année politique suisse

APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 14. Juni 2026

Zwischenstand vom 4.6.2026

Anja Heidelberger und Marc Bühlmann

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:
Lena Baltisser, Mathias Buchwalder, Marie Del Priore, Bernadette Flückiger, Elia Gerber, Marlène Gerber, Viktoria Kipfer, Sarah Kuhn, Antoine Lévêque, Chloé Magnin, Hans-Peter Schaub, Catalina Schmid, Joëlle Schneuwly, Nic Töny und Karel Ziehli.

Bevorzugte Zitierweise

Heidelberger, Anja und Marc Bühlmann (2026). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 14. Juni 2026. Zwischenstand vom 4.6.2026. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Auswertung von Année Politique Suisse zur Abstimmung vom 14. Juni 2026 über die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz! (Nachhaltigkeitsinitiative)» und über das Bundesgesetz über den zivilen Ersatzdienst (Zivildienstgesetz), zwölf Tage vor dem Urnengang, zeigt drei hauptsächliche Befunde:

(1) Gemessen am Kampagnenbudget, dem Inserateaufkommen und der Medienaufmerksamkeit erhält die Volksinitiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» nicht nur wesentlich mehr Aufmerksamkeit als das Zivildienstgesetz, sondern auch als die meisten anderen von Année Politique Suisse bisher untersuchten Abstimmungsvorlagen.

(2) Die Ähnlichkeiten der Volksinitiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» mit der «Masseneinwanderungsinitiative», über die 2014 abgestimmt wurde, sind frappant – nicht nur hinsichtlich Stossrichtung der Initiative und Argumentationen im Abstimmungskampf. Die Kampagnenbudgets dürften auch 2014 vergleichsweise gross gewesen sein, wobei wohl auch damals die Gegnerschaft über mehr Kampagnenmittel verfügte als die Befürwortenden. Während die Pro-Seite aktuell ähnlich viele Inserate schaltet wie 2014, scheint die Contra-Seite insbesondere in der Deutschschweiz ihre Mittel stärker auf andere Werbekanäle zu konzentrieren. Im Vergleich zu durchschnittlichen Vorlagen ist die Medienaufmerksamkeit zwar auch 2026 vergleichsweise hoch, 2014 war der Anteil an Zeitungsartikeln mit Fokus auf die Migrationspolitik aber doppelt so hoch wie aktuell.

(3) Auch die Sprachregionen unterscheiden sich hinsichtlich Medienaufmerksamkeit: Aktuell wird in der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Presse etwa gleich häufig über das Thema «Migrationspolitik» berichtet. 2014 stand das Thema in der Romandie aber wesentlich häufiger im Fokus der Zeitungsberichterstattung als in der Deutschschweiz.

ANALYSE DER INSERATE SOWIE DER BERICHTERSTATTUNG IN PRINTMEDIEN DURCH ANNÉE POLITIQUE SUISSE

Seit 2013 untersucht Année Politique Suisse (APS) an der Universität Bern die Kampagnentätigkeit im Vorfeld eidgenössischer Abstimmungen. Konkret werden Zeitungsinserate aus rund 50 Printmedien während acht Wochen vor dem Abstimmungstermin gesammelt und analysiert. Die bisher zwischen 2013 und 2026 erfassten 117 Inseratekampagnen können miteinander verglichen werden.

Anfang 2019 hat APS den Fokus von den Inseraten auf die redaktionelle Berichterstattung in den Zeitungen erweitert. Grundlage dazu bietet die Zeitungsausschnittsdokumentation, die APS seit 1965 pflegt: Aus aktuell 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 im Vorfeld eines Urnengangs aufzeigen.

Seit Anfang 2024 müssen für Abstimmungskampagnen die Budgets offengelegt werden. Auch diese von der Eidgenössischen Finanzkontrolle (EFK) publizierten Zahlen fliessen seither in die Analyse mit ein.

Der vorliegende Bericht behandelt das am 14. Juni 2026 zur Abstimmung stehende Zivildienstgesetz und die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz».[1]

Aufmerksamkeit

DEN VORLAGEN ENTGEGENGEBRACHTE AUFMERKSAMKEIT

Wie viele Inserate finden sich zu einer Vorlage in den Zeitungen, wie viel Geld wird für deren Kampagne ausgegeben und wie intensiv berichten Printmedien darüber? APS misst die Aufmerksamkeit, die einer Vorlage entgegengebracht wird, mit diesen drei Kennzahlen.

VERGLEICHSWEISE VIELE INSERATE ZUR INITIATIVE «KEINE 10-MILLIONEN-SCHWEIZ»

Die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» wird in den Inseratespalten deutlich überdurchschnittlich beworben. Zwar erzielt sie mit 331 Inseraten keinen Spitzenwert – wie etwa 2014 noch die Masseneinwanderungsinitiative (832 Inserate) –, jedoch weist sie mit Abstand die grösste Anzahl Inserate der letzten drei Jahre auf (siehe Abbildung 2).[2] Gab es bei der durchschnittlichen Anzahl Inserate pro Jahr vor 2020 grössere Schwankungen, ist seither ein deutlich abnehmender Trend festzustellen (siehe Abbildung A1 im Anhang).

DIE OFFIZIELLEN ZAHLEN ZUR POLITIKFINANZIERUNG

Einen eindeutigen Höchstwert belegt die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» hingegen bei den veröffentlichten Kampagnenbudgets:

Die insgesamt budgetierten 15.5 Millionen Franken für und gegen die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» bedeuten eine rekordhohe Summe, seit die Kampagnenausgaben angegeben werden müssen (also seit Anfang 2024). Die aktuellen Ausgaben sind doppelt so hoch wie die bisher höchste Summe, die im Rahmen der Abstimmung zu den Liegenschaftssteuern budgetiert worden war (Abstimmung vom 28.10.25; Gesamtausgaben von CHF 7.54 Mio.).

NUR WENIG GELD UND WENIGE INSERATE ZUM ZIVILDIENSTGESETZ

Wesentlich weniger Geld, nämlich CHF 0.62 Mio. werfen die Komitees im Rahmen der Kampagnen zum Zivildienstgesetz auf. Für lediglich drei der bisher ausgewiesenen 23 Kampagnen wurde weniger Geld budgetiert (vgl. Abbildung 1).

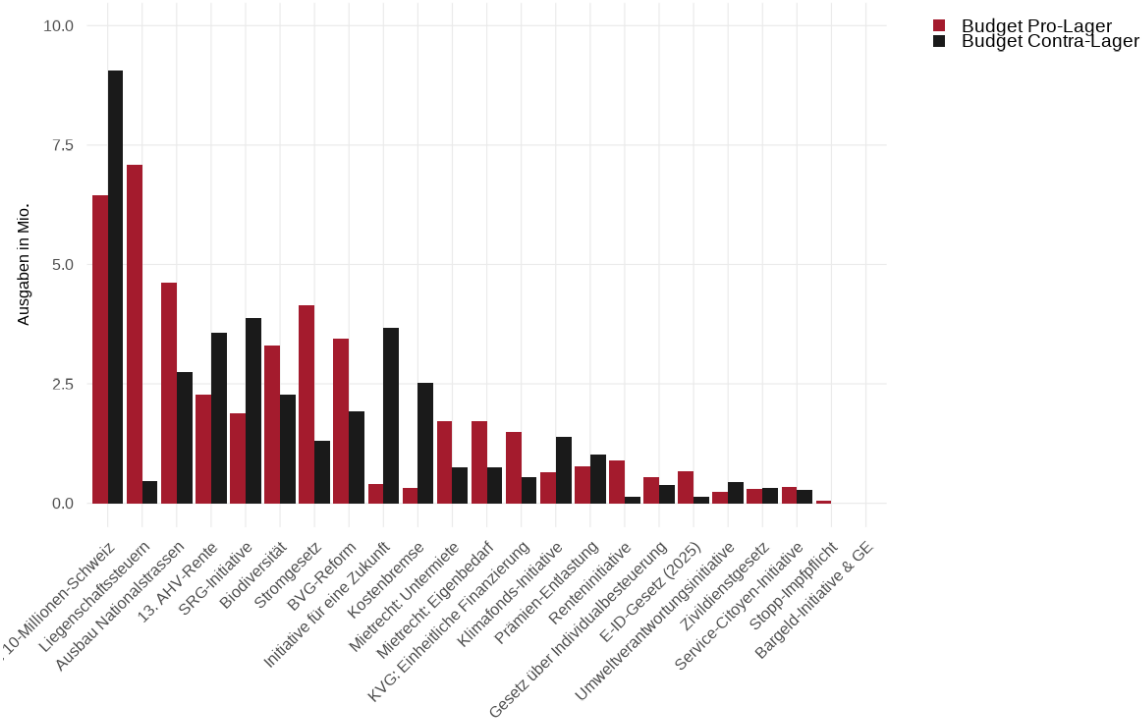
Die knappen Ressourcen zeigen sich auch im Inserateaufkommen zum Zivildienstgesetz: In den von uns untersuchten Zeitungen (siehe Anhang A3)

[1] Die Links führen zur APS-Berichterstattung auf unserer Politchronik.

[2] Eine grössere Anzahl Inserate als zur Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» wurde mit 500 Inseraten letztmals am 18. Juni 2023 bei der Kampagne zum Klima- und Innovationsgesetz erreicht.

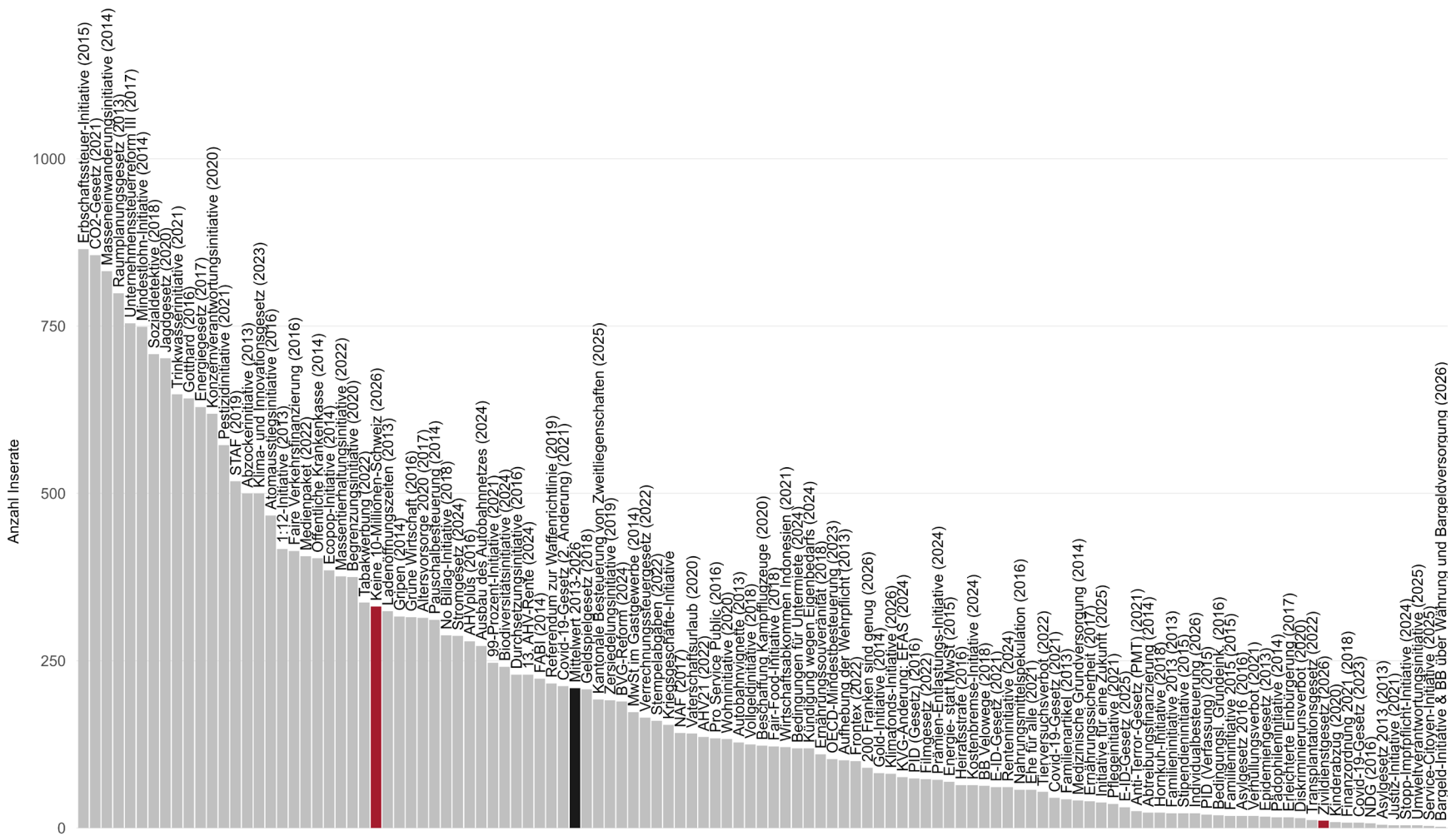
fanden sich lediglich 11 Inserate zum Zivildienstgesetz. Es belegt somit auch in Bezug auf die Gesamtanzahl an Inseraten einen hinteren Rang.

ABB. 1: OFFENGELEGTE BUDGETS FÜR DIE KAMPAGNENFINANZIERUNG SEIT 2024



Quelle: EFK (2026), geordnet nach dem Gesamtbudget zu einer Vorlage.

ABB. 2: ANZAHL INSERATE IM VERGLEICH (2013-2026, STICHTAG: 12 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)

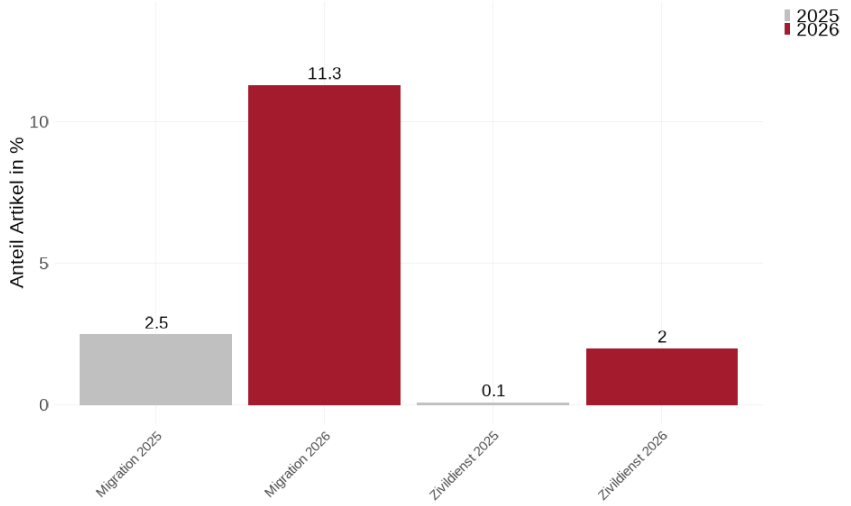


MEDIENAUFMERKSAMKEIT MESSEN

Aufmerksamkeit generieren die Vorlagen aber nicht nur über bezahlte Werbung, sondern auch über die Medienberichterstattung. Vor eidgenössischen Abstimmungen widmen die Printmedien den Vorlagenthemen in der Regel stärkere Aufmerksamkeit als normalerweise.

Um zu messen, wie stark die Printmedien über ein politisches Thema berichten, dem wir eine Vorlage auf Basis des APS-Klassifikationsschemas zugewiesen haben, berechnen wir den Anteil an Zeitungsartikeln zu diesem Thema an allen von APS erfassten Zeitungsbeiträgen zu allen politischen Themengebieten zwischen dem 20. April und dem 4. Juni 2026. Um zu bestimmen, ob die Aufmerksamkeit vor allem der direkten Demokratie geschuldet ist, vergleichen wir diese Werte zudem mit den Anteilen an Zeitungsberichten zum gleichen Thema im gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor (21. April bis 5. Juni 2025).

ABB. 3: ANTEIL ZEITUNGSARTIKEL AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGSARTIKEL (20.4. BIS 4.6.26 UND 21.4. BIS 5.6.25)



Lesebeispiel: Im Vorfeld der anstehenden Abstimmungen hatten 11.3 Prozent aller politisch relevanten Medienartikel in den von APS untersuchten Printmedien das Thema «Migration» zum Inhalt (erster roter Balken); im Vorjahr beinhalteten im analogen Zeitrahmen 2.5 Prozent aller politisch relevanten Medienartikel das Thema «Migration» (erster grauer Balken).

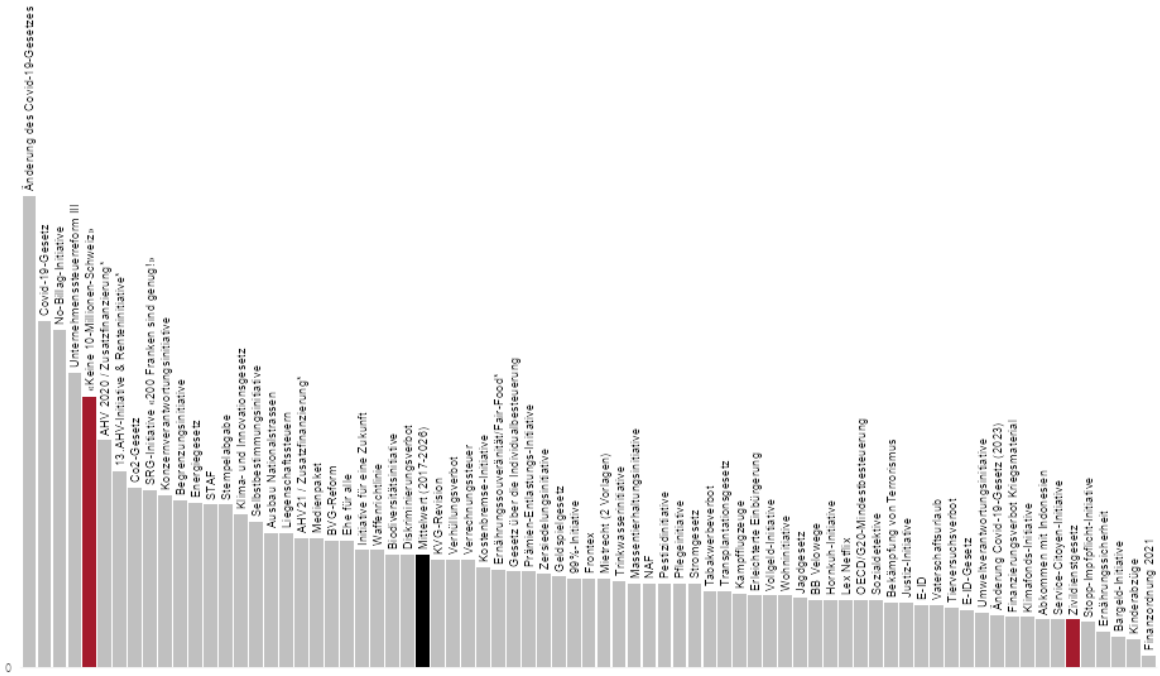
UNTERSCHIEDLICHE MEDIENAUFMERKSAMKEIT

Die Themen der Vorlagen erhalten in den Printmedien unterschiedlich hohe Aufmerksamkeit (siehe Abbildung 3). 11.3 Prozent aller Artikel mit Bezug zur Schweizer Politik, die von APS berücksichtigt werden, behandelten im Vorfeld der aktuellen Abstimmung das Thema «Migration», dem wir die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» zugeordnet haben. Im langjährigen Schnitt wird vor einem Urnengang über ein Abstimmungsthema in 4.7 Prozent aller Zeitungsartikel berichtet. Verglichen mit den andern 74 bisher von APS bezüglich Medienberichterstattung analysierten Vorlagen erhält die aktuelle Initiative somit stark überdurchschnittliche Aufmerksamkeit (siehe Abbildung 4): Sie findet sich gemessen an der Medienaufmerksamkeit in den Top Five und belegt somit auch hier einen Spitzenplatz.

Das Zivildienstgesetz (bzw. das Thema «Zivildienst») steht in den bisherigen 6 ½ Wochen vor der Abstimmung weitaus weniger im Fokus. Lediglich 2 Prozent aller von APS erfassten Presseartikel haben Aspekte des Zivildienstes zum Thema (Rang 67 von 74 analysierten Kampagnen).

Wie sehr die direkte Demokratie Treiberin der Medienberichterstattung ist, zeigt sich trotzdem auch bei der mit dem fakultativen Referendum bekämpften Gesetzesrevision: Weil die Medien ansonsten kaum über den Zivildienst berichten, bedeutet der 2 Prozent-Anteil beinahe eine Verzwanzigfachung der Aufmerksamkeit gegenüber demselben Zeitraum im Vorjahr (vgl. Quotient in Tabelle A2 im Anhang). Diesbezüglich liegt das Zivildienstgesetz auf Rang 7 (von 74 Kampagnen). Umgekehrt ist das Thema «Migration» sozusagen ein medialer Dauerbrenner. Der Anteil von 11.3 Prozent zur Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» an der Gesamtberichterstattung bedeutet im Vergleich zur Vorjahresperiode «lediglich» eine Vervielfachung um den Faktor 4.5 – das liegt deutlich unter dem Durchschnitt seit 2017 (8.7).[3]

ABB. 4: ANTEIL ZEITUNGSARTIKEL AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGSARTIKEL IM VERGLEICH (JEWEILS 56 BIS 12 TAGE VOR DEM URNENGANG)



Lesebeispiel: Im Vorfeld der anstehenden Abstimmungen hatten 11.3 Prozent aller politisch relevanten Medienartikel in den von APS untersuchten Printmedien das Thema «Migration» und damit die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» zum Inhalt (erster roter Balken).

[3] Unsere Zahlen decken sich mit den Analysen des fög (2026: 2), das «sehr starke Resonanz» für die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz», aber «bloss schwache Resonanz» für das Zivildienstgesetz findet.

Vergleich der Pro- und Contra-Lager

UNGLEICH LANGE SPIESSE?

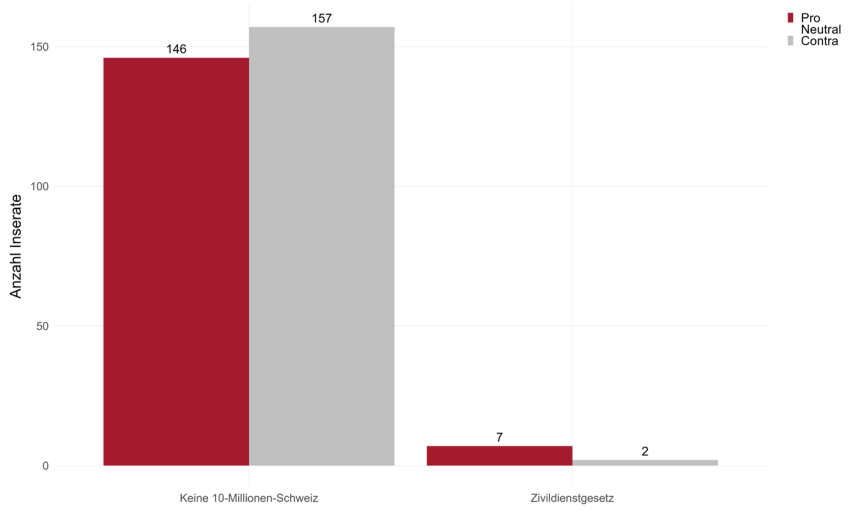
Bei Abstimmungskampagnen interessiert jeweils auch, ob die beiden Lager über unterschiedlich grosse Mittel verfügen. Geben die Gegnerschaft oder die Befürwortenden einer Abstimmungsvorlage mehr Geld aus? Erst seit Kurzem – mit der Offenlegungspflicht der Kampagnenbudgets – kann diese Frage präziser beantwortet werden. Vor 2024 versuchte APS mit Hilfe der Inseratetätigkeit Unterschiede zwischen den beiden Lagern zu messen.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN LAGERN

Bei der Volksinitiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» beträgt das Verhältnis der Budgetmittel 60 zu 40 zugunsten der Gegnerinnen und Gegner (CHF 9.07 Mio. zu CHF 6.44 Mio.). Laut den Angaben der EFK (2026) werden die Kassen auf Seite der Befürwortenden, insbesondere von der SVP bzw. der SVP-nahen Stiftung für bürgerliche Politik, geäufnet, während die Finanzierung der Gegenkampagne auf wesentlich mehr Schultern verteilt ist: Mehr als ein Dutzend Wirtschaftsverbände und Parteien werden von der EFK als offenlegungspflichtige Akteure im Lager der Gegnerschaft aufgeführt.

Praktisch ausgeglichen sind die budgetierten Ausgaben zwischen den beiden Lagern beim Zivildienstgesetz. CHF 0.30 Mio. der Befürwortenden, die von der «Allianz Sicherheit Schweiz», alimentiert vom Verband Militärische Gesellschaften, Swissmem und der Bony-Stiftung, organisiert wird, stehen CHF 0.32 Mio. im gegnerischen Lager gegenüber. Dessen Kasse wird von der SP und den Jungen Grünen geäufnet.

ABB. 5: ANZAHL PRO- UND CONTRA-INSERATE (STICHTAG: 12 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



ÄHNLICH VIELE PRO- UND CONTRA-INSERATE BEI DER INITIATIVE «KEINE 10-MILLIONEN-SCHWEIZ»

Obwohl die Gegnerschaft der Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» über deutlich mehr Mittel verfügt als die Befürwortenden, haben die beiden Lager in den von uns untersuchten Zeitungen annähernd identisch viele Inserate publiziert – die Gegnerschaft schwingt mit 157 ablehnenden zu 146 befürwortenden Inseraten leicht obenauf (siehe Abbildung 5). Vor dem Hintergrund der ungleichen Kampagnenbudgets weist dies darauf hin,

dass die Befürwortenden der Initiative stärker auf Inserate setzen als die Gegnerschaft.

Die elf Inserate zum Zivildienstgesetz stammen grösstenteils von den Befürwortenden (2 Inserate enthalten keinen Positionsbezug und werden in Abbildung 5 nicht aufgeführt).

Inhaltliche Betrachtungen und Vergleiche

NICHT NUR ZAHLEN, SONDERN AUCH INHALT

Sammlung und Klassifizierung von Inseraten und Zeitungsartikeln durch APS lassen nicht nur quantitative Auswertungen zu, es können auch interessante inhaltliche Beobachtungen und Vergleiche mit anderen Vorlagen angestellt werden. Mit welchen Argumenten wird in Inseraten geworben? Welches Layout hat die politische Werbung in den Zeitungen? Wie werden Abstimmungsthemen in den Zeitungen beschrieben? Unterscheiden sich Vorlagen zu ähnlichen Themen, über die an verschiedenen Abstimmungswochenenden abgestimmt wurde? Auch zu solchen Fragen können mit den frei zugänglichen Daten von APS Antworten gesucht und diskutiert werden.

VERGLEICH «KEINE 10-MILLIONEN-SCHWEIZ» UND MEI

Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede lassen sich zwischen der Initiative «Keine 10-Millionen-Schwez» und der Masseneinwanderungsinitiative (MEI), über die 2014 abgestimmt worden war, feststellen?

Beide Begehren stammen von der SVP und werden mit Ausnahme der EDU von sämtlichen Parteien, den Wirtschaftsorganisationen und Gewerkschaften bekämpft. Beide Initiativen zielen mit migrationspolitischen Massnahmen sowie der Infragstellung der Personenfreizügigkeit auf eine Kontrolle der Zuwanderung. In beiden Kampagnen werden ähnliche Argumente verwendet: Die SVP stellt(e) sowohl 2014 als auch 2026 mit dem Begriff «Dichtestress» die Zuwanderung in Zusammenhang mit Verkehrsstaus, Platzknappheit im Verkehr und Wohnungsnot und warnt vor zunehmender Kriminalität und Arbeitsplatzverlusten. Die Gegnerinnen und Gegner arguemtier(t)en vor beiden Abstimmungen mit negativen Auswirkungen auf die Wirtschaft und drohendem Fachkräftemangel und warn(t)en vor einem erschwerten Verhältnis mit der EU im Falle einer drohenden Kündigung des Personenfreizügigkeitsabkommens. Taten sie dies 2014 noch mit dem Sujet des Apfelbaums (vgl. Swissvotes), setzen sie 2026 auf die Bezeichnung «Chaos-Initiative» für das SVP-Begehren.

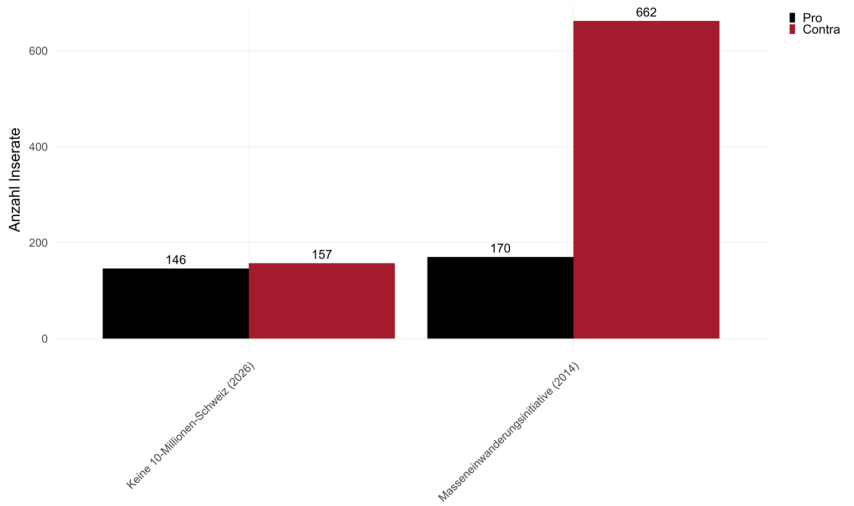
VERGLEICH MIT DER MEI: INSERATE

Ähnlichkeiten mit der Masseneinwanderungsinitiative zeigen sich in der Inseratewerbung durch das Lager der Befürwortenden 2014 und 2026: Deren aktuelle Anzahl publizierte Inserate (146 Inserate) ist nahezu identisch mit derjenigen von 2014 (170 Inserate; siehe Abbildung 6). Dies ist insofern bemerkenswert, als die Anzahl publizierter Abstimmungsinserate über die Jahre wie erwähnt stark abgenommen hat (vgl. Abbildung A1 im Anhang). Das Pro-Lager scheint aktuell also vergleichsweise stark auf das Medium «Inserate» zu setzen – praktisch gleich stark wie vor zwölf Jahren, als die

politische Inseratewerbung in der Presse noch wesentlich stärker verbreitet war.

Dies ist eindeutig nicht der Fall im Lager der Gegnerinnen und Gegner: Hier ist ein deutlicher Unterschied zur Kampagne zur Masseneinwanderungsinitiative festzustellen (siehe Abbildung 6). So setzt die Contra-Seite aktuell deutlich weniger stark (157 Inserate) auf Inserate als noch 2014 (662 Inserate). Obwohl die Gegnerschaft aktuell über ein deutlich höheres Budget verfügt als die Befürwortenden, publizierten die beiden Lager ähnlich viele Inserate.

ABB. 6: ANZAHL PRO- UND CONTRA-INSERATE ZUR INITIATIVE «KEINE 10-MILLIONEN-SCHWEIZ» UND ZUR MEI (STICHTAG: 12 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



FINANZIERUNG UND MEDIENAUFMERKSAMKEIT

Ein direkter Vergleich der Kampagnenbudgets zwischen 2026 und 2014 ist nicht möglich, weil 2014 noch keine Transparenzregeln herrschten. Die vergleichsweise sehr hohen Inseratezahlen bei der MEI sowie beispielsweise die damals wie heute an alle Haushalte verschickte Sonderzeitung (vgl. dazu auch Bernhard et al. 2014) legen jedoch nahe, dass auch damals viel Geld ausgegeben wurde.

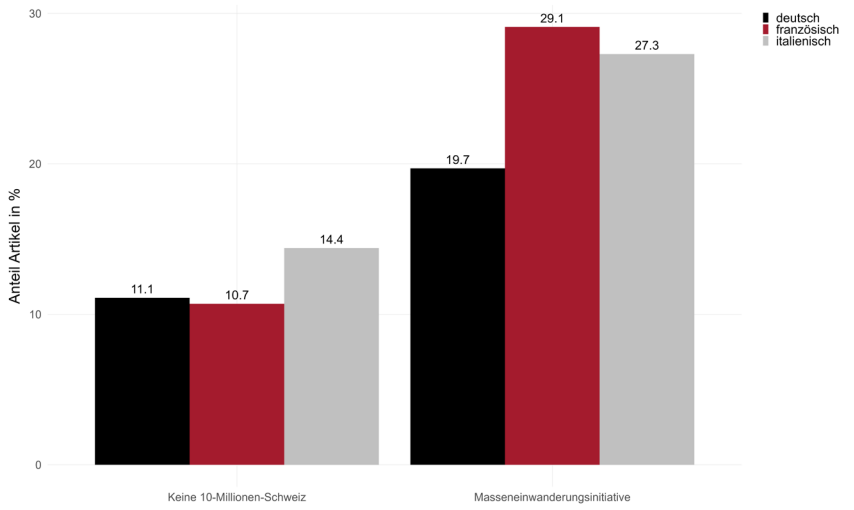
Recht ungewöhnlich war bei der Masseneinwanderungsinitiative der Verlauf der Inseratekampagne: Beide Lager investierten in den letzten Tagen vor der Abstimmung auffällig viel in Inserate. Es bleibt abzuwarten, ob in den verbleibenden Tagen vor dem 14. Juni eine ähnliche Offensive gestartet wird.

FINANZIERUNG UND MEDIENAUFMERKSAMKEIT

Auch die Medienaufmerksamkeit lässt sich zwischen den Initiativen von 2014 und 2026 vergleichen. Zusatzanalysen zur MEI zeigen, dass die Medienberichterstattung 2014 noch stärker auf das Thema Migration fokussierte als zwölf Jahre später: Mehr als jeder fünfte Zeitungsartikel (20.6%) mit einem Thema zur nationalen Politik behandelte damals die Migrationspolitik und hatte damit einen potenziell relevanten Bezug zur MEI. Die Medien konzentrierten sich also 2014 noch stärker auf die Abstimmung als 2026 (11.3%). Dies ist umso bemerkenswerter, zumal 2014 mit der Finanzierung der Eisenbahninfrastruktur (FABI) und der Volksinitiative «Abtreibungsfinanzierung ist Privatsache» zwei weitere Vorlagen um Medienaufmerksamkeit buhlten. Unsere Analyse zeigt, dass das Thema «Eisenbahn»

in den Wochen vor der Abstimmung in 8.7 Prozent aller Presseartikel behandelt wurde, das Thema «Abtreibung» in 1.4 Prozent aller Medienbeiträge. Im Vergleich zu heute nahmen die Abstimmungen im Frühjahr 2014 in der Presse insgesamt also deutlich mehr Platz ein (2014: 30.7%; 2026: 13.3%).

ABB. 7: ANTEIL ZEITUNGSARTIKEL AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGSARTIKEL IN DEN SPRACHREGIONEN (JEWEILS 56 BIS 12 TAGE VOR DEM URNENGANG)



SPRACHREGIONALE UNTERSCHIEDE

Unterschiede zwischen den migrationspolitischen Initiativen von 2014 und 2026 finden sich auch in der Inseratetätigkeit der Lager in den Sprachregionen. In beiden Fällen wirbt das Contra-Lager in der Romandie und das Lager der Befürwortenden in der italienischsprachigen Schweiz stärker mit Inseraten. In der Deutschschweiz zeigt sich hingegen aktuell ein anderes Bild als noch vor zwölf Jahren: Die Gegnerinnen und Gegner investieren weniger stark in Inserate als 2014. Dies führt auch dazu, dass die Befürworterinnen und Befürworter in den Inseratespalten der Deutschschweizer Medien stärker vertreten sind als die Gegnerschaft.

Auch hinsichtlich Medienberichterstattung sind Unterschiede zwischen den beiden Initiativen in den Sprachregionen festzustellen (vgl. Abbildung 7). In den 8 Wochen vor der aktuellen Abstimmung sind die Anteile der Medienberichterstattung in allen drei Sprachregionen etwa gleich gross, wobei in der italienischsprachigen Presse leicht mehr über die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» berichtet wird als in der Deutschschweiz und in der Romandie. Die Medienaufmerksamkeit für das Thema «Migration» war hingegen 2014 nicht nur insgesamt deutlich höher als 2026, sondern auch deutlich ungleicher verteilt: Die MEI wurde in der Presse der lateinischen Schweiz deutlich stärker thematisiert als in der Deutschschweiz.

Dies entspricht dem häufig sichtbaren Bild: Für gewöhnlich ist in den Westschweizer Zeitungen eine stärkere, direktdemokratisch getriebene Aufmerksamkeit für Abstimmungsthemen messbar – der Anteil Artikel zu einem Abstimmungsthema in den Wochen vor einem Urnengang ist in den französischsprachigen Zeitungen üblicherweise höher als in den deutschsprachigen Zeitungen. Die Initiative «Keine 10-Millionen-Schweiz» scheint hier eine Ausnahme zu sein – genauso wie das Zivildienstgesetz, über das

ebenfalls in der Deutschschweiz häufiger (1.9%) berichtet wurde als in der Romandie (1.3%). Deutlich mehr Aufmerksamkeit erhielt das Zivildienstgesetz hingegen in der italienischsprachigen Presse (4.2%).

Anhang

ABB. A1: DURCHSCHNITTLICHE ANZAHL ABSTIMMUNGSINSERATE PRO JAHR (JEWEILS 56 BIS 12 TAGE VOR DEM URNENGANG)

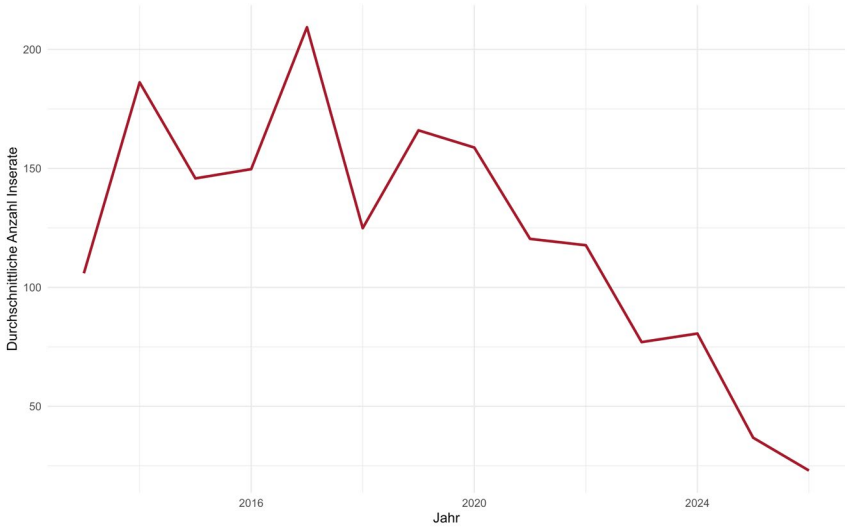


TABELLE A2: ANTEIL ZEITUNGSARTIKEL PRO THEMA EINER ABSTIMMUNGSVORLAGE IN PROZENT

Abgestimmt	Vorlage	Anteil (%)	Quotient	Zeitraum der Erhebung	
12.02.17	Erleichterte Einbürgerung	3.0	14.9	12.12.16	29.01.17
	NAF	3.5	0.5		
	Unternehmenssteuerreform III	12.3	11.0		
21.05.17	Energiegesetz	6.9	7.3	20.03.17	07.05.17
24.09.17	Ernährungssicherheit	1.5	8.9	24.07.17	10.09.17
	AHV 2020 / Zusatzfinanzierung*	9.5	2.2		
04.03.18	Finanzordnung 2021	0.5	4.4	01.01.18	18.02.18
	No-Billag-Initiative	14.1	16.8		
10.06.18	Vollgeld-Initiative	3.0	13.0	09.04.18	27.05.18
	Geldspielgesetz	3.8	23.0		
23.09.18	BB Velowege	2.8	1.3	23.07.18	09.09.18
	Ernährungssouveränität/Fair-Food*	4.1	2.7		
25.11.18	Hornkuh-Initiative	2.8	2.4	24.09.18	11.11.18
	Selbstbestimmungsinitiative	6.1	47.2		
	Sozialdetektive	2.8	1.5		
10.02.19	Zersiedelungsinitiative	3.9	26.6	10.12.18	27.01.19
19.05.19	STAF	6.8	4.2	18.03.19	05.05.19
	Waffenrichtlinie	4.9	3.1		
09.02.20	Wohninitiative	3.0	3.8	09.12.19	26.01.20
	Diskriminierungsverbot	4.7	3.4		
27.09.20	Begrenzungsinitiative	7.0	5.3	27.07.20	13.09.20
	Jagdgesetz	2.9	9.4		
	Kinderabzüge	1.2	1.3		
	Vaterschaftsurlaub	2.6	0.9		
	Kampfflugzeuge	3.1	4.9		
29.11.20	Konzernverantwortungsinitiative	7.2	19.2	5.10.20	22.11.20
	Finanzierungsverbot Kriegsmaterial	2.1	7.1		
07.03.21	Verhüllungsverbot	4.5	5.8	11.1.21	28.2.21
	E-ID	2.6	8.5		
	Abkommen mit Indonesien	2.0	4.8		
13.06.21	Pestizidinitiative	3.5	99.3	19.04.21	06.06.21
	Trinkwasserinitiative	3.6	23.0		
	Co2-Gesetz	7.5	7.8		
	Bekämpfung von Terrorismus	2.7	7.3		
	Covid-19-Gesetz	14.5	0.5		
26.09.21	Ehe für alle	5.3	2.0	02.08.21	19.09.21
	99%-Initiative	3.7	3.1		
28.11.21	Änderung des Covid-19-Gesetzes	19.7	0.8	04.10.21	21.11.21

	Justiz-Initiative	2.7	3.5		
	Pflegeinitiative	3.5	7.2		
13.02.22	Tabakwerbeverbot	3.2	9.0	20.12.21	06.02.22
	Tierversuchsverbot	2.5	5.0		
	Stempelabgabe	6.8	2.6		
	Medienpaket	5.4	20.1		
15.05.22	Frontex	3.7	0.6	21.03.22	08.05.22
	Lex Netflix	2.8	3.2		
	Transplantationsgesetz	3.2	3.6		
25.09.22	AHV21 / Zusatzfinanzierung*	5.4	7.4	01.08.22	14.09.22
	Massentierhaltungsinitiative	3.5	10.5		
	Verrechnungssteuer	4.5	2.2		
18.06.23	OECD/G20-Mindestbesteuerung	2.8	3.3	24.4.23	07.06.23
	Klima- und Innovationsgesetz	6.4	4.2		
	Änderung Covid-19-Gesetz (2023)	2.2	0.5		
03.03.24	13.AHV-Initiative & Renteninitiative*	8.2	13.4	08.01.24	20.02.24
09.06.24	Prämien-Entlastungs-Initiative	4.0	3.3	15.04.24	02.06.24
	Kostenbremse-Initiative	4.2	3.8		
	Stopp-Impfpflicht-Initiative	1.9	0.9		
	Stromgesetz	3.5	3.2		
22.09.24	Biodiversitätsinitiative	4.7	12.3	29.07.24	15.09.24
	BVG-Reform	5.3	16.4		
24.11.24	Ausbau Nationalstrassen	5.6	3.2	30.09.24	17.11.24
	Mietrecht (2 Vorlagen)	3.7	2.8		
	KVG-Revision	4.5	2.9		
09.02.25	Umweltverantwortungsinitiative	2.3	14.7	16.12.24	29.01.25
28.09.25	Liegenschaftssteuern	5.6	4.4	04.08.25	16.09.25
	E-ID-Gesetz	2.4	11.1		
30.11.25	Service-Citoyen-Initiative	2.0	17.5	06.10.25	18.11.25
	Initiative für eine Zukunft	4.9	5.5		
08.03.26	SRG-Initiative	7.4	4.4	12.01.26	24.02.26
	Bargeldinitiative und Gegenentwurf	1.3	5.8		
	Klimafonds-Initiative	2.1	2.2		
	Individualbesteuerung	4.0	2.8		
14.06.26	«Keine 10-Millionen-Schweiz»	11.3	4.5	20.4.26	04.06.26
	Zivildienstgesetz	2.0	19.6		
Schnitt		4.7	8.7		

*Quotient: Verhältnis zum Anteil Artikel im gleichen Zeitraum des Vorjahres; * zwei Vorlagen mit dem gleichen politischen Thema*

TABELLE A3
ERFASSTE PRESSETITEL

Titel	**Sprachregion**	**Kanton/Region**	**Ausgabe/ Woche**
ÜBERREGIONALE TAGESPRESSE			
Neue Zürcher Zeitung	Deutschschweiz	überregional	6
Le Temps	Romandie	überregional	6
REGIONALPRESSE			
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 (Bern, bis 31.10.)	Deutschschweiz	BE	5*
	20 Minuten (Zürich, bis 31.10.)	Deutschschweiz	ZH	5*
	20 minuti (Ticino)	Ital. Schweiz	TI	5*
	20 Minuten (CH-D, ab 1.5.)	Deutschschweiz	überregional	5*
	20 minutes (Suisse romande, ab 1.5.)	Romandie	überregional	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*
	Le Matin Dimanche	Romandie	überregional	1*
	La Domenica	Ital. Schweiz	TI	1*
	Mattino della Domenica, Il	Ital. Schweiz	TI	1*
WOCHENPRESSE	Weltwoche	Deutschschweiz	überregional	1
	WOZ Die Wochenzeitung	Deutschschweiz	überregional	1
DIGITALE PRESSE	Republik	Deutschschweiz	überregional	**

* nur Codierung der Inserate, nicht aber der Zeitungsberichte

** nur Codierung der Zeitungsberichte, nicht aber der Inserate

AUSWAHL DER PRESSETITEL

In der vorliegenden Analyse wurden 52 (Inserateanalyse) respektive 35 Pressetitel (Zeitungsanalyse) 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 12 Pressetitel einen überregionalen

Charakter aufweisen. In der Zeit der Datenerfassung gab es eine Restrukturierung bei den Ausgaben von 20 Minuten (siehe Tabelle 2).

Literatur

LITERATURVERZEICHNIS

Bernhard, Laurent, Marc Bühlmann, Marlène Gerber und Maximilian Schubiger (2014). APS-Inserateanalyse der eidgenössischen Abstimmungen vom 9. Februar 2014. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

EFK (2026). Transparenz in der Politikfinanzierung. Bern: Eidgenössische Finanzkontrolle. URL: https://www.efk.admin.ch/aktuelles/?category_name=transparenz-in-der-politikfinanzierung (abgerufen am 03.06.2026).

Fög (2026). Abstimmungsmonitor zu den Vorlagen vom 14. Juni 2026; Zwischenbericht. URL: https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:167600dc-0a50-4a5e-806f-3155221478f1/Abstimmungsmonitor_ZB_M%C3%A4rz_2026.__pdf (abgerufen am 03.06.26).