

Medienmitteilung

Abstimmungsumfrage: Stabile Mehrheit für KVI, knappes Rennen bei Kriegsgeschäft-Vorlage

Gut vier Wochen vor der Abstimmung erhält die Konzernverantwortungsinitiative (KVI) weiterhin die Unterstützung von 57 Prozent der Stimmbevölkerung. Bei der Volksinitiative «Für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten» sagen noch 51 Prozent Ja, wie die zweite Welle der 20-Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage zeigt.

Zürich, 3. November 2020 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die zweite Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung vom 29. November 2020 durchgeführt. 12'015 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 29. und 30. Oktober online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,5 Prozentpunkten.

57 Prozent für Konzernverantwortung

In der ersten Welle der Umfrage erhielt die Initiative aus dem Umfeld von NGOs, Kirchen und Parteivertretern von links bis in die Mitte die Zustimmung von 57 Prozent der Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern. Diesen Vorsprung kann die Volksinitiative «Für verantwortungsvolle Unternehmen – zum Schutz von Mensch und Umwelt (Konzernverantwortungsinitiative)» halten: In der zweiten Welle wollen weiterhin 57 Prozent Ja oder eher Ja einlegen. 42 Prozent sagen Nein, 1 Prozent ist unentschlossen.

Die Vorlage polarisiert weiter entlang der Geschlechter und auf dem Links-Rechts-Spektrum. Die Zustimmung bei den Unterstützern der Grünen und der SP bleibt mit 96 Prozent beziehungsweise 92 Prozent sehr hoch. Am wenigsten anfangen können die FDP-Wähler mit der Vorlage (23 Prozent Ja-Anteil). Danach folgen die SVP-Wähler (28 Prozent Ja-Anteil). Das Zünglein an der Waage könnten die Mitte-Wähler spielen: Hier zeigt sich, dass die Sympathisantinnen und Sympathisanten der GLP die Vorlage im Vergleich zur 1. Umfragewelle fast unverändert mit 75 Prozent unterstützen, während die Zustimmung der Vorlage in der CVP-Wählerschaft leicht abgenommen hat (von 49 Prozent Ja auf 44 Prozent Ja).

Der Geschlechtergraben zeigt sich folgendermassen: Frauen befürworten die Konzernverantwortungsinitiative mit 65 Prozent, während die Männer die Vorlage knapp mit einem Ja-Anteil von 48 Prozent ablehnen.

Als Hauptargument führen die Befürworter an, der Profit dürfe nicht über der Umwelt und den Menschenrechten stehen. Bei den Gegnern ist das am häufigsten genannte Argument, dass sich die Initiative nicht umsetzen lasse und sich komplexe Lieferketten im Ausland nicht kontrollieren liessen.

Kriegsmaterial-Initiative: Knappes Rennen

Auch bei der zweiten Vorlage, der Initiative «Für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten», zeigt sich in der zweiten Welle ein stabiles Bild. 51 Prozent der Stimmberechtigten wollen derzeit ein Ja einlegen, 46 Prozent wollen Nein stimmen. 3 Prozent sind noch unentschieden. Die Zustimmung ist sehr hoch bei den Wählern der SP und der Grünen, während die Sympathisantinnen und Sympathisanten der SVP und FDP die Vorlage deutlich ablehnen. An Zustimmung eingebüsst hat die Initiative bei den GLP- und den CVP-Wählern.

Die Befürworter überzeugen das Neutralitäts-Argument am meisten: Investitionen in Rüstungskonzerne seien mit der Schweizer Neutralität nicht vereinbar. Die Gegner wollen die Vorlage insbesondere ablehnen, weil die Initiative keinen Einfluss auf die weltweite Nachfrage und das Angebot nach Kriegsmaterial habe.

Umfassende Umfragen

Die 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsfragen werden in Zusammenarbeit mit LeeWas durchgeführt. Sie modellieren die Umfragedaten nach demografischen, geografischen und politischen Variablen, sodass die Stichprobe der Struktur der Stimmbevölkerung entspricht. Die Resultate werden jeweils umgehend ausgewertet, damit die Tageszeitungen und Newsplattformen von Tamedia und 20 Minuten schweizweit rasch und fundiert darüber berichten können. Weitere Informationen und der detaillierte Bericht zur Umfrage sind unter tamedia.ch/umfragen abrufbar.

Beteiligte Medien

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

Kontakt

Andres C. Nitsch, Kommunikationsverantwortlicher Tamedia
+41 44 248 42 43, andres.nitsch@tamedia.ch

Über 20 Minuten

Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe der Region Zürich lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zum reichweitenstärksten Schweizer Medientitel mit Präsenz in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. In acht gedruckten Lokalausgaben fünfmal die Woche und digital rund um die Uhr informiert und unterhält 20 Minuten in drei Sprachen mit Geschichten aus Politik, Wirtschaft, Sport und Unterhaltung. Auf den digitalen Kanälen bietet 20 Minuten auch Bewegtbild, Audio-Formate, Radio und weitere zukunftsweisende Technologien. 20 Minuten ist ein Teil der TX Group und umfasst 20 Minuten, 20 minutes und 20 minuti, 20 Minuten Radio, lematin.ch, Encore und die Beteiligungen im Ausland (L'essentiel in Luxemburg, Heute in Österreich und BT in Dänemark).

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute ist das nationale Medienhaus in der Deutschschweiz und der Romandie aktiv und umfasst das führende Redaktionsnetzwerk. Die Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Newsplattformen von Tamedia sind lokal verankert und international vernetzt. Sie schaffen Öffentlichkeit und bieten Orientierung sowie Unterhaltung. Zu den namhaften Medienmarken von Tamedia zählen unter anderem 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, Sonntagszeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève sowie die Zürcher Regionalzeitungen. Darüber hinaus gehören die drei grössten Zeitungsdruckereien der Schweiz zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.

www.tamedia.ch