

Richtlinie zur Durchführung von abstimmungs- und wahlbezogenen Umfragen, die zur Veröffentlichung vor dem Urnengang bestimmt sind

Anhang II
zum Reglement über den Gebrauch der Kollektivmarke vsms swiss interview institute®

1 Grundlagen

Die Mitglieder der Kollektivmarke vsms swiss interview institute® sind zur Einhaltung aller Kodizes und Richtlinien der ESOMAR (The World Association of Research Professionals) verpflichtet (Ziff. 3.1 «Reglement über den Gebrauch der Kollektivmarke vsms swiss interview institute®»).

Für abstimmungs- und wahlbezogene Umfragen, die zur Veröffentlichung vor dem Urnengang bestimmt sind, publiziert ESOMAR zusammen mit WAPOR (World Association for Public Opinion Research) besondere Anforderungen (abrufbar unter www.esomar.org).

Der ESOMAR/WAPOR Guide wurde vom Europarat geprüft und zur Anwendung empfohlen.

2 Geltungsbereich

In Ergänzung der ESOMAR-Bestimmungen gilt die vorliegende Richtlinie für alle Befragungen, die in der Schweiz zu Volksabstimmungen und Volkswahlen eines schweizerischen Gemeinwesens durchgeführt werden und die zur Veröffentlichung bestimmt sind.

*Als **nicht zur Veröffentlichung** bestimmt gelten Befragungen, deren Ergebnisse der Auftraggeber einem namentlich abschliessend bestimmbareren Kreis natürlicher Personen zugänglich macht. Forschungsberichte und Tabellen sind mit dem Vermerk «Nicht für Publikation bestimmt» zu kennzeichnen.*

Bei Volkswahlen gilt die Richtlinie jederzeit. Auf Bundesebene gilt die Richtlinie bei Volksinitiativen vom Tag an, an dem ihr Zustandekommen im Bundesblatt publiziert wird (vgl. Art. 72 Abs. 3 Bundesgesetz über die politischen Rechte), und bei Bundesbeschlüssen, die dem obligatorischen oder fakultativen Referendum unterstehen, vom Tage an, an dem die Bundesversammlung den Bundesbeschluss verabschiedet; diese Bestimmungen sind auf andere schweizerische Gemeinwesen sinngemäss anzuwenden. Massgebend ist der Tag der Produktion der Befragung.

Die Richtlinie ist für vsms swiss interview institute® verbindlich und sanktionierbar. Sie bildet einen integrierten Bestandteil von Offerten für Kunden oder Verträge, die Mitglieder der Kollektivmarke vsms swiss interview institute® mit Dritten abschliessen, selbst wenn diese eigene Richtlinien besitzen. Die vorliegende Richtlinie muss vor Vertragsabschluss schriftlich und ausdrücklich zur Kenntnis gebracht werden. Dies gilt auch für Offerten, welche die Publikationsfrage offen lassen, nicht aber für solche, die eine Veröffentlichung ausdrücklich ausschliessen.

3 Produktion der Befragungen

Die Ausgangsstichprobe muss mindestens 1000 Stimmberechtigte umfassen. Als Basis für die Publikation gelten folgende ungewichtete Mindestzahlen (= effektiv realisierte Interviews):

- bei Veröffentlichungen der Ergebnisse der **Stimmberechtigten** mindestens 200 Befragte pro Teilgruppe bei Segmentationen nach Sprachregionen, Geschlecht, Alter usw.
- bei Veröffentlichungen der Ergebnisse der **Stimmwilligen** mindestens 100 Befragte pro Teilgruppe bei Segmentationen nach Sprachregionen, Geschlecht, Alter usw.

Ergebnisse von Teilgruppen mit einer geringeren Fallzahl als 200 bzw. 100 dürfen in den Unterlagen zur Befragung nicht ausgewiesen werden, oder die ausgewiesene Abweichung muss statistisch signifikant sein.

Als **stimmwillig** gilt, wer die Sonntagsfrage

«Wenn ... (heute / morgen / am nächsten Sonntag) über ... (Thema) abgestimmt würde: Würden Sie an der Abstimmung bestimmt teilnehmen, eher teilnehmen, eher nicht teilnehmen oder sicher nicht teilnehmen?»

mit «bestimmt teilnehmen» oder «eher teilnehmen» beantwortet.

Werden Stimmberechtigte **und** Stimmwillige befragt und ausgewertet, ist das Institut angewiesen, dem Auftraggeber zwei separate, farblich unterschiedliche Tabellenbände abzugeben.

4 Verbreitung der Befragungen

Auftraggeber von abstimmungs- und wahlbezogenen Umfragen, die zur Veröffentlichung vor dem Urnengang bestimmt sind, sind schriftlich auf die nachfolgend wiedergegebene Ziff. 3.7 «Meinungsumfragen» der Richtlinien zur «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» des Schweizerischen Presserates (siehe www.presserat.ch) hinzuweisen: *«Bei der Veröffentlichung von Meinungsumfragen sollten die Medien dem Publikum immer alle Informationen zugänglich machen, die für das Verständnis der Umfrage nützlich sind: Mindestens Zahl der befragten Personen, Repräsentativität, mögliche Fehlerquote, Erhebungsgebiet, Zeitraum der Befragung, Auftraggeberin/Auftraggeber. Aus dem Text sollten auch die konkreten Fragen inhaltlich korrekt hervorgehen.»*

Für jede abstimmungs- und wahlbezogene Umfrage, die zur Veröffentlichung vor dem Urnengang bestimmt ist, muss das beauftragte Institut **zwingend** und gleichzeitig mit der Publikation den **«Methodischen Steckbrief»** auf der vsms-Homepage (www.vsms-asms.ch) veröffentlichen lassen. Der zu publizierende methodische Steckbrief muss über folgende Punkte Auskunft geben:

- Stichprobenumfang gewichtet und ungewichtet
- Erhebungsmethode
- Sample-Methodik
- Universumsdefinition geografisch und demografisch
- abstimmungs- und wahlbezogene Fragen, die publiziert werden, in allen Sprachversionen
- Zeitraum der Feldarbeit
- durchführendes Institut
- statistische Unschärfe für die Totalbasis

Die technischen Bedingungen für die Anlieferung des Steckbriefes werden vom Geschäftsführer vsms bekannt gemacht.

Der vsms veröffentlicht die methodischen Steckbriefe der Umfragen seiner Mitgliedsinstitute bis 60 Tage nach deren Publikation. Er orientiert Interessierte über die Bedeutung der politischen Forschung durch die Publikation der deutschen und französischen Übersetzung der einschlägigen ESOMAR-Dokumente.

5 Sperrfrist für Veröffentlichungen

10 Tage vor dem letzten offiziellen Abstimmungstag dürfen keine Befragungen, die nicht schon veröffentlicht sind, publiziert werden.

6 Inkrafttreten

Die vorliegende Richtlinie wurde am 9. Februar 2006 vom Vorstand vsms als Anhang II zum «Reglement über den Gebrauch der Kollektivmarke vsms swiss interview institute®» beschlossen und trat sofort in Kraft.