

ABSTIMMUNGSMONITOR

Vorlagen vom 9. Februar 2020

Bericht vom 6. Februar 2020

Antirassismus-Strafnorm



Mietwohnungs-Initiative



VERHALTEN- NE MEDIEN- RESONANZ

Die Antirassismus-Strafnorm und die Mietwohnungs-Initiative finden beide bloss durchschnittlich starke Beachtung.



KLARE ZUSTIM- MUNG UND KONFLIKT

Die Antirassismus-Strafnorm erfährt in den Medien deutlich mehr Zuspruch als Ablehnung – typisch für viele Behördenvorlagen. Bei der Mietwohnungs-Initiative halten sich Zustimmung und Kritik die Waage – untypisch für Volksinitiativen.



UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN LAN- DESTEILEN

In der Deutschschweiz stösst die Antirassismus-Strafnorm auf grösseres Interesse und löst trotz der breiten Zustimmung auch Kritik aus, während in den Medien der Suisseromande die Mietwohnungs-Initiative mehr Resonanz und auch etwas mehr Zuspruch erhält.



STIMMEN DER POTEN- TIELL BE- TROFFENEN

Bei beiden Vorlagen sind potentiell Betroffene am meisten medial präsent, vor allem Lesben- und Schwulenorganisationen bei der Antirassismus-Strafnorm sowie Mieterverbände und Genossenschaften bei der Mietwohnungs-Initiative.



ANMERKUNGEN UND KONTAKT

Der Abstimmungsmonitor des fög wurde Anfang 2013 erstmals lanciert und erfasst die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge im Vorfeld von eidgenössischen Volksabstimmungen. Die Ergebnisse werden auf der Website des fög publiziert. Der Abstimmungsmonitor des fög wird aus eigenen Mitteln finanziert.

Kontakt:

Dr. Linards Udris
fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich
linards.udris@foeg.uzh.ch
+41 44 635 21 17
www.foeg.uzh.ch

INHALT

Überblick	2
Antirassismus-Strafnorm	5
Mietwohnungs-Initiative	7
Methode	9

Überblick

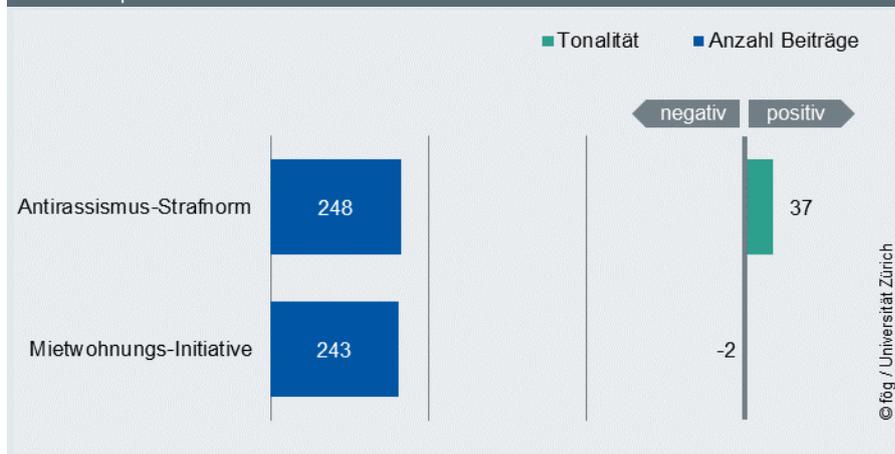
In der Schweizer Medienarena wird über die beiden Abstimmungsvorlagen ähnlich breit berichtet (Abb. 1). Die Ausweitung der Antirassismus-Strafnorm auf Diskriminierung und Aufruf zu Hass aufgrund der sexuellen Orientierung findet nur minim mehr Beachtung als die Initiative «Mehr bezahlbare Wohnungen» (Mietwohnungs-Initiative). Was die Tonalität betrifft, ist nur die Zustimmung zur Antirassismus-Strafnorm typisch, nicht aber die Umstrittenheit der Mietwohnungs-Initiative. Denn in der Regel überwiegt in den Medien gegenüber Volksinitiativen Kritik, während Behördenvorlagen auf Zustimmung stossen.

VERHALTENE MEDIENRESONANZ

Die Medienresonanz der beiden Abstimmungsvorlagen fällt verhalten aus. Von den letzten zwölf Vorlagen seit Herbst 2018 liegen die Antirassismus-Strafnorm und die Mietwohnungs-Initiative auf den Rängen 7 und 8. Die Selbstbestimmungs-Initiative (November 2018) hatte fast dreimal, die Waffenrichtlinie (Mai 2019) fast zweimal so viel Resonanz ausgelöst. Die umstrittene Behördenvorlage zu den Sozialversicherungen («Sozialdetektive») (November 2018) hatte rund 15% und die Zersiedelungs-Initiative (Februar 2019) rund 25% mehr Beachtung gefunden. Die Initianten der Mietwohnungs-Initiative schaffen es, mit ihrer Vorlage etwa ähnlich viel Aufmerksamkeit zu erhalten wie die Initiative für Ernährungssouveränität (September 2018) und nur etwas mehr als die Hornkuh-Initiative (November 2018).

Die insgesamt höchstens durchschnittliche Beachtung passt nur teilweise ins Bild. Aus einer vergleichenden Studie wissen wir, dass Abstimmungsvorlagen unterschiedlich stark beachtet werden und dass es für diese Unterschiede bestimmte Gründe gibt. Mehr Resonanz gibt es, wenn folgende Faktoren zutreffen: mehr Medienresonanz schon

ABB. 1 | RESONANZ & TONALITÄT

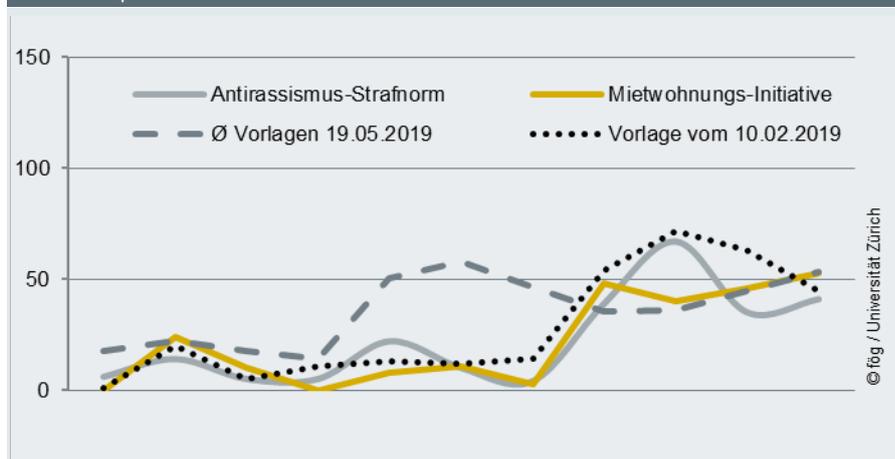


Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 491 Beiträge).

im Vorfeld, mehr Werbemittel während des Abstimmungskampfes, «Identitäts»-Vorlage statt wirtschaftspolitische Vorlage, populistisch aufgeladene Vorlage. Die verhaltene Resonanz einer wirtschafts- respektive sozialpolitischen Vorlage (Mietwohnungs-Initiative) entspricht dem Muster, aber als identitätspolitische, stärker populistisch aufgeladene Vorlage wäre eine stärkere Resonanz der Antirassismus-Strafnorm zu erwarten gewesen. Ins Bild passt

aber, dass bei der Antirassismus-Strafnorm kaum politische Werbung geschaltet wird; auch die Kampagnenintensität bei der Mietwohnungs-Initiative ist weit unterdurchschnittlich im Vergleich zu den Vorlagen seit 2013. Dies zumindest stellt [Année politique suisse](#) auf der Grundlage einer Auswertung von Zeitungsinseraten fest. Die Antirassismus-Strafnorm erfährt deutlich mehr Zuspruch als Kritik (Abb. 1). Der Tonalitätswert von +37 ist im eindeutig

ABB. 2 | RESONANZ PRO WOCHE



Die Abbildung zeigt die Beachtung für die ausgewählten Abstimmungsvorlagen (Anzahl Medienbeiträge) im Wochenverlauf. Der Startpunkt ist jeweils knapp 12 Wochen vor Abstimmungsdatum, der Endpunkt eine Woche vor Abstimmungsdatum (n = 1594 Beiträge).

positiven Bereich. Für eine Behördenvorlage ist die Tonalität damit klar positiv, ähnlich wie etwa zu den Velowegen (+40), die Einbürgerungs-Vorlage oder der Nationalstrassen-Fonds (beide im Februar 2017). Die Waffenrichtlinie (+26) und die Steuerreform (+17) hatten neben der Zustimmung auch substantziell Kritik erfahren. Untypisch ist die Tonalität bei der Mietwohnungs-Initiative, die insgesamt ambivalent ausfällt (-2). Untypisch ist dies gleich zweifach: Erstens ist die Tonalität gegenüber Volksinitiativen in den meisten Fällen negativ bis klar negativ. Zweitens handelt es sich bei denjenigen Volksinitiativen, bei denen die Tonalität ausnahmsweise nicht so negativ ausfällt, um Vorlagen von grünen Akteuren im Umwelt- und Energiebereich. Volksinitiativen von linken Akteuren im Bereich der Wirtschafts- und Sozialpolitik waren in den letzten Jahren auf deutlich mehr Ablehnung gestossen. Eine mögliche Erklärung für die überraschend geringe Kritik (im Vergleich zu anderen Initiativen) ist: (rechts)bürgerliche Akteure betreiben keine intensive Gegenkampagne. Diese Interpretation wird zumindest durch die schwache Resonanz von (rechts)bürgerlichen Akteuren in der aktuellen Medienberichterstattung gestützt (Abb. 8).

RUHIGER VERLAUF

Die Resonanz der beiden anstehenden Abstimmungsvorlagen nimmt im Zeitverlauf wie erwartet zu (Abb. 2). Der Vergleich mit den Vorlagen vom Mai 2019 zeigt aber, dass die Resonanz für die aktuellen Vorlagen sich erst spät, das heisst erst rund einen Monat vor der Abstimmung intensiviert. Während das mediale Interesse an der Antirassismus-Strafnorm in den letzten Wochen eher abgenommen hat, ist die Resonanz der Mietwohnungs-Initiative leicht angestiegen. Insgesamt lässt sich auch bei diesen beiden Vorlagen beobachten, dass die Berichterstattung in «geordneten Bahnen» verläuft. Das heisst, die Medien thematisieren im Routinemodus die verschiedenen Parolen und Positionen, leuchten selber verschiedene Aspekte der Vorlagen aus, führen Streitgespräche durch und besprechen die Umfrageergebnisse. Wirklich überraschende Aspekte und Ereignisse, die

zu weiterer intensiver Kommunikation führen würden, lassen sich kaum finden. Ein «Wirbel» um ein Polit-Inserat in einem Schwulen-Magazin, den die Sonntagszeitung thematisiert, löst Ende November 2019 nur punktuell Aufmerksamkeit aus. Der Entscheid der Fluggesellschaft Swiss, keine Produkte der in der Öffentlichkeit umstrittenen Firma Läderach mehr zu kaufen, löst zwar ein grosses Medienecho aus, wird aber nur in wenigen Fällen explizit mit der Antirassismus-Strafnorm in Verbindung gebracht. Nur bei der Mietwohnungs-Initiative lässt sich beobachten, dass die Berichterstattung mehrfach durch einen Streit um die Informationen im Bundesbüchlein ausgelöst wird.

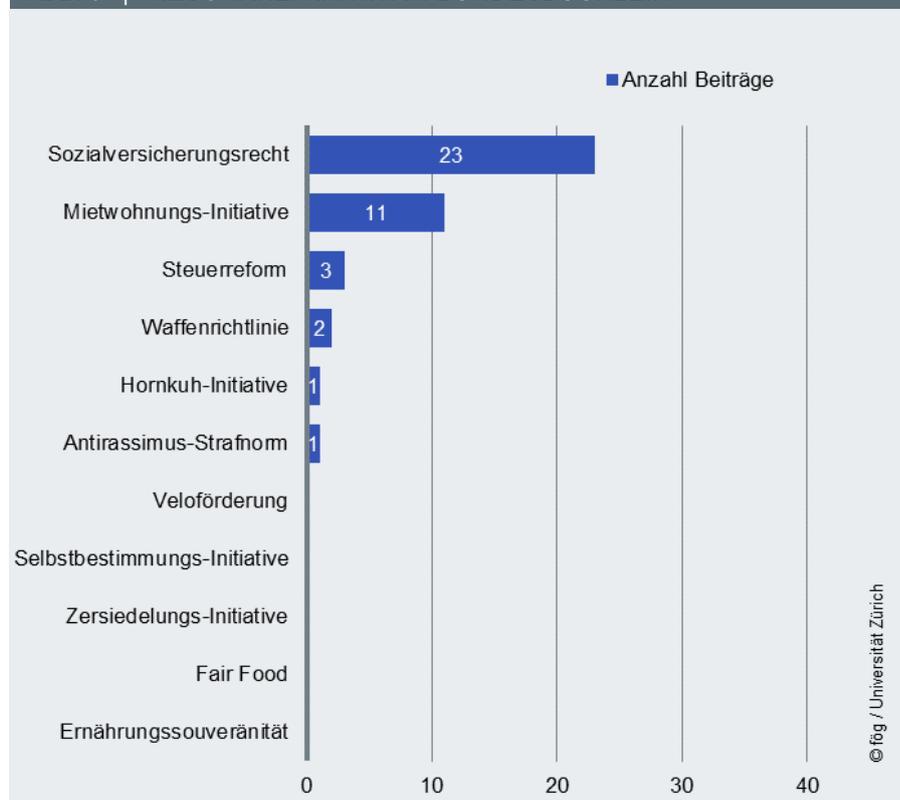
KRITIK AM BUNDESBÜCHLEIN

Die Befürworter der Mietwohnungs-Initiative erhalten mit ihrer Kritik am Abstimmungsbüchlein der Bundeskanzlei mehrmals Resonanz (Abb. 3). Laut Initianten enthalte das Bundesbüchlein irreführende Aussagen, weil es bei Statistiken wichtige Informationen weglasse

oder weil es von «Kosten» von 120 Millionen Franken pro Jahr schreibe, die die Initiative verursache, obwohl es sich bei dieser Summe um rückzahlbare Darlehen handle.

Eine Kritik an den Informationen im Bundesbüchlein und die damit verbundene Medienresonanz sind in dieser Form zwar überhaupt nicht neu und einzigartig. Beispiele seit 2000 betreffen das Elektrizitätsmarktgesetz (2002), die Schengen-Abstimmung (2005) oder die Kontroverse 2011 um die 2008 durchgeführte Abstimmung über die Unternehmenssteuerreform II. Und auch in den letzten Jahren gab es Auseinandersetzungen um das Bundesbüchlein etwa bei der Unternehmenssteuerreform III, der Vollgeld-Initiative oder – mit rechtlichen Konsequenzen – bei der Initiative «Für Ehe und Familie» der CVP. Auch der Vergleich der elf letzten Vorlagen seit Herbst 2018 zeigt (ab dann ist das aktuelle Mediensample vergleichbar), dass bei jeder zweiten Vorlage mindestens ein Beitrag eine Kritik am Bundesbüchlein transportiert (Abb. 3). Aber nur bei zwei Vorlagen

ABB. 3 | RESONANZ: KRITIK AM BUNDESBÜCHLEIN



Die Abbildung zeigt die Anzahl der Beiträge, die eine Kritik am Bundesbüchlein transportieren. Grundlage sind alle Beiträge der vom Abstimmungsmonitor erfassten 12 Vorlagen von September 2018 bis Februar 2020 (n = 3468).

lässt sich von einer nennenswerten Resonanz sprechen. Klar am meisten Beachtung findet die Kritik im Kontext des Referendums gegen das Sozialversicherungs-Gesetz («Sozialdetektive»), verbunden mit institutionellen Ereignissen: Das Referendumskomitee legte offiziell Stimmrechtsbeschwerde ein, die Bundeskanzlei korrigierte selber bestimmte Zahlen (in der elektronischen Version) und die Geschäftsprüfungskommission des Nationalrats entdeckte anschliessend noch einen Fehler im Abstimmungsbüchlein.

Angesichts der Tatsache, dass die Initianten der Mietwohnungs-Initiative (bisher) keine offizielle Stimmrechtsbeschwerde einlegen, ist die Resonanz ihrer Kritik relativ hoch. Die Medien berichten erstens über die erste Stellungnahme des Mieterverbandes Anfang Dezember, als dieser per Brief an Bundesrat und Parlament eine Anpassung des Bundesbüchleins fordert. Zweitens berichten sie Ende Januar 2020 über die «Drohung» der Initianten, eventuell Stimmrechtsbeschwerde einzulegen, und über die «polémique», die um die unklaren Kosten der Initiative entstanden sei.

Bei anderen Vorlagen waren Kritiker des Bundesbüchleins medial nicht so präsent wie bei der Mietwohnungs-Initiative; zudem kam dort die Kritik nur von den Medien selbst. Bei der Waffenrichtlinie beschränkte sich die Kritik am Bundesbüchlein auf die Weltwoche; diese schrieb über die «Schengen-Lüge» (18.4.19) und darüber, dass der Bundesrat im Bundesbüchlein vor der Abstimmung 2005 die Kosten des Schengen-Abkommens als viel zu tief angegeben hatte. Bei der Steuerreform merkten in einigen Fällen die Medien an, dass es neben den Zahlen im Bundesbüchlein andere (hilfreichere) Statistiken gebe, ohne allerdings das Bundesbüchlein zu skandalisieren.

ABB. 4 | RESONANZ UND TONALITÄT: SPRACHREGIONEN



Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge über die zwei Abstimmungsvorlagen in beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 491 Beiträge).

GROSSE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN LANDESTEILEN

In der Berichterstattung über die beiden Abstimmungsvorlagen gibt es markante Unterschiede zwischen den Sprachregionen, vor allem was die Resonanz betrifft (Abb. 4). In der Deutschschweiz ist die Antirassismus-Strafnorm die Lead-Vorlage, in der Suisse romande ist es die Mietwohnungs-Initiative. Die stärkere Beachtung in der Deutschschweiz für eine «identitätspolitische» Vorlage, zu der man auch die Antirassismus-Strafnorm zählen kann, lässt sich auch bei früheren Vorlagen beobachten (z.B. Selbstbestimmungs-Initiative).

In beiden Sprachregionen ist die Tonalität gegenüber der Antirassismus-Strafnorm positiv, besonders stark in der Suisse romande (+55), und die Tonalität gegenüber der Mietwohnungs-Initiative ambivalent. In den Medien der

Deutschschweiz wird die Mietwohnungs-Initiative dabei etwas kritischer bewertet (-6) als in den Medien der Suisse romande (+4). Die Tonalitätswerte bestätigen die Befunde zu früheren Vorlagen, dass in den Medien der Deutschschweiz (rechts-)bürgerliche Positionen eher auf Resonanz stossen als in der Suisse romande, wo die Zustimmung für linke Anliegen und staatliche Steuerung höher ausfällt als in der Deutschschweiz.



Antirassismus-Strafnorm

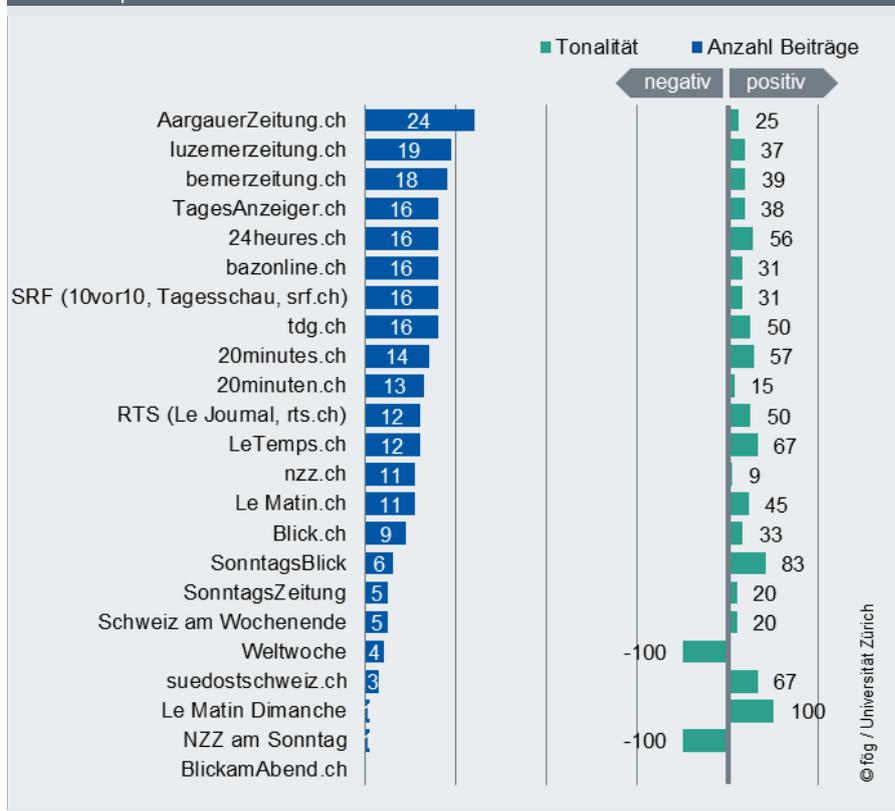
Bei rund der Hälfte der untersuchten Medientitel ist die Antirassismus-Strafnorm die Lead-Vorlage, besonders klar bei den Websites von 20 Minuten und von CH Media und bei der Weltwoche. Rund ein Viertel der Medien gewichtet beide Vorlagen etwa gleich stark, darunter die Websites von Tamedia in der Deutschschweiz (Ausnahme 20minuten.ch) und die Informationsformate von SRF und RTS. Gar keine Resonanz gibt es auf blickamabend.ch, wie schon bei den letzten Abstimmungen vom Februar 2019 und Mai 2019. Generell wird die Website von blickamabend.ch im Laufe des Jahres 2019 immer weniger mit (politisch relevanten) Inhalten bespielt und die Website wird im Januar 2020 ganz eingestellt; Nutzer werden nun direkt auf blick.ch umgeleitet.

Für die Deutschschweizer Gratis- und Boulevardmedien ist die Antirassismus-Strafnorm vermutlich das emotionalere und einfacher darzustellende Thema. Möglicherweise ist die Moralisierung, die mit der Vorlage einhergehen kann, respektive die Kritik daran auch einer der verschiedenen Faktoren, warum die Titel von CH Media die Antirassismus-Strafnorm stärker gewichten. Dazu passt, dass gerade dort die moralische Diskussion um den Umgang der Fluggesellschaft Swiss mit der Schokolade-Firma Läderach mit der Abstimmungsvorlage verknüpft wird. Mit Blick auf die stark negativen Tonalitätswerte liegt es nahe, dass für die Weltwoche die Antirassismus-Strafnorm stärker ins publizistische Profil passt, bei dem identitätspolitische Vorlagen regelhaft intensiver und mit einer klaren Positionierung thematisiert werden.

KLARE ZUSTIMMUNG

Bei der grossen Mehrheit der Medien stösst die Antirassismus-Strafnorm auf klare Zustimmung, d.h. die Tonalitätswerte bewegen sich eindeutig im positiven Bereich (höher als +10) (Abb. 5). Ambivalent, aber mit positiver Richtung berichtet nzz.ch (+9). Nur bei der Weltwoche wird mehrfach Kritik an der Vorla-

ABB. 5 | RESONANZ UND TONALITÄT: MEDIEN



Die Abbildung zeigt die Resonanz und die Tonalität, welche die Antirassismus-Strafnorm pro Medium erzielt. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 248 Beiträge).

ge geäussert (-100). (Die negative Tonalität bei der NZZ am Sonntag beruht auf einem einzigen Artikel.)

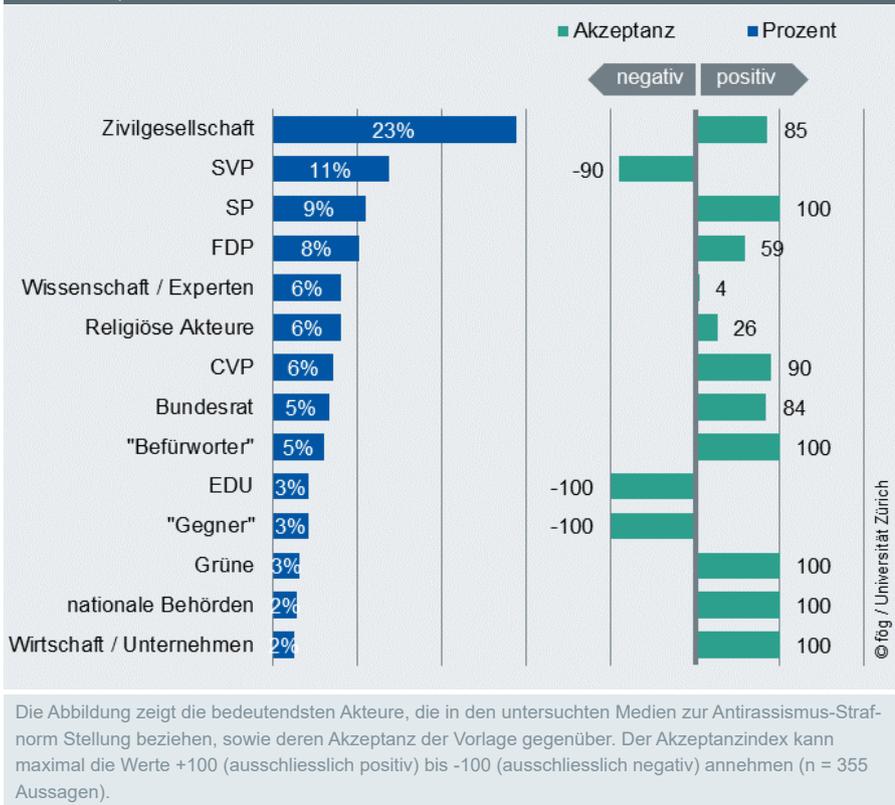
In den allermeisten Medien überwiegt die Zustimmung klar. Dies liegt erstens daran, dass sich deutlich mehr Akteure für die Vorlage aussprechen (Abb. 6). Damit verbunden, gibt es bei den Gastbeiträgen fast nur Gastautoren, die die Antirassismus-Strafnorm befürworten, und gibt es entsprechend viele Beiträge über offizielle Kampagnen-Anlässe der vielen Befürworter. Zweitens aber geben die Medien mit Interviews, Portraits und Reportagen den Befürwortern Raum, vor allem Homosexuellen, die von ihren Erfahrungen mit Diskriminierung berichten. Auf diese Weise unterstreichen sie das Argument, dass die erweiterte Antirassismus-Strafnorm einen notwendigen Schutz darstellen werde. Drittens kom-

mentieren auch die Medien selbst und sprechen sich mit ähnlichen Argumenten explizit für die Vorlage aus: «Hass ist keine Meinung» (SonntagsBlick, 2.2.20) respektive «Haïr n'est pas une opinion» (letemps.ch, 14.1.20).

VEREINZELT KRITIK

Beiträge, die in erster Linie die Vorlage kritisieren, kommen rund viermal weniger vor als Beiträge, die eine positive Tonalität gegenüber der Vorlage haben. Ablehnende Argumente werden exemplarisch in der Weltwoche zusammengefasst. Die Kritik setzt an der angeblichen «Sonderbehandlung» an, die Homosexuelle durch den neuen Rechtschutz in Anspruch nehmen würden. Zudem sei die Antirassismus-Strafnorm «nicht dazu gedacht, Minderheiten allgemein vor Benachteiligung zu schützen. Dies hätte

ABB. 6 | RESONANZ UND TONALITÄT: AKTEURE



nämlich zur Folge, dass der Strafartikel konturlos würde und willkürlich dazu». Damit verbunden wäre eine (weitere) Einschränkung der Meinungsfreiheit (Weltwoche, 7.12.19). Weitere Argumente, die vor einer «Bibel-Zensur» (Schweiz am Wochenende, 21.12.19) und «Meinungszensur und Intoleranz» (aargauerzeitung.ch, 5.1.20) warnen, werden zudem von religiösen Akteuren eingebracht und finden in mehreren Medien Resonanz. Argumente, die letztlich eine Einschränkung der Meinungsfreiheit in diesem Kontext problematisieren, finden sich auch in einigen Beiträgen über den Entscheid der Fluggesellschaft Swiss, die Zusammenarbeit mit der Schokoladen-Firma Läderach wegen dessen Negativ-Schlagzeilen über Homosexualität zu beenden («Wenn sich Konzerne als Meinungswächter aufspielen», Schweiz am Wochenende, 31.1.20). Gegen Ende des Abstimmungskampfs fällt ein Interview in den Tamedia-Medien mit dem Strafrechtsprofessor Marcel A. Niggli auf, der sich gegen die Vorlage ausspricht: «ausgerechnet» Niggli. Seine Haltung «lässt aufhorchen», denn «niemand kennt die Rassismus-Strafnorm so gut wie er» (Sonntagszeitung, 2.2.20).

STIMMEN DER BETROFFENEN

Die Befürworter der Ausweitung der Antirassismus-Strafnorm sind medial deutlich präsenter als die Gegner (Abb. 6). Dies zeigt sich auch darin, dass das Spektrum der Befürworter deutlich breiter ist. Neben der SP (9%), der FDP (8%) und der CVP (6%) positionieren sich vor allem Akteure aus der Zivilgesellschaft wie Schwulen- und Lesbenorganisationen oder einzelne Personen (23%) mit zustimmenden Voten. Bei zivilgesellschaftlichen Akteuren überwiegt die Resonanz der Pro-Seite bei weitem (+85), auch wenn in den Medien wahrgenommen wird, die Vorlage habe «bloss deshalb ein wenig für Wirbel gesorgt, weil ausgerechnet ein paar Schwule erklärten, die Vorlage abzulehnen» (Tamedia, 12.1.20). Übrigens erhalten Schwule und Lesben (vor allem im Kontext des 30-Jahr-Jubiläums der Lesbenorganisation) messbar ähnlich viel Resonanz, auch wenn in den Medien manchmal von «unsichtbaren Lesben» die Rede ist (SonntagsBlick, 1.12.19; Tamedia, 11.1.20). Es zeigt sich also insgesamt, dass in der Berichterstattung die potentiell direkt Betroffenen am meisten Resonanz erhalten, d.h. Ho-

mosexuelle, die als Kollektiv durch eine Ausweitung der Antirassismus-Strafnorm rechtlich besser geschützt würden. Die starke Medienpräsenz von Betroffenen ist nicht selbstverständlich, wenn man die Berichterstattung über andere Behördenvorlagen betrachtet. Sie war zwar ebenfalls hoch bei der Waffenrichtlinie (Schützenverbände) und beim Sozialversicherungsrecht (per Crowdsourcing mobilisiertes Referendums-Komitee). Aber bei Abstimmungsvorlagen im Bereich der Ausländer- und Asylpolitik beispielsweise gehören Ausländerinnen und Ausländer nie zu den meistzitierten Akteuren; stattdessen sprechen andere Akteure, vor allem Parteien und allen voran die SVP, über Ausländer (Beispiele [hier](#) und [hier](#)). Die SVP ist der einzige Akteur aus dem gegnerischen Lager, der einigermaßen starke Resonanz erhält (11%) – obwohl die Gesamtpartei nicht zum Referendumskomitee gehört, sondern nur die Junge SVP. Akteure der EDU erhalten weniger Beachtung (3%). Nur bei religiösen Akteuren (6%) gibt es neben den stärker prominenten Befürwortern (insgesamt +26) auch einige ablehnende Stimmen, die den Aufhänger für Geschichten bieten (z.B. Churer Weihbischof). Die in der Summe ambivalente Positionierung von Wissenschaftlern und Experten (+4) erklärt sich nicht nur aus den neutralen, nicht bewertenden Aussagen von Meinungsforschern. Sie erklärt sich auch aus den unterschiedlichen Positionen und Einschätzungen von Juristen.



Mietwohnungsinitiative

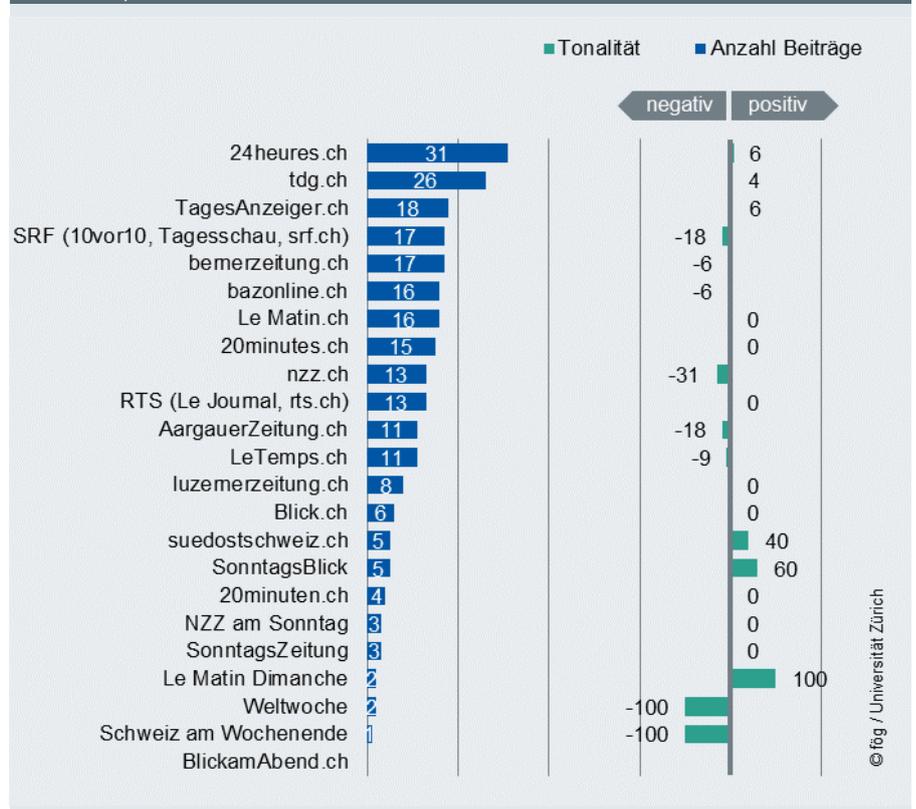
Nur bei rund einem Viertel der untersuchten Medientitel ist die Mietwohnungs-Initiative die Lead-Vorlage, nämlich bei den Westschweizer Tamedia-Titeln 24heures.ch, tdg.ch und lematin.ch sowie bei suedostschweiz.ch. Auch die Sonntagstitel Le Matin Dimanche und vor allem die NZZ am Sonntag widmen der Mietwohnungs-Initiative mehr Aufmerksamkeit als der Antirassismus-Strafnorm. Rund ein Viertel der Medien gewichtet beide Vorlagen etwa gleich stark, darunter die Websites von Tamedia in der Deutschschweiz (Ausnahme 20minuten.ch) und die Informationsformate von SRF und RTS. Gar keine Resonanz gibt es bei blickamabend.ch.

AMBIVALENZ BEI DEN MEISTEN MEDIEN

Bei rund zwei Drittel der untersuchten Medien ist die Tonalität gegenüber der Mietwohnungs-Initiative ambivalent (Abb. 7). Das heisst, die Tonalitätswerte liegen in einem Bereich zwischen -10 und +10. Etwas negativer ist die Berichterstattung bei SRF (vor allem wegen der Resonanz für den Kampagnenstart der Gegner) und aargauerzeitung.ch. Klar negativ fällt sie bei nzz.ch aus, auch in den Kommentaren. Positiv ist sie bei suedostschweiz.ch (wegen eines Gastbeitrags) und dem SonntagsBlick; dieser berichtet unter anderem auf seiner Frontseite, dass einige wenige Firmen in einem zunehmend konzentrierten Wohnungsmarkt investierten und als «absurde Folge dieser Entwicklung» insgesamt die Mieten stiegen. Dieser «Notstand» wird explizit mit einem «Sinnbild» veranschaulicht, der eine lange Schlange von Interessenten bei einer Wohnungsbesichtigung in Zürich zeigt («Diesen Firmen gehört die Schweiz», 12.1.20). (Die negative Tonalität bei der Weltwoche und bei der Schweiz am Wochenende und die positive Tonalität bei Le Matin Dimanche müssen wegen der sehr tiefen Fallzahlen sehr vorsichtig interpretiert werden.)

In der Tendenz zeigt sich bei Kommentaren und Bewertungen der Medien eine leicht negative Tonalität, während bei

ABB. 7 | RESONANZ UND TONALITÄT: MEDIEN



Die Abbildung zeigt die Resonanz und die Tonalität, welche die Mietwohnungs-Initiative pro Medium erzielt. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 243 Beiträge).

Beiträgen über die Positionen von Akteuren die Tonalität insgesamt leicht positiv ist. Das heisst, Medien wie zum Beispiel luzernerzeitung.ch oder die NZZ am Sonntag sprechen sich in Kommentaren gegen die Vorlage aus, schenken aber in Nachrichtenbeiträgen auch den Anliegen der Befürworter Resonanz.

Bei vielen Medien zeigt sich die Ambivalenz aber auch bei den Beiträgen, bei denen die Medien die Tonalität bestimmen und selber bewerten und einordnen, z.B. bei Kommentaren, Reportagen oder Hintergrund-Analysen (-9). Dies liegt viel weniger daran, dass einige Medien in Kommentaren die Initiative befürworten und andere Medien sie ablehnen und sich dann diese Pro- oder Kontra-Beiträge in der Summe aufheben. Viel mehr liegt es

daran, dass 70% der kommentierenden und einordnenden Beiträge selbst eine ambivalente Botschaft vermitteln. Typisch sind Recherche-Beiträge in den Deutschschweizer Tamedia-Titeln etwa darüber, «wo neue Wohnungen Sorgen machen» (22.1.20) oder ob/wie sich die Initiative auf die Pensionskassen und damit auch auf die Renten auswirkt (28.1.20); in solchen Beiträgen werden jeweils verschiedene Zahlen abgewogen und die Lage in verschiedenen Regionen der Schweiz kontrastiert. Hintergründe dazu, dass das Problem der hohen Mieten und des knappen Wohnraums in verschiedenen Regionen der Schweiz unterschiedlich virulent ist, lassen sich auch bei den Westschweizer Tamedia-Titeln beobachten (z.B. «L'évolution des loyers varie beaucoup selon les régions», 24.1.20).

UNKLARER TITEL DER INITIATIVE

Schliesslich lässt sich die Ambivalenz auch daran beobachten, dass die Medien die Initiative unterschiedlich und nicht einheitlich bezeichnen. Der offizielle Titel «mehr bezahlbare Wohnungen» wird nicht immer verwendet; stattdessen sprechen die Medien etwa von der «Mieterverbands-Initiative», «Mieterinitiative» oder der «Genossenschaftsinitiative» und rücken damit die Absender in den Vordergrund. In manchen Fällen sprechen die Medien von der «Mietwohnungs-Initiative» oder der «Wohnungsinitiative» und fokussieren damit auf das Wohnen generell, während in anderen Fällen die Initiative auch «Wohnrauminitiative» oder «Wohnbauinitiative» genannt und somit in Bezug zum (knappen) Wohnraum gesetzt wird und in einem anderen Fall auch die (gefärbte) Rede von der Initiative «für mehr Staat beim Wohnen» ist (aargauerzeitung.ch, 30.12.19). Mit den verschiedenen Bezeichnungen verweisen die Medien also – bewusst oder unbewusst – auf verschiedene Aspekte der Diskussion und weiten so den Fokus aus, was letztlich die Ambivalenz wieder erhöht. Dies trifft ins-

gesamt vor allem auf die Medien der Deutschschweiz zu; in den Medien der Suisse romande wird häufiger explizit auf den Titel mit den «logements abordables» hingewiesen.

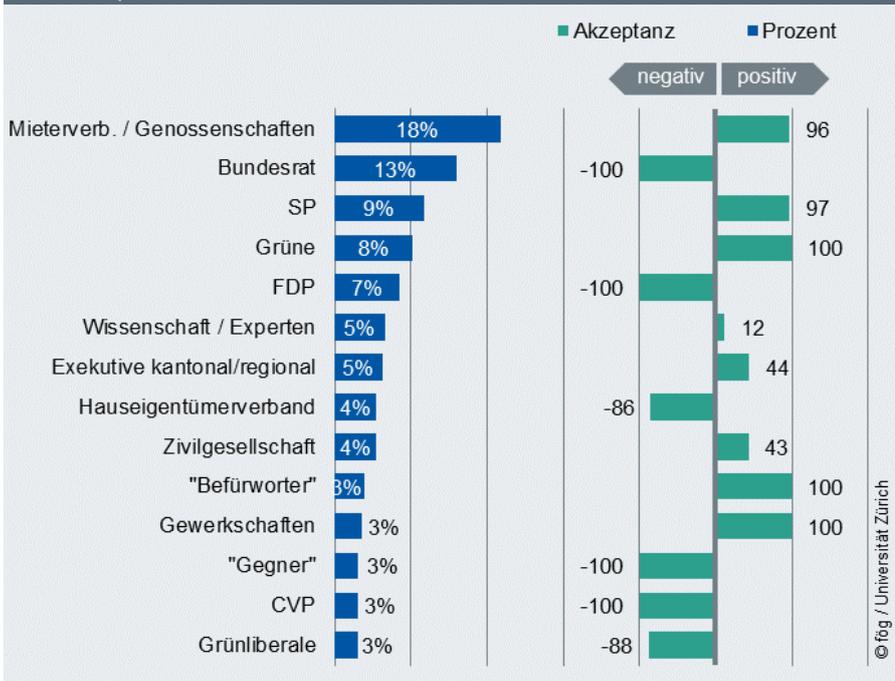
STIMMEN DER BETROFFENEN

Wie bei der Antirassismus-Strafnormen sind bei der Mietwohnungs-Initiative potentiell Betroffene die medial am meisten präsente Akteursgruppe (Abb. 8). Mit Abstand am meisten Resonanz erhalten die Befürworter durch den Mieterverband, daneben auch durch Genossenschaften (zusammen 18%). Insofern wird die von der Initiative aufgeworfene Grundproblematik – der vermeintlich knappe und zu teure Wohnraum – in erster Linie von Vertretern von Mieterinnen und Mietern als potentiell Betroffenen vertreten. Zuspruch erhalten sie in den Medien auch von der SP (9%) und den Grünen (8%). Ebenfalls erhalten sie teilweise Unterstützung, und dies eher in der Schlussphase, von regionalen Exekutiv-Vertretern (z.B. Stadtpräsidenten) und von Akteuren der Zivilgesellschaft (z.B. einzelne Mieter).

Gleichzeitig entspricht das mediale Bild einem Links-Rechts-Konflikt.

Doch wichtige Akteure wie die grossen Wirtschaftsverbände und die SVP beteiligen sich kaum oder gar nicht. Eignergruppen resonanzstark gegen die Initiative positionieren sich der Bundesrat (13%), die FDP (7%) und der Hauseigentümerverband (4%), wobei die Resonanz des Hauseigentümerverbandes erst in den letzten paar Wochen merklich ansteigt. Weil sonst generell bürgerliche Akteure in der Schweiz die Mehrheit haben und weil die Mietwohnungs-Initiative nur durchschnittliche Resonanz auslöst, legen die Resultate nahe: Eine intensive Kampagne gegen die Initiative findet nicht statt.

ABB. 8 | RESONANZ UND TONALITÄT: AKTEURE



Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteure, die in den untersuchten Medien zur Mietwohnungs-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 320 Aussagen).

Methode

AUSWAHL DER BEITRÄGE

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 18. November 2019 bis 2. Februar 2020 erschienen sind. Es wurden 445 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag zwei Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden konnten (Antirassismus-Strafnorm: n = 248; Mietwohnungs-Initiative: n = 243). Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») wurden 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 die hohen Bodenpreise problematisieren – «positiv» bei Mietwohnungs-Initiative);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass die Ausweitung der Antirassismus-Strafnorm zu Rechtsunsicherheit führe – «negativ» bei Antirassismus-Strafnorm);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die

Befürworter würden eine übertriebene Kampagne betreiben – «negativ» bei der Mietwohnungs-Initiative);

- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-Führung der Befürworter – «positiv» bei der Mietwohnungs-Initiative);
- 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» bei der Mietwohnungs-Initiative).

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»). Hier unterscheiden wir zwischen expliziten Positionierungen des Mediums (explizite Empfehlung, eine Vorlage an- oder abzulehnen) und impliziten 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»).

AKTEURE UND AKZEPTANZ

Für jeden Beitrag und pro Vorlage werden die maximal drei resonanzstärksten Akteure sowie deren Positionierung gegenüber der Vorlage bestimmt (Akzeptanz). 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 alle 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 15 Newsites (Online-Auftritten) von Zeitungen, 6 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 gedruckte Zeitungen umfasst, sind die Resultate nicht direkt vergleichbar mit den Resultaten des Abstimmungsmonitors zu den Vorlagen von März 2013 bis Juni 2018. Sie sind aber direkt vergleichbar mit den Vorlagen vom September 2018, November 2018, Februar 2019 und Mai 2019.

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, Blick am Abend, Le Matin

Sonntagszeitungen / Magazine (Print): Le Matin Dimanche, NZZ am Sonntag, SonntagsBlick, SonntagsZeitung, Schweiz am Wochenende, Weltwoche

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