

Medienmitteilung vom 27.02.2023

## 20 Minuten und Tamedia veröffentlichen dritte Umfrage zu den eidgenössischen Wahlen 2023

**Rund sieben Monate vor den eidgenössischen Wahlen 2023 zeigt die zweite Wahlumfrage von 20 Minuten und Tamedia, dass die SVP an Zustimmung gewonnen hat. Verloren haben dagegen die Grünen. Die Veränderungen in den Wahlabsichten dürften stark durch die aktuelle Themenkonjunktur geprägt sein. Migration, Zuwanderung und Asylwesen haben an Bedeutung gewonnen, der Klimawandel verloren.**

Zürich, 27. Februar 2023 – 20 Minuten und Tamedia haben in Zusammenarbeit mit LeeWas auf ihren Newsportalen die dritte von insgesamt fünf titelübergreifenden Wahlumfragen im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen vom 22. Oktober 2023 durchgeführt. 27'668 Personen aus der ganzen Schweiz haben vom 15. und 17. Februar 2023 online an der Umfrage teilgenommen. Der Fehlerbereich liegt bei 1,0 Prozentpunkten.

### **Die SVP legt neu zu, die Grünen verlieren**

Gemäss der dritten Wahlumfrage von Tamedia und 20 Minuten kann die SVP ihren Wähleranteil um 1,9 Prozentpunkte steigern. Die Grünen verzeichnen hingegen einen Verlust von 2,1 Prozentpunkten. Die Veränderungen in den Wahlabsichten dürften stark durch die aktuelle Themenkonjunktur geprägt sein. Während die Themen Migration, Zuwanderung und Asylwesen gegenüber der 2. Wahlumfrage vom August 2022 stark an Bedeutung gewannen (um je plus 10 Prozentpunkte), nennen aktuell nur noch 43 Prozent den Klimawandel als eines der drängendsten Probleme (im Vergleich zu 56 Prozent im August 2022).

Diese wandelnde Problemwahrnehmung erklärt, weshalb die SVP einen Teil ihrer bei den eidgenössischen Wahlen 2019 erlittenen Verluste von damals minus 3,8 Prozent-Punkten wieder wettmachen kann. Derweil verlieren die Grünen einen Teil ihres hohen Zuwachses von 2019, der sich auf plus 6,1 Prozent-Punkte belief. Weiter können die FDP und GLP in der dritten Wahlumfrage im Vergleich zur zweiten Wahlumfrage nicht mehr im selben Masse zulegen.

### **Drängendste Probleme: Migration verdrängt Klimawandel**

Aus Sicht der Wahlbevölkerung sind die Gesundheitskosten nach wie vor das mit Abstand drängendste Problem. Gegenüber der zweiten Wahlumfrage vom August 2022 nennen in der dritten Wahlumfrage unverändert 67 Prozent der Wählerinnen und Wähler die Gesundheitskosten als eines der drängendsten Probleme. Platz 2 belegt die Altersvorsorge/Renten (55 Prozent), wobei die Dringlichkeit gegenüber der zweiten Wahlumfrage um 5 Prozentpunkte abgenommen hat. Augenfällig ist insbesondere der starke Bedeutungsgewinn des Themas Migration und Zuwanderung (plus 10 Prozentpunkte), das neu auf Platz 3 liegt mit 48 Prozent. In der Problemwahrnehmung der Wählerinnen und Wähler hat Migration und Zuwanderung den Klimawandel verdrängt, der auf Platz 5 zurückfällt (minus 13 Prozentpunkte). An Zugkraft verliert auch das Verhältnis zur EU (minus 7 Prozent-Punkte). Ein neues Top-Problem ist hingegen die in der dritten Wahlumfrage erstmals abgefragte Energieversorgung (Platz 4 mit 46 Prozent Nennungen).

Insgesamt legt die dritte Wahlumfrage eine Verschiebung in der Problemwahrnehmung nahe: weg vom Klimawandel hin zu Migration und Zuwanderung, wobei die sozialen und finanziellen Fragen rund um die Gesundheitskosten und die Altersvorsorge/Rente weiterhin klar dominieren. Dieser Befund gilt parteiübergreifend. So nennen die Wählerschaften von FDP, Mitte und SP die Gesundheitskosten als Top-Thema. Auch bei den Wählerinnen und Wählern von GPS, GLP und SVP rangieren die Gesundheitskosten unter den Top-5-Problemen. Mit Ausnahme der GLP-Wählerschaft sind auch die Altersvorsorge/Renten bei den Wählerinnen und Wählern aller Parteien ein Top-5-Problem. Unterschiede zwischen den Wählerschaften bestehen hingegen bei den Themen Klimawandel und Migration/Zuwanderung. Während der Klimawandel für GPS- und GLP-Wählerinnen und -Wählern weiterhin das Topthema bleibt (85 Prozent bzw. 71 Prozent), ist es bei den SVP-Wählerinnen und -Wählern die Migration/Zuwanderung (81 Prozent).

### **Der SVP wird beim Thema Migration höchste Kompetenz zugestanden**

In der dritten Wahlumfrage wurde erstmals auch die Themenkompetenz der Parteien erhoben. Dies erlaubt Aussagen dazu, welche Parteien aus Sicht der Wählerschaft am besten geeignet sind, die Top-Probleme anzugehen. Natürlich sind die Kompetenzzuschreibungen durch die eigene Parteisympathien mitgeprägt. So wird bspw. eine FDP-Wählerin oder ein FDP-Wähler die FDP auch als am kompetentesten dafür erachten, ein drängendes Problem anzugehen. Trotz dieser Einschränkung gibt es interessante Unterschiede zwischen den Problembereichen über die Beurteilungen der eigenen Parteibasis hinaus.

Bei den Gesundheitskosten setzt die Wählerschaft insbesondere auf die SP und die Mitte. Beide Parteien haben in diesem Bereich auch erfolgreich Volksinitiativen eingereicht. Ebenfalls erachten die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger beim Topthema der Altersvorsorge/Renten die Zusammenarbeit zwischen SP und Mitte als erfolgversprechende «Problemlösekoalition». In der Migration und Zuwanderung ist es hingegen die SVP, deren Themenkompetenz weit über die eigene Parteigrenze hinaus strahlt. Ganze 47 Prozent der Wählerschaft erachten die SVP als die geeignetste Partei in diesem Themenbereich.

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