

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



**Meinungen der Schweizer  
zu einem  
generellen Burka-Verbot**



Mai 2010

## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

---

- \_ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- \_ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- \_ **Respondenten:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Sample-Grösse:** n = 502 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- \_ **Erhebungszeitraum:** 14.05.2010 – 20.05.2010
- \_ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Umfang:** 1 geschlossene Fragen
- \_ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- \_ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



## Methodik & Sample:

---

Interviewt wurden die Mitglieder des rund 169.000 Personen umfassenden Marketagent.com

Online Access Panels (+ 60 neue Panelisten pro Tag) mittels Computer Assisted Web

Interviews (CAWI). Als Stichprobe wurden web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen

14 und 59 Jahren mittels e-Mail zu einer Online-Befragung eingeladen. 502 Internet-

NutzerInnen haben einen vollständigen Datensatz abgegeben. Die Feldzeit betrug 6 Tage.

Die Online-Befragung als Methode gewährleistet Anonymität und Objektivität und steht mit

dem Befragungsthema im Einklang. Die Incentivierung der Respondenten erfolgte über

geldwerte Bonuspunkte in der Höhe von 160 Rappen.



## Zusammensetzung des Samples:

<b>Basis</b>	<b>502</b>	<b>in %</b>
<b>Geschlecht</b>		
Männlich	248	49,4%
Weiblich	254	50,6%
<b>Alter</b>		
14 - 19 Jahre	50	10,0%
20 - 29 Jahre	90	17,9%
30 - 39 Jahre	120	23,9%
40 - 49 Jahre	133	26,5%
50 - 59 Jahre	109	21,7%
<b>Ausbildungsniveau</b>		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	51	10,2%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	251	50,0%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	61	12,2%
Fachhochschule, HWV, Technikum	73	14,5%
Universität, Hochschule, ETH	66	13,1%
<b>Region</b>		
Deutschschweiz	373	74,3%
Westschweiz	129	25,7%



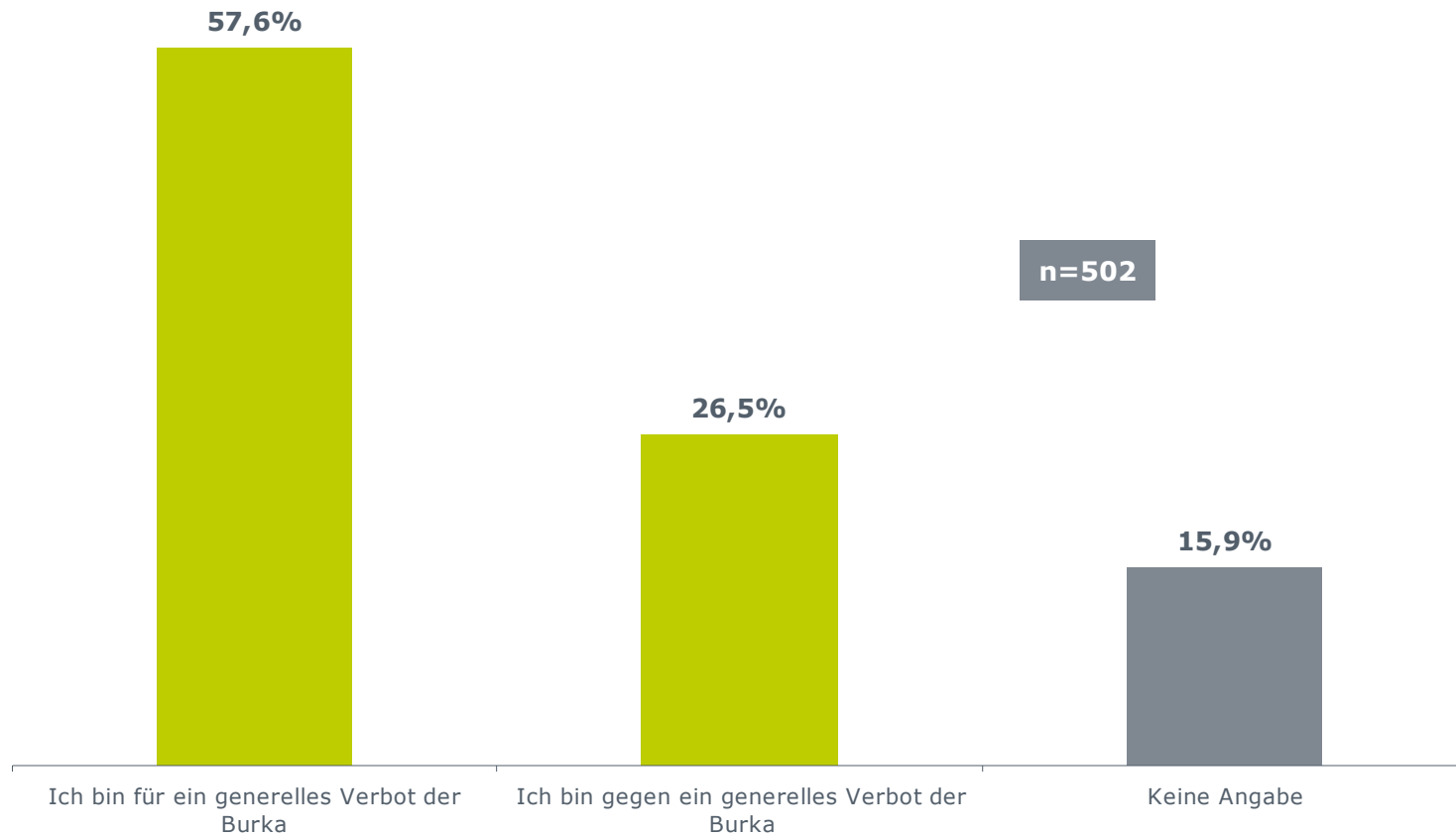
---

# Die Ergebnisse:



# 1. Aktuell wird diskutiert, ob die Burka, d.h. die Ganzkörperverschleierung der Musliminnen, in der Schweiz verboten werden soll. Sind Sie persönlich für oder gegen ein generelles Verbot der Burka?

Meinung zu einem generellen Burka-Verbot



**1. Aktuell wird diskutiert, ob die Burka, d.h. die Ganzkörperverschleierung der Musliminnen, in der Schweiz verboten werden soll.  
Sind Sie persönlich für oder gegen ein generelles Verbot der Burka?**

<b>Geschlecht / Alter</b>	<b>Sample Total</b>	<b>Männlich</b>	<b>Weiblich</b>	<b>14 - 19 Jahre</b>	<b>20 - 29 Jahre</b>	<b>30 - 39 Jahre</b>	<b>40 - 49 Jahre</b>	<b>50 - 59 Jahre</b>
<b>absolut</b>	<b>n=502</b>	<b>n=248</b>	<b>n=254</b>	<b>n=50</b>	<b>n=90</b>	<b>n=120</b>	<b>n=133</b>	<b>n=109</b>
<b>Ich bin für ein generelles Verbot der Burka</b>	<b>57,6%</b>	<b>61,3%</b>	<b>53,9%</b>	<b>42,0%</b>	<b>52,2%</b>	<b>60,8%</b>	<b>57,9%</b>	<b>65,1%</b>
<b>Ich bin gegen ein generelles Verbot der Burka</b>	<b>26,5%</b>	<b>27,4%</b>	<b>25,6%</b>	<b>34,0%</b>	<b>32,2%</b>	<b>23,3%</b>	<b>24,8%</b>	<b>23,9%</b>
<b>Keine Angabe</b>	<b>15,9%</b>	<b>11,3%</b>	<b>20,5%</b>	<b>24,0%</b>	<b>15,6%</b>	<b>15,8%</b>	<b>17,3%</b>	<b>11,0%</b>



**1. Aktuell wird diskutiert, ob die Burka, d.h. die Ganzkörperverschleierung der Musliminnen, in der Schweiz verboten werden soll.  
Sind Sie persönlich für oder gegen ein generelles Verbot der Burka?**

---

Region	Sample Total	Deutschschweiz	Westschweiz
absolut	n=502	n=373	n=129
Ich bin für ein generelles Verbot der Burka	57,6%	59,2%	52,7%
Ich bin gegen ein generelles Verbot der Burka	26,5%	26,3%	27,1%
Keine Angabe	15,9%	14,5%	20,2%



---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com Schweiz AG ist eine Beteiligung der Marketagent.com online reSearch GmbH, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte, derzeit rund 18'000 Schweizer Panelisten umfassende Online-Access-Panel (plus 151'000 in Deutschland und Österreich) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Basis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Zu den Schweizer Referenzen gehören u. a. Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé, Parship.ch und Advico Young & Rubicam.



## Das Online Access-Panel von Marketagent.com ...

---

Ein Online Access Panel ist ein Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Da im Internet bislang kein zentrales Register von eMail-Adressaten zur Ziehung von Online-Samples existiert, bietet sich der Aufbau eines Pools an befragungswilligen Internet Anwendern, ein Online Access-Panel, als Lösung an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen dem Institut die registrierten Mitglieder sowohl für ad hoc-Befragungen als auch für Längsschnittbefragungen zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online Access-Panel besteht aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über Aktivitäten im Internet (z.B. Werbebanner und Links auf andere Websites) als auch klassische offline-Methoden (z.B. Call-Center) rekrutiert. Durch die Vielzahl an verschiedenen Massnahmen (Eintrag in Suchmaschinen und Internet-Angeboten zu entsprechenden Themen, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring und Website-Tests auf verschiedensten Portalen des www) wird ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen.



**Kontakt / Feedback / Rückfragen ...**

---

**Ursula Kaspar  
Marketagent.com Schweiz AG  
Seefeldstrasse 281  
8008 Zürich**

**+41 (0) 43 466 88 44  
u.kaspar@marketagent.com  
[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

