

---

Vorlagen vom 8. März 2026

---

# Abstimmungsmonitor

---

SRG-Initiative

---

Individualbesteuerung

---

Klimafonds-Initiative

---

Bargeld-Initiative

---

Bargeld-Initiative (Gegenentwurf)

---

**Schlussbericht**



# Überblick

## Linards Udris

In der Schweizer Medienarena werden die fünf nationalen Abstimmungsvorlagen vom 8. März 2026 unterschiedlich stark thematisiert (Abb.1). Sehr starke Resonanz erhält die SRG-Initiative («Halbierungsinitiative»), leicht überdurchschnittliche Resonanz die Vorlage zur Individualbesteuerung, unterdurchschnittliche Resonanz die Klimafonds-Initiative. Auf sehr wenig Resonanz stossen die Bargeld-Initiative und der Gegenentwurf zur Bargeld-Initiative.

Die Tonalität der Berichterstattung fällt gegenüber der SRG-Initiative sehr negativ aus (-25), bei der Individualbesteuerung (+12) und der Klimafonds-Initiative (+9) liegt sie im ambivalenten bis leicht positiven Bereich. Bei der Bargeld-Initiative (-2) hält sich die Anzahl zustimmender und ablehnender Beiträge praktisch die Waage, während der offizielle Gegenentwurf auf Zustimmung stösst (+16).

## Resonanz im Vergleich

Resonanzmässig gehört die SRG-Initiative zu den «Top Ten» der Abstimmungsvorlagen seit Ende 2018. Die Resonanz fällt auch deutlich stärker aus als die letzte medienpolitische Vorlage, das «Medienpaket» (Februar 2022). (Wegen eines Wechsels des Mediensamples sind die Zahlen nicht 1:1 vergleichbar mit der «No Billag»-Initiative Anfang 2018, die ausserordentlich starke Resonanz erfahren hatte.) Die starke Resonanz zeigt sich erstens in vielen Artikeln, in denen sich Organisationen gegen die Initiative positionieren. Dies verweist auf eine starke Mobilisierung des Nein-Lagers. Zweitens zeigt sie sich in Artikeln über das Angebot oder das Verhalten der SRG, die sich nicht substanziell mit der Initiative selbst befassen, aber bestimmte Aspekte mit dem Abstimmungskampf verknüpfen. Beispielsweise stehe SRF «kurz vor der Abstimmung über die Halbierungsinitiative mit einer Sendung zur Zürcher Wohnungskrise im Gegenwind» (nzz.ch, 29.01.) oder Vorwürfe wegen eines angeblich toxischen Arbeitsklimas bei der Sendung Tataki von RTS hätten ein «timing plutôt malheureux, à un mois de la votation sur la redevance» (24heures.ch, 13.02.). Dies unterstreicht, wie stark die SRG im Abstimmungskampf unter Beobachtung steht.

Die Behördenvorlage zur Individualbesteuerung erfährt leicht überdurchschnittliche Aufmerksamkeit – zwar nicht so viel wie die breiter angelegte Steuerreform (2019), aber mehr als enger definierte steuerpolitische Fragen wie das Verrechnungssteuergesetz. Ein möglicher Grund für die stärkere Resonanz ist das Engagement von Kantonen, die sich – entgegen der

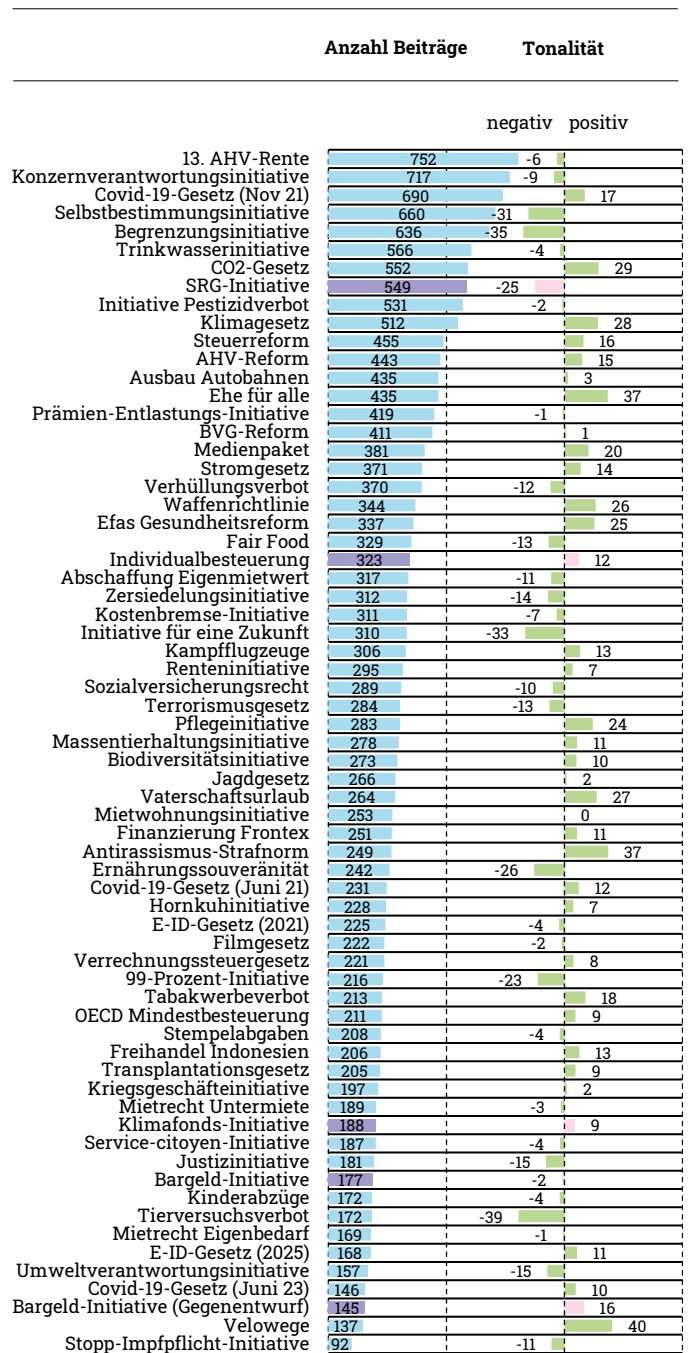


Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 8. März 2026 im Vergleich mit allen anderen Abstimmungen seit September 2018. Erfasst wurden jeweils 11 Wochen im Abstimmungskampf. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 20'864 Beiträge).

Mehrheit der Parteien – gegen die Einführung der Individualbesteuerung aussprechen.

Die Klimafonds-Initiative und noch mehr die Bargeld-Initiative stehen im Schatten der anderen Vorlagen und erhalten auch im Vergleich mit anderen Volksinitiativen relativ schwache Resonanz. Die Bargeld-Initiative wird allerdings etwas häufiger thematisiert als der offizielle Gegenentwurf. Die schwache Resonanz von Initiative und Gegenentwurf bedeutet auch, dass die Unterschiede dieser beiden Lösungsmodelle in den Medien kaum abgebildet und erklärt werden.

### Tonalität im Vergleich

Bei drei anstehenden Vorlagen handelt es sich um Volksinitiativen. Initiativen stossen im längerfristigen Vergleich in den Medien eher auf Ablehnung, während Behördenvorlagen tendenziell Zuspruch erhalten. Das zeigt u.a. eine systematische Analyse von 44 Abstimmungen.

Vor diesem Hintergrund fallen die beiden Initiativen vom 8. März unterschiedlich auf. Die Tonalität gegenüber der SRG-Initiative ist viel negativer als gegenüber den meisten Volksinitiativen (-25) (Abb. 1). In den letzten Jahren hatten nur die beiden Volksinitiativen der SVP, d.h. die Begrenzungsinitiative (-35) und die Selbstbestimmungsinitiative (-31), sowie die Initiative für eine Zukunft der Juso (-33) ein ähnlich hohes Mass an Kritik ausgelöst. Die sehr negative Tonalität gegenüber der SRG-Initiative zeigt sich in erster Linie daran, dass sich viele Akteursgruppen gegen die Initiative aussprechen und so die Medienberichterstattung prägen (vgl. Abb. 7).

Die Klimafonds-Initiative erhält gerade für eine Volksinitiative eine relativ positive Tonalität (+9). Dies weicht ein Stück weit von den Parteipositionen und den eingesetzten Kampagnen-Mitteln ab, wo die Gegner:innen dominieren.

Die Bargeld-Initiative hat in den Medien eine ambivalent-ausgeglichene Tonalität, der Gegenentwurf eine leicht positive. In Kombination mit der schwachen Resonanz, den Parteipositionen und der Tatsache, dass laut Eidgenössischer Finanzkontrolle kein Kampagnen-Budget vorliegt, deutet dies darauf hin, dass die Initiativ-Gegner:innen keine aktive Kampagne fahren. Die Behördenvorlage zur Individualbesteuerung stösst auf leichte Zustimmung (+16) – in etwa vergleichbar mit anderen Behördenvorlagen.

### Dynamik der Medienresonanz

Die Dynamik der Medienresonanz zeigt bei allen Vorlagen ein relativ typisches Muster (Abb. 2). Denn die Resonanz nimmt im Laufe des Abstimmungskampfes tendenziell zu. Die Diskussion über die anstehenden Initiativen verläuft also in ruhigen Bahnen, das heisst sie wird nicht oder nur teilweise von überraschenden, externen Ereignissen angetrieben. Bei der SRG-Initiative gibt es zwar eine ganze Reihe von «Aufreger»-Geschichten, die mit dem Abstimmungskampf verknüpft werden – zum Beispiel über eine Rüge der SRF-Ombudsstelle, über die laufende Rekrutierung einer Nachfolgerin der SRF-Chefin Nathalie Wappler oder über umstrittene Aussagen eines RTS-Journalisten während der Olympischen Spiele. Keine dieser Episoden aber vermag nachhaltig die Diskussion zu prägen.

Anzahl Beiträge pro Woche

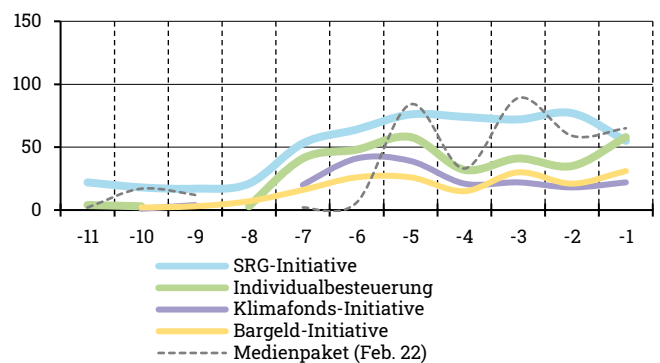


Abbildung 2: Resonanz im Zeitverlauf

Die Abbildung zeigt pro Woche die Medienresonanz der vier Abstimmungsvorlagen vom 8. März 2026 im Vergleich mit der Vorlage zum Medienpaket (Februar 2022) (n= 1'606 Beiträge). Der Gegenentwurf zur Bargeld-Initiative wird wegen der schwachen Resonanz nicht dargestellt.

Dies zeigt auch ein direkter Vergleich mit der Volksabstimmung vom Februar 2022 über das Medienpaket (Mediengesetz), das von der Stimmbevölkerung schliesslich abgelehnt wurde. Beim Medienpaket waren klare Resonanz-«Spitzen» zu beobachten. Besonders die erste «Spitze» war das Resultat einer Kampagne, nämlich als das Nein-Lager ein geleaktes Video veröffentlichte, mit dem die Gegner:innen des Mediengesetzes die (angeblich) fehlende Unabhängigkeit der Medien skandalisierten. Dieses Ereignis prägte intensiv die Diskussion und war auch später immer wieder

Bezugspunkt in der Medienberichterstattung. Solche Kampagnen-Effekte lassen sich bei den anstehenden Abstimmungsvorlagen nicht oder nicht im selben Masse beobachten.

Kleinere Abweichungen von der üblichen Resonanz-Dynamik zeigen sich darin, dass bei der SRG-Initiative die Aufmerksamkeit gegen Ende des Abstimmungskampfes etwas abnimmt. Wie bei der «No Billag»-Initiative scheint nach einem intensiven Abstimmungskampf kurz vor der eigentlichen Abstimmung ein Stück weit «die Luft draussen» zu sein.

### Gewichtungen der Vorlagen

Von den fünf Abstimmungsvorlagen vom 8. März 2026 steht klar die SRG-Initiative im Fokus der Medien. Andere Vorlagen, vor allem die Klimafonds-Initiative und die Bargeld-Initiative stehen insofern im Schatten. Dieses Ungleichgewicht der Resonanz ist aber nicht bei allen Medien gleich ausgeprägt (Abb. 3).

Eine relativ ausgeglichene Abstimmungsberichterstattung betreiben in erster Linie SRF und RTS. Sie schenken allen fünf Vorlagen einigermaßen gleich viel Aufmerksamkeit. Ähnliches lässt sich – allerdings mit deutlich geringerem Berichterstattungsvolumen – bei den Schwestermedien 24heures.ch und tdg.ch, 20minuten.ch sowie suedostschweiz.ch beobachten.

Einen starken Fokus auf die SRG-Initiative legen insbesondere blick.ch (49%), luzernerzeitung.ch (49%), 20minuten.ch (52%) und allen voran die Wochenmedien Weltwoche (79%), WochenZeitung (73%) und Schweiz am Wochenende (88%). Dies bedeutet gleichzeitig, dass die anderen Vorlagen im Durchschnitt relativ selten thematisiert werden. So spielt die Klimafonds-Initiative beispielsweise bei blick.ch nur eine untergeordnete Rolle.

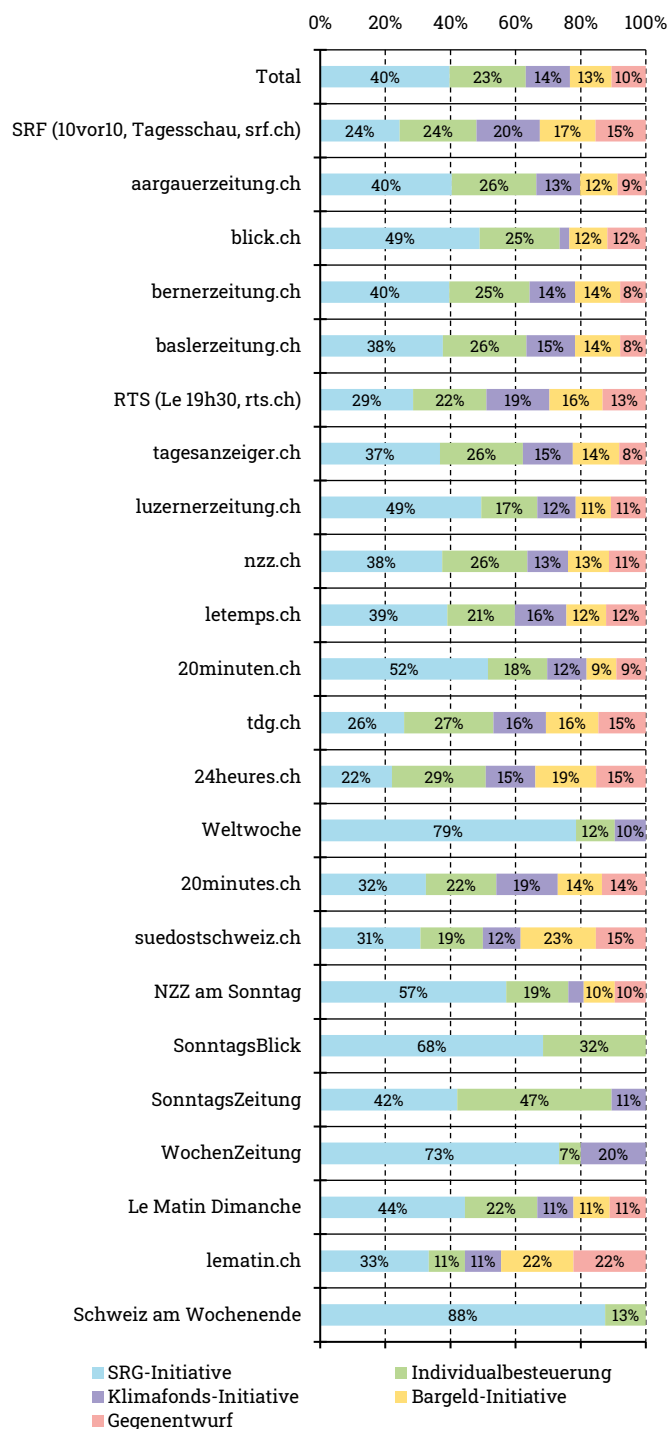


Abbildung 3: Gewichtung der Vorlagen in den Medien

Die Abbildung zeigt den Anteil der Medienresonanz der einzelnen Abstimmungsvorlagen vom 8. März 2026 in den einzelnen Medien. Prozentwerte kleiner als 5% sind nicht angeschrieben (n= 1'382 Beiträge).

### Sprachregionale Unterschiede

Zwischen den grossen Sprachregionen gibt es in der Berichterstattung mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede (Abb. 4). In beiden Sprachregionen wird die SRG-Initiative stärker beachtet als die anderen Vorlagen, in der Deutschschweiz dabei allerdings deutlich stärker. Ebenfalls fällt in beiden Sprachregionen die Tonalität gegenüber der SRG-Initiative sehr negativ aus (-23 bzw. -32). Auch unterscheidet sich die Tonalität gegenüber den anderen Vorlagen zwischen den beiden Sprachregionen nicht substantiell.

		Anzahl Beiträge		Tonalität	
				negativ	positiv
Deutschschweiz	SRG-Initiative	441	-23		
	Individualbesteuerung	239			13
	Klimafonds-Initiative	128			10
	Bargeld-Initiative	122			1
	Bargeld-Initiative (Gegenentwurf)	96			19
Suisse romande	SRG-Initiative	108	-32		
	Individualbesteuerung	84			10
	Klimafonds-Initiative	60			5
	Bargeld-Initiative	55	-7		
	Bargeld-Initiative (Gegenentwurf)	49			10

Abbildung 4: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 8. März 2026 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 1'382 Beiträge).

## SRG-Initiative

Bei den meisten Medien ist die SRG-Initiative die klare «Lead»-Vorlage. Die Tatsache, dass auch die Sonntags- und Wochenzeitungen öfter über die SRG-Initiative berichten als über die anderen Vorlagen, spricht für die wahrgenommene Brisanz der Initiative. Besonders intensiv berichten blick.ch, die Angebote von CH Media und die Titel von Tamedia in der Deutschschweiz (Abb. 5). Auch bei 20minuten.ch und der Weltwoche ist die Resonanz hoch, vor allem im Vergleich mit der Aufmerksamkeit, die diese Medien den anderen Vorlagen (nicht) schenken (vgl. Abb. 3). SRF und RTS scheinen in dieser Hinsicht eine zurückhaltende Berichterstattung zu betreiben.

bei nzz.ch (-6) sowie 20minuten.ch (+6). Positiv ist die Tonalität nur bei der Weltwoche (+73).

Bei den untersuchten Angeboten der direkt betroffenen SRG ist bei SRF die Berichterstattung zwischen leicht negativ und ausgewogen (-13) und bei RTS relativ klar negativ (-39). In vielen Medien privater Medienhäuser fällt die Tonalität aber ähnlich negativ oder sogar negativer aus, so bei den Tamedia-Titeln der Deutschschweiz und der Suisse romande oder der Wochenzeitung (-100). Die negative Tonalität ist in erster Linie Ausdruck davon, dass sich die meisten Akteur:innen gegen die Initiative positionieren (vgl. Abb. 7).

### Kritikpunkte an der Initiative

Bei vielen Medien kommt immer wieder das Argument vor, dass die SRG mit einem halbierten Budget ihren verfassungsmässigen Auftrag nicht mehr oder nicht mehr gut erfüllen könne. So warnen die Gegner:innen vor einem Abbau von Programm-Leistungen und davor, dass die Qualität der Berichterstattung sinke.

Ebenfalls sehen die Initiativ-Gegner:innen die SRG als wichtige Infrastruktur des Schweizer Mediensystems. Eine starke SRG biete den Schweizer:innen gerade in einer von internationalen Tech-Plattformen dominierten Welt einen Zugang zu seriösen, verlässlichen Informationen. In der Medienberichterstattung wird immer wieder die SRG positiv mit der schweizerischen Demokratie verknüpft. So begründet beispielsweise ein ehemaliger prominenter SRF-Moderator seinen Einsatz im Abstimmungskampf mit der Sorge um die Demokratie: «Ich glaube, wir erleben einen Moment, in dem die Demokratie in Gefahr ist. Ich würde mir Vorwürfe machen, wenn ich jetzt nicht aus der Deckung käme» (...) «Wenn wir kein starkes öffentliches Medium mehr haben, ... dann kommt früher oder später das Oligarchen-TV» (Tamedia, 30.12.). Vorgänge im Ausland gelten als warnende Beispiele. So berichten die Medien, dass sich die rechtspopulistische AfD über ein Ja zur SRG-Initiative freuen würde (Tamedia, 11.02.) oder dass sich ein «russischer Staatssender» zugunsten der SRG-Initiative in den Abstimmungskampf «einmischte» (Tamedia, 16.02.).

Zudem kommen Nein-Argumente vor, wonach eine geschwächte SRG auch den Zusammenhalt in der schweizerischen Gesellschaft schwäche (z.B. letemps.ch, 09.02.). Solche Argumente werden erstens von Akteur:innen aus Sport und Kultur eingebracht, die auf die für sie notwendige Sichtbarkeit hinweisen. «Wird die SRG halbiert, verlieren unsere Athletinnen und Athleten ihre Bühne und ihr Publikum», argumentiert

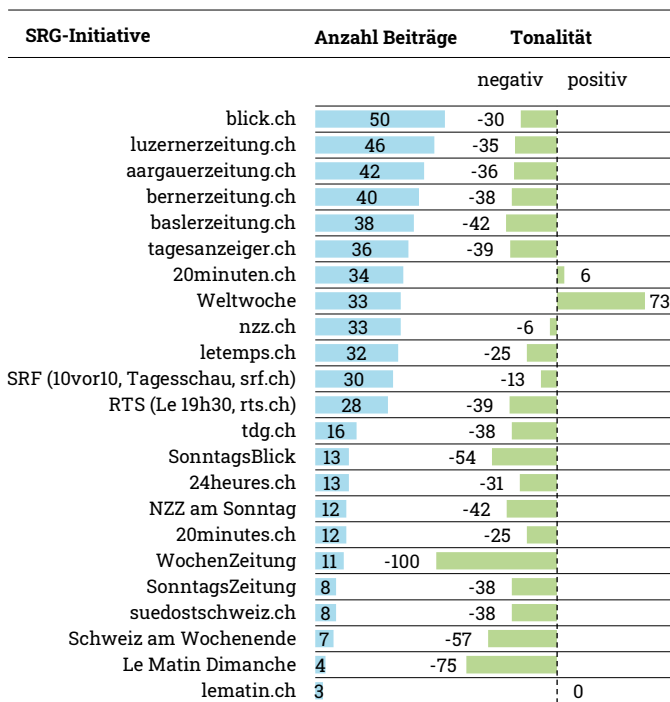


Abbildung 5: Resonanz und Tonalität – SRG-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die SRG-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 549 Beiträge).

### Negative Tonalität bei den meisten Medien

Bei der grossen Mehrheit der untersuchten Medien fällt die Tonalität klar negativ aus, d.h. die Werte liegen deutlich unter -10. Eher ausgeglichen ist die Tonalität

beispielsweise Swiss Olympics (blick.ch, 15.12.). Beiträge über Medienkonferenzen oder Testimonials von Sport- und Kulturverbänden oder einzelnen Sportler:innen und Künstler:innen machen einen substanziellen Teil der Berichterstattung aus. Zweitens befürchten zum Beispiel der Bundesrat oder Vertreter:innen von Kantonen nach einer Annahme der Initiative eine Zentralisierung bei der SRG auf einige wenige Standorte, weshalb die regionale Vielfalt abnehmen würde. Drittens betonen einige Akteur:innen, dass die SRG mit einem halbierten Budget nicht mehr genügend Geld für die kleineren Sprachregionen habe.

### Kritik nicht nur in Kommentaren

Die Kritik an der SRG-Initiative überwiegt sowohl in den redaktionellen Kommentaren (-27) als auch in den redaktionellen Berichten (-21). Auch in Interviews kommen eher gegnerische Stimmen zu Wort (-43), ebenso in Gastbeiträgen (-34). Dass die Tonalität in fast allen Beitragsgefässen so negativ ausfällt, weist darauf hin, dass eine breite Gegnerschaft gegen die Initiative mobilisiert und dass die Initiative insofern nicht (genügend) breite Kreise zu überzeugen scheint, die sich aktiv im Abstimmungskampf einbringen würden.

SRG-Initiative	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
Nachrichtenbeiträge	394	-21	
Gastbeiträge	64	-34	
Interviews	58	-43	
Kommentare Redaktion	33	-27	

Abbildung 6: Resonanz und Tonalität bei den Beitragsformen – SRG-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Beitragsform die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die SRG-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 549 Beiträge).

### SRG unter Beobachtung

Im Vergleich zu den Nein-Argumenten sind die Pro-Argumente in den Medien viel schwächer vertreten. Diese

lassen sich drei Typen zuordnen, die jeweils vor allem von einer Gruppe vorgebracht werden. Die SVP fokussiert auf die SRG selbst und unterstellt ihr Unausgewogenheit bzw. einen «Linksdrall» in der Berichterstattung; die Jungfreisinnigen thematisieren die angeblich tiefe Nutzung der SRG bei den Jungen und Gewerbeverbände kritisieren die «Doppelbesteuerung» von Unternehmen, die mit der Initiative wegfallen würde.

Die von der SVP eingebrachten Kritikpunkte sind von den Pro-Argumenten relativ stark präsent und werden von einigen Medien aufgenommen. Sie unterstreichen, dass die SRG unter Beobachtung steht und Inhalte und Vorgänge bei der SRG explizit mit dem Abstimmungskampf verknüpft werden. Als beispielsweise die Ombudsstelle von SRF eine Beschwerde der SVP gutheisst, wird dies als Beleg für eine angeblich vorherrschende Linkslastigkeit gedeutet; die beanstandete Leistung von SRF sei laut SVP ein «Beispiel, dass die Halbierungsinitiative im März angenommen werden sollte» (20min.ch, 19.01.).

Des Weiteren wird RTS beispielsweise für seine Berichterstattung während der Olympischen Spiele kritisiert, als ein RTS-Reporter sich negativ über einen israelischen Bobfahrer äussert: mit angeblich ungerechtfertigten «Genozid»-Vorwürfen bestätigte RTS seine Kritiker (nzz.ch, 18.02.); bei manchen Leser:innen habe der «Vorfall sogar Auswirkungen auf ihre Abstimmungsentscheidung» (blick.ch, 20.02.). Aber auch das Verhalten der SRG-Verantwortlichen im Abstimmungskampf selbst wird kritisiert. Die «Beizentour» von SRG-Chefin Susanne Wille wird von den Initianten als «bedenkliches Engagement» bezeichnet (Tamedia, 3.1.). Und die Chefredaktion von 20min.ch wirft SRG-Chefin Susanne Wille vor, sich einem Interview mit dem «meistgelesenen Newsportal der Schweiz» zu verweigern (24.02.), und veröffentlicht die unbeantworteten Fragen. (20min.ch führte am 07.02. ein kürzeres schriftliches Interview mit Susanne Wille, bei dem neben dem Stellenabbau bei der SRG die SRG-Initiative zur Sprache kam.)

### SVP (fast) allein gegen den Rest

Ein breites Spektrum an Akteur:innen positioniert sich gegen die SRG-Initiative. Nur drei Akteursgruppen erhalten mit mehrheitlich zustimmenden Voten Resonanz. Auch stehen nicht die Initianten (SVP und Jungfreisinnige) an der Spitze der Resonanz (Abb. 7), wie es sonst bei vielen Volksinitiativen der Fall ist, so zum Beispiel bei der Klimafonds-Initiative (Abb. 12) und der Bargeld-Initiative (Abb. 15). Stattdessen dominieren

Akteur:innen der Zivilgesellschaft (19%) die Diskussion, und zwar mehrheitlich, aber auch nicht ausschliesslich mit Nein-Positionen und für einen starken Service public (-37).

Leserschaft und/oder aus dem SRG-Publikum vorkommen.

Zur Mobilisierung des Nein-Lagers gehören auch Teile der Wissenschaft (8%), die sich gegen die Initiative positionieren (-30). Dass mehr als 1'000 Professor:innen aus verschiedenen Disziplinen eine «öffentlichen Erklärung» unterschreiben, ist für Abstimmungskämpfe bemerkenswert. Trotzdem sind Wissenschaftler:innen im Abstimmungskampf um die SRG-Initiative deutlich weniger sichtbar im Vergleich zu anderen Vorlagen. Dies zeigt die Auswertung der zwanzig Abstimmungsvorlagen, in denen die meisten Aussagen von Wissenschaftler:innen und Expert:innen vorkommen (Abb. 8). Bei der Begrenzungsinitiative oder dem CO2-Gesetz war ihre mediale Präsenz deutlich stärker.

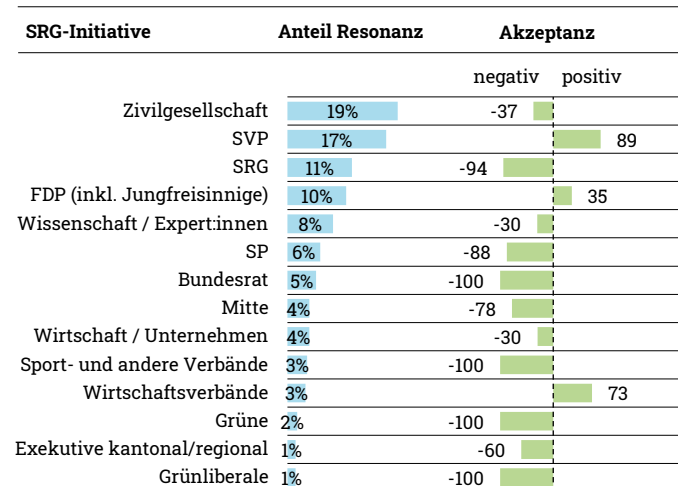


Abbildung 7: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – SRG-Initiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur SRG-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 697 Aussagen).

Auf der Pro-Seite ist die SVP (17%) mit Abstand am meisten präsent. Sie erhält resonanzmässig Unterstützung von Wirtschaftsverbänden (v.a. Gewerbeverbänden) (3%) sowie von Teilen der FDP (10%), die aber insgesamt keine einheitliche Position hat – dies zeigen die Akzeptanzwerte von +35.

Medial tritt das Nein-Lager insgesamt viel prominenter in Erscheinung. Dazu gehören neben Teilen der Zivilgesellschaft (19%), zum Beispiel Demonstrant:innen im Tessin, Kulturschaffende oder einzelne Sportler:innen, die SRG selbst (11%) und die SP (6%). Auch andere Akteursgruppen, mit schwächerer Resonanz, sprechen sich klar gegen die Initiative aus, darunter der Bundesrat (5%), die Mitte-Partei (4%), die Grünen (2%) und die Grünliberalen (1%). Dass die Zivilgesellschaft mit viel Resonanz an der Spitze steht, zeigt, dass die Initiative «bewegt». Die Akzeptanzwerte liegen bei der Zivilgesellschaft im negativen Bereich (-37), was für eine breite Mobilisierung gegen die Initiative spricht. Dass die Akzeptanzwerte aber nicht stärker negativ sind (bei «No Billag» waren sie -65), zeigt sich daran, dass in den Medien immer wieder auch kritische Stimmen aus der

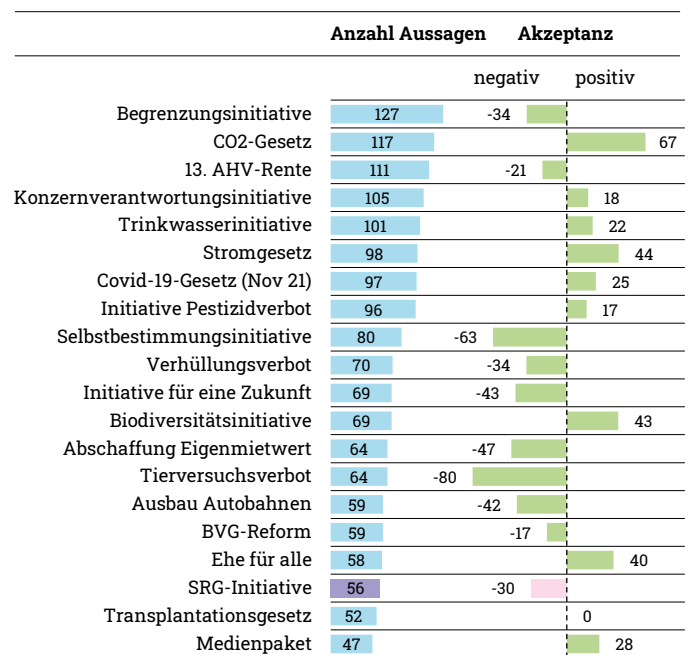


Abbildung 8: Resonanz und Akzeptanz – Wissenschaft / Expert:innen

Die Abbildung zeigt die zwanzig Abstimmungsvorlagen mit den meisten Aussagen von Wissenschaftler:innen und Expert:innen sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlagen. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 1'599 Aussagen).

# Individualbesteuerung

Die Individualbesteuerung wird in fast allen Medien weniger stark beachtet als die SRG-Initiative. Nur wenige Medien in der Suisse romande und die SonntagsZeitung schenken der Individualbesteuerung im direkten Vergleich mit der SRG-Initiative etwas mehr Beachtung. Die umfangreichste Berichterstattung findet sich neben den Medien der SRG bei aargauerzeitung.ch, den Tamedia-Titeln der Deutschschweiz und bei blick.ch (Abb. 9).

oder leicht negative Tonalität lässt sich bei nzz.ch, RTS oder auch SonntagsZeitung beobachten. Eine sehr negative Tonalität (bei nicht sehr starker Resonanz) findet sich einzig bei der Weltwoche (-60).

Insgesamt dominiert in den Medien das Argument, dass die Individualbesteuerung mit Blick auf die Gleichstellung ein wichtiger Systemwechsel sei. So argumentiert das Ja-Komitee: «Wir bringen das Steuergesetz aus der Nachkriegszeit in die Gegenwart» (srf.ch, 15.01.). Mit dem neuen System würden Frauen den Männern gleichgestellt und es würden Anreize für Frauen geschaffen, mehr erwerbstätig zu sein. Auch könne mit der Individualbesteuerung die viel diskutierte «Heiratsstrafe» beseitigt werden. «Payer plus d'impôts juste parce qu'on est marié. La situation agace» (24heures.ch, 13.01.). Typischerweise argumentieren Befürworter:innen auch, dass die Reform jetzt (endlich) an der Zeit sei und im politischen Betrieb eine bessere Reform in unbestimmter Zukunft kaum möglich sei: «Take it and run» - so die Kolumne von SP-Nationalrätin Jacqueline Badran in den Tamedia-Titeln (28.02.) oder «Wenn wir die Heiratsstrafe jetzt nicht abschaffen, dann nie», so die Co-Präsidentin der FDP in den Tamedia-Titeln (22.01.).

## Kritik und Ambivalenz

Kritik kommt in den Medien erstens in Form des «Bürokratie»-Arguments vor. Mit der Einführung der Individualbesteuerung seien deutlich mehr Steuererklärungen nötig – eine Mehrbelastung für die Kantone, die deshalb «auf die Barrikaden» gehen (nzz.ch, 30.01.). Zweitens finden Kritiker mit Argumenten Resonanz, wonach bestimmte Gruppen (zu) stark von der Reform auf Kosten anderer Gruppen profitieren würden, zum Beispiel gutverdienende Rentner:innen. Mit der Reform würden neue Ungleichheiten entstehen, zum Beispiel eine «Alleinverdienerstrafe» (nzz.ch, 11.02.).

Damit verbunden, lässt sich ein grosser Teil der Berichterstattung als ambivalent bezeichnen. Dazu gehören einerseits Berichte, die detailliert und zum Teil aufwändig recherchiert beschreiben, welche Personengruppen zu den «Gewinnern» und zu den «Verlierern» der Reform gehören. Dazu gehören ebenso die bei finanz- und steuerpolitischen Vorlagen von den Medien (und zum Teil auch den Komitees selbst) immer häufiger eingesetzten Online-Rechner. Diese sollen den Benutzer:innen helfen, die individuellen finanziellen Auswirkungen einfach zu berechnen. Beispiele: «Was bringt dir die Individualsteuer? Rechne hier nach!» (blick.ch, 13.01.), «Profitieren Sie davon? Der Rechner

Individualbesteuerung	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
SRF (10vor10, Tagesschau, srf.ch)	29		14
aargauerzeitung.ch	27		26
baslerzeitung.ch	26		19
blick.ch	25		12
tagesanzeiger.ch	25		16
bernerzeitung.ch	25		16
nzz.ch	23		0
RTS (Le 19h30, rts.ch)	22		0
tdg.ch	17		12
24heures.ch	17		12
letemps.ch	17		12
luzernerzeitung.ch	16		19
20minuten.ch	12		25
SonntagsZeitung	9	-11	
20minutes.ch	8		25
SonntagsBlick	6		0
suedostschweiz.ch	5	-20	
Weltwoche	5	-60	
NZZ am Sonntag	4		25
Le Matin Dimanche	2		0
Schweiz am Wochenende	1		100
lematin.ch	1		0
WochenZeitung	1		100

Abbildung 9: Resonanz und Tonalität – Individualbesteuerung

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Individualbesteuerung. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 187 Beiträge).

## Leicht positive Tonalität bei vielen Medien

Bei rund zwei Drittel der untersuchten Medien, die über die Individualbesteuerung berichten, fällt die Tonalität (leicht) positiv aus (Abb. 9). Eine ambivalente

zeigt's» (aargauerzeitung.ch, 03.02.) oder der zusammen mit dem Institut für Schweizer Wirtschaftspolitik an der Universität Luzern entwickelte «interaktive Rechner» von Tamedia (tagesanzeiger.ch, 17.02.). Nur sehr selten weisen die Medien darauf hin, dass eine Person im Laufe ihres Lebens viele Phasen durchläuft und sich deshalb die Auswirkungen der Reform nicht einfach auf individueller Ebene berechnen lassen. Entsprechend gelte: «On vote un peu les yeux bandés» (24heures.ch, 23.02.).

aussprechen. Zuspruch erhält das Nein-Lager, wenn auch mit etwas weniger Resonanz, von der SVP (7%). Medial treten als Befürworter:innen neben der FDP (16%) Bundesrätin Karin Keller-Sutter (7%), die Grünliberalen (6%) und teilweise auch die SP (10%) in Erscheinung.

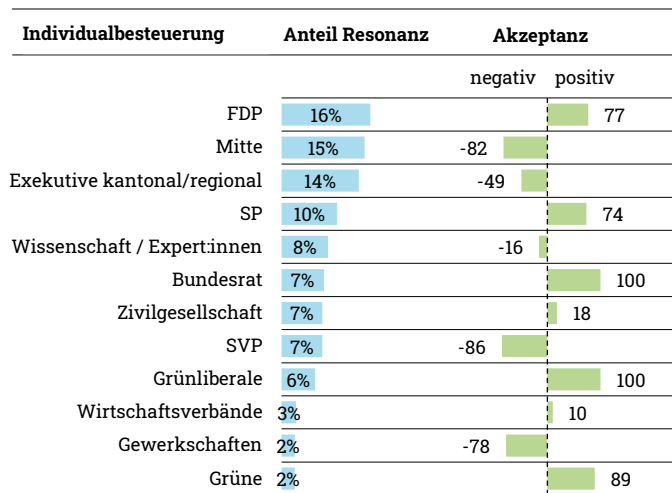


Abbildung 10: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Individualbesteuerung

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Individualbesteuerung Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 391 Aussagen).

### Unklares Bild bei den Akteur:innen

Medial ist das Bild unklar, denn die drei sichtbarsten Akteursgruppen positionieren sich sehr unterschiedlich (Abb. 10). Die FDP (16%) erscheint in den Medien als Kampagnenführerin, die sich für die Individualbesteuerung relativ geschlossen einsetzt (+77). Die Mitte (15%) auf der anderen Seite bringt am sichtbarsten Kritik an der Vorlage ein (-82). Exekutiv-Vertreter:innen von Kantonen und Gemeinden (14%) kommen ebenfalls eher mit kritischen Voten vor, aber die Akzeptanzwerte von -49 zeigen auch, dass sich auch einige kantonale Akteur:innen für die Individualbesteuerung

# Klimafonds-Initiative

Die Klimafonds-Initiative steht im Schatten der anderen Vorlagen. Nur wenige Medien geben der Klimafonds-Initiative im direkten Vergleich mit der SRG-Initiative und der Individualbesteuerung noch Resonanz (Abb. 3), am ehesten SRF und RTS (Abb. 11). Blick.ch hingegen berichtet relativ wenig. (Reine Agenturbeiträge sind nicht Teil der Analyse.)

Klimafonds-Initiative	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
SRF (10vor10, Tagesschau, srf.ch)	24	-13	
RTS (Le 19h30, rts.ch)	19	-11	
baslerzeitung.ch	15		40
tagesanzeiger.ch	15		40
aargauerzeitung.ch	14		7
bernerzeitung.ch	14		43
letemps.ch	13	-15	
luzernerzeitung.ch	11	-9	
nzz.ch	11	-27	
tdg.ch	10		40
24heures.ch	9		33
20minuten.ch	8	-13	
20minutes.ch	7		14
Weltwoche	4	-75	
suedostschweiz.ch	3	-33	
blick.ch	3		0
WochenZeitung	3		100
SonntagsZeitung	2		100
NZZ am Sonntag	1		100
Le Matin Dimanche	1	-100	
lematin.ch	1		0
SonntagsBlick	0		
Schweiz am Wochenende	0		

Abbildung 11: Resonanz und Tonalität – Klimafonds-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Klimafonds-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 188 Beiträge).

## Unterschiedliche Tonalität bei den Medien

Ungefähr gleich viele Medien weisen eine positive Tonalität gegenüber der Klimafonds-Initiative auf wie Medien mit einer negativen Tonalität. Daneben gibt es Medien, in denen die Tonalität ambivalent ist, d.h.

zustimmende und ablehnende Voten halten sich ungefähr die Waage (Werte zwischen -10 und +10).

Zuspruch für die Einrichtung eines Klimafonds findet sich vor allem in den Titeln von Tamedia in der Deutschschweiz und der Suisse romande. In Kommentaren beurteilen die Redaktionen die Initiative in der Summe kontrovers, doch in der Berichterstattung sind Argumente präsent, welche das Anliegen stützen. So findet sich zum Beispiel die auf eine Studie der ETH Zürich gestützte Aussage, dass sich die Schweiz ihre Klimabilanz schönrede (Tamedia, 13.02.). Auch erscheint ein Interview mit einem «Ex-Notenbanker», der sich explizit für die Initiative ausspricht. Die bisherige Klimapolitik reiche nicht aus, um die «Dekarbonisierung zeitnah» zu schaffen. Mit dem Klimafonds könnten klimafreundliche Technologien und beschleunigte Gebäudesanierungen unterstützt werden (Tamedia, 19.01.).

Eine negative Tonalität gibt es u.a. bei letemps.ch (-15) und nzz.ch (-27), eine sehr negative in der Weltwoche (-75). In der Weltwoche wird die Initiative kritisiert als Ausdruck einer «linken Planwirtschaft ohne Plan», die fälschlicherweise davon ausgehe, dass die Schweiz allein den Klimawandel «bekämpfen» könne (12.02.) – letzteres ein Argument, das auch Bundesrat Albert Rösti vertritt («La Suisse seule ne peut pas influencer le climat mondial», letemps.ch, 31.01.). Laut nzz.ch heble die Initiative die Schuldenbremse aus und führe in Zukunft zu «höheren Schuldzinsen morgen und höheren Steuern übermorgen». Der Klimafonds setze ausserdem falsche Anreize und der «verlangte Subventionstopf verleitet zur Verschwendung» (nzz.ch, 05.02.).

## Akteur:innen: Keine intensive Gegen-Kampagne

Bei der Klimafonds-Initiative zeigt das Akteurs-Bild, dass eine intensive Gegen-Kampagne fehlt (Abb. 12). Am ehesten sichtbar sind die Befürworter:innen der Grünen (17%) und der SP (11%), teilweise mit Unterstützung von Stimmen aus der Wissenschaft (16%). Auch ein ehemaliger Vizepräsident der Schweizerischen Nationalbank (3%) erhält mit einer vermeintlich überraschenden Ja-Position Resonanz.

Das eigentlich sehr breite Nein-Lager tritt in den Medien noch am ehesten in Form des Bundesrates in Erscheinung (10%). Auch die FDP (5%), Wirtschaftsverbände (3%) und die SVP (6%) sind als Gegner:innen präsent, während Grünliberale (10%; -38) und die Mitte (7%; +7) nicht mit einheitlichen Positionen vorkommen.

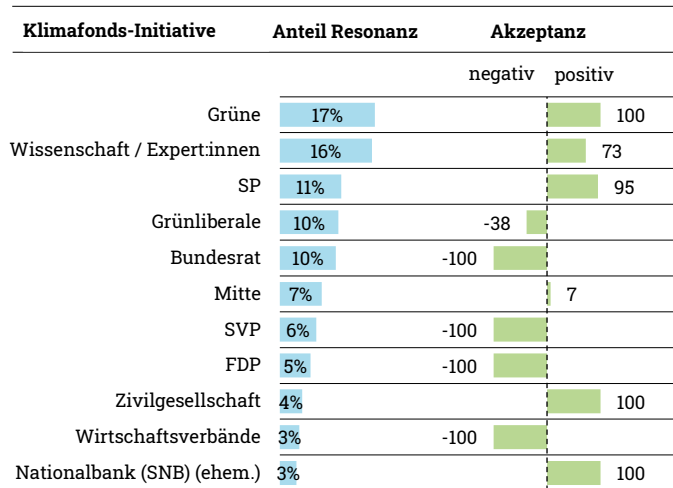


Abbildung 12: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Klimafonds-Initiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Klimafonds-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 205 Aussagen).

# Bargeld-Initiative und Gegenentwurf

Die Bargeld-Initiative und der Gegenentwurf werden in den meisten Medien wenig beachtet. Noch am meisten Resonanz gibt es in den Angeboten von SRF und RTS (Abb. 13 und Abb. 14). Dass gerade die Sonntags- und Wochenmedien kaum oder gar nicht über diese Vorlagen berichten, unterstreicht die geringe Brisanz, die ihnen zugeschrieben wird. Auffallend ist weiter, dass einige Medien den Gegenentwurf noch weniger beachten als die Bargeld-Initiative. So gibt es Fälle von Artikeln, die nichts zur konkreten Lösung der Initiative oder des Gegenentwurfs sagen, aber zum Beispiel auf die sinkende Verbreitung von Bargeld in der Schweiz eingehen und in diesem Zusammenhang erwähnen, dass die Schweiz am 8. März über die Bargeld-Initiative abstimmen werde.

Bargeld-Initiative	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
SRF (10vor10, Tagesschau, srf.ch)	21	-10	0
RTS (Le 19h30, rts.ch)	16	-13	0
tagesanzeiger.ch	14	0	0
bernerzeitung.ch	14	0	0
baslerzeitung.ch	14	0	0
aargauerzeitung.ch	12	-25	0
blick.ch	12	0	33
nzz.ch	11	0	9
24heures.ch	11	0	0
tdg.ch	10	-10	0
luzernerzeitung.ch	10	-10	0
letemps.ch	10	-10	0
20minuten.ch	6	0	0
suedostschweiz.ch	6	0	17
20minutes.ch	5	0	0
NZZ am Sonntag	2	0	50
lematin.ch	2	0	0
Le Matin Dimanche	1	0	0
Weltwoche	0	0	0
SonntagsBlick	0	0	0
Schweiz am Wochenende	0	0	0
SonntagsZeitung	0	0	0
WochenZeitung	0	0	0

Abbildung 13: Resonanz und Tonalität – Bargeld-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Bargeld-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 177 Beiträge).

Gegenentwurf	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
SRF (10vor10, Tagesschau, srf.ch)	19	0	21
RTS (Le 19h30, rts.ch)	13	0	15
blick.ch	12	0	17
luzernerzeitung.ch	10	0	10
nzz.ch	10	0	30
letemps.ch	10	0	10
24heures.ch	9	0	11
aargauerzeitung.ch	9	0	22
tdg.ch	9	0	11
baslerzeitung.ch	8	0	13
tagesanzeiger.ch	8	0	13
bernerzeitung.ch	8	0	13
20minuten.ch	6	0	0
20minutes.ch	5	0	0
suedostschweiz.ch	4	0	50
lematin.ch	2	0	0
NZZ am Sonntag	2	0	50
Le Matin Dimanche	1	0	0
Schweiz am Wochenende	0	0	0
SonntagsZeitung	0	0	0
WochenZeitung	0	0	0
Weltwoche	0	0	0
SonntagsBlick	0	0	0

Abbildung 14: Resonanz und Tonalität – Bargeld-Initiative (Gegenentwurf)

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über den Gegenentwurf zur Bargeld-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 145 Beiträge).

## Unterschiedliche Tonalität bei den Medien

Rund die Hälfte der Medien, die überhaupt über die Bargeld-Initiative berichten, weist eine ambivalente oder maximal leicht negative Tonalität auf, zum Beispiel SRF (-13) und RTS (-19) oder die Tamedia-Titel in der Deutschschweiz. Etwa kritischer fällt die Berichterstattung in aargauerzeitung.ch (-25), etwas positiver in blick.ch (+33) aus. Dort kommen zum Beispiel Argumente zum Tragen, wonach Bargeld die einzige Möglichkeit biete, im Zeitalter von Digitalisierung und Überwachung anonym zu bleiben (blick.ch, 17.02.).

Einen Unterschied gibt es zum Gegenvorschlag, der bei den meisten Medien auf (leichte) Zustimmung stösst.

Dort finden unter anderem Argumente Eingang, wonach die Initiative juristisch heikel sei oder Scheinprobleme schaffe.

### Fokus auf Symbolpolitik

Die Resonanz der Initiative und des Gegenentwurfs ist grundsätzlich schwach. Dies mag auch damit zusammenhängen, dass die Medien (und politischen Akteur:innen) das Problem und die Lösungsvorschläge nicht für äusserst relevant halten. Mehrmals wird in den Medien festgestellt, bei der Abstimmung gehe es «vor allem um Symbolpolitik» (nzz.ch, 11.02.). Denn auch das manchmal geäusserte Problem, dass manche Geschäfte, Verkehrsunternehmen oder Gastrobetriebe kein Bargeld mehr akzeptieren (z.B. ein Kino im Kanton Glarus, z.B. suedostschweiz.ch, 12.02.), wird von der Initiative nicht abschliessend gelöst: das Bargeld werde «symbolisch gestärkt» und die Initiative schreibe keinen «Cash-Befehl» vor (blick.ch, 17.02.). «Es geht nur um das ‘Symbol’ Bargeld, um das vorgebliche Messen einer Befindlichkeit, die man auch nach dem Abstimmungssonntag nicht nachweisen können wird» (Tamedia, 19.02.).

In vielen Beiträgen sprechen die Medien auch das «Paradox» oder die «Schizophrenie» an, dass die Menschen in der Schweiz immer weniger mit Bargeld bezahlen, gleichzeitig aber laut Umfragen den Anliegen der Bargeld-Initiative zustimmen (z.B. 24heures.ch, 30.12.).

### Akteur:innen

Die Resonanz der Bargeld-Initiative und vor allem des Gegenentwurfs ist insgesamt sehr schwach. Deshalb müssen die Resultate vorsichtig interpretiert werden. Wie bei der Klimafonds-Initiative zeigt sich, dass eine intensive Gegen-Kampagne fehlt. Am meisten Resonanz erhalten die Initianten der Bargeld-Initiative (codiert unter «Zivilgesellschaft») (25%), daneben die SVP (12%) (Abb. 15). Sichtbarster Akteur gegen die Bargeld-Initiative ist die Bundesrätin (12%); auch beim Gegenentwurf ist die Bundesrätin innerhalb des Ja-Lagers am meisten präsent (18%) (Abb. 16).

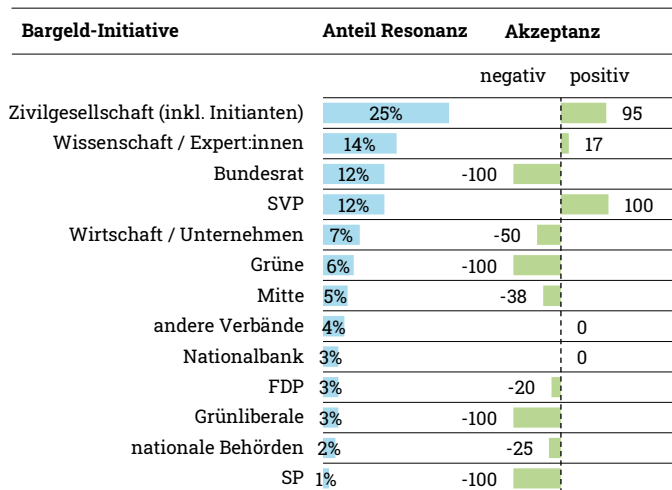


Abbildung 15: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Bargeld-Initiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Bargeld-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 166 Aussagen).

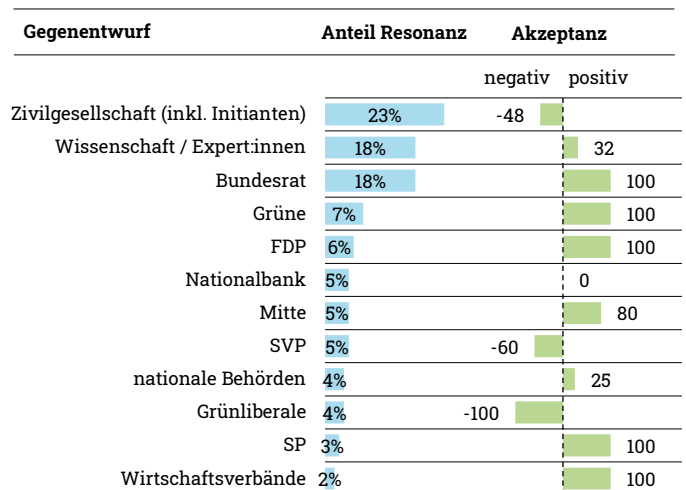


Abbildung 16: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Gegenentwurf

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum Gegenentwurf zur Bargeld-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 107 Aussagen).

# Methode

## Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 15. Dezember 2025 bis 1. März 2026 erschienen sind. Es werden 1'071 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag mehrere Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können (SRG-Initiative: n = 549; Individualbesteuerung: n = 323; Klimafonds-Initiative: n = 188; Bargeld-Initiative: n = 177; Gegenentwurf zur Bargeld-Initiative: n = 145). 84% der Beiträge thematisieren jeweils eine Vorlage, 16% zwei oder mehr Vorlagen. Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt.

## Tonalität der Beiträge

Die Akzeptanz gegenüber den Abstimmungsvorlagen wird über die Tonalität gemessen, die sich im Artikel insgesamt beobachten lässt. Dabei wird zwischen einer «positiven», einer «negativen», einer «kontroversen (ambivalenten)» und einer «neutralen» Tonalität unterschieden. «Neutral» bedeutet nicht, dass die Medien «neutral» im Sinne von «ausgewogen» in einem Beitrag sowohl Pro- als auch Kontra-Akteuren Resonanz erteilen (= «kontrovers»), sondern bezeichnet Beiträge, in denen keine Argumente vermittelt werden (z.B. Deskription von Umfrageergebnissen) und/oder in denen Zusatzinformationen geliefert werden, deren Tonalität gegenüber der Vorlage unklar ist (z.B. deskriptive Auflistung der gesetzlichen Regelungen in Nachbarstaaten). In stärkster Form zeigt sich die Tonalität bei Aussagen, die explizit eine Abstimmungsempfehlung beinhalten. Daneben zeigt sich die Tonalität aber auch bei Aussagen

- zur «Grundproblematik» einer Vorlage (z.B. Beiträge, die darauf hinweisen, dass die Schweiz ihren CO<sub>2</sub>-Austoss zu wenig genau berechnet – «positiv»);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass die Halbierungsinitiative zu einer Schliessung von regionalen Standorten der SRG führe – «negativ»);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die Befürworter:innen würden falsche Zahlen verwenden – «negativ»);
- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-Führung der Befürworter:innen – «positiv»)

- bei zugespitzten Aussagen über die Akzeptanz der Vorlagen gemessen an Meinungsumfragen, mit Thematisierung der Auswirkungen auf die Kampagnenführung und die Erfolgchancen (z.B. «XY erleidet Schiffbruch und Befürworter sind nervös» – «negativ»).

Der Tonalitäts-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Beiträge mit positiver Tonalität minus Anzahl Beiträge mit negativer Tonalität) geteilt durch Anzahl alle Beiträge multipliziert mit 100.

Für jeden Beitrag wird bestimmt, ob die Tonalität primär über die Medien selbst bestimmt wird («Medium»), primär über Akteure, die in den Medien zu Wort kommen («Akteure»), oder mehr oder minder gleichgewichtet durch Medien und Akteure («Medium und Akteure»). Eine medienbestimmte Tonalität lässt sich in stärkster Form in Kommentaren und Leitartikeln erkennen, aber auch bei (Hintergrund-)Berichten, bei denen das Medium Bewertungen einspeist («Medium»). Dazu gehören sowohl explizite Positionierungen des Mediums (explizite Empfehlung, eine Vorlage an- oder abzulehnen) als auch implizite Positionierungen (z.B. Bestätigung der Grundproblematik einer Initiative). Daneben erfassen wir diejenigen Fälle, in denen zwar Akteure ihre Positionen einspeisen, die Medien aber diese Akteure und/oder Positionen ebenfalls prominent bewerten («Medium und Akteure»). Fälle einer primär akteursbestimmten Tonalität sind Gastbeiträge von Akteuren, Interviews und «vermeldende» Berichte über die Stellungnahmen von Akteuren («Akteure»).

## Akteur:innen und Akzeptanz

Für jeden Beitrag und pro Vorlage werden die maximal drei resonanzstärksten Akteure sowie deren Positionierung gegenüber der Vorlage bestimmt (Akzeptanz). Für die Abstimmungsvorlagen vom 8. März 2026 werden auf diese Weise 1'566 Aussagen erfasst. Der Akzeptanz-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Aussagen Akteur A mit positiver Positionierung minus Anzahl Aussagen Akteur A mit negativer Positionierung) geteilt durch Anzahl aller Aussagen Akteur A multipliziert mit 100. In den Grafiken werden jeweils nur die wichtigsten Akteursgruppen dargestellt; daher ergeben die Prozentwerte (Resonanz) der dargestellten Akteure aufsummiert nicht 100%.

## Mediensample

---

Das Mediensample besteht aus 14 Newssites (Online-Auftritten) von Zeitungen, 7 Sonntags- resp. Magazintiteln (Print) und 5 Titeln der SRG aus der Deutschschweiz und der Suisse romande, die jeweils als SRF resp. RTS zusammengefasst werden. Weil das Mediensample seit Sommer 2018 vor allem Newssites statt gedruckten Zeitungen umfasst, sind die Resultate nicht direkt vergleichbar mit den Resultaten des Abstimmungsmonitors zu den Vorlagen von März 2013 bis Juni 2018. Sie sind mehrheitlich vergleichbar mit den einzelnen Berichten seit September 2018 – mit Ausnahme, dass in der Zwischenzeit der früher erfasste blickamabend.ch eingestellt wurde und dass für die Vorlagen seit März 2024 auch die WOZ erfasst wird. Abbildung 1 in diesem Bericht umfasst jedoch bereits ein bereinigtes Sample mit direkter Vergleichbarkeit ab 2018 (d.h. durchgehend mit WOZ und ohne blickamabend.ch).

Newssites Abonnement: 24 heures, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Le Temps, Luzerner Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, Südostschweiz, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève

Newssites Boulevard- und Pendlermedien: 20 Minuten, 20 minutes, Blick, Le Matin

Sonntagszeitungen / Magazine (Print): Le Matin Dimanche, NZZ am Sonntag, SonntagsBlick, Sonntags-Zeitung, Schweiz am Wochenende, Weltwoche, WochenZeitung (WOZ)

Titel SRG: SRF: 10vor10, srf.ch/news (Online), Tagesschau; RTS: Le 19h30 (Journal), rts.ch/info (Online)

## Analysen

---

Die einzelnen Zwischen- und Schlussberichte zu den jeweiligen Volksabstimmungen können [hier](#) heruntergeladen werden.

Die jüngste vergleichende Analyse von 44 Abstimmungsvorlagen (2018-2023), die u.a. die politische Positionierung der Medien untersucht, kann [hier](#) heruntergeladen werden. Ein kurzes Update, das 61 Volksabstimmungen (2018-2025) umfasst, kann [hier](#) heruntergeladen werden.