

Medienmitteilung

## Abstimmungsumfrage: 57 Prozent für KVI

**Gut sechs Wochen vor der Abstimmung würde eine Mehrheit der Stimmberechtigten die Konzernverantwortungsinitiative (KVI) unterstützen. Knapp in Front liegen auch die Befürworter der Volksinitiative «Für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten»: 52 Prozent sagen derzeit Ja zur Vorlage, wie die erste Welle der 20 Minuten-/Tamedia-Abstimmungsumfrage zeigt.**

Zürich, 16. Oktober 2020 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die erste Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung vom 29. November 2020 durchgeführt. 13'585 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 12. und 13. Oktober online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,4 Prozentpunkten.

### **KVI: Vorsprung für Befürworter**

Laut der ersten Umfrage stösst die Volksinitiative «Für verantwortungsvolle Unternehmen – zum Schutz von Mensch und Umwelt (Konzernverantwortungsinitiative)» in der Stimmbevölkerung auf Anklang: 57 Prozent der Stimmberechtigten sprechen sich derzeit für die Vorlage aus, 41 Prozent wollen diese ablehnen. 2 Prozent machten keine Angaben zu ihren Stimmabsichten.

Die Initiative polarisiert stark zwischen links und rechts. So sagen derzeit über 90 Prozent der Wählerinnen und Wähler der Grünen und der SP Ja zur Initiative, die verlangt, dass Unternehmen mit Sitz in der Schweiz die Menschenrechte und Umweltstandards auch im Ausland respektieren müssen. Dagegen ist die Unterstützung bei den Sympathisanten von FDP und SVP gering (23 bzw. 28 Prozent Ja). Gespalten ist die CVP-Wählerschaft.

Auffällig sind die Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Während 66 Prozent der Stimmbürgerinnen ein Ja auf den Stimmzettel schreiben wollen, will eine knappe Mehrheit von 51 Prozent der Stimmbürger die Vorlage laut der Umfrage ablehnen. Zudem ist die Zustimmung in der Stadt grösser als auf dem Land.

### **Kriegsmaterial-Initiative: Hauchdünner Vorsprung**

Mit einem knappen Vorsprung startet auch die Initiative «Für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten» in den Abstimmungskampf. 52 Prozent sagen derzeit Ja zur

Initiative, 45 Prozent lehnen sie ab. 3 Prozent machten keine Angaben zu ihren Stimmabsichten.

Wie bei der Konzernverantwortungsinitiative verläuft die Konfliktlinie zwischen links und rechts, wobei eine klare Mehrheit der CVP-Wählerinnen und -Wähler das Volksbegehren ablehnt. Die Vorlage geniesst wie die KVI bei weiblichen Stimmberechtigten grössere Sympathien als bei männlichen: 62 Prozent der Frauen, aber nur 40 Prozent der Männer, unterstützen momentan die Initiative.

Das Hauptargument aus Sicht der Befürworter ist, dass Investitionen in Rüstungskonzerne nicht mit der Schweizer Neutralität vereinbar seien. Die Gegner hingegen überzeugt das Argument am meisten, dass die Initiative kaum Einfluss auf den globalen Rüstungsmarkt hätte.

### **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](https://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](mailto: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](http://www.tamedia.ch)