

Medienmitteilung

Schwerer Stand für die AHV-Zusatzfinanzierung und die Fairness-Initiative

Rund sieben Wochen vor den Abstimmungen vom 29. November 2026 sprechen sich 36 Prozent der Stimmberechtigten für die Erhöhung der Mehrwertsteuer zur Finanzierung der 13. AHV-Rente aus. 38 Prozent wollen die Fairness-Initiative der Mitte annehmen. Beim Kriegsmaterialgesetz zeichnet sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen ab, während zurzeit 68 Prozent die Feuerwerksinitiative unterstützen.

Zürich, 14. Oktober 2026 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die erste Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmungen vom 29. November 2026 durchgeführt. 11'239 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 7. und 8. Oktober online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,6 Prozentpunkten.

Mehrheit gegen die AHV-Zusatzfinanzierung

Die Erhöhung der Mehrwertsteuer für die Finanzierung der 13. AHV-Rente wird zum aktuellen Zeitpunkt deutlich abgelehnt: Lediglich 36 Prozent der Stimmberechtigten sprechen sich dafür aus (bei 60 Prozent Nein und 4 Prozent Unentschiedenen). Sie wird von der Wählerschaft keiner Partei mehrheitlich unterstützt. Am tiefsten ist die Zustimmung bei der SVP (20 Prozent Ja) und der FDP (34 Prozent Ja), während die Nein-Stimmen auch bei den Wählerinnen und Wählern der Grünen, Mitte und GLP zahlreicher sind als die Ja-Stimmen. Nur bei der Basis der SP ist die Unterstützung mit 49 Prozent Ja etwas höher als die Ablehnung (45 Prozent Nein). Mit 27 Prozent ist die Zustimmung in der jüngsten Altersgruppe am tiefsten, steigt jedoch mit zunehmendem Alter deutlich an und erreicht 46 Prozent bei den über 65-Jährigen. Wie bei allen vier Vorlagen sind die Anteile der «Eher Ja»- und «Eher Nein»-Antworten hoch, was auf eine noch wenig fortgeschrittene Meinungsbildung hindeutet.

Die Befürworterinnen und Befürworter überzeugt vor allem ein Argument: Eine Erhöhung der Mehrwertsteuer sei gerecht, denn so würden nicht nur Erwerbstätige, sondern auch Rentnerinnen und Rentner, Unternehmen sowie ausländische Gäste zur Finanzierung

beitragen. Die Gegnerschaft ist insbesondere wegen zweier Argumente skeptisch: Eine Mehrwertsteuererhöhung verteuere zahlreiche Waren und Dienstleistungen und schmälere damit die Kaufkraft, besonders des Mittelstandes und von Haushalten mit kleinem Budget (38 Prozent). Etwa gleich viele Nein-Stimmende (35 Prozent) begründen ihre Ablehnung damit, dass es bessere Finanzierungsmöglichkeiten gäbe, als ständig die Mehrwertsteuer zu erhöhen.

Feuerwerksinitiative mit breiter Unterstützung

Wie oft bei Initiativen startet auch die Feuerwerksinitiative mit Wohlwollen in der Stimmbevölkerung: Der Ja-Anteil liegt bei 68 Prozent (30 Prozent Nein, 2 Prozent Unentschiedene), bei Frauen sogar bei 75 Prozent verglichen mit 60 Prozent bei den Männern. Die Unterstützung ist im links-grünen Lager am höchsten (SP 82 Prozent Ja, GPS 91 Prozent Ja), etwas tiefer bei den Wählenden der GLP und Mitte (79 Prozent und 68 Prozent Ja) und am tiefsten im Lager der SVP und FDP (53 Prozent und 55 Prozent Ja). Die Zustimmung nimmt mit steigendem Alter zu.

Für die Befürwortenden sticht ein Argument hervor: Die Knallerei versetze Haus-, Nutz- und Wildtiere in Panik und Dauerstress, und Fluchtreaktionen könnten zum Entlaufen, zu Verletzungen oder gar zum Tod der Tiere führen (43 Prozent). Die Gegnerinnen und Gegner meinen dagegen, das Zünden von Feuerwerk am 1. August oder an Silvester, aber auch an Stadt- und Vereinsfesten, sei ein fester Bestandteil der Schweizer Kultur und Festtagstradition (38 Prozent). Zudem seien die bestehenden Regeln ausreichend, weil Kantone und Gemeinden den Verkauf und die Verwendung von Feuerwerk bereits heute zeitlich, örtlich oder über Bewilligungen einschränken können (37 Prozent).

Wenig Zustimmung für Fairness-Initiative

Zum aktuellen Zeitpunkt wird die Neuauflage der Heiratsstrafeninitiative der Mitte von 38 Prozent der Stimmbevölkerung unterstützt, 51 Prozent lehnen das Anliegen ab und 11 Prozent machen noch keine Angabe zu ihrer Stimmabsicht. Die Wählerinnen und Wähler der Mitte und der SVP stimmen der Initiative mit 50 Prozent und 48 Prozent zu (bei 40 Prozent und 41 Prozent Nein), während die Sympathisantinnen und Sympathisanten der SP, GLP und GPS das Anliegen sehr deutlich ablehnen (65 Prozent, 68 Prozent und 64 Prozent Nein, bei nur 24 Prozent, 25 Prozent und 25 Prozent Ja). Auch die Wählenden der FDP sind mit 54 Prozent gegen die Initiative (bei 36 Prozent Ja). Der Anteil der Unentschiedenen ist bei allen Parteien relativ gross. Die Zustimmung ist etwas höher bei Männern und auf dem Land (jeweils 41 Prozent Ja) im Vergleich zu Frauen (35 Prozent Ja) und der Stadt (34 Prozent Ja) und sinkt mit höherem Bildungsniveau und Einkommen.

Die Befürworterinnen und Befürworter überzeugen zwei Argumente: Zum einen sollten Ehepaare bei der direkten Bundessteuer nie mehr bezahlen als vergleichbare unverheiratete Paare (36 Prozent), zum anderen müssten sie nur eine Steuererklärung ausfüllen statt zwei wie bei der Individualbesteuerung. Das verringere auch den administrativen Aufwand der Behörden (33 Prozent). Die Gegnerschaft verweist insbesondere auf die erfolgreiche

Abstimmung zur Individualbesteuerung (57 Prozent) und meint, dass es eine Zwängerei sei, im selben Jahr noch einmal darüber abzustimmen.

Knappes Rennen beim Kriegsmaterialgesetz

Das Kriegsmaterialgesetz wird aktuell von 44 Prozent der Stimmbevölkerung unterstützt, 47 Prozent sind dagegen und 9 Prozent machen noch keine Angabe zu ihrem Stimmverhalten. Ein sehr grosser Unterschied in der Stimmabsicht zeigt sich bei den Geschlechtern: Nur 31 Prozent der Frauen wollen Ja stimmen, bei den Männern sind es 55 Prozent. Die Unterschiede nach Parteien sind auch ausgeprägt: Die Wählenden der Grünen und der SP lehnen das Gesetz klar ab (19 Prozent bzw. 24 Prozent Ja). Die Basis der SVP ist noch unentschieden (45 Prozent Ja versus 47 Prozent Nein), während sich die Wählenden der GLP, Mitte und FDP mehrheitlich für das Kriegsmaterialgesetz aussprechen (53 Prozent, 55 Prozent bzw. 64 Prozent Ja). Die Zustimmung ist auf dem Land (45 Prozent Ja) und in der Agglomeration (46 Prozent Ja) höher als in der Stadt (38 Prozent Ja) und steigt mit zunehmendem Alter sowie zunehmendem Einkommen.

Für die meisten Befürwortenden geht es darum, die eigene Verteidigungsfähigkeit zu erhalten: Die Schweiz brauche eine eigene Rüstungsindustrie. Doch die aktuellen Exportregeln seien so streng, dass künftig weniger in der Schweiz eingekauft werden könnte (30 Prozent). Bei der Gegnerschaft überwiegt ein Argument sehr deutlich, nämlich dass Exporte in Staaten, die sich in einem bewaffneten Konflikt befinden, neu möglich wären und es einfacher würde, in Länder zu liefern, in denen die Menschenrechte systematisch verletzt werden (41 Prozent).

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: tio.ch/20 Minuti

Kontakt

Franziska Lurk, Kommunikation Tamedia

kommunikation@tamedia.ch

Über die 20 Minuten Gruppe

20 Minuten wurde Ende 1999 als Pendlerzeitung für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert und hat sich rasch zur reichweitenstärksten digitalen Medienmarke in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. 20 Minuten macht Journalismus, der Menschen zusammenbringt, und bietet – kompakt auf einer Plattform – den perfekten Content-Mix mit allem, was die Menschen in der Schweiz bewegt, betrifft und bereichert. 20 Minuten bietet News aus der Schweiz und der Welt, Sport, Unterhaltung und Inspiration sowie einen rege genutzten Community-Bereich. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll und ausgewogen, damit sich die Leserinnen und Leser ihre eigene Meinung bilden können.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 Minutes und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligungen tio.ch / 20 Minuti im Tessin und L'essentiel in Luxemburg.

www.20minuten.ch

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1.300 Mitarbeitende in der Deutschschweiz und der Romandie 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 (ZRZ). Darüber hinaus gehören auch Zeitungsdruckereien und eine eigene Vermarktungseinheit zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.

www.tamedia.ch