

Zusammenfassung der VOX-Analyse November 2020: Nachbefragung und Analyse zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 29. November 2020

Mit der Konzernverantwortungsinitiative und der Kriegsgeschäfte-Initiative scheiterten bei der Volksabstimmung vom 29. November 2020 zwei Initiativen, die ethisches Verhalten von Unternehmen zur Debatte stellten. Die am Ständemehr gescheiterte Konzernverantwortungsinitiative hat das Volksmehr auch dank Unterstützung aus der politischen Mitte, von Jüngeren und von Frauen erreicht. Fairplay und Ethik in der Geschäftswelt ist ein weit verbreiteter Wunsch. Die Kriegsgeschäfte-Initiative wurde wegen wirtschaftlichen Bedenken mehrheitlich verworfen. Dies belegen die Resultate der Befragung von 3'054 Stimmberechtigten der VOX-Analyse November 2020. Die Studie wurde von gfs.bern durchgeführt und von der Bundeskanzlei finanziert.

Ein knappes Ja zur Konzernverantwortung: Mitte-Links gegen das Nein der Stände Volksinitiative «Für verantwortungsvolle Unternehmen – zum Schutz von Mensch und Umwelt» («Konzernverantwortungsinitiative»)

Die Konzernverantwortungsinitiative ist seit 1955 erst die zweite Volksinitiative, die trotz Volks-Mehr am Ständemehr gescheitert ist. Das Volks-Mehr hat sie erreicht, indem sie neben grossen Teil der Linken auch die Hälfte der politischen Mitte, die Mehrheit der Frauen und die Mehrheit der unter 50jährigen überzeugt hat. Mehr als ein Viertel der CVP und knapp zwei Drittel der GLP genügten, dank sehr starker Unterstützung der Anhängerschaften der SP und der Grünen, für ein Volks-Ja. In den letztlich siegreichen Kantonen dominierten allerdings die Mitte-Rechts-Kräfte. Denn die SVP-Anhängerschaft (85%) und die FDP-Anhängerschaft (81%) verwiesen die Initiative wuchtig. Zudem waren politische Bindungen wirksamer als religiöse: Reformierte und Katholik*innen verwiesen die Initiative mehrheitlich, Konfessionslose stimmten ihr mehrheitlich zu.

Das knappe Volks-Ja war mit einer Werthaltung für mehr staatliche Eingriffe in die Wirtschaft im Generellen und beim Umweltschutz im Spezifischen verbunden. Viele brachten ausserdem mit ihrer Ja-Stimme ein Vertrauen gegenüber Menschenrechtsorganisationen und ein Misstrauen gegenüber internationalen Konzernen mit Sitz in der Schweiz zum Ausdruck: Ein wichtiges Ja-Argument bezog sich auf die bisherigen Erfahrungen, die zeigten würden, dass staatliche Eingriffe nötig seien. Die Stossrichtung der Initiative mit mehr globaler Verantwortung der Konzerne war nicht nur als Ja-Motiv für die meisten Ja-Stimmenden relevant, sogar Nein-Stimmende stimmten diesem Argument mehrheitlich zu. Demnach sind mehr Fairplay und Ethik in der Geschäftswelt wichtig, damit kein Unternehmen auf Kosten der Menschenrechte oder der Umwelt Konkurrenzvorteile erhält.

Die dank den Ständen siegreiche Nein-Seite äusserte Bedenken aus drei Richtungen: Praktisch in gleichem Mass befürchtete sie Umsetzungsprobleme (Bürokratie und Aufwände in den Unternehmen und vom Staat sowie teilweise die Vorteile des Gegenvorschlags) und wirtschaftliche Schäden. Im Hintergrund waren ausserdem Zweifel an der Wirkung bei einem Alleingang respektive der Wirkung auf die Entwicklungsländer relevant. Zudem sahen die Nein-Stimmenden tendenziell eher einen Einfluss der Corona-Krise auf die eigene Entscheidung.

Wirtschaftlich zu heikel und vermutlich mit zu wenig Wirkung Volksinitiative «Für ein Verbot der Finanzierung von Kriegsmaterialproduzenten» («Kriegsgeschäfte-Initiative»)

Die Kriegsgeschäfte-Initiative schlug in dieselbe Kerbe wie die Konzernverantwortungs-Initiative. Sie konnte damit zwar vom Windschatten der anderen Vorlage profitieren, doch insgesamt konnte sie sich nicht durchsetzen: Sie wurde mit 42,6 Prozent «Ja»-Stimmen beim Volk abgelehnt. Trotz der Ablehnung der Kriegsgeschäfte-Initiative hat sie aber dennoch einen relativ hohen Anteil an Ja-Stimmen gesammelt. Denn im Vergleich zu früheren friedenspolitischen Vorlagen wie die Vorlage «für eine Schweiz ohne Armee und für eine umfassende Friedenspolitik» (36% Ja-Anteil) oder die Vorlage «Sparen beim Militär und der Gesamtverteidigung» (38% Ja-Anteil) konnte sie deutlich mehr Personen zu einem Ja bewegen.

Die Ja-Stimmen kamen vor allem von links. Sympathisierende der Grünen sowie der SP, die stark mobilisiert werden konnten, haben mit einer grossen Mehrheit ein «Ja» eingelegt. Mitte- und Rechts-Sympathisierende hatten hingegen sehr häufig ein «Nein» eingelegt und gaben damit den Ausschlag. Einzig GLP-Sympathisierende waren gespalten: Sie haben zu 50 Prozent ein «Ja» eingeworfen. Ähnliches zeigt sich bei den Ja-Stimmen den hinsichtlich ihrem Vertrauen in die Gesellschaft Schweiz ohne Armee (GSoA) und in die Schweizerische Nationalbank (SNB): Je eher jemand der GSoA vertraut respektive je weniger jemand der SNB vertraut, desto eher hat er*sie für die Kriegsgeschäfte-Initiative gestimmt.

Inhaltlich haben die ethischen Anliegen der Kriegsgeschäfte-Initiative zwar mehrheitlich positives Echo in der Stimmbevölkerung ausgelöst, aber aufgrund der zu geringen Wirkung und den negativen wirtschaftlichen Folgen zu wenig überzeugt. Zum Beispiel war eine grosse Mehrheit mit der Aussage einverstanden, dass mit Schweizer Pensionskassengeld kein Material produziert werden dürfte, das Menschen tötet, aber andererseits würde bei einem Rückzug der Schweizer Investitionen andere Akteure diese Lücke füllen, wodurch die Schweiz keine Kriege verhindern könne und finanziell geschwächt würde.

Zusatzmobilisierung junger Frauen, hohe Teilnahmewerte links der Mitte Die Beteiligung

Am eidgenössischen Urnengang vom 29. November 2020 nahmen wie üblich politisch interessierte und an ein bestimmtes Lager gebundene, eher gut situierte Stimmberechtigte eher teil. Aussergewöhnlich zeigt sich die hohe Mobilisierung im linken politischen Lager und bei jungen Frauen, was einen Teil der leicht erhöhten Stimmabstimmung erklärt.

Über die Studie

Das VOX-Projekt heute

Nach jeder eidgenössischen Abstimmung führt gfs.bern im Auftrag der Bundeskanzlei eine repräsentative Umfrage durch und befragt rund 3'000 zufällig ausgewählte Stimmberechtigte. Es interessieren die Motive für und gegen die Teilnahme und für die Entscheide der Stimmberechtigten. Im Vorfeld jeder Abstimmung erstellt gfs.bern in Zusammenarbeit mit Dr. Sébastien Salerno den Fragebogen für die VOX-Umfrage. Das Rückgrat dieses Fragebogens bilden die Fragebogen früherer VOX-/VOTO-Nachanalysen. Um den Wert der Datenreihe zu erhalten, werden nur vorlagenspezifische Fragen (z.B. Argumente für oder gegen eine Vorlage) jedes Mal neu formuliert. Die Ausarbeitung des Fragebogens liegt ausschliesslich in der Kompetenz von gfs.bern.

Seit November 2020 wird die Befragung online und auf Papierfragebogen durchgeführt. Zuvor wurden die Daten telefonisch bei jeweils 1'500 Stimmberechtigten erhoben. Inhaltlich stehen Fragen zur Abstimmungsteilnahme, den Stimmentscheiden und den Argumenten im Zentrum. Darüber hinaus werden Werthaltungen und Angaben zur Mediennutzung bei Abstimmungen erfragt. Den Abschluss jeder Befragung bilden statistische Fragen (z.B. Bildungs- und Zivilstand, Herkunft, Wohnverhältnisse etc.), weil man um die Wichtigkeit solcher Variablen für politisches Entscheiderverhalten weiß.

Nach Abschluss der Befragung werden sämtliche Daten anonymisiert. Weder Namen, noch Adressen oder Geburtsdaten sind im Datensatz für die Analyse verfügbar. Die Kontaktdata der Studienteilnehmer*innen werden nach Abschluss der Befragung gelöscht. Rückschlüsse auf einzelne Personen sind daher nicht möglich. Die Daten werden in anonymisierter Form veröffentlicht und können bei [Swissvotes](#) frei heruntergeladen werden. Das gilt auch für alle alten VOX-Datensätze und VOX-Berichte.

Wer finanziert die VOX-Studien?

Die Schweizerische Bundeskanzlei finanziert die VOX-Studien. Sie hat im Namen des Bundesrates eine öffentliche Ausschreibung gemacht und daraufhin das Forschungsinstitut gfs.bern beauftragt, die Umfragen für die laufende Legislatur durchzuführen.

Weitere Informationen finden sich auf vox.gfsbern.ch

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
CH – 3011 Bern
+41 31 311 08 06
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

SWISS INSIGHTS
Institute Member

(**gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.