

Medienmitteilung

Wenig Unterstützung für Zukunfts-Initiative, knappe Mehrheit für Service-citoyen-Initiative

Sieben Wochen vor den Abstimmungen vom 30. November 2025 liegt die Zustimmung für die Service-citoyen-Initiative bei 51 Prozent. Zur Zukunfts-Initiative sagen 31 Prozent Ja.

Zürich, 15. Oktober 2025 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die erste Welle der titelübergreifenden Umfrage im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung vom 30. November 2025 durchgeführt. 11'178 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 8. und 9. Oktober online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,6 Punkten Prozentpunkten.

Frauen mehrheitlich gegen Service-citoyen-Initiative

Die Service-citoyen-Initiative wird von einer sehr knappen Mehrheit der Stimmberechtigten unterstützt (51 Prozent Ja bei 44 Prozent Nein und 5 Prozent Unentschiedene). Der Anteil an «eher Ja»- und «eher Nein»-Antworten ist aber sehr hoch, was auf einen tiefen Wissensstand und eine wenig fortgeschrittene Meinungsbildung hindeutet. Typischerweise sinkt bei Initiativen mit dieser Ausgangslage die Unterstützung im Verlauf der Abstimmungskampagnen. Die Vorlage wird von der Anhängerschaft der Grünen, GLP, Mitte und FDP unterstützt. Die parteipolitischen Unterschiede entsprechen in dieser Frage nicht den üblichen Konfliktmustern. Deutliche Unterschiede zeigen sich zwischen den Geschlechtern. Da heute nur Männer dienstpflchtig sind, betrifft die Forderung der Initiative insbesondere die Frauen. Entsprechend befürworten 60 Prozent der Männer die Initiative, während nur 42 Prozent der Frauen zustimmen.

Die Gegnerschaft der Vorlage überzeugt primär folgendes Argument: Da Frauen bereits heute einen grossen Teil der unbezahlten Care-Arbeit leisten, würde die Dienstpflicht für Frauen deren Mehrfachbelastung zusätzlich erhöhen (39 Prozent). Die Befürwortenden überzeugen zwei Argumente am stärksten: Zum einen fördere ein Einsatz für die Allgemeinheit und die Arbeit mit anderen Menschen den sozialen Zusammenhalt und stärke die Schweizer Demokratie (33 Prozent). Zum anderen Sorge die Initiative für aktiv gelebte Gleichstellung,

indem sie es auch bisher Ausgeschlossenen wie Frauen oder «Untauglichen» ermögliche, einen Beitrag zu leisten (30 Prozent).

Klare Ablehnung der Zukunfts-Initiative

Bei der Initiative für eine Zukunft ist das Anliegen bereits weitgehend klar und es lässt sich politisch klar verorten. Die Vorlage wird von einer deutlichen Mehrheit der Wählerschaft der Grünen und der SP unterstützt (77 Prozent bzw. 70 Prozent Ja). Umgekehrt wird sie von den bürgerlichen Wählenden klar abgelehnt, wobei sich die Zustimmungswerte bei der FDP- und SVP-Basis in einem sehr tiefen Bereich bewegen (8 Prozent bzw. 11 Prozent Ja), bei der Mitte und der GLP liegen die Ja-Anteile bei 17 Prozent und 30 Prozent.

Auch beim Alter, Geschlecht, Wohnort und Einkommen zeigen sich deutliche Unterschiede in der Stimmabsicht. Personen mit tiefem Einkommen unterstützen die Initiative für eine Zukunft am stärksten (36 Prozent Ja). Bei den Spitzenverdienenden ist die Ablehnung am ausgeprägtesten (nur 22 Prozent Ja). Zudem hat die Initiative einen relativ grossen Rückhalt bei der jüngsten Gruppe (43 Prozent Ja), während die Ablehnung bei der ältesten Altersgruppe am grössten ist (73 Prozent Nein). Höher ist die Zustimmung auch bei den Stimmberechtigten in der Stadt (39 Prozent Ja) und bei den Frauen (35 Prozent Ja), im Vergleich zum Land (27 Prozent Ja) und den Männern (28 Prozent Ja).

Für die Befürwortenden steht das Argument im Zentrum, dass die Initiative für eine Zukunft die Vermögensungleichheit bekämpfe, indem sie die Profiteure unseres Wirtschaftssystems, die für die Klimakrise verantwortlich seien, zur Kasse bitte (41 Prozent). Die Gegnerschaft befürchtet insbesondere, dass die Initiative den Wirtschaftsstandort Schweiz schwäche und Arbeitsplätze gefährde, weil Vermögen oft in Familienunternehmen liegen und die Steuer daher Unternehmer zum Verkauf ins Ausland zwingen würde (46 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: 20 minuti

Kontakt

Franziska Lurk, Kommunikation Tamedia

kommunikation@tamedia.ch

Über die 20 Minuten Gruppe

Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zur reichweitenstärksten Schweizer Medienmarke mit Präsenz in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. News aus der Schweiz und der Welt, Unterhaltung und Inspiration: 20 Minuten erzählt Geschichten, die für Gesprächsstoff sorgen. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll, neutral und kostenlos überall verfügbar. Auf den digitalen Kanälen sowie auf Social Media bietet 20 Minuten eine breite Palette multimedialer Inhalte.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligung L'essentiel in Luxemburg.

www.20minuten.ch

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1400 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. Darüber hinaus gehören die zwei grössten Zeitungsdruckereien der Schweiz zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.

www.tamedia.ch