

Medienmitteilung

20 Minuten und Tamedia veröffentlichen zweite Umfrage zu den eidgenössischen Wahlen 2023

Rund ein Jahr vor den eidgenössischen Wahlen 2023 zeigt die zweite Wahlumfrage von 20 Minuten und Tamedia, dass die FDP und die Grünliberalen an Zustimmung gewonnen haben. Verloren haben hingegen die Grünen. Häufiger Grund für den Parteiwechsel: Die andere Partei hat bessere Antworten auf aktuelle politische Herausforderungen.

Zürich, 26. August 2022 – 20 Minuten und Tamedia haben auf ihren Newsportalen die zweite von insgesamt fünf titelübergreifenden Wahlumfragen im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen vom 22. Oktober 2023 durchgeführt. 26'298 Personen aus der ganzen Schweiz haben am 15. und 16. August 2022 online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,1 Prozentpunkten.

FDP und Grünliberale legen zu, Grüne können ihren Erfolg nicht halten

Gemäss der zweiten Wahlumfrage von 20 Minuten und Tamedia können die Grünliberalen und die FDP ihre Wahlanteile um 1,4 beziehungsweise 1,3 Prozentpunkte steigern. Stand heute kann die FDP somit die Verluste von 2019 korrigieren und die GLP wächst weiter, auf nun 9,2 Prozent. Die Grünen können ihren historischen Wahlerfolg von 2019 nicht wiederholen und erreichen einen Wähleranteil von 11,8 Prozent (was einem Verlust von 1,4 Prozentpunkten entspricht). Die Verschiebungen bei den anderen Parteien (SP, SVP, Mitte) sind innerhalb des statistischen Fehlerbereichs. Insgesamt deuten die Resultate der Umfrage auf leichte Korrekturen hin, aber nicht auf grössere Verschiebungen.

Nach der zweiten Umfrage-Welle kommt die FDP neu auf 16,4 Prozent Wähleranteil, die GLP kommt auf 9,2. Bei beiden Parteien ist der Anteil der Männer, die sie wählen, grösser als der Anteil der Frauen. So wählen 19 Prozent der Männer die FDP, 14 Prozent sind es bei den Frauen. 11 Prozent der befragten Männer gaben an, die Grünliberalen zu wählen und 8 Prozent der Frauen wollen GLP wählen. Bei Grüne und SP ist es umgekehrt: Dort ist der Frauen-Anteil in der Wählerschaft höher.

Wähleranteil steigt mit Einkommen

Bei den Altersgruppen sind es die über 65-Jährigen, die am stärksten Sympathie für die FDP zeigen (19 Prozent) sowie die unter 34-Jährigen (17 Prozent). Bei den 35- bis 64-Jährigen ist die Zustimmung ein wenig tiefer (15 beziehungsweise 14 Prozent). Die Grünliberalen sind über alle befragten Altersgruppen hinweg ungefähr gleich beliebt.

Die FDP wie auch die Grünliberalen sind klar Parteien, die bei Besserverdienenden gut ankommen: Je höher das Einkommen, desto höher der Wähleranteil. Bei den Personen mit weniger als 3000 Franken Einkommen ist der Wähleranteil der FDP bei 11 Prozent, bei jenen mit über 11'000 Franken Monatslohn wählen 25 Prozent die FDP. Dasselbe gilt für die Grünliberalen. Die unterste Einkommensstufe wählt zu fünf Prozent grünliberal, die höchste mit 14 Prozent.

Umfassende Umfragen

Die 20 Minuten-/Tamedia-Wahl- und 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. In einem mehrstufigen Verfahren werden die Antworten auf ihre Plausibilität überprüft. Dabei werden in der Regel rund 15 Prozent der Teilnahmen vorsorglich aussortiert, wenn eines oder mehrere Warnelemente gegeben sind. Die Resultate werden jeweils umgehend ausgewertet, damit die Tageszeitungen und Newsplattformen von 20 Minuten und Tamedia 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

Florian Näf, Communications and Public Affairs Manager, TX Group
+41 76 211 95 02, florian.naef@tx.group

Über 20 Minuten

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. Werktags in acht gedruckten Lokalausgaben und digital rund um die Uhr informiert und unterhält 20 Minuten mit Geschichten aus Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Sport, Unterhaltung und Lifestyle. Auf den digitalen Kanälen sowie auf Social Media bietet 20 Minuten eine breite Palette multimedialer Inhalte. 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 und Heute in Österreich).

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 drei grössten Zeitungsdruckereien der Schweiz zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.

www.tamedia.ch