
Vorlagen vom 25. September 2022

Abstimmungsmonitor

AHV-Reform

Massentierhaltungsinitiative

Verrechnungssteuergesetz

Schlussbericht



Universität
Zürich ^{UZH}

fög – Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität
Zürich

23.09.2022

Inhalt:

- 2 Überblick
 - 4 AHV-Reform
 - 7 Massentierhaltung
 - 9 Verrechnungssteuer
 - 11 Methode
-

Der Abstimmungsmonitor des fög wurde Anfang 2013 erstmals lanciert und erfasst die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge im Vorfeld von eidgenössischen Volksabstimmungen. Der Abstimmungsmonitor wird von der Gottlieb und Hans Vogt Stiftung sowie aus eigenen Mitteln finanziert.

Überblick

Linards Udris

In der Schweizer Medienarena werden die nationalen Abstimmungsvorlagen vom September 2022 unterschiedlich stark thematisiert (Abb. 1). Die AHV-Reform (bestehend aus zwei zusammenhängenden Vorlagen, die hier für die Analyse zusammengefasst werden) ist die «Lead-Vorlage» und wird relativ breit beachtet, während die Massentierhaltungsinitiative durchschnittlich starke und das Verrechnungssteuergesetz unterschiedliche Beachtung erfahren.

Die Tonalität der Medienberichterstattung ist bei der Behördenvorlage zur AHV-Reform im leicht positiven Bereich (+16). Das Verrechnungssteuergesetz (+10) und die Massentierhaltungsinitiative (+9) haben in der Berichterstattung eine ambivalente bis leicht positive Tonalität.

Resonanz und Tonalität im Vergleich

Die Aufmerksamkeit für die Abstimmungen vom September 2022 ist in der Summe durchschnittlich – aber mit deutlichen Unterschieden zwischen den Vorlagen. Von den 41 Abstimmungen seit Herbst 2018 gehört die AHV-Reform knapp zu den «Top 10» der meistthematizierten Vorlagen (Abb. 1). Die Massentierhaltungsinitiative liegt etwa im Durchschnitt und das Verrechnungssteuergesetz wird unterdurchschnittlich stark thematisiert.

Die AHV-Reform als «Dauerbrenner» der politischen Debatte und «wohl auch die wichtigste politische Vorlage des Jahres» (Tagesschau, 14.9.) findet im längerfristigen Vergleich nicht dieselbe Beachtung wie die letzte Abstimmung zur «Altersvorsorge 2020» im September 2017; sie wird auch nicht im selben Masse kontrovers diskutiert. Weil das Mediensample in der Zwischenzeit teilweise verändert wurde, lassen sich die Zahlen nicht 1:1 direkt vergleichen, erlauben aber mit Plausibilitätschecks eine grobe Einschätzung. Auffallend ist nämlich auch, dass damals die Rentenreform schon zu Beginn der «heissen Phase» des Abstimmungskampfs ein grosses Thema in den Medien war, wie die [Analyse](#) des Abstimmungsmonitors 2017 zeigte, anders als diesmal die AHV-Reform (vgl. auch Abb. 2). Bei der «Altersvorsorge 2020» hatten ein Skandal um Äusserungen von FDP-Präsidentin Petra Gössi und zusätzlich Polit-Events und Aktionen wie eine Theater-Aufführung auf dem Bundesplatz die Resonanz angetrieben. Solche Ereignisse finden sich in der Berichterstattung über die «AHV 21» weniger, abgesehen von der kontroversen Diskussion über die Aussagen von Gewerkschaften über eine mittelfristige Erhöhung des Rentenalters auf 67 Jahre. Und während die Tonalität

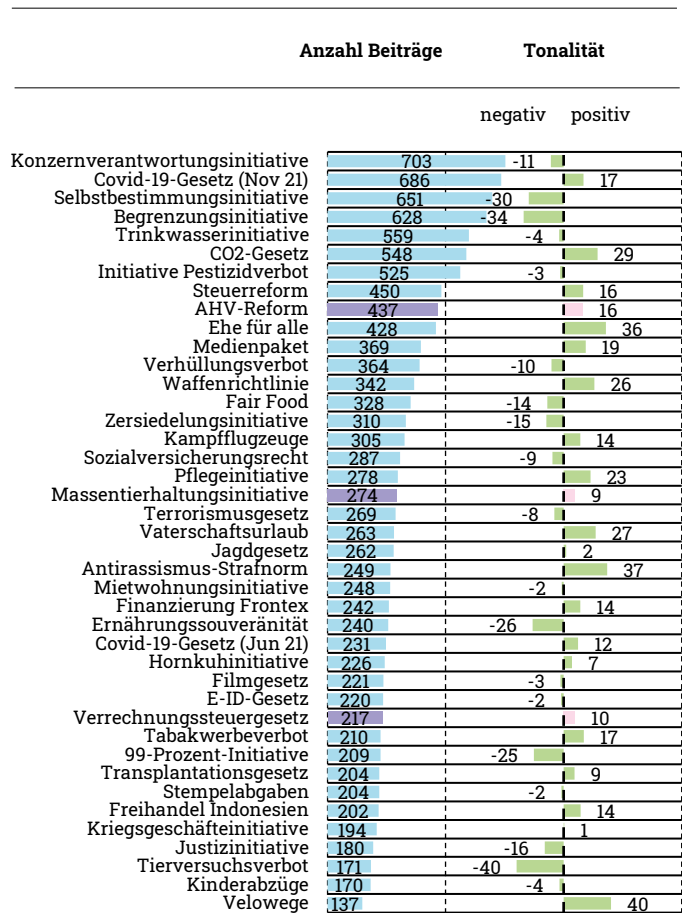


Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 25. September 2022 im Vergleich mit allen anderen Volksabstimmungen seit September 2018. Erfasst wurden jeweils 9 Wochen im Abstimmungskampf. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 13421 Beiträge).

bei der «Altersvorsorge 2020» ambivalent war, liegt sie nun bei der «AHV 21» mit +16 im leicht positiven Bereich. Kurz: Die Brisanz der anstehenden AHV-Reform scheint mit Blick auf die Medienberichterstattung geringer zu sein als bei der «Altersvorsorge 2020». Die Massentierhaltungsinitiative (MTI) gehört laut Medien zu den «7 Abstimmungen in 5 Jahren» (Tamedia, 11.7.), bei denen die Landwirtschaft im Zentrum steht. Im Vergleich mit anderen agrarpolitischen Vorlagen ist die Resonanz der MTI durchschnittlich. Sie erfährt zwar mehr Beachtung als die Hornkuhinitiative und etwa gleich viel wie das Jagdgesetz, aber deutlich weniger als die «Agrar-Initiativen», d.h. die Pestizidverbot- und Trinkwasserinitiativen vom Juni 2021. Damals

wurde auch von den Medien selbst eine sehr hohe Emotionalität und Intensität der Kampagnen wahrgenommen und auch so zum Thema gemacht (siehe [Analyse Abstimmungsmonitor Juni 2021](#)). Dies ist bei der MTI nicht der Fall, worauf die Medien auch explizit hinweisen. Erst die Veröffentlichung von heimlich gefilmten «Schockaufnahmen» von verletzten Tieren in einer Geflügelzucht erhöht drei Wochen vor der Abstimmung die Emotionalität und Resonanz merklich (Abb. 2).

Anzahl Beiträge pro Woche

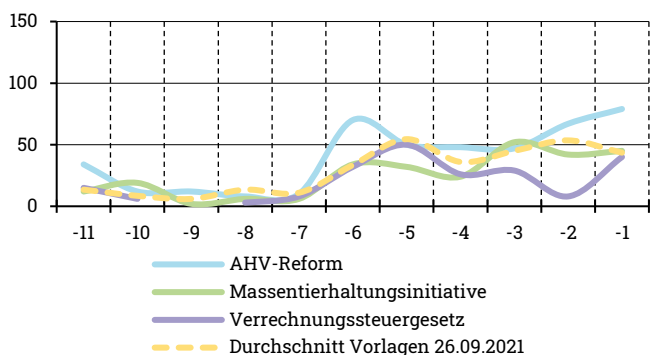


Abbildung 2: Resonanz im Zeitverlauf

Die Abbildung zeigt pro Woche die Medienresonanz der vier Abstimmungsvorlagen vom 25. September 2022 und zum Vergleich die durchschnittliche Medienresonanz der Vorlagen vom 26. September 2021 (n= 1565 Beiträge).

Die MTI bestätigt das Muster, dass grüne Anliegen im Bereich Umweltschutz und Tierwohl auf gewisse Zustimmung stossen. Die Tonalität gegenüber der MTI ist ambivalent bis leicht positiv (+9). Viele Volksinitiativen erfahren, gerade im Vergleich zu Behördenvorlagen, mehr Kritik als Zustimmung. Ein zusätzlicher Vergleich zeigt gleichzeitig die Grenzen der Akzeptanz für Fragen des Tierwohls – erkennbar an der Initiative für ein Tier- und Menschenversuchsverbot vom Februar 2022. Diese hatte wenig Beachtung und wenig Zuspruch (-40) in den Medien gefunden (Abb. 1). Obwohl die Frage des Tierwohls im Zentrum stand, fokussierte die Debatte damals auf Fragen der wissenschaftlichen Forschung; Parteien, NGOs und die Landwirtschaft beteiligten sich kaum. Die Berichterstattung zur MTI zeigt, dass also nicht Fragen des Tierwohls allein die Resonanz und den Zuspruch verstärken. Sondern erst wenn das Thema greifbarer wird und breitere Akteursgruppen involviert werden, die auch Kampagnen betreiben – sei es der Bauernverband, der mit Plakataktionen und einer strategischen Allianz mit Wirtschaftsverbänden auf sich aufmerksam macht, seien es Bäuer:innen, die den Medien auf ihren Höfen einen

Einblick in die Tierhaltung geben, oder NGOs, die Videos von Missständen bei der Tierzucht veröffentlichen. Auch das Aufkommen von [Zeitungsinseraten](#) ist bei der MTI deutlich höher.

Das Verrechnungssteuergesetz erhält – wie die meisten (komplexen) wirtschaftspolitischen Vorlagen – relativ wenig Resonanz. Die von Bundesrat Ueli Maurer als «Mini-Reform» bezeichnete Gesetzesänderung stösst aber auf mehr Aufmerksamkeit als die letzte, thematisch sehr verwandte Vorlage zur Abschaffung der Stempelsteuer (Februar 2022). Die Tonalität gegenüber der aktuellen Vorlage ist vor allem für eine Behördenvorlage höchstens knapp positiv (+10), aber positiver als bei den Stempelabgaben (-2).

Sprachregionale Unterschiede

In der Berichterstattung gibt es zwischen den grossen Sprachregionen mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede (Abb. 3). Die AHV-Reform hat die stärkste und das Verrechnungssteuergesetz die schwächste Resonanz. Gerade in der Suisse romande hat die Aufmerksamkeit für die AHV-Reform in den letzten Wochen markant zugenommen, u.a. durch Proteste von Reform-Gegner:innen, während in einer früheren Phase die AHV-Reform nicht so sehr im Fokus der Medien stand (siehe Zwischenbericht). Auch die Tonalitätsrichtung sieht bei allen Vorlagen in den Sprachregionen ähnlich aus. Allerdings stösst die AHV-Reform in den Medien der Deutschschweiz auf mehr Akzeptanz (+22) als in den Medien der Suisse romande (+2), wo sich zustimmende und ablehnende Stimmen fast die Waage halten.

| | | Anzahl Beiträge | Tonalität | |
|----------------|------------------------------|-----------------|-----------|---------|
| | | | negativ | positiv |
| Deutschschweiz | AHV-Reform | 316 | | 22 |
| | Massentierhaltungsinitiative | 183 | | 11 |
| | Verrechnungssteuergesetz | 154 | | 7 |
| Suisse romande | AHV-Reform | 121 | | 2 |
| | Massentierhaltungsinitiative | 91 | | 7 |
| | Verrechnungssteuergesetz | 63 | | 16 |

Abbildung 3: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 25. September 2022 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 928 Beiträge).

AHV-Reform

Die AHV-Reform steht bei den meisten Medientiteln im Zentrum der Abstimmungsberichterstattung. Besonders intensiv berichtet, gerade im Vergleich zu den anderen Vorlagen, nzz.ch. Die Newssites von CH Media (aargauerzeitung.ch und luzernerzeitung.ch) und von Tamedia (baslerzeitung.ch, bernerzeitung.ch und tagesanzeiger.ch) produzieren von allen Medientiteln relativ viele Beiträge, was dem Muster bei vielen Vorlagen entspricht.

Die Titel von SRF und RTS schenken der AHV-Reform zwar mehr Beachtung als den anderen beiden Vorlagen, aber auch nicht ausserordentlich viel – obwohl sie sie für die «wichtigste politische Vorlage dieses Jahres» (Tagesschau, 14.9.) oder sogar für «sans doute le sujet politique de la décennie» halten (Le 19h30, 6.9.).

Fokus auf Rentenalter, Fokus auf Frauen

In der Berichterstattung steht die Frage des Rentenalters, also die erste der beiden AHV-Vorlagen, im Zentrum. Die Frage der Mehrwertsteuer-Erhöpfung, also die zweite Vorlage, ist vergleichsweise ein Randthema. Die Medienberichterstattung ist aber nicht nur geprägt von der Frage der Rentenaltererhöhung generell, sondern auch von der Frage der Erhöhung des Frauenrentenalters. Dieses Narrativ, d.h. dass Frauen von der Reform besonders stark (und tendenziell negativ) betroffen sind, wird in den Medien sehr stark wahrgenommen und zum Thema gemacht. Entsprechend werden auch Umfrage-Resultate vor dem Hintergrund der (ausgeprägten) Unterschiede in den Resultaten zwischen Frauen und Männern interpretiert; bei der Vorlage bestehe ein «Gendergraben» (Le Journal, 14.9.). Bei manchen Medien wird dies auch als Problem gesehen; Männer würden über und auf Kosten von direktbetroffenen Frauen entscheiden (z.B. Tamedia, 16.9.). Diese Fokussierung auf Geschlechterfragen ist bemerkenswert gerade im Vergleich zur Debatte um die «Altersvorsorge 2020». Damals war der vermeintliche Konflikt zwischen «Alt» und «Jung» im Zentrum gestanden, obwohl auch eine Erhöhung des Frauenrentenalters Teil der Vorlage war.

Erstaunlicherweise gehen die Medien auf die damalige Debatte zur «Altersvorsorge 2020» kaum ein. Damit gibt es auch kaum Diskussionen darüber, ob die aktuelle Debatte gewisse Themenschwerpunkte fokussiert und andere ausblendet. Zudem gibt es nur vereinzelt Stimmen, die zum Thema machen, warum manche Parteien zur selben Frage seit 2017 ihre Haltung geändert haben – zum Beispiel die SVP, die nun eine Erhöhung der Mehrwertsteuer mitträgt (Tagesschau, 12.8.), oder die SP, die eine Erhöhung des Frauenrentenalters nicht mehr mitträgt (nzz.ch, 30.8.).

Ambivalente bis positive Tonalität in den Medien

Bei rund der Hälfte der Medien lässt sich eine positive Tonalität gegenüber der AHV-Reform beobachten, d.h. die Tonalitätswerte liegen höher als +10 (Abb. 4)

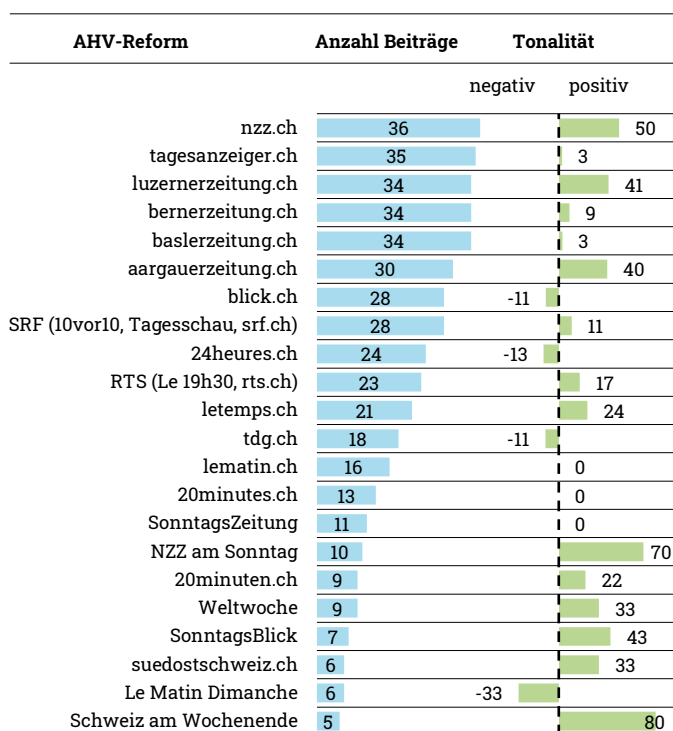


Abbildung 4: Resonanz und Tonalität – AHV-Reform

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die AHV-Reform. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 437 Beiträge).

Ein mittlerweile häufiges Muster ist ebenfalls, dass Newssites aus der Suisse romande wie letemps.ch, 24heures.ch und tdg.ch nicht denselben Output an Abstimmungsberichterstattung haben wie ihre Pendants aus der Deutschschweiz. Dies ist vermutlich ein Ausdruck geringerer Ressourcen. Dass Ressourcen mitentscheidend sind, zeigt auch die geringe Resonanz bei suedostschweiz.ch. Diese Newssite hat keine Inland- bzw. Bundeshausredaktion und verlässt sich stark auf Agenturbeiträge (diese werden im Abstimmungsmonitor nicht erfasst).

Bei rund einem Viertel ist die Tonalität ambivalent (zwischen -10 und +10) und bei einem knappen Viertel ist sie negativ (geringer als -10). (Generell muss bei Medientiteln mit besonders tiefen Fallzahlen die Tonalität sehr vorsichtig interpretiert werden.)

Bei den Medien mit einer klar positiven Tonalität, darunter nzz.ch (+50), luzernerzeitung.ch (+41) oder aargauerzeitung.ch (+40) findet das Argument Resonanz, dass die AHV dringend saniert werden müsse. Auch in diesen Medien steht die Frage des Rentenalters im Zentrum; so wird beispielsweise auch die Abstimmungskampagne und Botschaften der Gewerkschaften scharf kritisiert. Die Gewerkschaften machten mit einem «Lügen-Video Stimmung im Kampf um die AHV», in dem sie fälschlicherweise behaupten, die Politik habe bereits eine weitere Rentenalterhöhung auf 67 Jahre aufgegleist (nzz.ch, 30.8.). In einigen Beiträgen wird die Fokussierung auf eine «falsche Geschlechterdebatte» explizit kritisiert (z.B. nzz.ch, 14.9.; Tamedia, 17.9.), auch weil Probleme mit der Gleichstellung besser mit der 2. Säule (berufliche Vorsorge) als mit der AHV gelöst werden sollten. Doch viele Pro-Argumente gehen explizit auf die Rolle der Frauen ein. Frauen seien in der AHV und auch von der Reform nicht benachteiligt (aargauerzeitung.ch, 6.7.) und die Schweiz stelle mit dem tieferen Rentenalter für Frauen international eine Ausnahme dar (aargauerzeitung.ch, 4.9.).

Mehr Kritik an der Vorlage gibt es bei Medien mit ambivalenter oder leicht negativer Tonalität, zum Beispiel den Tamedia-Titeln, Newssites aus der Suisse romandie und bei blick.ch (-11). Das Hauptargument ist, dass die Reform Frauen benachteilige, weil sie bei ihnen zu Rentenkürzungen führe (z.B. blick.ch, 11.9.). Dies sei auch deshalb nicht angebracht, weil Frauen generell in der Altersvorsorge schlechter dastehen würden als Männer. Dass das Parlament vor der Abstimmung keine Entscheidung trifft, die Situation von Frauen in der beruflichen Vorsorge zu verbessern, wird als ein weiteres Indiz für die Benachteiligung interpretiert (z.B. Tamedia, 7.9.). Nur vereinzelt Resonanz erhalten Argumente, die die Erhöhung der Mehrwertsteuer problematisieren, sei es weil eine solche Erhöhung Menschen mit geringem Budget gerade in Zeiten hoher Inflation belaste (z.B. blick.ch, 6.7.), sei es aus liberaler Perspektive (z.B. blick.ch, 8.9.).

Links-rechts-Konflikt bei der AHV-Reform

Das mediale Bild bei der AHV-Reform widerspiegelt einen typischen Links-rechts-Konflikt. Breite Resonanz als Gegner:innen der Reform erhalten die SP (19%) und

die Gewerkschaften (9%), unterstützt von den Grünen (5%) (Abb. 5). Unterstützung für die Reform kommt medial von einem breiten Spektrum an Akteur:innen, vor allem von der FDP (10%), und auch von der SVP (6%), Wirtschaftsverbänden (5%), dem Bundesrat (7%), Grünliberalen (5%), der Mitte (5%) und dem Bauernverband (3%). Dass laut Umfragen Wählergruppen mancher Parteien gespalten sind (v.a. bei den Linken und der SVP), zeigt sich in den Statements von Partei-Akteur:innen kaum. Denn die Akzeptanzwerte liegen relativ nahe bei -100 bzw. +100, vermitteln also geschlossenen Ablehnung oder Zustimmung.

| AHV-Reform | Anteil Resonanz | Akzeptanz | |
|-----------------------------|-----------------|-----------|---------|
| | | negativ | positiv |
| SP | 19% | -86 | |
| Zivilgesellschaft | 11% | -37 | |
| FDP | 10% | | 100 |
| Gewerkschaften | 9% | -100 | |
| Wissenschaft / Expert:innen | 9% | | 14 |
| Bundesrat | 7% | | 100 |
| SVP | 6% | | 93 |
| Wirtschaftsverbände | 5% | | 100 |
| Grünliberale | 5% | | 60 |
| Grüne | 5% | -92 | |
| Die Mitte | 5% | | 87 |
| nationale Behörden | 3% | | 15 |
| Schweiz. Bauernverband | 3% | | 100 |
| Pensionskassen | 1% | | 100 |

Abbildung 5: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – AHV-Reform

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur AHV-Reform Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 510 Aussagen)

Auch zivilgesellschaftliche Akteur:innen erhalten relativ viel Resonanz (11%). Typischerweise kommen hier verschiedene einzelne «unbekannte» Personen beziehungsweise Direktbetroffene zu Wort, zum Beispiel Frauen kurz vor oder im Rentenalter. In der Summe bringen solche Stimmen mehr Kritik als Zustimmung in die Debatte ein (-37).

Auffallend ist schliesslich, dass der Bauernverband als nicht nur bei der Vorlage zur Massentierhaltung Resonanz erhält (Abb. 7), von der er direkt betroffen ist, sondern auch bei der AHV-Reform (3%). Diese Resonanz ist Resultat davon, dass sich der Bauernverband und Wirtschaftsverbände zu einer strategischen Allianz zusammengeschlossen haben. Dies erfährt in den Medien breite Beachtung.

Viele Frauen, aber einige dominante Männer

Die Berichterstattung ist stark von der Frage des Frauenrentenalters geprägt. Damit im Einklang steht, dass es bei vielen Parteien Frauen sind, die am meisten Resonanz erhalten. Die Resonanz der Grünliberalen beispielsweise lässt sich überwiegend auf Nationalrätin Katharina Bertschy zurückführen; die Resonanz der SVP ist stark geprägt von den Nationalrätinnen Céline Amaudruz und Diana Gutjahr; die Resonanz der Mitte-Partei von der Präsidentin der Mitte-Frauen, Christina Bachmann-Roth, und von Nationalrätin Ruth Humbel (die Mitte-Männer Fabio Regazzi und Markus Ritter werden viel eher in ihren Rollen als Vertreter des Gewerbeverbandes bzw. des Bauernverbandes thematisiert); und die Resonanz der Grünen von den Parlamentarierinnen Léonore Porchet und Maya Graf. Auch bei der FDP kommen Frauen öfter vor als Männer, vor allem die Parlamentarierinnen Susanne Vinzenz-Staufacher, Johanna Gapany und Regine Sauter – interessanterweise mit Aussagen, dass es bei der Rentenreform nicht in erster Linie um Geschlechterfragen gehen sollte.

Bei der SP schliesslich ergibt sich ein ambivalentes Bild. Sehr präsent sind die Co-Präsidentin Mattea Meyer und Nationalrätin Jacqueline Badran. Doch auch Co-Präsident Cédric Wermuth erhält viel Aufmerksamkeit. Am meisten Resonanz aber erhält SP-Nationalrat und Gewerkschafts-Chef Pierre-Yves Maillard (meistens als SGB-Chef bezeichnet und deshalb unter «Gewerkschaften» codiert), der sich oft in die Diskussion einbringt. Am meisten Resonanz erhält SP-Bundesrat Alain Berset (codiert unter «Bundesrat»), der oft auch Objekt der Berichterstattung ist (z.B. in der Diskussion, ob die Kontroverse um Bersets Flüge in der Freizeit seiner Glaubwürdigkeit und damit auch der AHV-Reform schaden).

Kurz: Während in den Medien viele Frauen aus verschiedenen Parteien zu Wort kommen, sind es zwei (sozialdemokratische) Männer, die im Zentrum der Diskussion um die AHV stehen. Doch vielleicht auch weil die beiden Kontrahenten nur einmal gemeinsam (gegeneinander) antreten und auftreten, und zwar in der Suisse romande, spitzen die Medien nur in der Suisse romande und nur vereinzelt die Debatte auf ein «duel Berset-Maillard» zu (letemps.ch, 12.8.; tdg.ch, 17.9.).

Massentierhaltungsinitiative

Die Massentierhaltungsinitiative (MTI) wird in den meisten Medien weniger intensiv als die AHV-Reform, aber intensiver als das Verrechnungssteuergesetz thematisiert. Nicht in absoluten Zahlen gesehen, aber im Vergleich zu den anderen Vorlagen ist das Interesse an der Initiative in den Medien der Suisse romande etwas stärker. Wie beim Verrechnungssteuergesetz zeigt sich bei der MTI, dass Sonntagszeitungen und die Weltwoche für ihre Verhältnisse nicht intensiv berichten. Allerdings setzen sie mit «Enthüllungen» Akzente im Abstimmungskampf: die NZZ am Sonntag damit, dass der Schweizerische Bauernverband und die Wirtschaftsverbände eine strategische Allianz beziehungsweise einen «Kuhhandel» eingehen (11.7., in Ansätzen bereits thematisiert bei blick.ch, 4.7.), und die Sonntagszeitung mit der Veröffentlichung von «verstörenden Bildern» aus einer Geflügelzucht (4.9.).

Positive Tonalität bei der Hälfte der Medien

Bei rund der Hälfte der untersuchten Medientitel ist die Tonalität gegenüber der Massentierhaltungsinitiative positiv (Abb. 6), vor allem bei den Titeln von Tamedia. Bei rund einem Drittel ist die Tonalität ambivalent, d.h. d.h. die Tonalitätswerte bewegen sich zwischen -10 und +10; dies zeigt sich bei mehreren Titeln aus der Suisse romande oder auch der nzz.ch und der aargauerzeitung.ch. Eine negative Tonalität lässt sich nur bei wenigen Medien beobachten, darunter luzernerzeitung.ch (-17) und – bei wenigen Artikeln – der NZZ am Sonntag (-57).

Die Initiative wird unter anderem dafür kritisiert, dass sie am falschen Ort ansetze. Statt den Bauern Vorschriften zu machen, müsse man bei den Konsument:innen ansetzen (luzernerzeitung.ch, 23.8.; letemps.ch, 6.9.). Auch findet das Argument Resonanz, wonach die Schweizer Landwirtschaft bereits (sehr) strenge Gesetze habe und dem Tierwohl Sorge trage. Eine «Massentierhaltung» mit (sehr) vielen Tieren in einem Stall gebe es in der Schweiz, anders als im Ausland, nicht (luzernerzeitung.ch, 23.8.).

Die Pro-Argumente der Initiative zielen in erster Linie auf das Tierwohl, das besser geschützt werden müsse. Resonanz erhält unter anderem die Veranschaulichung, dass ein Huhn in der Schweiz nicht mehr als eine A4-Seite Platz zur Verfügung habe (z.B. tdg.ch, 1.9.). Zudem werden Videos mit für die Tiere angeblich schlimmen Zuständen zu verschiedenen Zeitpunkten in die Debatte eingebracht und führen dazu, dass die Medien solche «realen» Bilder mit den «Marketingvideos der Schweizer Detailhändler» kontrastieren (CH Media, 6.9.). In den Medien der Suisse romande findet schon Anfang Juli 2022 ein von der Tierschutzorganisation PEA veröffentlichtes «video choc» (letemps.ch, 6.7.) aus einer Schweinezucht breite Resonanz. Die Resonanz in den Medien der Deutschschweiz bleibt zunächst aus; aber als die Tierrechtsorganisation Tier im Fokus Anfang September ein Video über eine Geflügelzucht der Migros und kurz darauf Greenpeace ein Video von Hühnern und Schweinen veröffentlichen, steigt die Resonanz stark an. Die Medien weisen darauf hin, dass solche Bilder den Befürwortern der Initiative «in die Hände spielen» würden (CH Media, 6.9.). Ein positives Bild erhält die Initiative auch dadurch, dass der sehr präsente Bauernverband als resonanzstärkster Gegner einerseits als schlagkräftige Organisation dargestellt wird, aber andererseits als Organisation, die sich auf fragliche «Deals» mit den grossen Wirtschaftsverbänden einlässt und Abstimmungen unnötigerweise eskaliert (z.B. Tamedia, 20.8.).

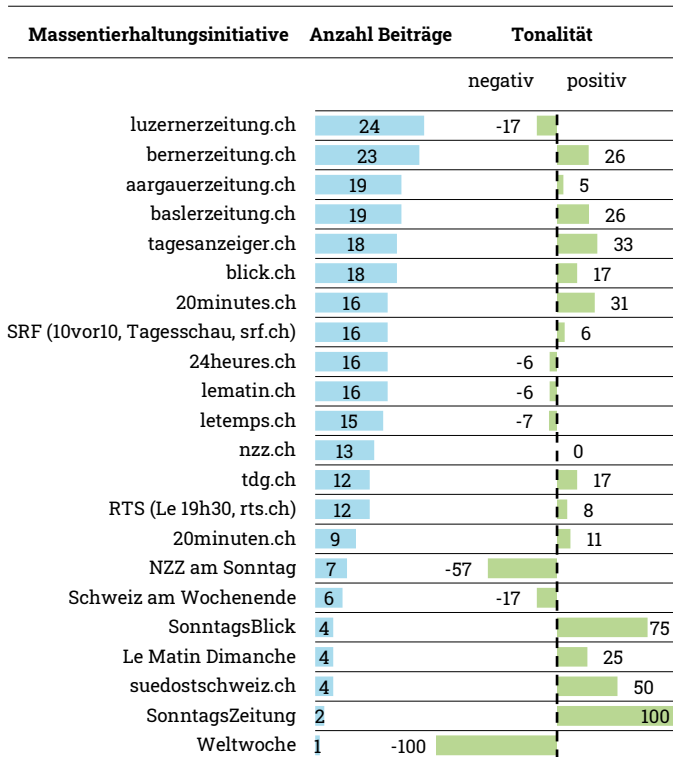


Abbildung 6: Resonanz und Tonalität – Massentierhaltungsinitiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Massentierhaltungsinitiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 274 Beiträge).

Ein wichtiger Teil der Berichterstattung ist ambivalent, denn er besteht aus Reportagen, die kontradiktorisch verschiedene Formen der Tierzucht thematisieren und illustrieren (z.B. Le Matin Dimanche, 4.9.;10vor10, 5.9.; Le Journal, 17.9.). Sowohl Bäuer:innen mit relativ vielen Tieren und «konventioneller» Tierhaltung, die sich als Gegner:innen der Vorlage positionieren, als auch Bäuer:innen mit kleineren Tierbeständen, die die Initiative unterstützen, lassen ihre Ställe filmen und fotografieren und geben Auskunft über die Bedingungen für die Tiere. Während alle solchen Bauern und Bäuerinnen argumentieren, dass das Tierwohl bei ihnen gewährleistet sei, weisen die Gegner:innen unter ihnen darauf hin, dass die Initiative einen Teil ihrer notwendigen Arbeit verunmöglichen würde.

unterstützen, aber auch einzelne Bäuerinnen und Bauern, von denen die Mehrheit der zitierten Personen die Vorlage ablehnt.

Was die Resonanz der prominentesten Akteursgruppen betrifft, ist das mediale Akteurs-Bild also sehr ähnlich wie bei den «Agrar-Initiativen» vom Juni 2021. Unterschiede gibt es aber in zwei Punkten. Erstens zeigt sich der Konflikt innerhalb der Zivilgesellschaft dieses Mal zwischen Tierschutz-Organisationen auf der einen und einzelnen Bäuerinnen und Bauern auf der anderen Seite, während er bei den «Agrar-Initiativen» auch innerhalb der Landwirtschaft manifest wurde. Zweitens ist insgesamt die Resonanz der MTI deutlich geringer, was für eine geringere Mobilisierung der Kampagnen und für eine geringere Brisanz der Vorlage spricht.

Auffallend ist schliesslich die sehr schwache Resonanz des Bundesrates. Gerade mal 2% der Resonanz entfallen auf den Bundesrat, ein unüblich tiefer Resonanzanteil. Bei den «Agrar-Initiativen» 2021 war Wirtschaftsminister Guy Parmelin sehr präsent; dieses Mal kommt er in den Medien kaum vor. Auch Innenminister Alain Berset, der Anfang Juli offiziell die Nein-Position des Bundesrats erklärt, ist in der Diskussion um die MTI, anders als bei der AHV-Reform, praktisch nicht präsent.

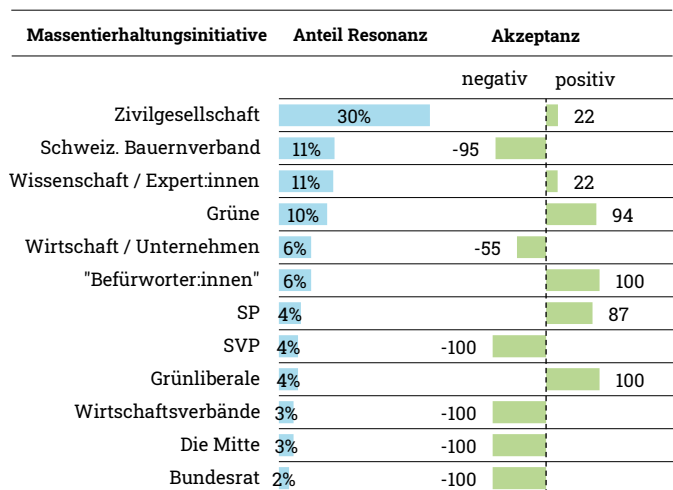


Abbildung 7: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Massentierhaltungsinitiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Massentierhaltungsinitiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 342 Aussagen)

Grüne, NGOs und Landwirtschaft

In der Medienberichterstattung über die MTI sind Akteur:innen der Grünen (10%) und des Pro-Komitees (6%) relativ stark präsent (Abb. 7). Kritik an der Initiative kommt vor allem vom Schweizerischen Bauernverband (11%). Stark vertreten sind Akteur:innen aus der Zivilgesellschaft (30%), mit insgesamt knapper Zustimmung (+22). Dazu gehören NGOs, die die Initiative

Verrechnungssteuergesetz

Das Verrechnungssteuergesetz steht im Schatten der anderen beiden Vorlagen. Noch am ehesten findet es Aufmerksamkeit bei den CH-Media-Titeln, darunter Schweiz am Wochenende. Dass aber ansonsten wöchentlich erscheinende Medien sehr wenig berichten, legt nahe, dass die Vorlage als weniger relevant oder weniger brisant wahrgenommen wird. Die Titel von SRF und RTS hingegen schenken dem Verrechnungssteuergesetz etwa gleich viel Beachtung wie der Massentierhaltungsinitiative.

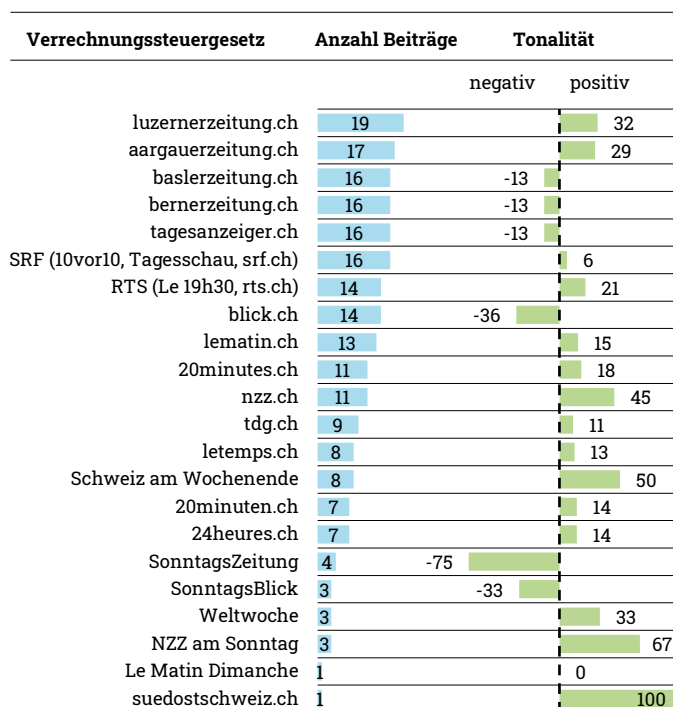


Abbildung 8: Resonanz und Tonalität – Verrechnungssteuergesetz

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über das Verrechnungssteuergesetz. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 217 Beiträge).

Positive Tonalität bei den Medien

Bei rund zwei Drittel der untersuchten Medien fällt die Tonalität gegenüber der Behördenvorlage positiv aus, d.h. die Tonalitätswerte haben einen Wert höher als +10 (Abb. 8). Rund ein Drittel weist eine ambivalente oder sogar negative Tonalität auf (Werte geringer als -10).

Eine positive Tonalität ist bei Behördenvorlagen relativ typisch, weil sie auch die politischen Mehrheiten

(Parteien, Bundesrat) reflektiert. In dieser Hinsicht bieten die Medien den verschiedenen Kampagnen-Akteur:innen eine Plattform, was in der Summe eine leicht positive Tonalität ergibt. Doch auch wenn die Medien stärker intervenieren, kommentieren und bewerten, fällt die Tonalität relativ positiv aus. Pro-Argumente finden vor allem bei nzz.ch (+45) und den CH Media-Titeln Resonanz. Nicht nur die zu Wort kommenden Politiker:innen, sondern auch die Redaktion selbst findet, eine Teilabschaffung der Verrechnungssteuer würde das inländische Geschäft mit Obligationen stärken und somit die schweizerische Wirtschaft stärken (z.B. «Holen wir das Geschäft aus Luxemburg zurück», Schweiz am Wochenende, 16.7.). Es zeigt sich aber auch, dass manche Pro-Argumente defensiv sind. So wirbt Bundesrat Ueli Maurer u.a. damit, dass es sich bei Vorlage nicht um eine ganze, sondern nur eine Teilabschaffung der Verrechnungssteuer handle (lematin.ch, 15.8.).

Eine ambivalente bis negative Tonalität gegenüber der Vorlage zeigt sich bei den Tamedia-Titeln und den Blick-Titeln. Auch dort bietet die Abstimmung um die Stempelabgaben (Februar 22) den Hintergrund. Die Teilabschaffung der Verrechnungssteuer wird als Teil einer langjährigen Strategie der Bürgerlichen interpretiert. Entsprechend ähneln sich die Argumente und Artikel im Vergleich zum Februar 2022. Wiederum prüfen manche Medien die von den Befürworter:innen präsentierten Zahlen zu den wirtschaftlichen Konsequenzen der Vorlage – mit tendenziell skeptischem Blick auf den «Zahlensalat» (Tamedia, 17.9.; auch 17.8.). Kritik wird vor allem am Finanzplatz geübt, der aus Sicht der Gegner:innen bereits genügend steuerliche Privilegien genießt. Wenn viele Finanzdienstleistungen nach wie vor nicht mehrwertsteuerpflichtig sind und neu auch nicht mehr der Verrechnungssteuer unterliegen würden, hätte der Finanzplatz dank seinem Lobbying und zulasten der steuerzahlenden Bevölkerung den «Fünfer und das Weggli» (blick.ch, 13.9.).

SP gegen Wirtschaft

In der Medienberichterstattung über das Verrechnungssteuergesetz ergibt sich das Bild, wonach in erster Linie die SP (24%), unterstützt von Gewerkschaften (5%), gegen die Teilabschaffung der Verrechnungssteuer kämpft, während vor allem Wirtschaftsverbände (10%) und in den letzten Wochen auch Unternehmen (7%) als Befürworter:innen in Erscheinung treten (Abb. 9). In dieser Hinsicht ähnelt das Bild der Diskussion im Vorfeld der Abstimmung über die

Stempelabgaben (Feb. 22). Wiederum versuchen die Medien vereinzelt, die Vorlage zu personalisieren, vor allem anhand SP-Nationalrätin Jacqueline Badran und Bundesrat Ueli Maurer. Gleichwohl ist der Fokus auf Ueli Maurer bei dieser Vorlage schwächer als damals bei der Stempelsteuer. Neu hingegen ist, dass der Schweizerische Bauernverband wegen seiner neuen strategischen Allianz mit den Wirtschaftsverbänden in dieser Debatte präsent ist.

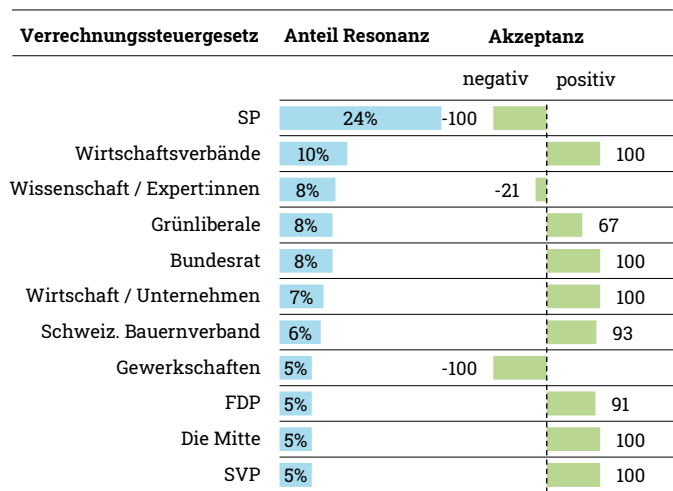


Abbildung 9: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Verrechnungssteuergesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum Verrechnungssteuergesetz Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 227 Aussagen)

Bemerkenswert ist, dass in der Medienberichterstattung kantonale und kommunale Vertreter:innen nicht präsent sind. Bemerkenswert deshalb, weil Befürworter:innen wie die Grünliberalen (8%) unter anderem behaupten, dass die Teilabschaffung der Verrechnungssteuer vor allem für Kantone und Städte und öffentliche Institutionen wie Spitäler von Vorteil sind, weil diese dann einfacher und günstiger Geld aufnehmen könnten. Insofern wäre zu erwarten, dass sich solche «direktbetroffenen» Akteur:innen auch in der Medienberichterstattung äussern. Vielleicht auch aus diesem Grund weist die Tamedia-Mantelredaktion in einem Artikel darauf hin, dass dieses Pro-Argument (laut Medien «Null-Argument») sich bestenfalls auf Schätzungen stützt und eine «erstaunliche Karriere» im Abstimmungskampf gemacht habe (Tamedia, 19.9. – nicht Teil des Untersuchungszeitraums).

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 4. Juli 2022 bis 18. September 2022 erschienen sind. Es werden 754 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag bis zu drei Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können (AHV-Reform: n = 437; Massentierhaltungsinitiative: n = 274; Verrechnungssteuergesetz: n = 217). 87% der Beiträge thematisieren jeweils eine Vorlage, 13% zwei oder mehr Vorlagen. Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt.

Im Prinzip gibt es bei der Volksabstimmung vom 25. September 2022 vier und nicht nur drei Vorlagen, denn die AHV-Reform besteht aus zwei separaten Vorlagen. Der Bundesbeschluss über die Zusatzfinanzierung der AHV durch eine Erhöhung der Mehrwertsteuer ist eng mit der Vorlage zur Änderung der AHV («AHV 21») verknüpft. Denn wird eine der beiden AHV-Vorlagen abgelehnt, scheitert die ganze Reform. In der Analyse des Abstimmungsmonitors werden die beiden AHV-Vorlagen zusammengefasst unter dem Titel «AHV-Reform».

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 auf die schwierige finanzielle Lage der AHV hinweisen – «positiv» bei AHV-Reform);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass im Zuge der Inflation eine

Erhöhung der Mehrwertsteuer für viele Leute problematisch wäre – «negativ» bei AHV-Reform);

- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die Gegner:innen der AHV-Reform würden Falschaussagen verwenden – «positiv» bei AHV-Reform);
- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-Führung der Gegner:innen – «negativ» bei Massentierhaltungsinitiative)
- 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 Massentierhaltungsinitiative).

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»).

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 28. September 2022

werden auf diese Weise 1079 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, 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 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 aber direkt vergleichbar mit den Vorlagen seit September 2018 – mit Ausnahme, dass in der Zwischenzeit der früher erfasste blickamabend.ch eingestellt wurde.

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

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