

APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 13. Juni 2021

Zwischenstand vom 03.06.2021

Anja Heidelberger und Marc Bühlmann, 03.06.2021

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Danksagung

Die Autorin und der Autor der vorliegenden Studie bedanken sich beim APS-Team für die aufwändige Sicherstellung und Codierung der Zeitungsartikel und Inserate: Marco Ackermann, Amando Ammann, Mathias Buchwalder, Bernadette Flückiger, Karin Frick, Marlène Gerber, Giada Gianola, Melike Gökce, Christian Gsteiger, Elia Heer, Diane Porcellana, Joëlle Schneuwly, Karel Ziehli und Guillaume Zumofen.

Bevorzugte Zitierweise

Heidelberger, Anja und Marc Bühlmann (2021). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 13. Juni 2021. Zwischenstand vom 03.06.2021. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Auswertung von Année Politique Suisse zu den Abstimmungen vom 13. Juni 2021, elf Tage vor dem Urnengang, zeigt überaus starke Inseratekampagnen zum CO₂-Gesetz und zur Trinkwasser- und Pestizidinitiative. Beim CO₂-Gesetz dominieren die Inserate der Befürwortenden deutlich, bei den Initiativen schalten die Gegnerinnen und Gegner mehr Inserate – wobei die Gegnerschaft hier davon profitiert, dass sie beide Vorlagen in denselben Inseraten zur Ablehnung empfehlen kann. Anhand der Kampagne der Befürworterseite wird hingegen deutlich, dass die zwei Initiativen durchaus unterschiedliche Inhalte haben. Kaum Aufmerksamkeit in den Inseratespalten erhalten das Covid-19-Gesetz und das Anti-Terror-Gesetz.

Die Analyse der Berichterstattung in den Medien zeigt ein ähnliches Bild: Über Klimapolitik und das CO₂-Gesetz wird häufiger berichtet als über die beiden Initiativen. Im Vergleich zu 2020 und 2019, als Trinkwasser oder Pestizide in den Printmedien kaum Erwähnung fanden, zeigt sich die anstehende Abstimmung allerdings als starke Treiberin der Diskussionen zu diesen beiden Themen – direkte Demokratie führt zu Diskussionen über ansonsten kaum beachtete politische Probleme. Am wenigsten wird über das Anti-Terror-Gesetz berichtet. Es zeigen sich zudem sprachregionale Unterschiede: In der Romandie und im Tessin findet sich eine ausgedehntere Berichterstattung über die Abstimmungsthemen aller Vorlagen als in der Deutschschweiz.

ANALYSE DER INSERATE SOWIE DER BERICHTERSTATTUNG DURCH ANNÉE POLITIQUE SUISSE

Seit 2013 untersucht Année Politique Suisse an der Universität Bern die Kampagnentätigkeit im Vorfeld eidgenössischer Abstimmungen. Konkret werden Zeitungsinserte aus 51 Printmedien während acht Wochen vor dem Abstimmungstermin gesammelt und analysiert. Die bisher zwischen 2013 und 2021 erfassten 78 Inseratekampagnen können miteinander verglichen werden.

Anfang 2019 hat Année Politique Suisse den Fokus von den Inseraten auf die redaktionelle Berichterstattung in den Zeitungen erweitert. Grundlage dazu bietet die Zeitungsausschnittsdokumentation, die Année Politique Suisse seit 1965 pflegt: Aus 35 Tages- und Wochenzeitungen werden alle Zeitungsartikel mit Bezug zur Schweizer Politik nach einem ausgeklügelten, rund 250 Themen umfassenden System klassiert (ca. 500 Artikel pro Woche). Damit lassen sich der Einfluss der direkten Demokratie auf die redaktionelle Themenkonjunktur und die Schwerpunktsetzung der Printmedien aufzeigen.

Beide Analysen wurden für die am 13. Juni 2021 zur Abstimmung stehenden Vorlagen durchgeführt: für die Volksinitiativen «für sauberes Trinkwasser und gesunde Nahrung (Trinkwasserinitiative)» und «Für eine Schweiz ohne synthetische Pestizide (Pestizidinitiative)» sowie für die fakultativen Referenden zum Bundesgesetz über polizeiliche Massnahmen zur Bekämpfung von Terrorismus (PMT; Anti-Terror-Gesetz), zum CO₂-Gesetz und zum Covid-19-Gesetz.

Sehr starke Kampagnen zu den drei Umweltvorlagen

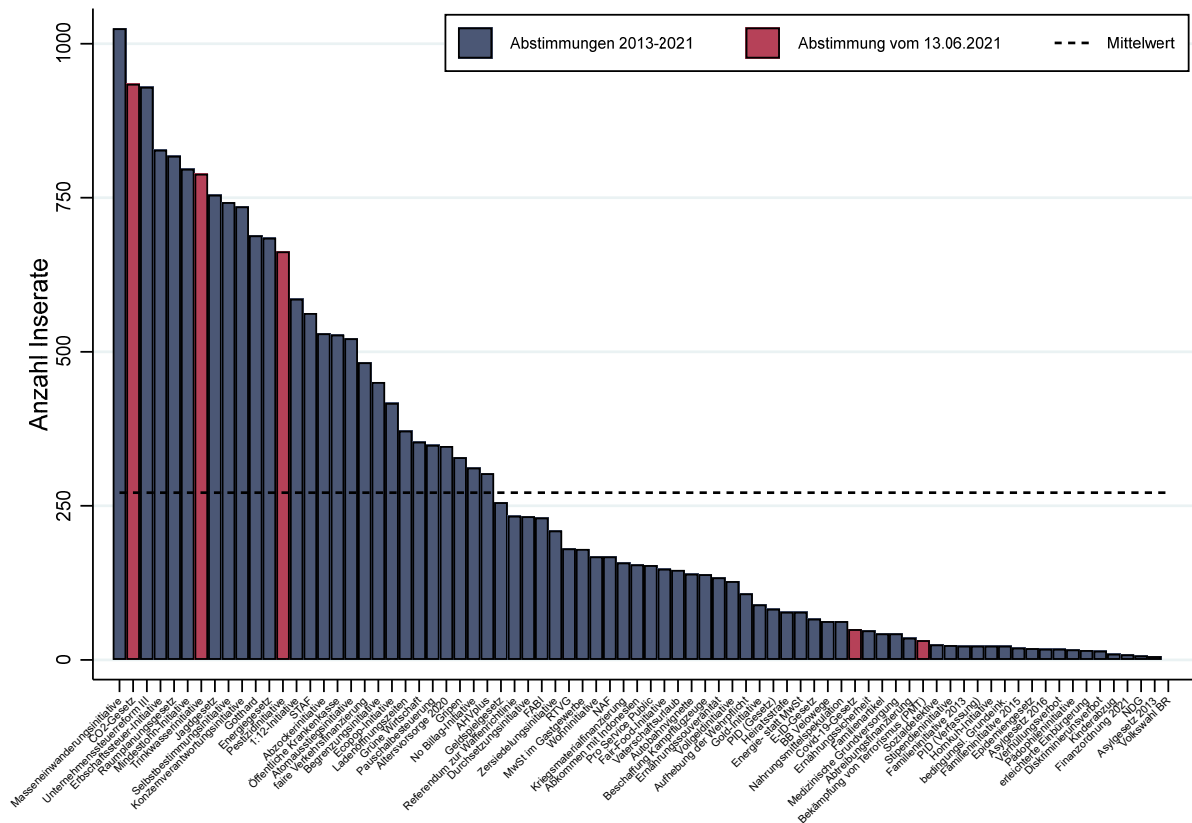
SILBERMEDAILLIE FÜR DIE KAMPAGNE ZUM CO₂-GESETZ

Beinahe hätte die Kampagne zum CO₂-Gesetz mit total 935 Inseraten einen neuen Rekord in unserer Inseratesammlung zur Anzahl Inserate seit 2013 aufgestellt. Lediglich bei der Masseneinwanderungsinitiative (1025) wurden im selben Zeitraum mehr Inserate gezählt (Abbildung 1).

KNAPP KEIN PODESTPLATZ FÜR DIE BEIDEN INITIATIVEN

Ebenfalls ausserordentlich viele Inserate können zur Trinkwasserinitiative und zur Pestizidinitiative gezählt werden. In 789 respektive 663 Inseraten wurden die beiden Initiativen beworben. Auch sie befinden sich damit auf Spitzenpositionen. Jedoch wurden für beide Vorlagen zusammen effektiv nur 839 Inserate publiziert – die Gegnerinnen und Gegner bekämpften beide Initiativen fast immer gemeinsam. Es liessen sich kaum Inserate finden, die nur eine Initiative kritisierten. Umgekehrt führen die beiden Pro-Komitees unabhängige Kampagnen zu beiden Vorlagen, weshalb sich die meisten befürwortenden Inserate für jeweils eines der beiden Anliegen stark machen. Es gibt aber zwei Komitees, die mit «2x Ja» oder gar «3x Ja» werben, wobei bei letzterem auch das CO₂-Gesetz zur Annahme empfohlen wurde.¹

ABB. 1: ANZAHL INSERATE IM VERGLEICH (2013–2021, STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



¹ APS zählt Inserate, in denen mehrere Vorlagen beworben werden, pro Vorlage. Dies kommt in der Regel sehr selten vor, ist aber bei den Pestizid- bzw. Trinkwasserinitiativen systematisch der Fall.

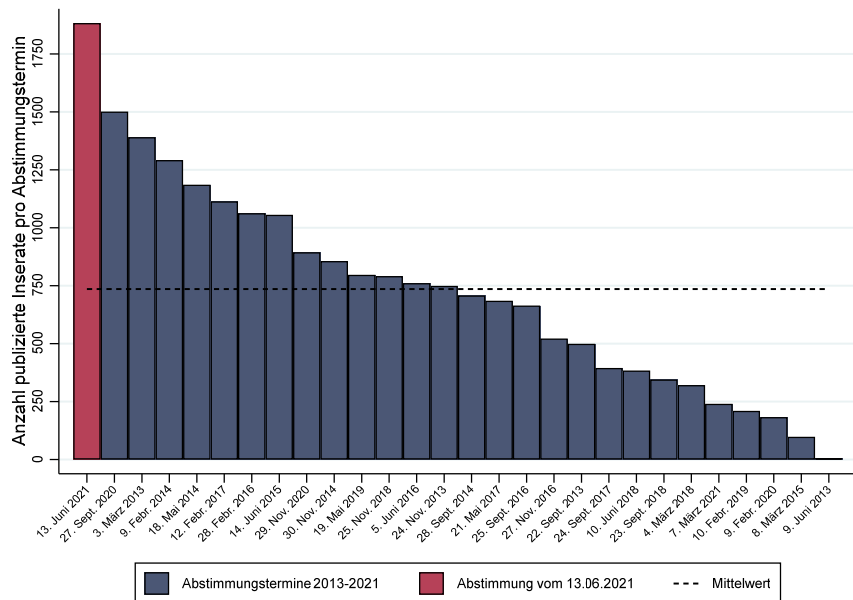
SEHR SCHWACHE KAMPAGNEN ZUM ZUM COVID-19-GESETZ UND ZUM ANTI-TERROR-GESETZ (PMT)

GOLDMEDALLIE FÜR DIE KAMPAGNE ZUM ABSTIMMUNGSTERMIN

ABB. 2: ANZAHL INSERATE PRO ABSTIMMUNGSTERMIN IM VERGLEICH (2013-2021, STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)

Während sich die zwei Initiativen und das CO₂-Gesetz ganz oben auf der Liste der in Inseraten meistbeworbenen Vorlagen finden, sind die Referenden zum Covid-19-Gesetz (50) oder gar zum Anti-Terror-Gesetz (15) auf der anderen Seite der Skala anzutreffen. Das Anti-Terror-Gesetz erhielt von den in den Inseratespalten Werbenden ähnlich geringes Interesse wie das Referendum zum Nachrichtendienstgesetz 2016 (7 Inserate).

Abbildung 1 legt nahe, dass diesem Abstimmungswochenende insgesamt ungemein viele Zeitungsinserate vorangegangen sind. Diese Vermutung lässt sich mit Blick auf die totale Anzahl Inserate pro Abstimmungstermin bestätigen (Abbildung 2): Seit 2013 wurden zu keinem Urnengang mehr Inserate publiziert als zur aktuellen Abstimmung.² Den zweiten Platz belegt die Abstimmung vom September 2020 (5 Vorlagen: Begrenzungsinitiative, Jagdgesetz, Kinderabzüge, Vaterschaftsurlaub, Kampfflugzeuge; vgl. [Flückiger und Bühlmann 2020](#)) und auch die Abstimmung vom November 2020 (2 Vorlagen: Konzernverantwortung, Kriegsmaterial; vgl. [Heidelberger und Bühlmann 2020](#)) weist eine überdurchschnittliche Anzahl Inserate auf. Seit Beginn der Corona-Pandemie haben wir einzig im März 2021 (3 Vorlagen: Verhüllungsverbot, E-ID, Indonesien; vgl. [Heidelberger und Bühlmann 2021](#)) eine unterdurchschnittliche Anzahl Inserate gezählt. Somit konnten Abstimmungsinserate – zumindest in denjenigen 51 Zeitungen, die wir untersuchen – die durch Corona verstärkte Inserateflaute womöglich etwas abschwächen.³

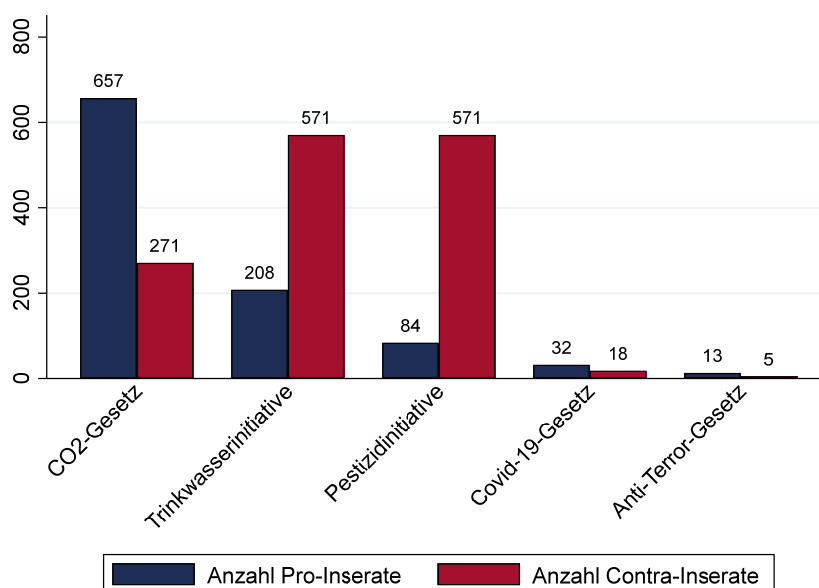


² In dieser Auswertung wurden die Inserate, welche beide Initiativen zum Thema hatten, nur einmal gezählt.

³ Neueste Forschung, welche die APS-Inseratesammlung verwendet, basiert auf der Überlegung, dass Zeitungsinserate wichtige Grundlagen für die Meinungsbildung sind, und kommt zum Schluss, dass die APS-Sammlung ein relativ guter Proxy für die Bestimmung des totalen Werbeaufwands bei Abstimmungskampagnen darstellt (vgl. Jaquet et al. 2021).

Vergleich der Anzahl Inserate der Pro- und Contra-Lager

ABB. 3: ANZAHL PRO- UND CONTRA-INSERATE (STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



TRINKWASSER- IST NICHT GLEICH
PESTIZIDINITIATIVE – AUCH IN DER
KAMPAGNE NICHT

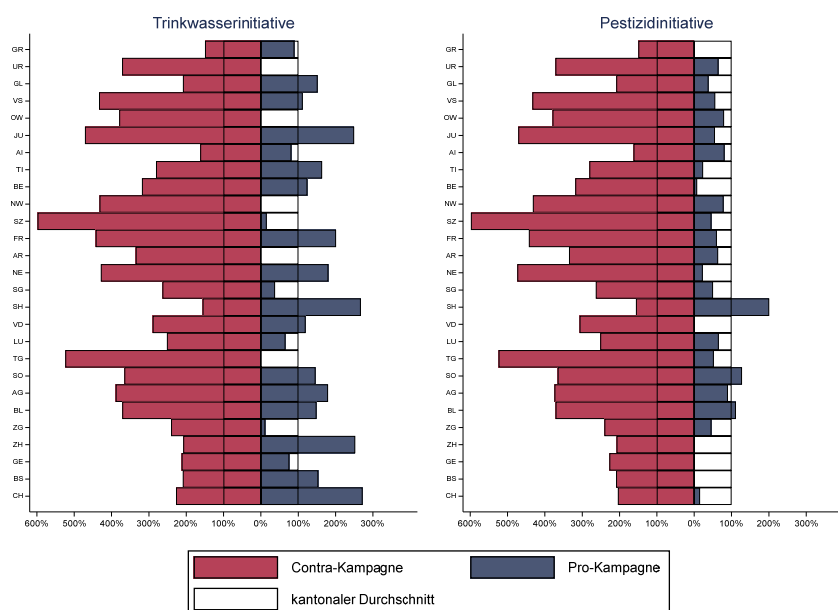
Beim CO₂-Gesetz zeigen sich die Befürwortenden in den Inseratespalten etwa 2.5 Mal so aktiv (657 Inserate) wie die Gegnerinnen und Gegner (271, siehe Abbildung 3).

Bei den Initiativen sieht man, dass der Trinkwasserinitiative in Inseraten deutlich mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird (208) als der Pestizidinitiative (84). Auch zusammengekommen (268)⁴ bleiben die Befürwortenden der Initiativen bezüglich der Anzahl Inserate jedoch deutlich hinter den Gegnerinnen und Gegnern (571) zurück. Dabei wird auch deutlich, dass die beiden Initiativen nicht von denselben Akteurinnen und Akteuren unterstützt werden. Zwar finden sich Umweltorganisationen wie WWF, Pro natura und Greenpeace oder auch der Schweizerische Fischereiverband im Komitee «2x Ja». Die GLP empfahl jedoch nur die Annahme der Trinkwasserinitiative, während sie zur Pestizidinitiative Stimmfreigabe beschloss. Erstere sei mit ihren liberalen Anreizen anstelle von Verboten zielführender, begründete die GLP diesen Entscheid. Entsprechend kann die grössere Anzahl Inserate zur Trinkwasser- verglichen mit der Pestizidinitiative auch darauf zurückgeführt werden, dass sich neben dem Umweltkomitee auch ein liberales Ja-Komitee mit eigener Kampagne bildete, das für diese «liberale Lösung» warb. Umgekehrt engagierte sich die Kleinbauernvereinigung für die Pestizid-, nicht aber für die Trinkwasserinitiative. Bio Suisse, das ebenfalls nur Erstere befürwortete, erklärte diese Präferenz damit, dass die Pestizidinitiative im Gegensatz zur Trinkwasserinitiative auch Importe regle.

⁴ Inserate, in denen für beide Initiativen geworben wird, werden hier nur einmal gezählt, weshalb dieser Wert nicht mit den addierten Einzelwerten übereinstimmt.

Regionalität der Kampagnen

ABB. 4: ANTEIL PRO- UND CONTRA-INSERATE ZU DEN INITIATIVEN AM KANTONALEN DURCHSCHNITT (STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



Lesebeispiel: 100% entspricht der durchschnittlichen Anzahl Inserate in diesem Kanton zu einer Vorlage seit 2013. Im Kanton Graubünden war die Contra-Kampagne somit leicht stärker (149%) als eine durchschnittliche Kampagne in demselben Kanton (100%).

REGIONALE UNTERSCHIEDE BEI DEN INITIATIVEN

Im Vorfeld der Abstimmung wurde in den Medien über die regional stark unterschiedliche Plakatkampagne der Gegnerinnen und Gegner der beiden Initiativen berichtet – insbesondere auf dem Land sei diese unübersehbar, wurde betont. Abbildung 4 nimmt sich folglich der Frage an, ob ein solcher Stadt-Land-Graben auch in den Inseraten sichtbar ist. Die Abbildung zeigt den Anteil Inserate in einem Kanton verglichen mit der durchschnittlichen Anzahl Inserate in demselben Kanton (100%). Zudem haben wir die Kantone nach dem Urbanisierungsgrad – gemessen anhand der Anzahl Einwohnerinnen und Einwohner pro Quadratkilometer (BFS 2021) – sortiert. Dabei werden jedoch keine systematischen Unterschiede zwischen den Regionen ersichtlich.

Teilt man die Kantone jedoch anhand der Einwohner*innendichte in drei Kategorien, wird deutlich, dass in der Mittekategorie, also denjenigen Kantonen, die weder sehr stark ländlich, noch sehr städtisch sind, verglichen mit früheren Vorlagen am meisten geworben wird (siehe Tabelle 1): Die Gegenkampagnen zu den beiden Initiativen sowie die Pro-Kampagne zur Pestizidinitiative weisen in dieser Region am meisten Inserate auf. Besonders schwach ist die Kampagne in den vier Kantonen mit der höchsten Bevölkerungsdichte, aber auch die überregionalen Zeitungen finden vergleichsweise wenig Anklang.

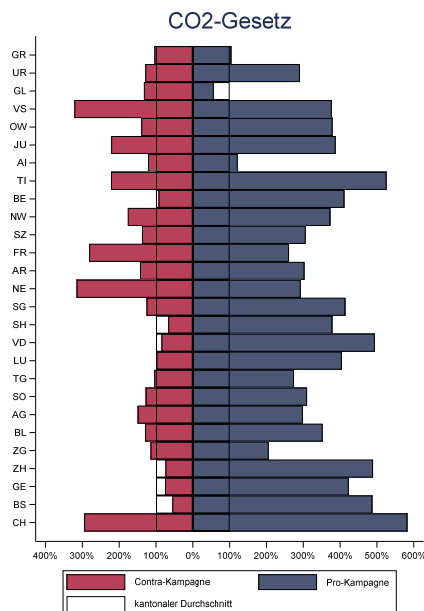
Anders sieht es hingegen bei der Pro-Kampagne zur Trinkwasserinitiative aus. Diese wirbt am stärksten in den städtischen Kantonen und am wenigsten in den ländlichen Regionen. Im Verhältnis zu früheren Vorlagen gar am stärksten berücksichtigt werden hier die überregionalen Zeitungen.

TABELLE 1: ANTEIL INSERATE IN DER REGION AN DER DURCHSCHNITTLICHEN ANZAHL INSERATE IN DERSELBEN REGION⁵ (STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)

Regionen	Trinkwasserinitiative		Pestizidinitiative		CO ₂ -Gesetz	
	Pro	Contra	Pro	Contra	Pro	Contra
ländliche Kantone	91.7	319	50	319.4	257.7	175
Mittekategorie	96.2	361	54.3	361	380.3	144.9
städtische Kantone	132.4	269.7	39.2	269.7	375.2	100.5
überregionale Zeitungen	280.2	233.5	15.6	210.1	599.3	303.5

Lesebeispiel: 100% entspricht der durchschnittlichen Anzahl Inserate in dieser Region zu einer Vorlage seit 2013. In den ländlichen Kantonen war die Pro-Kampagne zur Trinkwasserinitiative somit leicht schwächer (91.7%) als eine durchschnittliche Kampagne in demselben Kanton (100%).

ABB. 5: ANTEIL PRO- UND CONTRA-INSERATE ZUM CO₂-GESETZ AM KANTONALEN DURCHSCHNITT (STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



Lesebeispiel: 100% entspricht der durchschnittlichen Anzahl Inserate in diesem Kanton zu einer Vorlage seit 2013. Im Kanton Graubünden war die Contra-Kampagne somit ähnlich stark (104.5%) wie eine durchschnittliche Kampagne in demselben Kanton (100%).

REGIONALE UNTERSCHIEDE BEIM CO₂-GESETZ

Ein anderes Bild zeigen hingegen die Kampagnen zum CO₂-Gesetz (Abbildung 5). Die Contra-Kampagne konzentriert sich sehr stark auf die ländlichen und mittleren Regionen – hier liegen die Kampagnen deutlich über dem langjährigen Durchschnitt dieser Regionen –, während in den Städten genau durchschnittlich stark gegen das CO₂-Gesetz geworben wird. Hingegen setzen die Gegnerinnen und Gegner auch auf überregionale Zeitungen. Bei den Befürwortenden sieht es eher umgekehrt aus, hier liegen die mittleren Kantone knapp vor den städtischen Kantonen, beide übertreffen die ländlichen Kantone jedoch deutlich. Die beiden Lager scheinen sich also einig zu sein, in welchen Regionen sie auf Zustimmung hoffen dürfen.

⁵ Die Regionen wurden mittels Bevölkerungsdichte (BFS 2021) gebildet:
 Ländliche Region: GR, UR, GL, VS, OW, JU, AI
 Mittekategorie: TI, BE, NW, SZ, FR, AR, NE, SG, SH, VD, LU, TG, SO
 Städtische Region: AG, BL, ZG, ZH, GE, BS

Umfang der Zeitungsberichterstattung

DIREKTE DEMOKRATIE ALS
TREIBERIN DER MEDIENKONJUNKTUR

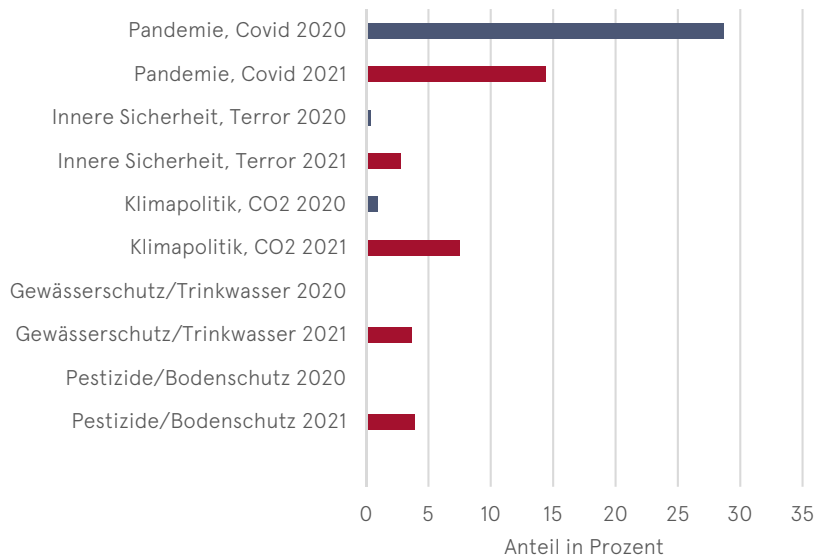
Die demokratiepolitisch zentrale Rolle der Medien zeigt sich in der Schweiz insbesondere vor eidgenössischen Urnengängen. Die «vierte Gewalt» funktioniert hier als Informationsorgan und ist wichtige Grundlage für die Meinungsbildung. Dies zeigen auch Befragungen im Nachgang von Abstimmungen, bei denen in der Regel weit über 80 Prozent der Befragten angeben, Zeitungsartikel als Quelle für die Meinungsbildung verwendet zu haben (Milic et al. 2014: 301).

Es sind dabei meist die Volksinitiativen, die das Potenzial bergen, ansonsten kaum diskutierte Themen in die politische Arena zu hieven. Die Medien können dabei mithelfen, themenspezifische Wissenslücken der Bürgerinnen und Bürger zu füllen. Die Stärke der direkten Demokratie kann dann mitunter darin liegen, Sensibilitäten von Minderheiten in argumentativen Diskussionen sichtbar zu machen.

STARK ERHÖHTES
INTERESSE DER PRINTPRESSE
AN FRAGEN ZU TRINKWASSER UND
PESTIZIDEN

In der Tat zeigen die APS-Analysen zu den anstehenden Abstimmungen, dass der Schutz des Trinkwassers oder die Nutzung von Pestiziden vor der aktuellen Kampagne kaum medienrelevante Themen darstellten. Dies legt zumindest der Vergleich der momentanen Berichterstattung (vom 19. April bis zum 2. Juni 2021) mit der Berichterstattung zu diesen beiden Themen vor einem Jahr (20. April bis 3. Juni 2020) und vor zwei Jahren (22. April bis 5. Juni) nahe: Finden sich vor einem respektive zwei Jahren gerade mal 10 respektive 5 Artikel zu diesen beiden Themen zusammen, waren die beiden Themen der von APS untersuchten Presse in den letzten 8 Wochen 318 Artikel wert.

ABB. 6: ANTEIL ZEITUNGSBERICHTE AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGSBERICHTE (20.4.-3.6.2020 UND 19.4. BIS 2.6.2021)



LEICHT MEHR AUFMERKSAMKEIT
FÜR DAS CO₂-GESETZ UND DAS
ANTI-TERROR-GESETZ

Etwas weniger deutlich ist die Steigerung der Medienaufmerksamkeit bei den drei anderen Vorlagen. Über Klimapolitik und das Co₂-Gesetz wurde auch vor einem Jahr schon relativ häufig berichtet, insbesondere aber vor zwei Jahren: 1 Prozent aller Artikel waren in den 8 Vergleichswochen 2020 diesem Thema gewidmet, im eidgenössischen Wahljahr 2019 immerhin 2.2 Prozent – in der aktuellen Kampagne sind es 7.5 Prozent aller Artikel. Eine Versiebenfachung der medialen Aufmerksamkeit gegenüber dem Jahr 2020 erfährt auch das Anti-Terror-Gesetz (2020: 0.4%; 2021: 2.8% aller Artikel). Gar noch grösser war das mediale Interesse jedoch im Jahr 2019 (2.6% aller Artikel), als die eidgenössische Abstimmung über die Umsetzung der EU-Waffenrichtlinie anstand, welche im APS-Klassifikationsschema ebenfalls dem Unterthema «Innere Sicherheit» zugeordnet wird.

SPEZIELLE SITUATION BEIM
COVID-19-GESETZ

Speziell ist die Situation bezüglich des Covid-19-Gesetzes, zumal nicht weniger als 28.7 Prozent aller von APS klassifizierten Zeitungsbeiträge zwischen dem 20. April und dem 3. Juni 2020 dem Thema Covid galten, das die meisten anderen Themen somit noch immer in den Schatten stellte. Jedoch beschäftigt sich nur ein geringer Teil dieser Beiträge (ausschliesslich) mit dem Covid-19-Gesetz respektive mit dem Referendum. Trotzdem kann jegliche inhaltliche Berichterstattung als wichtiger Treiber für die Meinungsbildung zu diesem Referendum betrachtet werden. Insgesamt hat die mediale Konzentration auf Covid in den letzten acht Wochen im Vergleich zu demselben Zeitraum vor einem Jahr abgenommen (14.4%).

TABELLE 2: ANTEIL
ZEITUNGSARTIKEL PRO
THEMA EINER
ABSTIMMUNGSVORLAGE
IN PROZENT

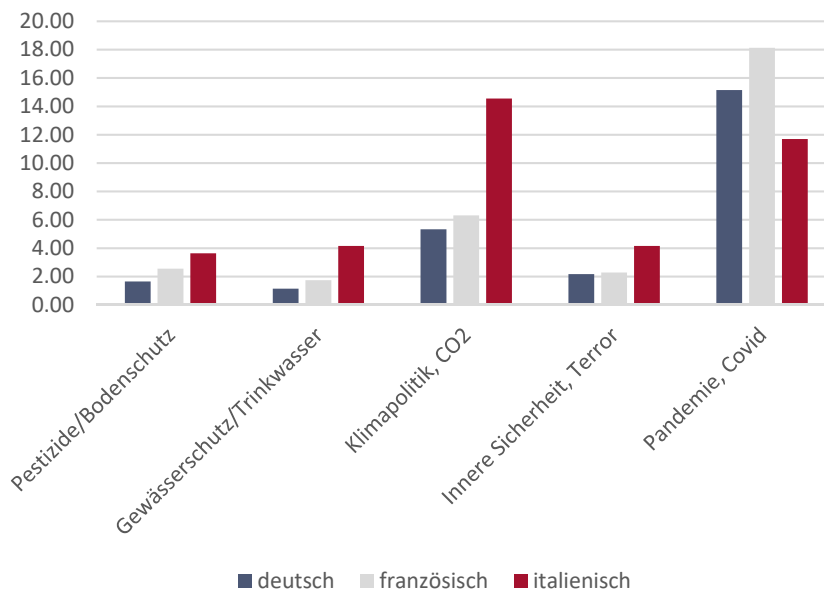
Abgestimmt	Vorlage	Anteil (%)	Zeitraum der Erhebung	
12.02.17	erleichterte Einbürgerung	2.3	12.12.16	29.01.17
	NAF	3.2		
	Unternehmenssteuerreform III	10.6		
21.05.17	Energiegesetz	9.4	20.03.17	07.05.17
24.09.17	Ernährungssicherheit	1.4	24.07.17	10.09.17
	Altersvorsorge 2020 / Zusatzfinanzierung*	8.6		
04.03.18	Finanzordnung 2021	0.5	1.01.18	18.02.18
	No-Billag-Initiative	13.9		
10.06.18	Vollgeld-Initiative	2.7	9.04.18	27.05.18
	Geldspielgesetz	3.5		
23.09.18	BB Velowege	2.6	23.07.18	09.09.18
	Ernährungssouveränität / Fair-Food*	3.8		
25.11.18	Hornkuh-Initiative	2.4	24.09.18	11.11.18
	Selbstbestimmungsinitiative	5.3		
	Sozialdetektive	2.6		
10.02.19	Zersiedelungsinitiative	3.1	10.12.18	27.01.19
19.05.19	STAF	6.0	18.03.19	05.05.19
	Waffenrichtlinie	4.6		
09.02.20	Wohninitiative	2.5	09.12.19	26.01.20
	Diskriminierungsverbot	4.2		
27.09.20	Begrenzungsinitiative	6.6	27.07.20	13.09.20
	Jagdgesetz	2.5		
	Kinderabzüge	1.1		
	Vaterschaftsurlaub	2.5		
	Kampfflugzeuge	2.9		
29.11.20	Konzernverantwortungsinitiative	7.53	5.10.20	18.11.20
	Finanzierungsverbot Kriegsmaterial	2.05		
07.03.21	Verhüllungsverbot	4.64	11.1.21	24.2.21
	Elektronische Identifizierungsdienste	2.57		
	Abkommen mit Indonesien	2.01		
	Pestizidinitiative	3.93		
13.06.21	Trinkwasserinitiative	3.64	19.04.21	02.06.21
	Co2-Gesetz	7.54		
	Bekämpfung von Terrorismus	2.78		
	Covid-19-Gesetz	14.42		
Durchschnitt		4.63		

* zwei Vorlagen mit dem gleichen politischen Thema.

UNTERSCHIEDLICHE VIRULENZ
DER THEMEN IN DEN PRINTMEDIEN

Abbildung 6 legt aber auch nahe, dass über die Abstimmungsthemen sehr unterschiedlich stark berichtet wird. Über die beiden in den Medien zu den «Agrar-Initiativen» zusammengefassten Trinkwasser- und Pestizidinitiative zusammen wird etwa gleich häufig berichtet (7.6% aller Artikel) wie über Co2- und Klimapolitik (7.9%). Das Anti-Terror-Gesetz findet hingegen in den Medien nur sehr wenig Aufmerksamkeit (2.8%) – im langjährigen Vergleich (seit Februar 2017) ist diese Medienresonanz unterdurchschnittlich. Im Schnitt wird ein Abstimmungsthema in 4.6 Prozent aller Zeitungsartikel behandelt (vgl. Tabelle 2). Wie bereits erwähnt dürfte die Medienresonanz hinsichtlich Covid-19 nicht vorwiegend dem Referendum geschuldet sein.

ABB. 7: ANTEIL ZEITUNGSBERICHTE AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGSBERICHTE PRO SPRACHREGION (19.4. BIS 2.6.2021)



Deutsch: NZZ, Aargauer Zeitung, Tages-Anzeiger, Blick; französisch: Le Temps, Tribune de Genève, La Liberté; italienisch: Corriere del Ticino

SPRACHREGIONALE UNTERSCHIEDE

Wie Abbildung 7 entnommen werden kann, wird den Themen, die sich den fünf Vorlagen zuordnen lassen, sprachregional unterschiedlich starke Bedeutung zugemessen. Für die Analyse der sprachregionalen Unterschiede wurden für die Deutschschweiz vier Zeitungen (NZZ, Aargauer Zeitung, Tages-Anzeiger und Blick), für die französischsprachige Schweiz drei Zeitungen (Le Temps, Tribune de Genève, La Liberté) und für die italienischsprachige Schweiz der Corriere del Ticino herangezogen (Deutschschweizer Zeitungen: total 1935 Artikel; Romandie: 745 Artikel; Tessin: 385 Artikel).

Der Anteil an Artikeln, mit denen die Themen der Abstimmungsvorlagen behandelt werden, ist im Corriere del Ticino grösser als in den beiden anderen Sprachregionen. Dies ist jedoch nicht der Berichterstattung zu Covid-19 geschuldet. Ein Grund dafür könnte die Politik des Corriere sein, Meinungsbeiträge von verschiedenen Akteuren zu den Abstimmungen abzudrucken.

Verglichen mit der Deutschschweiz berichten auch die hier berücksichtigten drei französischsprachigen Zeitungen bei allen Abstimmungsvorlagen häufiger – gemessen an der Gesamtzahl erschienener Artikel – über den anstehenden Urnengang.

In allen drei Sprachregionen scheint das Hauptaugenmerk der Berichterstattung – abgesehen von Artikeln zu Covid-19 – auf dem CO₂-Gesetz zu liegen. Besonders auffällig ist diese Konzentration im Tessin, aber auch in der Deutsch- und Westschweiz ist der Anteil an Artikeln zur Klimapolitik grösser als der summierte Anteil der Artikel zur Trinkwasser- und zur Pestizidinitiative zusammen. Somit dominiert das CO₂-Gesetz nicht nur bezüglich Inseraten, sondern auch bezüglich der Presseberichterstattung.

Literatur

LITERATURVERZEICHNIS

Bundesamt für Statistik (2021): Ausgewählte Indikatoren im regionalen Vergleich, 2021 (Kantone). Abgerufen am 03.06.2021: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/karten.assetdetail.3262708.html>.

Flückiger, Bernadette und Marc Bühlmann (2020). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 27. September 2020. Zwischenstand vom 14.09.2021. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

Heidelberger, Anja und Marc Bühlmann (2020). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 29. November 2020. Zwischenstand vom 19.11.2021. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

Heidelberger, Anja und Marc Bühlmann (2021). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 7. März 2021. Zwischenstand vom 25.02.2021. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

Jaquet, Julien M., Pascal Sciarini und Roy Gava (2021). Can't buy me votes? Campaign spending and the outcome of direct democratic votes. West European Politics.

Milic, Thomas, Bianca Rousselot und Adrian Vatter (2014). Handbuch der Abstimmungsforschung. Zürich: NZZ.

Erfasste Pressetitel

AUSWAHL DER PRESSETITEL

In der vorliegenden Analyse wurden 51 respektive 35 Pressetitel berücksichtigt. Neben den wichtigsten überregionalen Presseerzeugnissen wurde für jeden Kanton mindestens eine Zeitung ausgewählt, wobei die Auflagenstärke (gemäss WEMF 2015) als Selektionskriterium diente. Insgesamt 42 Publikationen wurden jeweils einem Kanton zugeordnet, während 7 Pressetitel einen überregionalen Charakter aufweisen.

TABELLE A.1
ERFASSTE PRESSETITEL

ÜBERREGIONALE TAGESPRESSE

REGIONALPRESSE

Titel	Sprachregion	Kanton/Region	Ausgabe/Woche
Neue Zürcher Zeitung	Deutschschweiz	überregional	6
Le Temps	Romandie	überregional	6
Aargauer Zeitung	Deutschschweiz	AG	6
Appenzeller Zeitung	Deutschschweiz	AR	6
Appenzeller Volksfreund	Deutschschweiz	AI	4
Basler Zeitung	Deutschschweiz	BS	6
Basellandschaftliche Zeitung	Deutschschweiz	BL	6
Berner Zeitung	Deutschschweiz	BE	6
Bote der Urschweiz	Deutschschweiz	SZ	6
Bund, Der	Deutschschweiz	BE	6
Neue Luzerner Zeitung	Deutschschweiz	LU	6
Neue Nidwaldner Zeitung	Deutschschweiz	NW	6
Neue Obwaldner Zeitung	Deutschschweiz	OW	6
Neue Urner Zeitung	Deutschschweiz	UR	6
Neue Zuger Zeitung	Deutschschweiz	ZG	6
Schaffhauser Nachrichten	Deutschschweiz	SH	6
Solothurner Zeitung	Deutschschweiz	SO	6
St. Galler Tagblatt	Deutschschweiz	SG	6
Südostschweiz, Die (Glarus)	Deutschschweiz	GL	6
Südostschweiz, Die (Graubünden)	Deutschschweiz	GR	6

	Tages-Anzeiger	Deutschschweiz	ZH	6
	Thurgauer Zeitung	Deutschschweiz	TG	6
	Walliser Bote	Deutschschweiz	VS	6*
	24 heures	Romandie	VD	6
	L'Express	Romandie	NE	6
	Liberté, La	Romandie	FR	6
	Nouvelliste, Le	Romandie	VS	6
	Quotidien Jurassien, Le	Romandie	JU	6
	Tribune de Genève	Romandie	GE	6
	Corriere del Ticino	Ital. Schweiz	TI	6
	Regione Ticino, La	Ital. Schweiz	TI	6*
BOULEVARDPRESSE	Blick	Deutschschweiz	überregional	6
GRATISZEITUNGEN	20 Minuten (Basel)	Deutschschweiz	BS	5*
	20 Minuten (Bern)	Deutschschweiz	BE	5*
	20 Minuten (Luzern)	Deutschschweiz	LU	5*
	20 Minuten (St. Gallen)	Deutschschweiz	SG	5*
	20 Minuten (Zürich)	Deutschschweiz	ZH	5*
	20 minutes (Genève)	Romandie	GE	5*
	20 minutes (Lausanne)	Romandie	VD	5*
	20 minuti (Ticino)	Ital. Schweiz	TI	5*
SONNTAGSPRESSE	Ostschweiz am Sonntag	Deutschschweiz	SG	1
	SonntagsBlick	Deutschschweiz	überregional	1
	Sonntagszeitung	Deutschschweiz	überregional	1
	NZZ am Sonntag	Deutschschweiz	überregional	1*
	Zentralschweiz am Sonntag (Luzern)	Deutschschweiz	LU	1*
	Zentralschweiz am Sonntag (Zug)	Deutschschweiz	ZG	1*
	Matin Dimanche, Le	Romandie	überregional	1*
	Caffè, Il	Ital. Schweiz	TI	1*
	Mattino della Domenica, Il	Ital. Schweiz	TI	1*
WOCHENPRESSE	Weltwoche	Deutschschweiz	überregional	1
	WOZ Die Wochenzeitung	Deutschschweiz	überregional	1

* nur Codierung der Inserate, nicht aber der Zeitungsberichte