

Medienmitteilung

Abstimmungsumfrage: Offener Ausgang bei KVI, Nein-Trend bei Kriegsgeschäft-Vorlage

Knapp zwei Wochen vor der Abstimmung bröckelt die Unterstützung für die Konzernverantwortungsinitiative (KVI). Noch 51 Prozent der Stimmberechtigten wollen Ja sagen. Die Volksinitiative «Für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten» hat einen schweren Stand: Nur 41 unterstützen die Vorlage, wie die dritte Welle der 20-Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage zeigt.

Zürich, 18. November 2020 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die dritte Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung vom 29. November 2020 durchgeführt. 13'884 Personen aus der ganzen Schweiz haben zwischen dem 12. bis 14. November online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,4 Prozentpunkten.

51 Prozent für Konzernverantwortung

Während die Initiative aus dem Umfeld von NGOs, Kirchen und Parteivertretern von links bis in die Mitte in den letzten beiden Wellen 57 Prozent Zustimmung erhielt, ist der Ausgang nun offen. 51 Prozent der Stimmberechtigten sprechen sich dafür aus, 48 Prozent sind dagegen. 1 Prozent hat sich noch nicht festgelegt.

Die Analysen der Umfrageresultate weisen weiterhin auf einen sehr starken Unterschied der Geschlechter hin: Frauen befürworten die Konzernverantwortungsinitiative mit 58 Prozent, während Männer die Vorlage mehrheitlich ablehnen (45 Prozent Ja). Zudem wird die Initiative stärker in den Städten und von den Jungen unterstützt (der Ja-Stimmenanteil liegt in den Städten bei 59 Prozent und bei den 18- bis 34-Jährigen bei 59 Prozent).

Hürde Ständemehr

Am häufigsten stützen sich die Befürworterinnen und Befürworter der KVI auf das Argument, dass der Profit nicht über der Umwelt und der Menschenrechte stehen dürfe. Die Gegnerinnen und Gegner lehnen die Vorlage insbesondere ab, weil sich komplexe Lieferketten im Ausland

nicht kontrollieren liessen, und sie sind der Meinung, dass die Schweiz mit der Annahme der Vorlage zum Weltpolizisten würde.

Durch die ausgeprägtere Zustimmung in den Städten ist die Hürde des Ständemehrs für die Initianten grösser, selbst wenn sie auf ein Volksmehr zählen könnte. Um diese Gegebenheit zu verdeutlichen, hat die Umfrage das Ständemehr für die Konzernverantwortungsinitiative basierend auf den Umfragedaten simuliert. Die Resultate zeigen, dass bei einem Ja-Stimmenanteil von 53 Prozent die Chance für das Erreichen des Ständemehrs genau so gross ist wie das Scheitern. Mit anderen Worten: Selbst bei einem relativ klaren Volksmehr von 53 Prozent ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Initiative das Ständemehr auch noch erreicht, nur bei ungefähr 50 zu 50 – wie bei einem Münzwurf.

Einbruch bei der zweiten Initiative

Im Vergleich zur letzten Umfragewelle hat die Zustimmung für die Initiative für das Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten um 10 Prozentpunkte abgenommen. Damit ist die Unterstützung stärker gesunken als jene für die KVI. 41 Prozent wollen derzeit ein Ja einlegen. 58 Prozent sind dagegen, 1 Prozent macht keine Angabe über die Stimmabsicht.

Die Zustimmung ist sehr hoch bei den Wählerinnen und Wählern der SP und Grünen, während die Sympathisantinnen und Sympathisanten der SVP, FDP und CVP die Vorlage deutlich ablehnen. Bei den GLP-Wählerinnen und Wählern ist die Unterstützung für die Vorlage regelrecht eingebrochen: von 67 Prozent Ja-Stimmen in der zweiten Welle auf nur noch 46 Prozent, was einem Minus von 21 Prozentpunkten entspricht.

Prognose für beide Vorlagen

Zusätzlich zur *Momentaufnahme* weist die Umfrage auch ein *Prognosemodell* aus. Dieses Modell beruht auf historischen Daten von vergangenen Abstimmungen sowie den vorhergehenden Umfragewellen für die aktuellen Abstimmungen. Basierend auf diesem Modell kann der erwartete Ja-Stimmenanteil sowie die Annahmewahrscheinlichkeit geschätzt werden.

Für die **Konzernverantwortungsinitiative** ergibt sich eine Annahmewahrscheinlichkeit von 41 Prozent, weshalb die Annahme als offen bewertet wird. Das bedeutet, dass die Vorlage gemäss dem Modell auf beide Seiten kippen kann - mit einer leichten Bevorzugung einer Ablehnung.

Bei der **Kriegsmaterial-Initiative** beträgt die Annahmewahrscheinlichkeit 13 Prozent, eine Annahme ist deshalb unwahrscheinlich. Das bedeutet, dass die Vorlage gemäss Modell in nur etwas mehr als einem von zehn Fällen angenommen werden sollte. Die erwarteten Ja-Stimmenanteile finden sich im detaillierten Bericht.

Umfassende Umfragen

Die 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfragen 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