen. Das Mass für die Stärke des Zusammenhangs zwischen dem Stimmverhalten und dem Regierungsvertrauen (Cramer's V) erreicht mit 0.43 bzw. 0.45 einen für politische Analysen äusserst hohen Wert.¹ Dies liegt daran, dass der Ja-Anteil bei den Personen ohne Regierungsvertrauen gerade halb so gross war wie der Ja-Anteil bei den Stimmenden mit Regierungsvertrauen. Und dabei handelt es nicht um eine kleine Gruppe: Unter den Stimmen äussern mehr Menschen Misstrauen als Vertrauen in den Bundesrat!

Zusätzlich besteht ein schwacher, aber signifikanter Zusammenhang zwischen dem Abstimmungsverhalten und der Kenntnis der offiziellen Broschüre des Bundesrates. Wer das Bundesbüchlein als Orientierungsmittel verwendet hatte, stimmte eher zugunsten der Vorlagen. Ein weiterer Zusammenhang, der in der Tabelle nicht ersichtlich ist, betrifft die ökonomische Situation der Befragten. Je besser sie die eigene wirtschaftliche Lage einschätzten, desto eher stimmten sie der Einführung der Mehrwertsteuer zu (Cramer's V = 0.16).

Die Analyse des Abstimmungsverhaltens bei der zweiten Vorlage, dem Entscheid zwischen 6.2 oder 6.5 Prozent Mehrwertsteuer zeigt – bei einem um 7 Prozent geringeren Anteil von Ja-Stimmen – nahezu identische Unterschiede zwischen den einzelnen Personenkategorien. Die obigen Aussagen gelten daher fast vollständig auch für diesen Teil des Finanzpaketes.

¹ für Details siehe Kapitel 5: Zur Methodik dieser Befragung

1.4 Die spontanen Entscheidmotive

Warum ist nun am 28. November 1993 die Mehrwertsteuer angenommen worden? Die *Tabelle 1.5* beinhaltet ein breitgefächertes Spektrum an Gründen der Ja-Stimmenden für ihren Entscheid.

Tabelle 1.5: Spontane Entscheidmotive der Ja-Stimmenden bei der Mehrwertsteuer

Ja-Motive	Prozent der Antwortenden ^{a)}
<i>finanzpolitische Motive</i>	
Bund braucht Geld	28
gegen Defizit / gegen Schulden des Bundes	7
Mehrwertsteuer bringt ein stabileres Steueraufkommen	5
<i>Mehrwertsteuer ist besser</i>	
war schon lange fällig / WUST ist veraltet	16
Mehrwertsteuer ist ein modernes System	12
Mehrwertsteuer ist ein gerechtes System	7
<i>Anpassung an Europa</i>	24
<i>wirtschaftliche Motive</i>	
für die Wirtschaft / für die Konkurrenzfähigkeit	9
Schattensteuer «taxe occulte» wird beseitigt	3
<i>diverse Motive</i>	
allgemeine Zustimmung	6
Empfehlungen von Bundesrat allgemein / Parteien / Dritten	6
Otto Stich hat überzeugt	2
diverse zutreffende Argumente	5
diverse nicht zutreffende Argumente	2

a) Zweifachnennungen möglich. N = 383 Ja-Stimmende (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 20).

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Am grössten ist die Gruppe jener, welche sich wegen den finanziellen Bedürfnissen des Bundes für ein Ja entschieden haben. 28 Prozent der Ja-Stimmenden sind der Meinung, dass der Bund die durch den Systemwechsel zusätzlich fliessenden 900 Millionen Franken nötig habe. 7 Prozent wollen vor allem die Schuldenlöcher der Bundeskasse stopfen. Weitere 5 Prozent sehen in der Mehrwertsteuer den Vorteil, dass durch die weniger konjunkturabhängige Besteuerung des Konsums und der Dienstleistungen das Steueraufkommen stabiler werde. Besonders viele der ältesten Befragten, der Personen mit geringer Bildung und tiefem Haushaltseinkommen sowie der AnhängerInnen von SP und Grünen äussern diese Motive.

Tabelle 1.6: Spontane Entscheidmotive der Nein-Stimmenden bei der Mehrwertsteuer

Nein-Motive	Prozent der Antwortenden ^{a)}
<i>negative Auswirkungen der Mehrwertsteuer</i>	
gibt grosse Teuerung	28
nützt nur der Wirtschaft / Probleme für Einzelne und Familien	15
gibt mehr Arbeit für kleine Betriebe	4
<i>finanzpolitische Motive</i>	
Bund soll mehr sparen	22
gegen mehr Steuern	12
allgemein gegen Mehrwertsteuer	5
<i>diverse Motive</i>	
allgemeine Ablehnung	8
Empfehlungen von Parteien / Dritten	3
diverse zutreffende Argumente	12
diverse nicht zutreffende Argumente	9

a) Zweifachnennungen möglich. N = 172 Nein-Stimmende (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 15).

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Eine zweite Gruppe streicht generelle Vorteile der Mehrwertsteuer heraus: Deren Einführung sei schon lange fällig beziehungsweise die bisherige Warenumsatzsteuer sei veraltet (16 Prozent der Ja-Stimmenden) sowie das neue System sei moderner (12 Prozent) und gerechter (7 Prozent).

Für immerhin einen Viertel aller BefürworterInnen (darunter überdurchschnittlich viele unter 30jährige und Personen mit grossem Einkommen) ist die Anpassung an die Länder Europas, welche praktisch alle die Mehrwertsteuer kennen, das entscheidende Motiv. Angesichts der Ablehnung des Beitrittes zum Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) im Jahre 1992 hatte die befürwortende Seite die europäische Karte im Abstimmungskampf nur beschränkt gespielt. Im offiziellen Bundesbüchlein des Bundesrates etwa war nur mit einem Satz erwähnt, dass sich die Mehrwertsteuer in den anderen europäischen Staaten bewährt habe. Trotzdem entschieden sich 24 Prozent gerade wegen der Angleichung an Europa für ein Ja.

Die wirtschaftlichen Motive für den Systemwechsel – in der Pro-Kampagne oft eingesetzt – rangieren erst an vierter Stelle. 9 Prozent der Ja-Stimmenden (deutlich mehr bei der FDP) äussern sich zugunsten der Konkurrenzfähigkeit der Wirtschaft. 3 Prozent erwähnen die Ausmerzung der investitions-hemmenden Schattensteuer «taxe occulte» als Motiv.

Diese Ergebnisse zeigen, dass sich die Trends früherer Urnengänge fortsetzen. Bei der Abstimmung vom 7. März 1993 über die Erhöhung des Benzinpreises waren es dieselben Motive («Bund braucht Geld», «Bundesfinanzen müssen saniert werden»), welche am häufigsten zur

Tabelle 1.7: Spontane Entscheidmotive der Ja-Stimmenden beim Steuersatz von 6.5 Prozent

Ja-Motive	Prozent der Antwortenden ^{a)}
<i>finanzpolitische Motive</i>	
Bund braucht Geld	53
gegen Defizit / gegen Schulden des Bundes	18
<i>Vergleich mit 6.2%</i>	
6.2% wäre zuwenig	5
Unterschied macht wenig aus	4
<i>diverse Motive</i>	
für die Wirtschaft	2
allgemeine Zustimmung	12
Empfehlungen von Bundesrat allgemein / Parteien / Dritten	4
Otto Stich hat überzeugt	4
diverse zutreffende Argumente	6
diverse nicht zutreffende Argumente	2

a) Zweifachnennungen möglich. N = 337 Ja-Stimmende (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 28).

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Begründung für das Ja herangezogen worden sind. Und alle drei Vorlagen des damaligen Urnenganges (Benzinzollerhöhung, Einführung Spielbanken, Ablehnung der Tierschutz-Initiative) sind auch mit dem Blick auf Europa entschieden worden.² Die Zeiten, in denen eine Besonderheit der Schweiz gleich als Vorteil galt, sind wohl trotz des EWR-Neins vorbei.

Die Motive der Nein-Stimmenden sind in *Tabelle 1.6* zu finden. Das grösste Gewicht haben die Personen, welche negative Auswirkungen der Mehrwertsteuer befürchten. 28 Prozent erwarten eine grosse Teuerung durch die Besteuerung neuer Produktgruppen und der Dienstleistungen. 15 Prozent sehen im neuen System nur Vorteile für die Wirtschaft, dagegen Nachteile für die kleinen Leute, die Familien sowie die VerbraucherInnen allgemein. Weitere 4 Prozent stimmten Nein, weil sie einen Mehraufwand der kleinen Betriebe für die Steuerabrechnung erwarten.

Die anderen Kategorien der Nein-Stimmenden liessen sich von finanzpolitischen Gründen leiten. 22 Prozent sind der Meinung, dass der Bund mehr sparen sollte. 12 Prozent äussern sich gegen mehr oder zusätzliche Steuern und 5 Prozent wenden sich generell gegen die Mehrwertsteuer.

Während beim Ja für die Einführung der Mehrwertsteuer unterschiedliche Motive wichtig waren, dominierte bei der Befürwortung des Satzes von 6.5 Prozent ganz klar ein Gedanke: die leere Bundeskasse (siehe *Tabelle 1.7*).

² Daniel Schloeth, Ulrich Klöti: VOX-Analyse der Abstimmung vom 7. März 1993, GfS + FPW, Adliswil 1993.

Tabelle 1.8: Spontane Entscheidmotive der Nein-Stimmenden beim Steuersatz von 6.5 Prozent

Nein-Motive	Prozent der Antwortenden ^{a)}
<i>finanzpolitische Motive</i>	
Bund soll mehr sparen	30
gegen mehr Steuern	27
6.5% ist zu hoch	8
Geld anders beschaffen	3
<i>negative Auswirkungen der Mehrwertsteuer</i>	
gibt grosse Teuerung	11
allgemein gegen Mehrwertsteuer	3
gibt mehr Arbeit für kleine Betriebe	2
<i>diverse Motive</i>	
allgemeine Ablehnung	7
diverse zutreffende Argumente	13
diverse nicht zutreffende Argumente	6

a) Zweifachnennungen möglich. N = 186 Nein-Stimmende (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 34).
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

53 Prozent aller Ja-Stimmenden sagen, dass der Bund Geld brauche. Deutlich grösser ist dieser Anteil bei den Selbständigen / Leitenden Angestellten, den ArbeiterInnen und den CVP-AnhängerInnen. 18 Prozent macht insbesondere das grosse Defizit beziehungsweise die grosse Schuldenlast der Eidgenossenschaft zu schaffen.

Alle übrigen Motive sind nur vereinzelt genannt worden: Ein Steuersatz von 6.2 Prozent wäre zuwenig (5 Prozent), der Unterschied von 0.3 Prozent mache (für den einzelnen Haushalt) wenig aus (4 Prozent), der Entscheid diene der Wirtschaft (2 Prozent), sowie die Überzeugungskraft von Bundesrat Otto Stich (4 Prozent).

Auch bei den Nein-Motiven in *Tabelle 1.8* dominieren die allgemeinen Aussagen zu der Finanzpolitik des Bundes.

Nach Ansicht von 30 Prozent der Nein-Stimmenden soll der Bund mehr sparen. 27 Prozent äussern sich generell gegen mehr Steuern. Für 8 Prozent ist gerade der vorgeschlagene Steuersatz von 6.5 Prozent zu hoch und 3 Prozent wollen das nötige Geld anders als mit dieser Steuererhöhung beschafft wissen.

Eine zweite, kleinere Gruppe hat sich für ein Nein entschieden, weil sie falsche Auswirkungen der Mehrwertsteuer im allgemeinen und der Erhöhung um 0.3 Prozent im besonderen erwartet. 11 Prozent sagen, dass durch diese Vorlage eine grosse Teuerung entstehe. 3 Prozent plädieren generell gegen die Mehrwertsteuer und 2 Prozent lehnten die Vorlage ab, weil die Mehrwertsteuer mehr Arbeit für das Kleingewerbe bedeute.

Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass sich der Einsatz des Bundesrates und der Bundesratsparteien gelohnt hat. Die Stimmberchtigten votierten sowohl für die Mehrwertsteuer als auch für den Steuersatz von 6.5 Prozent – der vom Parlament als separate Abstimmungsfrage verpackt worden war, um den grundsätzlichen Systemwechsel nicht zu gefährden.

Dreimal innerhalb eines Jahres haben sich die Stimmenden somit selbst Geld aus der Tasche gezogen. Und zwar im März bei der Erhöhung des Benzinpreises, im November bei der zusätzlichen Besteuerung der Dienstleistungen sowie bei der Erhöhung des Steuersatzes auf die 6.5 Prozent. In Zahlen ausgedrückt resultierten im März 1300 Millionen Franken aus dem erhöhten Benzinzzoll und im November 900 Millionen vom Systemwechsel sowie 500 Millionen aufgrund der Steuererhöhung. Jedesmal war die leere Bundeskasse der wichtigste Grund für die Zustimmung – obwohl sich durchaus eine Steuerskepsis feststellen lässt (siehe die Einstellungen zu den Contra-Argumenten in *Tabelle 1.10*)

1.5 Die Unterstützung von Pro- und Contra-Argumenten

Im Rahmen der VOX-Analysen haben die Befragten jeweils zu einigen Pro- und Contra-Argumenten rund um die jeweiligen Abstimmungsthemen Stellung zu nehmen. Diesmal besteht der interessante Fall, dass Mehrheiten der Stimmberchtigten sowohl allen sechs Pro- wie auch allen sechs Contra-Motiven zustimmen. Das ist wohl als Hinweis auf wenig verfestigte Meinung zu werten.

Fünf der sechs Pro-Argumente in *Tabelle 1.9* werden von jeweils 60 Prozent aller Stimmberchtigten unterstützt. Unter BefürworterInnen und GegnerInnen scheiden sich die Geister am stärksten beim 3. Argument: 92 Prozent der Ja-Stimmenden sind der Meinung, die Mehrwertsteuer sei ein modernes Steuersystem; 67 Prozent der Nein-Stimmenden lehnen diese Aussage ab.

In allen drei Kategorien besteht eine sehr deutliche Mehrheit für das 6. Argument (die Finanzierung der AHV müsse durch neue Mittel gesichert werden können). Von den Nein-Stimmenden zur Mehrwertsteuer sind immerhin 72 Prozent einverstanden.

Die Nein-Stimmenden sind noch in einem zweiten Fall mit einem Pro-Argument einverstanden. Eine relative Mehrheit von 43 Prozent ist der Meinung, dass die Einführung der Mehrwertsteuer durch die Verbilligung der Krankenkassenprämien sozial abgedeckt sei (4. Argument). Unter den Stimmberchtigten erklären sich besonders die Gebildeten, die politisch Interessierten, die Menschen mit Regierungsvertrauen, die Linken und die Personen mit dem grössten Haushaltseinkommen mit der Aussage einverstanden.

Die politische Linke hat also nicht nur der Mehrwertsteuer überdurchschnittlich deutlich zugestimmt, sondern sie ist auch von der sozialen Verträglichkeit des neuen Systems besonders überzeugt.

Mit den Contra-Argumenten 2 bis 5 (siehe *Tabelle 1.10*) erklären sich knappe relative Mehrheiten aller Stimmberchtigten einverstanden. Auf deutlichere Zustimmung stossen das Argu-

Tabelle 1.9: Bewertung von Pro-Argumenten zu den Mehrwertsteuer-Vorlagen

Angaben in Zeilen-Prozent		Einver-standen	Nicht einver-standen	keine Angabe
<i>Pro-Argumente</i>				
1) «Der Übergang zur MWSt fördert die Konkurrenzfähigkeit der schweizerischen Wirtschaft.»	Stimmberchtigte Ja-Stimmende Nein-Stimmende	60 84 31	22 8 54	18 8 15
2) «Damit die Schweiz 'europafähig' wird, muss sie die Bundesfinanzordnung anpassen.»	Stimmberchtigte Ja-Stimmende Nein-Stimmende	60 78 30	25 15 56	15 7 14
3) «Die Einführung der MWSt ist sinnvoll. Damit erhält die Schweiz ein modernes Steuersystem.»	Stimmberchtigte Ja-Stimmende Nein-Stimmende	61 92 22	25 5 67	14 3 11
4) «Mit der Verbilligung der Krankenkassenprämien für die tiefen Einkommen durch einen Teil der neuen MWSt wird das Steuersystem sozial verträglich umgestaltet.»	Stimmberchtigte Ja-Stimmende Nein-Stimmende	61 79 43	17 10 33	22 11 24
5) «Der höhere Steuersatz von 6.5 Prozent ist nötig, damit das riesige Bundesdefizit kleiner wird.»	Stimmberchtigte Ja-Stimmende Nein-Stimmende	59 87 26	30 10 65	11 3 9
6) «Wenn die Finanzierung der AHV-Renten eines Tages nicht mehr gesichert ist, muss der Bund rasch neue Mittel beschaffen können.»	Stimmberchtigte Ja-Stimmende Nein-Stimmende	81 89 72	10 8 19	9 3 9
Ja-Stimmende: BefürworterInnen der Einführung der Mehrwertsteuer (1. Vorlage), Nein-Stimmende: GegnerInnen der Einführung der Mehrwertsteuer.				
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.				

ment 1 («mehr steuerpflichtige Betriebe führen zu grösserer Bürokratie») und das Argument 6 («der Bund soll sparen, statt die Steuern zu erhöhen»).

Vor allem beim letzten Argument sind die Resultate erstaunlich: 61 Prozent der Ja-Stimmenden sind der Meinung, der Bund solle sparen, anstatt immer neue Steuern zu erheben. Bei der Gesamtbevölkerung beträgt dieser Anteil 73 Prozent, bei den Nein-Stimmenden sogar 93 Prozent. In der Gesamtheit der Stimmberchtigten setzen sich überdurchschnittlich viele Romands, ganz Rechte, SVP-AnhängerInnen und Personen ohne Regierungsvertrauen und politisches Interesse für das Sparen ein. Zudem sind die SVP-nahen Personen und die Menschen, welche dem Bundesrat misstrauen, besonders von einer wachsenden Bürokratie überzeugt (tatsächlich soll die Steuerverwaltung um 180 Stellen aufgestockt werden).

Tabelle 1.10: Bewertung von Contra-Argumenten zu den Mehrwertsteuer-Vorlagen

Angaben in Zeilen-Prozent		Einverstanden	Nicht einverstanden	keine Angabe
<i>Contra-Argumente</i>				
1) «Je mehr Betriebe und Unternehmen steuerpflichtig sind, desto grösser wird die Bürokratie.»	Stimmberchtigte	58	27	15
	Ja-Stimmende	50	41	9
	Nein-Stimmende	79	12	9
2) «Die MWSt ist ungerecht. Sie trifft vor allem die kleinen und mittleren Einkommen sowie die kinderreichen Familien.»	Stimmberchtigte	43	42	15
	Ja-Stimmende	27	66	7
	Nein-Stimmende	84	9	7
3) «Bei der MWSt ist falsch, dass auch Dienstleistungen besteuert werden. So muss man neu für jedes Bier, jeden Coiffeurbesuch, und für jedes Zugsbillet Steuern bezahlen.»	Stimmberchtigte	45	41	14
	Ja-Stimmende	31	62	7
	Nein-Stimmende	66	25	9
4) «Mit der Einführung der MWSt hat die Schweiz bald auch einen so hohen Steuersatz wie die EG-Staaten.»	Stimmberchtigte	40	36	24
	Ja-Stimmende	25	55	20
	Nein-Stimmende	68	19	13
5) «Die Einführung der MWSt wird die Teuerung deutlich anheizen. In Zeiten mit beschränktem oder gar keinem Teuerungsausgleich auf den Löhnen ist dies nicht verantwortbar.»	Stimmberchtigte	43	40	17
	Ja-Stimmende	23	65	12
	Nein-Stimmende	87	8	5
6) «Der Bund soll lieber sparen, als immer mehr Steuern zu erheben.»	Stimmberchtigte	73	19	8
	Ja-Stimmende	61	34	5
	Nein-Stimmende	93	3	4
Ja-Stimmende: BefürworterInnen der Einführung der Mehrwertsteuer (1. Vorlage), Nein-Stimmende: GegnerInnen der Einführung der Mehrwertsteuer.				
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.				

Argument 4 zeigt, dass der Verweis auf Europa auch zum Bumerang werden kann. Der Bundesrat hatte zur Unterstützung seiner Vorlagen nur kurz darauf hingewiesen, dass die anderen Länder Europas die Mehrwertsteuer verwenden, die Schweiz aber einen viel tieferen Steuersatz einführen wolle. Bei 40 Prozent der Stimmberchtigten verfing aber das gegnerische Argument, dass man mit der Einführung der Mehrwertsteuer bald ebenso hohe Steuersätze wie die übrigen europäischen Staaten haben werde.

1.6 Der Vergleich mit den früheren Abstimmungen zur Mehrwertsteuer

Abstimmungsresultate:		Ja-Anteil	Beteiligung
12. 6. 1977	1. Anlauf zur Mehrwertsteuer	40.5 Prozent	49.6 Prozent
20. 5. 1979	2. Anlauf zur Mehrwertsteuer	34.6 Prozent	37.0 Prozent
2. 6. 1991	3. Anlauf zur Mehrwertsteuer	45.7 Prozent	32.6 Prozent
28. 11. 1993	4. Anlauf zur Mehrwertsteuer	66.7 Prozent	44.7 Prozent

Erst im 4. Anlauf hat die lange Geschichte um die Mehrwertsteuer ihr (auf 10 Jahre befristetes) Ende gefunden. Da nur zwei Jahre seit der letzten Abstimmung vergangen sind, hätte von Zwängerei gesprochen werden können. Anlässlich des Urnengangs zur Tierschutz-Initiative vom März 1993 etwa sagten 64 Prozent der Stimmberchtigten: «Eine dritte Volksinitiative innert acht Jahren zum selben Thema ist eine Zwängerei.»³ Tatsache ist, innerhalb von zwei Jahren hat sich der Ja-Anteil um über 20 Prozentpunkte gesteigert. Die Aufteilung auf vier Vorlagen dürfte die Zustimmung zu den Bestandteilen der Mehrwertsteuer etwas erleichtert haben. Es ist auch auf die um 12 Prozent höhere Stimmberchtigung zu verweisen.

Ausschlaggebend ist aber, dass sich das Meinungsklima gegenüber dem neuen Steuersystem verbessert hat. Das ständig wachsende Defizit des Bundes hat erstmals die Überzeugung einer deutlichen Mehrheit der Stimmberchtigten in den Hintergrund drängen können, der Staat solle sparen, statt mehr Steuern zu erheben. *Grafik 1.1* verweist auf die Meinungsänderungen zwischen 1991 und 1993, welche ebenso ihren Niederschlag im Abstimmungsresultat gefunden haben.

Auf der einen Seite ist zwischen 1991 und 1993 die Überzeugung gewachsen, die Einführung der Mehrwertsteuer habe mehr Bürokratie zur Folge.⁴ 1991 waren 46 Prozent der Stimmberchtigten dieser Meinung, heute sind es 58 Prozent. Darunter auch eine Mehrheit der BefürworterInnen.

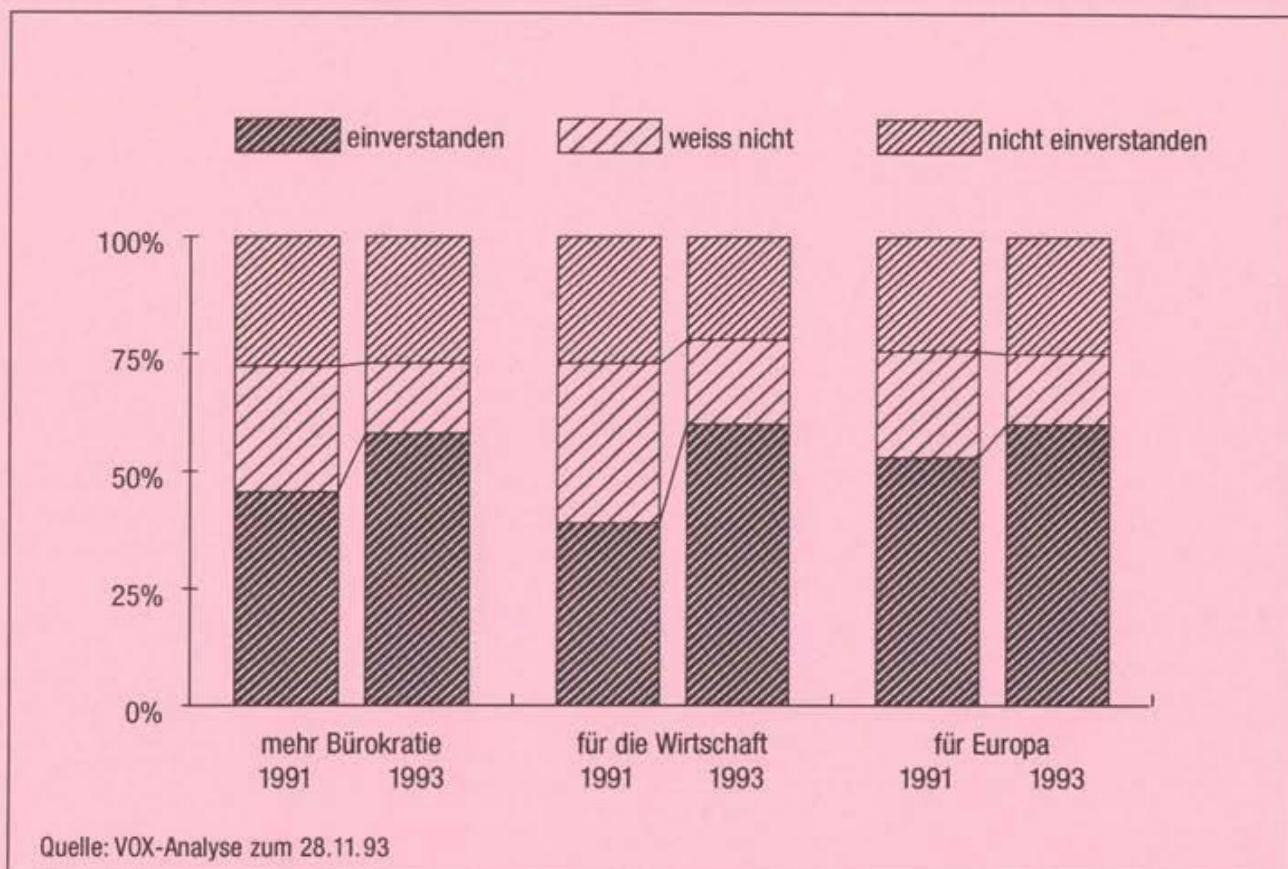
Auf der anderen Seite sind heute mehr Menschen davon überzeugt, dass die Mehrwertsteuer die Konkurrenzfähigkeit der Wirtschaft fördere (die Zustimmung stieg von 39 Prozent auf 60 Prozent) und dass die Finanzordnung für Europa angepasst werden müsse (von 53 Prozent auf 60 Prozent). Alle untersuchten Gruppen der Stimmberchtigten – mit Ausnahme der SVP – unterstützen heute das Europa-Argument. Besonders deutlich einverstanden sind die Gebildeten, die grossen Haushaltseinkommen, die politisch Linksstehenden und die an der Politik Interessierten.

Offensichtlich räumte die Mehrheit der Stimmenden den letzten beiden Argumenten und dem Milliarden-Defizit mehr Gewicht ein, als der erwarteten Zunahme der Bürokratie und der prinzipiellen Abneigung gegen mehr Steuern.

³ Daniel Schloeth, Ulrich Klöti: op. cit.

⁴ Für den genauen Wortlaut siehe die Pro- und Contra-Argumente in den Tabellen 1.9 und 1.10. Die Vergleichsdaten stammen aus Ulrich Klöti, Christof Buri, Armin Kühne: VOX-Analyse der Abstimmung vom 2. Juni 1991, GfS + FPW, Adliswil 1991.

Grafik 1.1: Argumente zur Mehrwertsteuer: Vergleich zwischen 1991 und 1993



Die soziale und politische Zusammensetzung der Gegnerschaft ist im Lauf der vier Abstimmungen nur teilweise gleich geblieben. Jedesmal stimmten Personen mit niedrigem Bildungsgrad und die politisch schlecht Integrierten den entsprechenden Vorlagen weit unterdurchschnittlich zu.

Bei den ParteisympathisantInnen haben sich jedoch die Gewichte verschoben. 1979 kam die Opposition gegen die Mehrwertsteuer vor allem aus der SP. 1991 stimmten jedoch SP und CVP mehrheitlich zu, während FDP und SVP ablehnten. Zwischen 1991 und 1993 stieg der Ja-Anteil um durchschnittlich 25 Prozent. Die FDP-SympathisantInnen folgten nun den Argumenten der Wirtschaft und stimmten massiv zu (von 38 Prozent Ja auf 78 Prozent Ja). Die SVP-Gefolgschaft scherte erneut aus dem Konsens der Bundesratsparteien aus und blieb mit einem Ja-Anteil von nur 41 Prozent bei ihrem Nein (plus 6 Prozent seit 1991).

Die angegebenen Nein-Motive blieben im Lauf der Zeit in etwa gleich. 1977, 1979, 1991 und 1993 fanden die Nein-SagerInnen an erster Stelle, der Bund solle richtig sparen und nicht mehr Steuern erheben. Seit der besonders deutlichen Unterstützung der Linken für die Mehrwertsteuer in den neunziger Jahren verlor das Motiv an Gewicht, das neue Steuersystem sei ungerecht und benachteilige die unteren sozialen Schichten. 1991 hatte eine relativ grosse Gruppe die Mehrwertsteuer wegen der «Undurchsichtigkeit» des Finanzpaketes verworfen. Die Aufteilung auf vier Vorlagen liess diesen Vorwurf verstummen. Dafür wurde diesmal die

Angst vor der Teuerung wieder häufig genannt – ein Motiv, das 1977 und 1979, nicht aber 1991 oft erwähnt worden ist.

Fazit zu den ersten zwei Vorlagen: Die Einführung der Mehrwertsteuer und der höhere Satz von 6.5 Prozent sind angenommen worden, obwohl die Ja-Stimmenden statt neuen Steuern mehr Sparwillen des Bundes wünschen und obwohl sie eine vergrösserte Bürokratie erwarten.

Ausschlaggebend für das Ja zum neuen Steuersystem waren jedoch die Überzeugungen, dass die Mehrwertsteuer modern sei, dass sie die Schweiz europa-kompatibel mache, dass sie die Wirtschaft fördere und dass sie (durch die Verbilligung der Krankenkassenprämien) sozial verträglich sei. Besonders bei der Festlegung des Steuersatzes auf 6.5 Prozent waren auch die grossen Defizite und Schulden des Bundes entscheidend.

Die BefürworterInnen hatten stark mit wirtschaftlichen Argumenten, dafür wenig mit dem Europa-Argument geworben. Gerade umgekehrt war jedoch die Resonanz in der Bevölkerung: Die Ja-Stimmenden erwähnten von sich aus oft Europa als Grund für ihr Ja, aber nur selten die Vorteile für die Wirtschaft. Erst auf das wirtschaftliche Argument angesprochen, erklärten sich fast alle damit einverstanden.

2. Die Vorlagen zum AHV-Zuschlag und zur Umwandlung der Zölle

2.1 Die Wahrnehmung der Inhalte

588 Befragte äusserten sich dazu, was der «Bundesbeschluss vom 18. Juni 1993 über Massnahmen zur Erhaltung der Sozialversicherung» beinhaltet hatte. 12 Prozent gaben den genauen Inhalt an (die Möglichkeit zur späteren Erhöhung der Mehrwertsteuer für die AHV um 1 Prozent). Rund 15 Prozent erwähnten nicht zutreffende Aspekte der Vorlage wie z.B. Massnahmen für die Arbeitslosenversicherung. Alle anderen Antworten kreisten um die AHV und die Mehrwertsteuer.

Eine grosse Ahnungslosigkeit der Stimmberchtigten liess sich bei den Wahrnehmungen der Inhalte der 4. Vorlage feststellen. Lediglich 373 der 1001 Befragten trauten sich überhaupt eine Meinung zu, um was es sich beim «Bundesbeschluss vom 18. Juni 1993 über besondere Verbrauchssteuern» gehandelt haben könnte.

Von den Antwortenden erinnerten sich rund 45 Prozent an einen eindeutig falschen Inhalt. Die häufigsten Antworten lauteten «VerbraucherInnen bezahlen mehr» (11 Prozent) und «Steuерerhöhung» (4 Prozent). Weitere knapp 15 Prozent gaben ungenaue Antworten (6 Prozent «Zusammenhang mit der Mehrwertsteuer», 5 Prozent «es geht um Benzinsteuern»).

Wenig mehr als 40 Prozent gaben den genauen Inhalt der Vorlage an («Umwandlung von Auto- und Mineralölzöllen in Steuern» sagten 25 Prozent, weitere 5 Prozent generell «Steuern statt Zölle») oder bezogen sich auf zutreffende Teilaspekte (6 Prozent «rein formale Änderung», 3 Prozent «Anpassung an Europa»).

2.2 Das Stimmverhalten nach gesellschaftlichen und nach politischen Merkmalen

Es darf wiederholt werden: Bei der 3. und 4. Vorlage des untersuchten Abstimmungswochenendes ging es um zwei völlig unterschiedliche Dinge. Die 3. Vorlage soll dem Parlament die Kompetenz geben, zur Sicherung der AHV die Mehrwertsteuer zu einem späteren Zeitpunkt um höchstens einen Prozentpunkt zu erhöhen. Dies würde (zu heutigen Preisen) eine Summe von etwa 1.7 Milliarden Franken an zusätzlichen Steuereinnahmen ergeben. Die 4. Vorlage soll aufgrund internationaler Vereinbarungen die Auto- und Mineralölzölle in Verbrauchssteuern umwandeln – und zwar ertragsneutral, ohne zusätzliche Einnahmen. Es handelt sich dabei um eine rein finanzielle Änderung.

Trotzdem zeigen die *Tabellen 2.1* und *2.2* (bei einem Unterschied des Ja-Anteils von 3 Prozent) ein nahezu identisches Verhalten der Stimmenden. Dies ist ein deutlicher Hinweis auf das paketweise Abstimmen angesichts einer nur ungenauen Kenntnis der einzelnen Inhalte.

Tabelle 2.1 Stimmverhalten nach gesellschaftlichen Merkmalen bei der Kompetenz für den AHV-Zuschlag und bei der Umwandlung der Zölle

Merkmal/Kategorie	% Ja-Stimmen		Cramer's V	
	Kompetenz AHV-Zuschlag	Umwand- lung Zölle	(wenn signifikant) AHV-Zuschlag	Zölle
Total effektiv	63	61		
Total VOX	66	63		
<i>Geschlecht</i>				
Männer	65	64		
Frauen	67	63		
<i>Alter</i>				0.15
18 – 29 jährig	70	73		
30 – 39 jährig	65	68		
40 – 49 jährig	57	55		
50 – 59 jährig	64	60		
60 – 69 jährig	65	61		
70 und älter	81	67		
<i>Schulbildung</i>				0.15 0.15
Obligatorische Schulen	60	57		
Berufsschule u.ä.	63	61		
Gymnasium, Universität	81	79		
<i>Erwerbstätige nach beruflicher Stellung</i>				0.26 0.24
Selbständige, Leitende Angestellte	51	57		
Angestellte in mittlerer Stellung	73	69		
übrige Angestellte	74	77		
ArbeiterInnen	54	50		
LandwirtInnen*	35	32		
<i>Sprachregion</i>				0.12 0.10
Deutschschweiz	69	66		
Westschweiz/ Tessin	56	55		
<i>Siedlungsart</i>				0.22 0.24
Grossstädte	73	76		
Klein- und Mittelstädte	75	69		
Landgemeinden	53	49		

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

Tabelle 2.2: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen bei der Kompetenz für den AHV-Zuschlag und bei der Umwandlung der Zölle

Merkmal/Kategorie	% Ja-Stimmen		Cramer's V	
	Kompetenz AHV-Zuschlag	Umwand- lung Zölle	(wenn signifikant) AHV-Zuschlag	Zölle
Total effektiv	63	61		
Total VOX	66	63		
<i>Parteibindung</i>			0.29	0.30
SPS	89	86		
Grüne*	80	78		
LdU/EVP*	91	92		
CVP	67	67		
FDP	65	68		
SVP	45	40		
keine Partei	58	54		
<i>Links/Rechts-Orientierung</i>			0.31	0.29
ganz links	83	82		
links	88	83		
mitte	67	63		
rechts	54	57		
ganz rechts	50	44		
kann sich nicht einordnen	48	42		
<i>Vertrauen in die Regierung</i>			0.38	0.47
Vertrauen	83	82		
weder/noch	79	82		
kein Vertrauen	44	36		
<i>Politisches Interesse</i>			0.21	0.20
sehr interessiert	74	72		
eher interessiert	68	65		
eher nicht interessiert	47	45		
überhaupt nicht interessiert*	41	38		
<i>Orientierungsmittel Bundesbüchlein</i>			0.15	0.19
verwendet	71	70		
nicht verwendet	56	50		

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

Die Nichtstimmenden hätten die AHV-Vorlage mit dem gleichen Ja-Anteil von 66 Prozent (gemäss VOX) akzeptiert wie die UrnengängerInnen. Ihre Annahme der Umwandlung der Zölle wäre mit 53 Prozent aber relativ knapp ausgefallen (63 Prozent bei den Stimmenden).

Beiden Vorlagen überdurchschnittlich zugestimmt haben die AbsolventInnen höherer Schulen, die mittleren und unteren Angestellten, die DeutschschweizerInnen sowie die Personen, welche in den Agglomerationen leben. Unterdurchschnittlich war die Zustimmung bei den übrigen Bildungsgruppen, den Selbständigen, den ArbeiterInnen und den auf dem Land wohnenden Personen. Die LandwirtInnen haben die Vorlagen deutlich abgelehnt.

Das Alter ist die einzige Variable, welche nur in einem Fall einen signifikanten Zusammenhang mit dem Stimmverhalten aufweist: Die AHV-Vorlage wurde (erwartungsgemäss) besonders von den 70jährigen und älteren Stimmenden unterstützt, am zweitgrössten war der Ja-Anteil interessanterweise bei der jüngsten Alterskategorie. Schon die beiden ersten Vorlagen – dies ist aber wegen der fehlenden Signifikanz mit Vorsicht zu sehen – hatten bei den ganz jungen und den ganz alten Stimmenden besonders gut abgeschnitten.

Alle politischen Variablen in *Tabelle 2.2* weisen einen signifikanten Zusammenhang mit dem Stimmverhalten auf, für beide Vorlagen ergeben sich sehr ähnliche Unterschiede zwischen den einzelnen Kategorien. Die ausgeprägteste Zustimmung bestand unter den Anhängerschaften von LdU/EVP und SPS, unter den politisch Linksstehenden, den Personen mit Regierungsvertrauen, den politisch Interessierten sowie den LeserInnen des Bundesbüchleins. Abgelehnt oder nur knapp angenommen wurden die Vorlagen von den SVP-Leuten, den ganz Rechten sowie von den politisch nicht Integrierten. Dazu zählen jene Personen ohne Parteisympathie, ohne Orientierung auf der Links-Rechts-Achse, ohne Regierungsvertrauen, ohne politisches Interesse und ohne Interesse am Abstimmungsmaterial des Bundesrates. Den stärksten Einfluss auf das Stimmverhalten übte erneut die Frage nach dem Vertrauen in die Regierung aus.

Bei der Umwandlung der Zölle in Steuern hat gemäss der VOX-Befragung ein unüblich grosser Anteil der Stimmenden einen leeren Stimmzettel in die Urne eingelegt, nämlich 10 Prozent. Über 14 Prozent betrug der Anteil bei den 30–39jährigen, den Personen mit dem tiefsten Einkommen, den GrossstädterInnen, den Neuzugezogenen, den AnhängerInnen der Grünen sowie bei den Personen mit wenig oder keinem politischem Interesse. Zur Berechnung des Verhältnisses zwischen Ja- und Nein-Stimmen werden diese Personen nicht berücksichtigt, was den aufgeführten Ja-Anteil von 63 Prozent ergibt.

Wie schon am Anfang erwähnt, werden die vier Bestandteile des Mehrwertsteuer-Paketes in dieser VOX-Analyse in zwei verschiedenen Kapiteln behandelt. Die Resultate zeigen aber klar, dass alle vier von den Stimmenden als sehr eng zusammengehörend empfunden wurden. Die Ja-Anteile variieren zwar zwischen 62 und 69 Prozent, die Tabellen zum Stimmverhalten haben aber eine sehr grosse Übereinstimmung bei den Details gezeigt. D.h. bei den einzelnen Variablen waren es fast immer die gleichen Personenkategorien, welche besonders stark zustimmten oder überdurchschnittlich deutlich ablehnten.

Das schlägt sich auch in sehr hohen statistischen Zusammenhängen nieder. Der Zusammenhang zwischen dem Stimmverhalten bei der Mehrwertsteuer und bei der Höhe des Steuersatzes erreicht mit 0.82 (Cramer's V⁵) einen äusserst hohen Wert. Der Zusammenhang mit der AHV- und der Zollumwandlungs-Vorlage beträgt 0.72 beziehungsweise 0.80.

⁵ Siehe Kapitel 5: Zur Methodik dieser Befragung.

2.3 Die spontanen Entscheidmotive

Kompetenz für den AHV-Zuschlag

Sorgen um die Zukunft der AHV haben die Mehrheit der Stimmenden zu einem Ja zur 3. Vorlage bewogen. 37 Prozent der Ja-Stimmenden sagen, dass die Finanzierung der AHV gesichert sein müsse. Für 14 Prozent soll die AHV wegen der Überalterung der Bevölkerung mehr Geld haben. 10 Prozent meinen generell, dass die AHV dringend zusätzliche Einnahmen brauche und 7 Prozent finden, dass die Jungen von heute später auch eine finanziell gesunde AHV vorfinden sollen.

Bei den Nein-Stimmenden sind kaum neue Motive auszumachen: 27 Prozent betonen, dass sie gegen mehr Steuern sind. Für 18 Prozent soll der Bund mehr sparen. 5 Prozent wollen das Geld für die AHV anders beschafft wissen und 3 Prozent sind der Ansicht, die AHV verfüge über genügend Finanzen. 20 Prozent der GegnerInnen äussern Gründe für ein Nein, welche keinen Bezug zum Inhalt der Vorlage aufweisen.

Umwandlung der Zölle

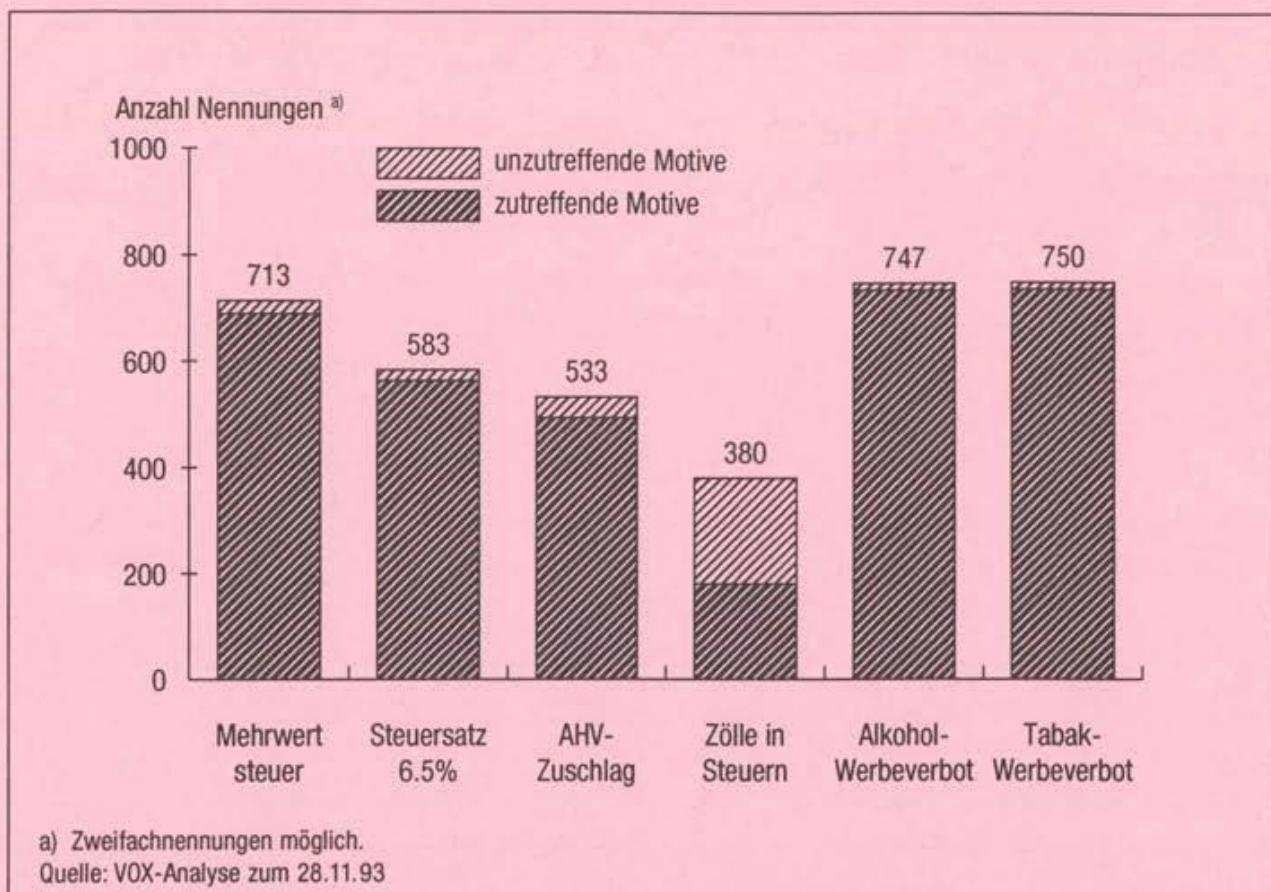
Die Analyse der Motive zeigt erneut, wie wenig die Stimmenden vom Inhalt der 4. Vorlage wahrnahmen. Über 40 Prozent der Ja-Stimmenden (welche überhaupt ihren Entscheid begründen) geben ein nicht zutreffendes Motiv an. Die drei häufigsten sind: die Vorlage bringe mehr Geld für den Bund (16 Prozent), die VerbraucherInnen sollten nach dem Verursacherprinzip bezahlen (11 Prozent), Ja für den Umweltschutz (3 Prozent). Die drei meist genannten, zum Inhalt passenden, Motive lauten wie folgt: «man muss die veraltete Form anpassen / das neue System ist einfacher und gerechter» (14 Prozent der Ja-Stimmenden), «Angleichung ans Ausland / an Europa» (13 Prozent) sowie «es handelt sich nur um eine formale Änderung / kein Grund, dagegen zu sein» (8 Prozent).

Noch krasser ist das Verhältnis bei den Nein-Stimmenden: Fast 80 Prozent machen eine unzutreffende Aussage als Begründung für ihr Nein! Die beiden meistgenannten sind: «gegen mehr Steuern» (39 Prozent) und «Autofahrer sind keine Milchkühe» (7 Prozent), obwohl die Annahme dieses Teils des Mehrwertsteuer-Paketes keine Mehreinnahmen zur Folge hat. Die Antwortenden mit den beiden einzigen substanziellem Nein-Motive finden, das heutige System habe sich bewährt (5 Prozent) oder richten sich allgemein gegen die vier Vorlagen der Mehrwertsteuer (4 Prozent).

In einem Überblick vergleicht *Grafik 2.1* die Anzahl genannter Motive zu den sechs Abstimmungsvorlagen des 28. Novembers.

Bei den drei am meisten thematisierten Abstimmungsgegenständen (Mehrwertsteuer und die zwei Zwillings-Initiativen) können die Entscheide am besten begründet werden. Zu diesen drei nennen die 628 befragten Stimmenden total zwischen 713 und 750 Motive, warum sie Ja oder Nein gestimmt haben.

Grafik 2.1: Geäusserte Motive zu den Vorlagen: Anzahl Nennungen der 628 Stimmenden



Bei den drei weiteren Bestandteilen des Finanzpaketes nimmt die Fähigkeit der Stimmenden zur Begründung des eigenen Entscheides – ob positiv oder negativ – rapide ab. Bei der Höhe des Steuersatzes werden 583 Motive, beim AHV-Zuschlag 533 Motive und bei der Umwandlung der Zölle noch 380 Motive gezählt. Wird der Anteil der unzutreffenden Motive – die beim besten Willen keinen Bezug zum Inhalt der Vorlage haben (der helle Teil der Säulen) – weggelassen, bleiben weniger als 200 Nennungen zur Begründung des Abstimmungsverhaltens bei der 4. Vorlage.

Aufgrund dieser Grafik muss erneut festgestellt werden, dass weniger als einem Drittel der Stimmenden klar war, über welchen Gegenstand sie befanden. Diese Abstimmungsfrage haben die Stimmenden im Schlepptau der anderen Mehrwertsteuer-Themen entschieden.

3. Die Zwillings-Initiativen

3.1 Die Ausgangslage

Auch beim zweiten Vorlagenpaket des 28. Novembers handelte es sich nicht um ein taufrisches Thema. Schon im Februar 1979 hatten die Stimmberchtigten über die sogenannte Guttempler-Initiative entschieden, welche ein Verbot der Suchtmittelreklame verlangte.

10 Jahre später wurden die Zwillings-Initiativen eingereicht, welche das gleiche Ziel mit zwei getrennten Initiativen anstrebten, die erste Initiative «zur Verminderung der Alkoholprobleme» und die zweite «zur Verminderung der Tabakprobleme». Die InitiantInnen argumentierten mit den gesundheitlichen und finanziellen Schäden, welche der Suchtmittelkonsum verursache. Besonders die Jugend müsse vor der Verführung zu Alkohol und Tabak bewahrt werden.

Dass es sich 1993 im wesentlichen um eine Neuauflage des Abstimmungskampfes von 1979 handelte, zeigt das Zitat aus der damaligen VOX-Analyse: «Gegner und Befürworter der 'Suchtmittelinitiative' schieden sich vor allem an der Frage, ob ein Verbot der Suchtmittelreklame zu einer Senkung des Suchtmittelkonsums führen würde.»⁶

Auch diesmal bestritt niemand die negativen Folgen des Konsums von Alkohol und Tabak. Hingegen wiesen die GegnerInnen der Zwillings-Initiativen in einer für die Schweiz äusserst intensiven Kampagne, welche schon mehr als ein Jahr vor dem Abstimmungstermin begonnen hatte, auf die aus ihrer Sicht negativen Folgen einer Annahme der beiden Begehren hin. Gemäss ihren Aussagen wären Zeitungen, Zeitschriften, Kinos sowie Werbeagenturen von einem Verbot der Suchtmittelwerbung stark betroffen. Durch das Verbot des Sponsorings würden zudem viele kulturelle und sportliche Anlässe bedroht oder mindestens deren Eintrittspreise massiv verteuert. Und dies alles, ohne dass der Suchtmittelkonsum verringert würde.

Die meisten Parteien und Verbände beschlossen die Nein-Parole. So votierten auch jene Parteien, welche eine möglichst repressive Politik gegenüber den illegalen Drogen vertreten, für die Beibehaltung der Suchtmittelwerbung. Auf der anderen Seite unterstützten SPS, Grüne Partei, LdU und EVP sowie die Verbände des Gesundheitswesens (ÄrztInnen, ApothekerInnen und Pflegepersonal) die Initiativkomitees.

Die einzige Überraschung des Abstimmungsresultates liegt in der Deutlichkeit der Verwerfung. 1979 hatten 41 Prozent der Stimmenden sowie der Kanton Basel-Stadt das damalige Volksbegehren angenommen. Obwohl das Thema Suchtmittel und Drogen inzwischen an Brisanz gewonnen hat, resultierte diesmal eine Ablehnung im Verhältnis von Drei zu Eins. Neben der herrschenden Rezession dürfte auch die breite und jahrelang dauernde Kampagne der GegnerInnen zu dieser Kanterniederlage geführt haben.

Die Trennung des Anliegens des Suchtmittel-Werbeverbotes auf zwei Initiativen hatte keinerlei Auswirkungen. Bei der Fassung der Parolen, im Verlauf des Abstimmungskampfes und im Resultat an den Urnen schnitten beide Initiativen gleich ab. Die Differenz zwischen den

⁶ VOX-Analyse der Abstimmung vom 18. Februar 1979, GfS + FSP, Zürich 1979.

Tabelle 3.1: Wahrnehmungen bei den Zwillings-Initiativen

Wahrnehmungen	Prozent der Antwortenden ^{a)}
<i>allgemeine Wahrnehmungen</i>	
Werbeverbot für Alkohol / Tabak	52
Werbeverbot	34
vollständiges Werbeverbot	6
<i>Wahrnehmungen von Teilespekten</i>	
Werbeverbot in einzelnen Medien (TV, Kino, Plakate etc.)	6
Schutz der Jugend	2
Einschränkung der Werbung	1
diverse zutreffende Wahrnehmungen	2
diverse nicht zutreffende Wahrnehmungen	2

a) Zweifachnennungen möglich. N = 931 (ohne die Kategorie «keine Angabe»). Verwendet wurden die Zahlen zum Werbeverbot für Alkohol. Die Zahlen zum Werbeverbot für Tabak weichen um maximal einen Prozentpunkt ab.
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Abstimmungsresultaten betrug gesamtschweizerisch lediglich 0.3 Prozent. Die folgenden Details der VOX-Analyse zeigen ebenfalls, wie wenig die Stimmberechtigten zwischen den beiden Vorlagen unterschieden.

3.2 Die Wahrnehmung der Inhalte

Bei den Zwillings-Initiativen zeigen die Antworten auf die Frage nach dem Inhalt ein klares Bild. Wegen der Übereinstimmung der Ergebnisse sind die Antworten in einer Tabelle zusammengefasst (siehe *Tabelle 3.1*).

Für 52 Prozent der Antwortenden handelte es sich um ein Werbeverbot für Alkohol beziehungsweise Tabakprodukte. 34 Prozent erwähnten nur ein allgemeines Werbeverbot, 6 Prozent präzisierten, dass es sich um ein vollständiges Verbot handelt.

Teilespekte (und nicht zutreffende Wahrnehmungen) sind nur ganz vereinzelt geäussert worden: Werbeverbote nur in einzelnen Medien wie Fernsehen, Kino, Plakate (6 Prozent), «Schutz der Jugend» (2 Prozent) und (nicht ganz genau) «Einschränkung» der Werbung (1 Prozent).

3.3 Das Stimmverhalten nach gesellschaftlichen und politischen Merkmalen

Die Initiative für ein Verbot der Alkoholwerbung erzielte einen Ja-Anteil von 25 Prozent, diejenige für ein Verbot der Tabakwerbung (gerundete) 26 Prozent. Die VOX-Nachbefragung weicht in beiden Fällen um einen Prozentpunkt nach unten ab. Die Nichtstimmenden hätten genau gleich entschieden. Die Resultate der beiden Initiativen sind in fast allen Kategorien der

Tabelle 3.2: Stimmverhalten nach gesellschaftlichen Merkmalen bei den Zwillings-Initiativen

Merkmal/Kategorie	% Ja-Stimmen		Cramer's V	
	Werbeverbot Alkohol	Werbeverbot Tabak	(wenn signifikant)	
			Alkohol	Tabak
Total effektiv	25	26		
Total VOX	24	25		
<i>Geschlecht</i>			0.19	0.21
Männer	17	17		
Frauen	33	35		
<i>Alter</i>			0.14	0.14
18-29jährig	15	17		
30-39jährig	32	32		
40-49jährig	25	27		
50-59jährig	18	18		
60-69jährig	32	32		
70 und älter	27	25		
<i>Schulbildung</i>			0.12	0.11
Obligatorische Schulen	23	24		
Berufsschule u.ä.	21	22		
Gymnasium, Universität	35	35		
<i>Erwerbstätige nach beruflicher Stellung</i>			0.19	0.21
Selbständige, Leitende Angestellte	18	18		
Angestellte in mittlerer Stellung	29	30		
übrige Angestellte	32	33		
ArbeiterInnen	18	18		
LandwirtInnen*	0	0		
<i>Sprachregion</i>			0.14	0.12
Deutschschweiz	27	27		
Westschweiz	13	15		
Tessin	32	32		
<i>Siedlungsart</i>			0.16	0.16
Grossstädte	30	31		
Klein- und Mittelstädte	30	30		
Landgemeinden	16	16		

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

Tabelle 3.3: Stimmverhalten nach politischen Merkmalen bei den Zwillings-Initiativen

Merkmal/Kategorie	% Ja-Stimmen			Cramer's V	
	Werbeverbot		Cramer's V (wenn signifikant)	Alkohol	Tabak
	Alkohol	Tabak			
Total effektiv	25	26			
Total VOX	24	25			
<i>Parteibindung</i>			0.31	0.33	
SPS	41	41			
Grüne*	48	56			
LdU/EVP*	60	64			
CVP	16	16			
FDP	17	17			
SVP	14	14			
keine Partei	17	18			
<i>Links/Rechts-Orientierung</i>			0.24	0.26	
ganz links	40	45			
links	38	39			
mitte	23	22			
rechts	13	13			
ganz rechts	9	9			
kann sich nicht einordnen	21	22			

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

untersuchten Merkmale identisch, daher werden sie zusammen besprochen (Cramer's V für den Zusammenhang zwischen den beiden Stimmverhalten beträgt 0.96!). Alle dargestellten Merkmale zeigen signifikante, wenn auch meist schwache Zusammenhänge mit dem Stimmverhalten auf.

Am auffälligsten ist der doppelt so hohe Ja-Anteil bei den Frauen im Vergleich zu den Männern (siehe *Tabelle 3.2*)! Während die Initiativen bei den Frauen ein respektables Resultat von einem Drittel der abgegebenen Stimmen erreichten, ist der Ja-Anteil bei den Männern mit nur 17 Prozent marginal. Seit Beginn der VOX-Analysen 1977 ist nie eine so grosse Differenz zwischen dem Stimmverhalten der Frauen und der Männer – diesmal 18 Prozentpunkte beim Tabakwerbeverbot – beobachtet worden! Ein Unterschied von 16 Prozent wie beim Alkoholwerbeverbot kam nur einmal zustande, im Mai 1992 bei der Abstimmung über die Gewässerschutz-Initiative.

Bei jenen Vorlagen, denen in der Vergangenheit Frauen viel deutlicher als Männer zustimmten, handelte es sich um Frauenanliegen, um Umweltschutzvorstöße oder generell um Volksinitiativen wie im vorliegenden Fall. Die grössere Aufgeschlossenheit der Frauen gegenüber neuen

Ideen zeigt sich daran, dass Frauen allen Volksinitiativen, welche zwischen Juni 1981 und Juni 1991 zur Abstimmung kamen, um durchschnittlich 4 Prozent mehr zustimmten als die Männer. Bei allen übrigen Vorlagen in diesem Zeitraum resultierte bei beiden Geschlechtern genau der gleiche Ja-Anteil.⁷

Eine überdurchschnittliche grosse Zustimmung erfuhren die Initiativen zudem von den 30–39- und den 60–69jährigen, den Gebildeten, den übrigen Angestellten und den BewohnerInnen der Agglomerationen. Deutlich war die Abfuhr in der Landwirtschaft: Von den befragten 23 stimmenden LandwirtInnen hat sich niemand für die Verbotsinitiativen entschieden. Tiefe Ja-Anteile ergaben sich zudem in der jüngsten Alterskategorie, in der Romandie und in den ländlichen Gemeinden.

Gemäss den Variablen in *Tabelle 3.3* hat der politische Standort den Entscheid deutlich beeinflusst. Unter den Linken und den Gefolgschaften von SPS, Grünen und LdU/EVP stimmten jeweils mindestens 38 Prozent zu. Trotzdem haben nur die letzteren beide Initiativen angenommen, die Grünen akzeptierten einzig das Tabakwerbeverbot. Die Anhängerschaft der SPS ist in beiden Fällen mehrheitlich nicht der Parteiparole gefolgt. Bei Grünen, LdU/EVP und den ganz Linksstehenden zeichnen sich um 4–8 Prozent höhere Zustimmungen zur Tabakinitiative ab. Dies ist aber wegen den relativ geringen Fallzahlen mit Vorsicht zu werten.

Bei CVP, FDP, SVP und den Personen ohne Parteisympathien stimmten rund 15 Prozent zu. Besonders gering war der Ja-Anteil unter den ganz Rechtsstehenden mit 9 Prozent.

Die InitiantInnen haben somit in keinem Kanton und in keiner der aufgeführten Merkmalsgruppen (mit Ausnahme der wenigen LdU/EVP-SympathisantInnen) eine Mehrheit für ihre beiden Initiativen erringen können.

3.4 Die spontanen Entscheidmotive

Die UnterstützerInnen der Zwillings-Initiativen nennen hauptsächlich fünf Motive als Grund für ihr Ja (siehe *Tabelle 3.4*): Die Werbung verfüre zum Suchtmittelkonsum (von 33 Prozent der Ja zum Alkoholwerbeverbot Stimmenden erwähnt), ein Ja sei zum Schutz der Jugend (24 Prozent), man sei gegen Sucht beziehungsweise Drogen allgemein (18 Prozent), Alkohol sei schädlich (18 Prozent) und ein Ja diene der Gesundheit (8 Prozent).

Die aufgeführten Motive für das Tabakwerbeverbot und deren Häufigkeiten stimmen fast vollständig mit den obigen Angaben überein. Die einzige Abweichung: Das Gesundheitsmotiv wird zur Begründung des Tabakwerbeverbots doppelt so häufig als beim Alkohol in's Feld geführt, dagegen hat das Motiv der Schädlichkeit bei den Tabakprodukten etwas weniger Gewicht.

⁷ Die letzten Zahlen sind eigene Berechnungen aus der VOX-Datenbank mit rund 50 000 Fällen. Für weitere Angaben siehe Christof Buri, Armin Kühne, Daniel Schloeth, Ulrich Klöti: VOX-Analyse der Abstimmung vom 17. Mai 1992, GfS + FPW, Adliswil 1992.

Tabelle 3.4: Spontane Entscheidmotive der Ja-Stimmenden bei den Zwillings-Initiativen

Ja-Motive	Prozent der Antwortenden ^{a)}	
	Alkohol	Tabak
Werbung ist Verführung / gegen die Werbung zum Schutz der Jugend	33	31
gegen Sucht allgemein / gegen Drogen	24	22
Alkohol/Tabak schadet / für weniger Konsum für die Gesundheit	18	20
	18	14
	8	15
<i>diverse Motive</i>		
allgemeine Zustimmung	5	3
taktische Zustimmung: möglichst viele Ja-Stimmen	3	2
diverse zutreffende Argumente	8	8
diverse nicht zutreffende Argumente	4	4

a) Zweifachnennungen möglich. N = 141 Ja-Stimmende beim Alkohol-Werbeverbot (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 5); 143 Ja-Stimmende beim Tabak-Werbeverbot (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 7).
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

Die Jugend müsse vor der Verführung zum Suchtmittelkonsum geschützt sein – dies war eine wichtige Aussage der Initiativkomitees gewesen und rund 23 Prozent geben dies auch als Grund für ihr Ja an. Gemäss *Tabelle 3.2* haben aber gerade die jüngsten Stimmenden, die 18–29jährigen, die Initiativen am deutlichsten verworfen.

Die Motive der Nein-Stimmenden (in *Tabelle 3.5*) lassen sich in vier Gruppen einteilen. Von einem Verbot der Alkoholwerbung erwarten 33 Prozent wirtschaftliche Einbussen und damit mehr Arbeitslose. Aufgrund der herrschenden Rezession ist dies das meistgenannte Gegenargument.

Die zweite Gruppe hält wenig von einem Verbot, weil es wirkungslos sei (19 Prozent), die Werbung einfach aus dem Ausland in die Schweiz käme (9 Prozent), auch ohne Suchtmittelwerbung weiter konsumiert werde (9 Prozent) und weil die Werbung gar nicht zum Konsum verführe (7 Prozent).

Die dritte Gruppe wendet sich prinzipiell gegen Bevormundung. Das Volk sei selbst mündig finden 12 Prozent; Sucht sei der Entscheid jedes einzelnen, sagen 10 Prozent und 9 Prozent sind überhaupt gegen Verbote.

Nur relativ wenig Personen sehen auch direkte Vorteile der Suchtmittelwerbung: bei einem Verbot gäbe es kein Sponsoring mehr (5 Prozent), die Werbung unterstütze sportliche und kulturelle Veranstaltungen (3 Prozent) und ein Verbot verteuerte Kinobesuche, Printprodukte und Kulturanlässe (2 Prozent).

Die identischen Motive sind mit fast den gleichen Häufigkeiten auch im Fall des Tabakwerbeverbotes genannt worden; die Abweichungen betragen maximal zwei Prozentpunkte.

Tabelle 3.5: Spontane Entscheidmotive der Nein-Stimmenden bei den Zwillings-Initiativen

Nein-Motive	Prozent der Antwortenden ^{a)}	
	Alkohol	Tabak
bringt Arbeitslose / die Werbung ist ein Wirtschaftsfaktor	33	32
<i>ein Verbot ist sinnlos</i>		
ein Verbot ist wirkungslos	19	19
die Werbung käme einfach vom Ausland	9	9
Sucht wird so nicht verhindert / es wird trotzdem konsumiert	9	9
Werbung verführt nicht	7	8
<i>keine Bevormundung</i>		
das Volk ist mündig	12	13
Sucht ist ein persönlicher Entscheid	10	10
gegen Verbote allgemein	9	8
<i>Vorteile der Suchtwerbung</i>		
mit Verbot gibt es kein Sponsoring mehr	5	6
Werbung ist gut für den Sport / für kulturelle Anlässe	3	5
Verbot verteuert Medien / kulturelle Anlässe	2	2
<i>diverse Motive</i>		
allgemeine Ablehnung	3	2
diverse zutreffende Argumente	8	6
diverse nicht zutreffende Argumente	1	2

a) Zweifachnennungen möglich. N = 441 Nein-Stimmende beim Alkohol-Werbeverbot (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 17); 432 Nein-Stimmende beim Tabak-Werbeverbot (ohne die Kategorie «keine Angabe» = 22).
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93

3.5 Die Unterstützung von Pro- und Contra-Argumenten

So klar das Abstimmungsresultat ausgefallen war, so klar sind die Mehrheiten in Bezug auf die untersuchten Pro- und Contra-Argumente (vergleiche Tabellen 3.6 und 3.7). Auf alle vier Pro-Argumente entfallen zwischen 60 und 68 Prozent Nein, die vier Contra-Argumente vereinigen 74 bis 83 Prozent Ja auf sich.

Nur wenige Personen haben sich jeweils nicht entscheiden können. Dies ist ein Zeichen für klare Meinungen dank genügend Alltagserfahrungen mit dem Thema Suchtmittel. Zur Erinnerung: Bei den Aussagen rund um die Mehrwertsteuer konnten sich deutlich mehr Personen nicht festlegen.

Die Ja-Stimmenden unterstützen am stärksten das 1. Argument; für sie könnten die negativen Auswirkungen des Suchtmittelkonsums mit den Zwillings-Initiativen verringert werden. Das 4. Argument lehnen sie hingegen ab. Für eine Mehrheit dieser Gruppe ist der Alkohol nicht gefährlicher als der Tabak. Keine Kategorie der Stimmberechtigten ist mit diesem Argument

Tabelle 3.6: Bewertung von Pro-Argumenten bei den Werbeverboten für Alkohol und Tabak

Angaben in Zeilen-Prozent		Einverstanden	Nicht einverstanden	keine Angabe
	Stimmberechtigte	28	65	7
	Ja-Stimmende	86	13	1
	Nein-Stimmende	12	83	5
1) «Über eine halbe Million Menschen sind in der Schweiz von Alkohol und Tabak abhängig, jedes Jahr sterben 13'000 an den Folgen übermässigen Konsums. Mit einem Werbeverbot werden die negativen Folgen dieser Suchtmittel verringert.»	Stimmberechtigte	28	65	7
	Ja-Stimmende	86	13	1
	Nein-Stimmende	12	83	5
2) «Ein Werbeverbot für Alkohol und Tabak ist das billigste Mittel, um unsere Jugend vor dem Rauchen und Trinken zu bewahren.»	Stimmberechtigte	24	68	8
	Ja-Stimmende	67	27	6
	Nein-Stimmende	12	84	4
3) «Ohne Werbung für Alkohol und Tabak werden jährlich viele Millionen Franken eingespart, die unserem Gesundheitswesen durch übermässigen Zigaretten- und Alkoholkonsum entstehen.»	Stimmberechtigte	28	60	12
	Ja-Stimmende	74	22	4
	Nein-Stimmende	13	78	9
4) «Nur ein Werbeverbot für Alkohol ist sinnvoll. Viel mehr als der Tabak macht der Alkohol die Menschen abhängig und führt zur Zerstörung von Familien.»	Stimmberechtigte	23	69	8
	Ja-Stimmende	37	58	5
	Nein-Stimmende	17	76	7

Ja-Stimmende: BefürworterInnen des Werbeverbotes für Alkohol, Nein-Stimmende: GegnerInnen des Werbeverbotes für Alkohol.
 Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

einverstanden. Das Resultat der Tabakinitiative ist ja sogar um eine Spur besser ausgefallen. Am grössten ist die Befürwortung der Aussage bei den 60–69jährigen und den Anhängerschaf-ten der Grünen und von LdU/EVP.

Aus der Liste der Contra-Argumente wird die Aussage am deutlichsten bejaht, dass die Werbung bei einem Verbot in der Schweiz einfach aus dem Ausland komme (3. Argument). In einer Zeit des immer stärkeren wirtschaftlichen und medienmässigen Zusammenwachsens in Europa unzählige ausländische Fernsehkanäle und Publikationen werden in der Schweiz konsumiert – ist das Bewusstsein über die Durchlässigkeit der Schweizer Grenzen gross. Selbst die Ja-Stimmenden sagen darum im Verhältnis von 53 zu 44 Prozent, dass ein Werbeverbot allein in der Schweiz nichts nütze. Unter allen Stimmberchtigten sind besonders die LandwirtInnen, die unteren Angestellten, die Rechten und die CVP-AnhängerInnen mit dem 3. Argument

Tabelle 3.7: Bewertung von Contra-Argumenten bei den Werbeverboten für Alkohol und Tabak

Angaben in Zeilen-Prozent		Einverstanden	Nicht einverstanden	keine Angabe
	Stimmberechtigte	74	21	5
1) «Ohne Werbung für Alkohol und Tabak kommen viele Kinos, Konzerte und Sportanlässe in grosse Finanzprobleme.»	Ja-Stimmende	44	51	5
	Nein-Stimmende	84	13	3
2) «Ohne Werbung für Alkohol und Tabak sind viele Arbeitsplätze bei Zeitungen, Zeitschriften sowie im Druckgewerbe und in Werbeagenturen gefährdet.»	Stimmberechtigte	80	17	3
	Ja-Stimmende	43	56	1
	Nein-Stimmende	92	6	2
3) «Ein Werbeverbot für Alkohol und Tabak nur in der Schweiz nützt nichts. Durch die vielen ausländischen Fernsehstationen und Zeitschriften kommt die Suchtmittelwerbung trotzdem zu uns.»	Stimmberechtigte	83	14	3
	Ja-Stimmende	53	44	3
	Nein-Stimmende	94	5	1
4) «Totale Werbeverbote passen schlecht zu einem modernen Staat, der von mündigen Konsumentinnen und Konsumenten ausgeht.»	Stimmberechtigte	75	20	5
	Ja-Stimmende	41	56	3
	Nein-Stimmende	89	8	3

Ja-Stimmende: BefürworterInnen des Werbeverbotes für Alkohol, Nein-Stimmende: GegnerInnen des Werbeverbotes für Alkohol.
 Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

einverstanden. Die geringsten Mehrheiten kommen in den Gefolgschaften der Grünen und von LdU/EVP zustande.

Weiter fällt auf, wie knapp die Ja-Stimmenden die drei übrigen Contra-Argumente verwerfen. Immerhin 44 Prozent sind mit dem 1. Argument einverstanden, 43 Prozent mit dem 2. und 41 Prozent mit dem 4. Argument. Damit zeigt sich selbst unter den (wenigen) Ja-Stimmenden eine deutliche Skepsis in Bezug auf den Sinn der beiden Initiativen. Es ist anzunehmen, dass der harte Kern der Suchtmittel-Gegner noch erheblich kleiner ist, als dies der Viertel an Ja-Stimmen vermuten liess.

3.6 Der Vergleich mit der Abstimmung über die «Guttempler-Initiative» 1979

Bei der im Februar 1979 durchgeföhrten ersten Abstimmung über ein Verbot der Suchtmittelreklame (sogenannte «Guttempler-Initiative») hatten bei einer Stimmabteilung von 50 Prozent immerhin 41 Prozent der Stimmenden ein Ja in die Urne gelegt. Schon damals waren die Frauen, die StädterInnen und die SP-Leute dem Anliegen besonders gewogen. Überdurchschnittlich war die Ablehnung der Männer, der Bauern und Bäuerinnen, der Personen aus ländlichen Regionen sowie der Gefolgschaften von SVP und FDP.

Die VOX-Analyse ermittelte als wichtigste Pro-Motive: «der Konsum von Suchtmitteln geht zurück» (mit 32 Prozent Nennungen), «für die Jungen», «für ein gesünderes Volk» und «Werbung ist unmoralisch» mit je 16 Prozent. Auf der Gegenseite standen die Aussagen «Der Konsum von Suchtmitteln geht nicht zurück» (28 Prozent), «es gibt schon genug Verbote» (25 Prozent) sowie es sei «ein Angriff auf die freie Marktwirtschaft» (14 Prozent).

Bei den Pro-Motiven hat sich also im Lauf der 14 Jahre seit 1979 wenig geändert. Aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation ist aber mittlerweile die Sorge um die Arbeitsplätze zum wichtigsten Nein-Motiv geworden.

Das viel schlechtere Abschneiden der Zwillings-Initiativen im Vergleich zu ihrem Vorgänger lässt sich wohl mit drei Elementen begründen: Mit der gegenwärtig grösseren Bedeutung der wirtschaftlichen Argumente, mit der verstärkten Durchdringung der Schweiz durch ausländische Medien sprich Werbeträger und mit der aufwendigen Langzeitkampagne der gegnerischen Interessengruppen.

4. Die Stimmabstimmung

Rund 45 Prozent der schweizerischen Stimmberchtigten nahmen an der Abstimmung vom 28. November 1993 teil. Vergleichen wir diese Stimmabstimmung mit dem Durchschnitt der letzten Jahre von rund 40 Prozent, so ist sie als leicht überdurchschnittlich zu bewerten. Die bei den Befragten der VOX-Analyse ermittelte Beteiligung beträgt 63 Prozent und liegt damit wie gewohnt über dem effektiven Durchschnitt.

Insgesamt gingen 73 Prozent der Stimmenden direkt an die Urne, 4 Prozent liessen sich dort vertreten und 23 Prozent machten von der Möglichkeit der brieflichen Stimmabgabe Gebrauch.

Die Zahlen zur Stimmabstimmung der einzelnen soziodemographischen Gruppen bestätigen das von früheren VOX-Analysen her bekannte Bild. Gemäss *Tabelle 4.1* partizipieren Frauen, Junge, weniger Gebildete, untere Angestellte sowie ArbeiterInnen weniger stark. Männer, Ältere (darunter besonders die 60–69jährigen), Gebildete, Selbständige und Leitende Angestellte dagegen nehmen ihre politischen Rechte besonders häufig wahr. Aufschlussreich ist der (schwache) Zusammenhang zwischen dem Haushaltseinkommen und der Stimmabstimmung: je grösser das Einkommen, desto eher sind die Befragten an der Urne gewesen.

Auch die in *Tabelle 4.2* dargestellten Ergebnisse bringen wenig Neues. Wer mit einer Partei sympathisiert und auf der Links-Rechts-Achse einen klaren Standort hat, geht öfter stimmen als Personen ohne Parteiidentifikation oder Personen, die sich in der unverbindlichen Mitte oder gar nicht auf der Links-Rechts-Achse einstufen. Diesmal gelang es den bürgerlichen Parteien besser, ihre Gefolgschaft zu mobilisieren als den Parteien des linken und grünen Spektrums. Einen besonders starken Zusammenhang mit der Stimmabstimmung weisen die Merkmale politisches Interesse und Kenntnis des Bundesbüchleins auf. Politisch Interessierte und LeserInnen der offiziellen Abstimmungsinformation partizipierten weit stärker als der Durchschnitt.

Wenn das allgemeine politische Interesse in Zusammenhang mit dem Teilnahmeverhalten steht, weist dies auch auf eine von den konkreten Vorlagen unabhängige Mobilisierungswirkung hin. In der Tat kann seit der EWR-Abstimmung im Dezember 1992 ein Anstieg des politischen Interesses der Schweizer und Schweizerinnen nachgewiesen werden. Dieses hat sich im Jahr 1993 auf einem im Vergleich mit früheren Jahren hohen Niveau stabilisiert. Im November 1993 betrug der Anteil der «sehr» und «eher» an Politik interessierten Personen 65 Prozent.

Die Stimmberchtigten informierten sich am häufigsten in den Zeitungen über die Vorlagen des 28. Novembers, 73 Prozent verwendeten sie. Häufig genutzt wurden auch Fernsehen (67 Prozent Beachtung), Radio (54 Prozent) und das offizielle Bundesbüchlein (52 Prozent). Weiter fanden Beachtung Inserate (39 Prozent), LeserInnenbriefe (34 Prozent), Strassenplakate (26 Prozent) und Flugblätter/Drucksachen (25 Prozent). Von weniger als 20 Prozent wurden Informationen am Arbeitsplatz, Direct Mailing im Briefkasten sowie Standaktionen genutzt. Die Reichweiten dieser Medien entsprechen ungefähr den üblichen VOX-Werten. Verglichen mit den letzten Abstimmungen haben jedoch alle aufgeführten Medien leicht an Beachtung verloren. Nur das Bundesbüchlein legte zu, vermutlich zur Klärung der undurchschaubaren Abstimmungsfragen des Mehrwertsteuer-Paketes.

Tabelle 4.1: Die Stimmteilnahme nach gesellschaftlichen Merkmalen

Merkmal/ Kategorie	Abweichung von der durchschnittlichen Stimmteilnahme in %	Cramer's V (wenn signifikant)	N Total (alle Befragten)
Effektive Stimmteilnahme:	45		
Erhobene Stimmteilnahme:	63		
<i>Geschlecht</i>		0.11	
Männer	+5		512
Frauen	-6		489
<i>Alter</i>		0.20	
18–29jährig	-11		232
30–39jährig	-10		208
40–49jährig	+6		216
50–59jährig	+6		140
60–69jährig	+15		98
70 und älter	+9		107
<i>Schulbildung</i>		0.09	
Obligatorische Schulen	-4		219
Berufsschule u.ä.	-1		615
Gymnasium, Universität	+11		130
<i>Erwerbstätige nach beruflicher Stellung</i>		0.14	
Selbständige / Leitende Angestellte	+10		146
Angestellte in mittlerer Stellung	+1		201
übrige Angestellte	-5		102
ArbeiterInnen	-14		137
LandwirtInnen*	+3		32
<i>Haushaltseinkommen</i>		0.12	
bis 3000 Fr.	-7		176
3001–5000 Fr.	-5		310
5001–7000 Fr.	+5		203
7001 Fr. und mehr	+8		194
<i>Sprachregion</i>			
Deutsche Schweiz	+2		724
Französische Schweiz	-5		226
Italienische Schweiz	-4		51
<i>Siedlungsart</i>			
Grossstädte	-3		342
Klein- und Mittelstädte	+2		287
Landgemeinden	+1		372

Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.

Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.

Tabelle 4.2: Die Stimmabstimmung nach politischen Merkmalen

Merkmal/ Kategorie	Abweichung von der durchschnittlichen Stimmabstimmung in %	Cramer's V (wenn signifikant)	N Total (alle Befragten)
Effektive Stimmabstimmung:.....	45		
Erhobene Stimmabstimmung:	63		
<i>Parteibindung</i>		0.22	
SPS	+8		136
Grüne	+5		40
LdU/EVP*	+1		39
CVP	+12		67
FDP	+14		115
SVP	+14		56
keine Partei	-11		467
<i>Links/Rechts-Orientierung</i>		0.21	
ganz links	+12		87
links	+2		175
mitte	-4		325
rechts	+14		147
ganz rechts	+16		58
kann sich nicht einordnen	-15		209
<i>Vertrauen in die Regierung</i>		0.08	
Vertrauen	+4		349
weder/noch	+1		185
kein Vertrauen	-5		439
<i>Politisches Interesse</i>		0.37	
sehr interessiert	+23		188
eher interessiert	+7		466
eher nicht interessiert	-21		239
überhaupt nicht interessiert	-32		95
<i>Orientierungsmittel Bundesbüchlein</i>		0.34	
verwendet	+16		518
nicht verwendet	-16		452
Die mit * gekennzeichneten Kategorien sind als Tendenz zu interpretieren, da die Zahl der Fälle unter 40 liegt.			
Quelle: VOX-Analyse zum 28.11.93.			

Ein Hinweis auf erhöhte Entscheidungsschwierigkeiten ist auch der Anteil von nur 50 Prozent der Befragten, für welche die Mehrwertsteuer «eher leicht» zu beurteilen gewesen war. Bei der Vorlage zum Steuersatz von 6.5 Prozent betrug dieser Anteil 53 Prozent. Im Zeitvergleich deuten diese Werte auf relativ grosse Entscheidungsprobleme hin. Beim Bundesfinanzpaket

1991 sagten zwar sogar nur 40 Prozent, die Vorlage sei eher leicht zu beurteilen gewesen. Die Zwillings-Initiativen hielten aber 79 Prozent für leicht verständlich.

Eines bleibt festzuhalten: Die Befragten wiesen der Einführung der Mehrwertsteuer eine deutlich grössere Bedeutung für die Schweiz und für die eigene Person zu als den beiden Zwillings-Initiativen.

5. Zur Methodik dieser Befragung

Grundlage für die vorliegende Analyse bietet eine zwischen dem 29. November und dem 24. Dezember 1993 vom GfS-Forschungsinstitut realisierte Befragung (mündliche Interviews im Haushalt der Befragten). Die Stichprobenbildung erfolgte nach dem üblichen Vorgehen bei VOX-Analysen. Grundgesamtheit sind die Stimmberechtigten der Schweiz, befragt wurden 1001 Personen, die nach einem kombinierten Random/Quota-Verfahren für Ortschaften und Personen ausgewählt wurden. Damit wird eine anteilmässige Vertretung der Sprachregionen, Siedlungsarten, Altersgruppen, Geschlechter und Berufe garantiert. In der Deutschschweiz wurden 724, in der Romandie 226 und in der italienischen Schweiz 51 Interviews realisiert.

Die Forschungsstelle für Politische Wissenschaft der Universität Zürich ist diesmal verantwortlich für die Analyse und Interpretation der Daten. Die Datenauswertung erfolgte mit dem Statistikpaket SPSS for Windows.

Die Grösse der Stichprobe ergibt bei einer Zufallsauswahl ein Vertrauensintervall von ± 3 Prozent. Das heisst, ein Tabellenwert von 50 Prozent liegt mit einer 95prozentigen Wahrscheinlichkeit zwischen 47 und 53 Prozent. Personenkategorien, die weniger als 20 Nennungen aufweisen, werden nicht ausgewiesen; Personenkategorien mit weniger als 40 Nennungen werden mit einem Stern gekennzeichnet.

Die Interpretation der bivariaten Zusammenhänge stützt sich auf das Signifikanzniveau und das Zusammenhangsmass Cramer's V. Cramer's V misst die Stärke der Beziehung zwischen zwei Variablen. Es nimmt den Wert 1 bei vollständiger Übereinstimmung und den Wert 0 bei keiner Übereinstimmung an. Werte unter 0.15 deuten auf einen nur sehr schwachen Zusammenhang.

Die Signifikanz gibt die Irrtumswahrscheinlichkeit an, mit der ein Zusammenhang auch in der Grundgesamtheit (schweizerische Stimmberechtigte oder Stimmende) angenommen werden kann. In den Tabellen wird Cramer's V nur angegeben, wenn die Irrtumswahrscheinlichkeit höchstens 0.05 beträgt. In diesem Fall gilt ein Zusammenhang mit 95prozentiger Sicherheit.



Die Hauptergebnisse der Abstimmung vom 28. November 1993

Die vier Mehrwertsteuer-Vorlagen

Mit Ja-Anteilen zwischen 58 und 67 Prozent sind die vier Elemente des Finanzpaketes angenommen worden. Trotz Schwankungen im Ausmass der Zustimmung zeigen die Detailstrukturen der Abstimmungsanalysen bei allen vier Vorlagen eine sehr grosse Übereinstimmung. Jeweils die gleichen Personenkategorien stimmten überdurchschnittlich zu, nämlich die Personen mit höheren Bildungsniveaus und mit grossen Haushaltseinkommen, die mittleren Angestellten, die SympathisantInnen von SP, LdU/EVP, FDP und der politischen Linken allgemein sowie die Personen mit Regierungsvertrauen und Interesse an der Politik. Die Einführung der Mehrwertsteuer ist einzig von den Landwirtnnen, der SVP-Gefolgschaft und den Personen ohne Regierungsvertrauen abgelehnt worden.

Die Ja-Stimmenden liessen sich leiten von finanzpolitischen Motiven («Der Bund braucht Geld»), von der Überzeugung, dass die Mehrwertsteuer modern und nötig sei, sowie vom Wunsch, sich an das übrige Europa anzupassen. Die GegnerInnen der Mehrwertsteuer wandten sich gegen die erwartete Teuerung und forderten den Bund zum Sparen auf.

Die drei anderen Vorlagen wurden im Windschatten der Mehrwertsteuer entschieden. Insbesondere bei der Umwandlung der Zölle in Verbrauchssteuern konnten sehr wenig Stimmende einen zutreffenden Inhalt des Abstimmungsgegenstandes und eine im Einklang mit dem Inhalt stehende Begründung für ihren Entscheid angeben. Bei der Ausmarchung über die Höhe des Steuersatzes standen sich zwei finanzpolitische Konzepte gegenüber. Die obsiegenden BefürworterInnen des Satzes von 6.5 Prozent begründeten ihr Ja zur Steuererhöhung mit der Geldnot des Bundes. Die Nein-Stimmenden wollten, dass der Bund spare, anstatt mehr Steuereinnahmen anzustreben.

Hinter der klaren Unterstützung für das Finanzpaket verbergen sich komplexe Prozesse der Meinungsbildung. Die Vorlagen sind angenommen worden, obwohl erstaunlicherweise eine Dreiviertelmehrheit für mehr Sparen statt mehr Steuern eintritt und obwohl mehr Menschen als 1991 der Überzeugung sind, dass die Mehrwertsteuer mehr Bürokratie bringe. Doch das bedrohliche Milliardenloch in der Bundeskasse hat zum erstenmal bei einer Mehrwertsteuer-Abstimmung das Argument «Der Bund soll sparen, anstatt die Steuern zu erhöhen» aus dem Feld geschlagen. Bei jedem der drei bisherigen Anläufe 1977, 1979 und 1991 war dies das meistgenannte Nein-Motiv gewesen. Den Ausschlag haben zudem das seit 1991 gewachsene Interesse an der Konkurrenzfähigkeit der Wirtschaft und an der Angleichung an Europa gegeben.

Die Zwillings-Initiativen

Die InitiantInnen haben ihr Ziel deutlich verfehlt. Einerseits hat ein weit geringerer Anteil als bei einer ähnlichen Abstimmung 1979 ihre Anliegen unterstützt, andererseits würden grosse Minderheiten ihrer eigenen Anhängerschaft negative Auswirkungen von einer Annahme der Initiativen erwarten.

1979 hatte der Ja-Anteil bei der «Guttempler-Initiative» noch 41 Prozent betragen, diesmal stimmten nur rund 25 Prozent zu. Die SympathisantInnen von LdU und EVP bilden die einzige Personenkategorie, welche mehrheitlich für das Verbot von Alkohol- und Tabakwerbung stimmten. Überdurchschnittlich grosse Zustimmung erfuhren die Initiativkomitees zudem von den Gebildeten und den Anhängerschaften der Grünen und der SPS.

Massiv war der Unterschied im Stimmverhalten von Frauen und Männern: Nur 17 Prozent der Männer aber 35 Prozent der Frauen befürworteten das Tabakwerbeverbot. Seit 1977 ist nie eine so grosse Differenz zwischen den Geschlechtern festgestellt worden!

Die meistgenannten Motive zur Verwerfung der Initiativen waren die Angst vor zusätzlichen Arbeitslosen und die Überzeugung, dass ein Verbot wirkungslos wäre beziehungsweise durch ausländische Medien umgangen würde.

Europa-Barometer Schweiz

Seit 1989 realisiert das GfS-Forschungsinstitut unter dem Titel «Europa-Barometer Schweiz» viermal jährlich Befragungen zum europäischen Integrationsprozess. Diese Untersuchungen analysieren Wissen, Einstellungen und Verhaltensweisen der schweizerischen Stimmberechtigten in der Europa-Frage. Das Europa-Barometer Schweiz versteht sich als unabhängiges Forschungsvorhaben und wird von staatlichen Stellen, Verbänden und Firmen der Wirtschaft, Parteien und Medien-Verlagen getragen. An bisherigen Forschungsberichten sind erschienen (Auswahl, Stand: Mitte 1993):

- Claude Longchamp: Der lange Weg der aussenpolitischen Öffnung (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 23), Bern 1993
- Claude Longchamp, Pascal Sciarini: Zeichen einer Neuausrichtung nach dem Nein zum EWR-Beitritt. Bericht zur Befragung Europa-Barometer Schweiz, Sommerwelle 1993, mit einem Schwerpunkt zum GATT (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 22), Bern 1993
- Europa-Chronik. Europapolitische Ereignisse in der Schweiz, April bis Juni 1993, Red.: Andreas Rickenbacher, Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 21), Bern 1993
- Europa-Chronik. Europapolitische Ereignisse in der Schweiz, Januar bis März 1993, Red.: Andreas Rickenbacher, Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 20), Bern 1993
- Claude Longchamp: Die EWR-Entscheidung – eine Prozessbetrachtung. Hauptergebnisse aus den Europa-Barometer Untersuchungen vor der Abstimmung vom 6. Dezember (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 19), Bern 1993
- Europa-Chronik. Europapolitische Ereignisse in der Schweiz, 23. Nov. bis 31. Dez. 1992, Red.: Andreas Rickenbacher, Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 18), Bern 1992
- Europa-Chronik. Europapolitische Ereignisse in der Schweiz, 28. Okt. bis 22. Nov. 1992, Red. Andreas Rickenbacher, Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 16), Bern 1992
- Claude Longchamp: Die Schweiz und Europa – ein ziemlich normaler Sonderfall. Hauptergebnisse der Herbstbefragung 1992 (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 15), Bern 1992
- Europa-Chronik. Europapolitische Ereignisse in der Schweiz, 11. Sept. bis 27. Okt. 1992, Red.: Andreas Rickenbacher, Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 14), Bern 1992
- C'est oui! Premières analyses du référendum sur l'Union politique en France du 20 septembre 1992, rédigé par Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 13), Bern 1992
- Dossier Ost- und Mitteleuropa. Zusammenstellung neuer Informationen aus den Ländern Polen, Tschechoslowakei, Ungarn, Rumänien, Bulgarien. Red.: Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 12), Bern 1992
- Europa-Chronik. Europapolitische Ereignisse in der Schweiz, 17. Mai bis 10. Sept. 1992, Red.: Andreas Rickenbacher, Claude Longchamp (= Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 11), Bern 1992
- Peter Spichiger Carlsson: Die jungen Erwerbstätigen und ihre Einstellungen zu Europa (=Arbeitsberichte aus dem Projekt Europa-Barometer Schweiz, Nr. 10), Bern 1992

Abonnementsbedingungen können bestellt werden beim GfS-Forschungsinstitut, Büro Bern, Bärenplatz 2, 3011 Bern, Telefon 031 311 08 06, Fax 031 311 08 19.