
Vorlagen vom 14. Juni 2026

Abstimmungsmonitor

«10-Millionen»-Initiative

Zivildienstgesetz

Schlussbericht



Universität
Zürich ^{UZH}

fög – Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität
Zürich

12.06.2026

Inhalt:

- | | |
|----|-------------------------|
| 2 | Überblick |
| 5 | 10-Millionen-Initiative |
| 8 | Zivildienstgesetz |
| 10 | 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 aus eigenen Mitteln finanziert.

Überblick

Linards Udris

In der Schweizer Medienarena werden die zwei nationalen Abstimmungsvorlagen vom 14. Juni 2026 unterschiedlich stark thematisiert (Abb.1). Sehr starke Resonanz erhält die «10-Millionen»-Initiative (offizieller Name: Volksinitiative «Keine 10-Millionen-Schweiz! (Nachhaltigkeitsinitiative)»), bloss schwache Resonanz die Behördenvorlage zur Änderung des Zivildienstgesetzes.

Die Tonalität gegenüber der 10-Millionen-Initiative fällt sehr negativ aus (-23), beim Zivildienstgesetz (-2) liegt sie im ambivalent bis leicht negativen Bereich.

Resonanz im Vergleich

Resonanzmässig ist die 10-Millionen-Initiative die klare Nummer Eins der Abstimmungsvorlagen seit Ende 2018. Die Resonanz ist rund 60% höher als bei der Initiative für eine 13. AHV-Rente oder rund doppelt stark wie beim CO2-Gesetz oder der SRG-Initiative – allesamt Vorlagen, die die Medienarena stark beschäftigten. Die Resonanz der 10-Millionen-Initiative fällt auch nochmals höher aus als bei den beiden ausländer- und europapolitischen Initiativen der SVP – der Begrenzungsinitiative (2020) und der Selbstbestimmungsinitiative (2018).

Die grossen Resonanz-Unterschiede zwischen der 10-Millionen-Initiative und dem Zivildienstgesetz können nicht etwa damit erklärt werden, dass der Ausgang bei der 10-Millionen-Initiative laut Umfragen offen sei. Zwar berichten die Medien bei der 10-Millionen-Initiative sehr oft über die Umfrage-Ergebnisse. Tatsächlich jedoch ist beim Zivildienstgesetz das Rennen laut Umfragen knapper.

Deutlich besser zu den grossen Resonanz-Unterschieden passt, dass bei der 10-Millionen-Initiative die (provisorischen) Budgets der Kampagnen im historischen Vergleich möglicherweise eine der «rekordhöchsten Beträge» darstellen (SRF Tagesschau, 07.05.). Mit Blick auf die letzten Jahre und auch mit Blick auf eine Studie aus dem Jahr 2017 passt ebenfalls, dass es sich bei der 10-Millionen-Initiative um eine populistisch aufgeladene Abstimmung im Bereich der Ausländerpolitik handelt. Denn «identitätspolitische» Vorlagen erhalten typischerweise viel mehr Aufmerksamkeit als beispielsweise (rein) wirtschaftspolitische Vorlagen.

Die sehr starke Resonanz geht einher mit Einschätzungen der Medien, dass bei dieser Initiative die Zukunft der Schweiz verhandelt werde und eine «schicksalhafte Weichenstellung» (SonntagsBlick, 07.06.) bevorstehe, die oft mit der Situation der 2014 angenommenen SVP-

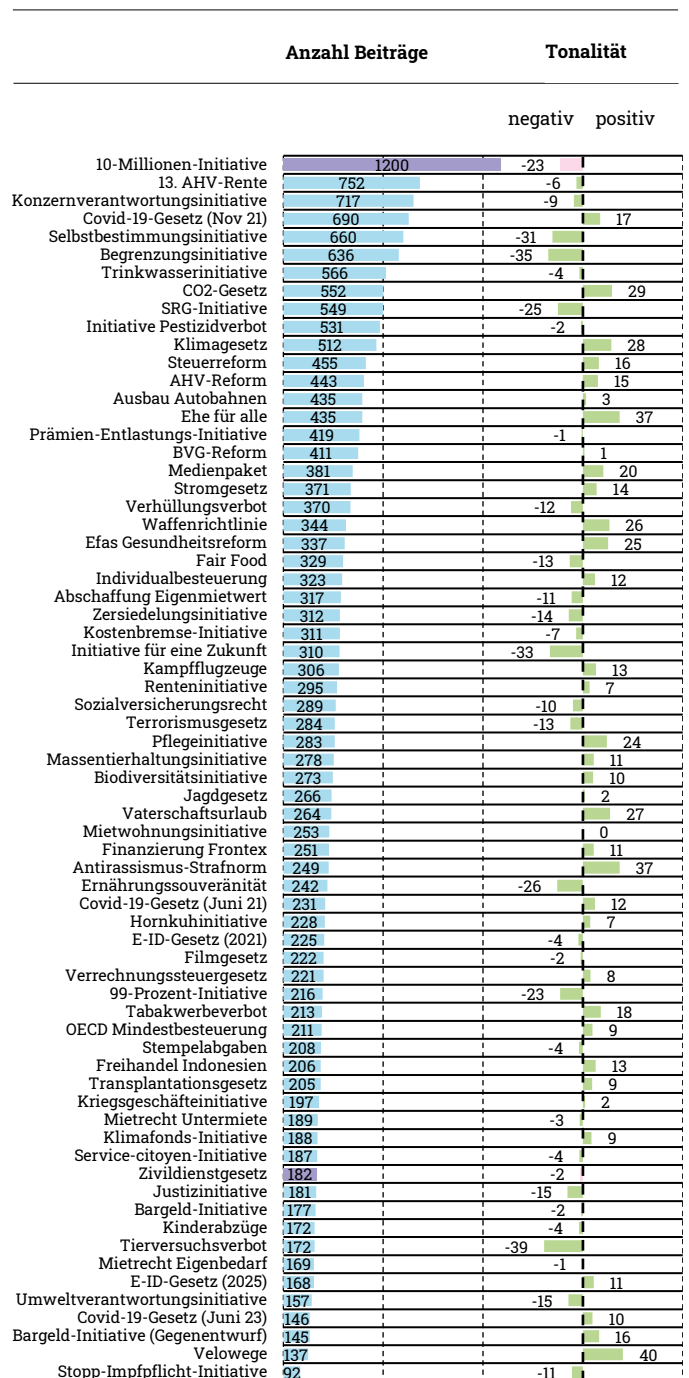


Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 14. Juni 2026 im Vergleich mit allen anderen Abstimmungen seit September 2018. Erfasst wurden jeweils 11 Wochen im Abstimmungskampf. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 22'246 Beiträge).

Initiative «gegen Masseneinwanderung» verglichen wird.

Zugespielt werden zwei Szenarien gegenübergestellt: Auf der einen Seite das Szenario einer offenen Schweiz, die auch wegen der älter werdenden Bevölkerung auf Arbeitskräfte angewiesen ist, stabile Beziehungen zur EU hat und ihren Wohlstand sichern möchte. Auf der anderen Seite das Szenario einer Schweiz, die mehr Kontrolle über die Zuwanderung hat und auf diese Weise die Lebensqualität sichert, die Zubetonierung («bétonnage») eindämmt und den «Dichtestress» und generell die «Überlastung» bekämpft. Mit dieser Dramatisierung verbunden wird die Wahrnehmung, der Abstimmungskampf sei «einer der emotionalsten und grundlegendsten politischen Konflikte» (SonntagsZeitung, 17.05.; ähnlich auch letemps.ch, 20.05.).

Zur wahrgenommenen Emotionalität gehört, dass die Medien sowohl die Begrifflichkeiten der Gegner:innen (z.B. «Chaos-Initiative») als auch Provokationen der Befürworter:innen kritisieren (z.B. ein Online-Computerspiel des SVP-nahen Egerkinger Komitees, bei dem die Spieler:innen «muslimische Asyl-Zuwanderer» und «Kriminal-Touristen» stoppen müssen) (blick.ch, 21.05.). «Ce match de la peur déchaîne les passions» (Le Matin Dimanche, 24.05.).

Insgesamt aber fokussieren die Medien auf die Kampagne der SVP. Die Medien schätzen ihre Kampagne zu Beginn des Abstimmungskampfs als überraschend zurückhaltend ein – die SVP kämpfe «zahnlos» (nzz.ch, 25.03.) und «diesmal bleibt es bemerkenswert ruhig» (blick.ch, 26.04.). Mit zunehmender Resonanz ändert sich die Wahrnehmung: Die SVP sei zunächst «auffallend moderat» aufgetreten, um breitere Bevölkerungsschichten zu erreichen, in einer späteren Phase provoziere sie aber bewusst, um ihre Basis zu mobilisieren (tagesanzeiger.ch, 22.05.).

Im Vergleich dazu wird die Kampagne über das Zivildienstgesetz als sehr zurückhaltend und sachlich eingeschätzt.

Tonalität im Vergleich

Bei den anstehenden Abstimmungsvorlagen handelt es sich um eine Behördenvorlage (Zivildienstgesetz) und um eine Volksinitiative (10-Millionen-Initiative). Initiativen stossen im längerfristigen Vergleich in den Medien eher auf Ablehnung, während Behördenvorlagen tendenziell Zuspruch erhalten. Das zeigt u.a. eine systematische Analyse von 44 Abstimmungen.

Vor diesem Hintergrund entspricht die negative Tonalität bei der 10-Millionen-Initiative (-23) und die

ambivalente Zivildienstgesetz (-2) tendenziell dem grundlegenden Muster (Abb. 1).

Die 10-Millionen-Initiative stösst aber vergleichsweise auf besonders viel Kritik. Auch die Selbstbestimmungsinitiative (-31), die Begrenzungsinitiative (-35) und die SRG-Initiative (-25) – alle mit wesentlicher Beteiligung der SVP – hatten während des Abstimmungskampfes viel Ablehnung erfahren. Gleiches gilt für die Initiative für eine Zukunft der Juso (-33), allerdings mit einer viel geringeren Resonanz. Die sehr negative Tonalität gegenüber der 10-Millionen-Initiative ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass sich viele Akteursgruppen gegen die Initiative aussprechen und so die Medienberichterstattung prägen (vgl. Abb. 6).

In Kombination von starker Resonanz und negativer Tonalität zeigt sich: Die Medienberichterstattung übernimmt zwar häufig die Problemwahrnehmung der Initiant:innen (z.B. hohes Bevölkerungswachstum, Probleme auf dem Wohnungsmarkt, Belastung der Infrastruktur, Kriminalität) dadurch, dass sie diese Aspekte zum Thema macht. Sie fokussiert aber öfter auf die Risiken der Initiative.

Das Zivildienstgesetz erhält zwar mehr Zuspruch als die Volksinitiative, doch die Tonalität fällt gerade für eine Behördenvorlage weniger positiv aus als üblich (-2). Hier schlägt sich nieder, dass das Lager der Befürworter:innen keine sehr aktive Kampagne zu fahren scheint.

Anzahl Beiträge pro Woche

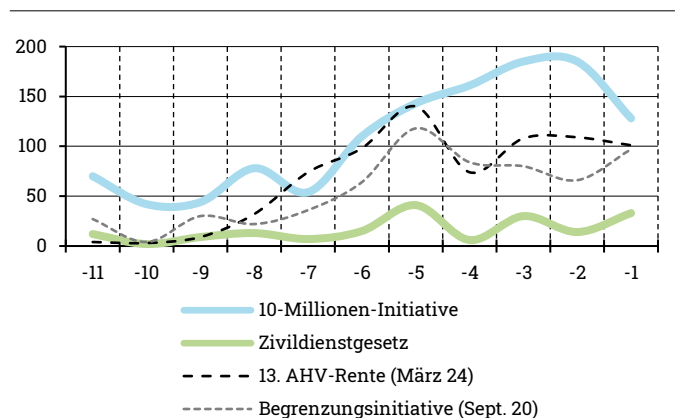


Abbildung 2: Resonanz im Zeitverlauf

Die Abbildung zeigt pro Woche die Medienresonanz der beiden Abstimmungsvorlagen vom 14. Juni 2026 im Vergleich mit der Initiative für eine 13. AHV-Rente und der Begrenzungsinitiative (n= 2'762 Beiträge).

Dynamik der Medienresonanz

Die Dynamik der Medienresonanz ist bei der 10-Millionen-Initiative einerseits untypisch – erstens, weil sie schon zu Beginn des Abstimmungskampfs so stark ausfällt, zweitens weil die Resonanz länger zunimmt als bei anderen viel beachteten Volksinitiativen (Abb. 2). Erst am Schluss des Abstimmungskampfes scheint das mediale Interesse leicht zurückzugehen.

Andererseits gibt es in der Medienberichterstattung keine «Resonanz-Spitzen», also Phasen, in den plötzlich die Aufmerksamkeit beispielsweise wegen eines Skandals oder Enthüllungen markant steigt. Stattdessen ist fast während des ganzen Abstimmungskampfes die Berichterstattung von einer Mischung aus Stellungnahmen von Parteien und Verbänden, eigenen Analysen der Medien, Umfrageergebnissen und Gastbeiträgen geprägt. Auch der Messerangriff eines Einzeltäters auf Passanten in Winterthur, der teilweise in den Kontext der Zuwanderungsfrage gestellt wird, prägt die Berichterstattung nur kurz und nicht nachhaltig.

Sprachregionale Unterschiede

Zwischen den grossen Sprachregionen gibt es in der Berichterstattung mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede (Abb. 3). In beiden Sprachregionen wird die 10-Millionen-Initiative viel stärker beachtet als das Zivildienstgesetz, in der Deutschschweiz sogar deutlich stärker. Ebenfalls fällt in beiden Sprachregionen die Tonalität gegenüber der 10-Millionen-Initiative sehr negativ aus (–21 bzw.–28).

Zudem ist in beiden Sprachregionen die Tonalität beim Zivildienstgesetz relativ ähnlich, das in den Medien der Deutschschweiz auf etwas mehr Akzeptanz stösst (+4) als in den Medien der Suisse romande (–12).

		Anzahl Beiträge	Tonalität	
			negativ	positiv
Deutschschweiz	10-Millionen-Initiative	913	-21	
	Zivildienstgesetz	113		4
Suisse romande	10-Millionen-Initiative	287	-28	
	Zivildienstgesetz	69	-12	

Abbildung 3: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 14. Juni 2026 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis –100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 1'382 Beiträge).

10-Millionen-Initiative

Bei allen Medien ist die 10-Millionen-Initiative die klare «Lead»-Vorlage. Die Tatsache, dass auch die Sonntags- und Wochenzeitungen öfter über die 10-Millionen-Initiative berichten als über Zivildienstgesetz, spricht für die wahrgenommene Brisanz der Initiative. Besonders intensiv berichten nzz.ch, blick.ch, die Angebote von CH Media und die Titel von Tamedia in der Deutschschweiz (Abb. 4). Auch bei 20minuten.ch und der Weltwoche ist die Resonanz hoch vor allem im Vergleich mit der Aufmerksamkeit, die diese Medien Abstimmungsvorlagen normalerweise (nicht) schenken. SRF und RTS scheinen in dieser Hinsicht eine zurückhaltende Berichterstattung zu betreiben. Relativ wenig berichtet lematin.ch. (Am 10.06. kündigt lematin.ch an, vermehrt politische Meinungsbeiträge von Gastautor:innen zu publizieren.)

Negative Tonalität bei den meisten Medien

Bei der grossen Mehrheit der untersuchten Medien fällt die Tonalität klar negativ aus, d.h. die Werte liegen deutlich unter -10, allen voran bei der WOZ (-95), die zusammen mit prominenten Stimmen ein «Manifest» gegen die Initiative veröffentlicht (07.05.). Praktisch ausgeglichen ist die Tonalität bei blick.ch (-6) und SonntagsBlick (0), 20minuten.ch (-3), SRF (-4) und der Schweiz am Wochenende (-4). Positiv ist die Tonalität nur bei der Weltwoche (+80).

Kritikpunkte an der Initiative

Die Initiative bekommt zwar viel Resonanz und kann damit vermeintliche Probleme wie «Dichtestress» oder Wohnungsnot auf die Agenda setzen, aber deutlich häufiger werden die Risiken und Folgekosten der Vorlage thematisiert. Zwei Hauptargumente stechen hervor: Kritisiert wird in erster Linie, dass die Annahme der Initiative letztlich zu einer Kündigung der Personenfreizügigkeit führe und somit die bilateralen Beziehungen zur EU gefährdet seien. Die Entwicklung in Grossbritannien nach dem «Brexit» wird öfters als Negativ-Beispiel herangezogen. Zweitens beleuchten viele Beiträge die Situation auf dem Arbeitsmarkt und dabei besonders im Gesundheits- und Sozialbereich. Dort wird Argumenten Platz eingeräumt, dass die Initiative zu einem Fachkräftemangel und angesichts der älter werdenden Gesellschaft insbesondere in der Pflege führen werden. Gerade für Grenzregionen beispielsweise in Genf werden diese Probleme mit Reportagen und Analysen geschildert (z.B. tdg.ch, 03.05.).

Damit verbunden, werden Argumente genannt, wonach die Zuwanderung auch für die Sozialwerke wichtig sei. Diese Argumente werden von verschiedenen Akteur:innen eingebracht und von vielen Medien in redaktionellen Kommentaren selbst vorgebracht. Immer wieder wird auch zum Ausdruck gebracht, es drohe generell ein Wohlstandsverlust.

Mit weniger Resonanz, aber doch medial präsent sind Einschätzungen, wonach die Initiative Ausdruck von fremdenfeindlichem Gedankengut sei – entweder bei den Initianten und/oder mit Blick auf die vielen ausländerpolitischen Abstimmungen der letzten Jahrzehnte sogar bei grossen Teilen der schweizerischen Gesellschaft (z.B. Tamedia, 21.05.): «man sollte nie vergessen, dass es nicht wenige gibt, die am 14. Juni aus einem viel simpleren Grund Ja sagen werden: Weil sie etwas gegen Ausländer haben» (Tamedia, 02.04.).

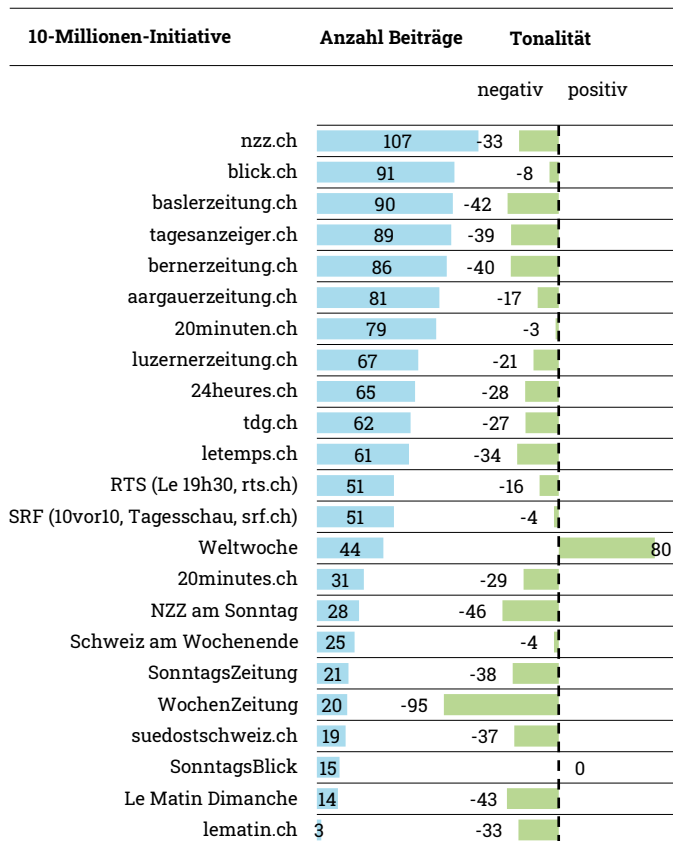


Abbildung 4: Resonanz und Tonalität – 10-Millionen-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die 10-Millionen-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 1'200 Beiträge).

Nur relativ selten wird das von der Initiative genannte «Problem» - das Bevölkerungswachstum beziehungsweise der «Dichtestress» - im Kern bestritten. In einigen Artikeln wird grundsätzlich in Zweifel gezogen, ob es wirklich einen solchen «Dichtestress» gebe («Wo, bitte, geht's hier zum Dichtestress?», NZZ am Sonntag, 31.05.) – illustriert u.a. daran, dass die Züge in den meisten Zeiten nicht voll seien (z.B. 24heures.ch, 26.05.; Sonntagszeitung, 24.05.).

«Dichtestress», damals 2014 zum «Unwort des Jahres» gewählt, gilt aus Sicht von Le Temps als Beispiel für geschicktes Polit-Marketing der SVP: «Intraduisible en français, [la notion de 'Dichtestress'] n'en témoigne pas moins du succès idéologique de l'UDC, qui parvient une fois de plus à dicter l'agenda politique» (letemps.ch, 26.05.).

Kritik nicht nur in Kommentaren

Die Kritik an der 10-Millionen-Initiative überwiegt besonders in den redaktionellen Kommentaren (-38), aber auch in den redaktionellen Berichten (-19) (Abb. 5). Auch in Interviews kommen mehr gegnerische Stimmen zu Wort (-30), ebenso in Gastbeiträgen (-30). Dass die Tonalität in fast allen Beitragsgefässen so negativ ausfällt, weist wie schon beispielsweise bei der SRG-Initiative (März 2026) darauf hin, dass eine breite Gegnerschaft gegen die 10-Millionen-Initiative mobilisiert und dass die Initiative insofern nicht (genügend) breite Kreise zu überzeugen scheint, die sich aktiv im Abstimmungskampf einbringen.

Verständnis und Zustimmung

Auffallend ist in der Berichterstattung, dass viele Medien versuchen, die «Stimmung» im Land einzufangen und zu erklären, warum die SVP-Initiative «einen Nerv» trifft. So gibt es beispielsweise eine «Pulsmessung in der Provinz» (NZZ am Sonntag, 31.05.) oder Reportagen in der Agglomeration, die für den Ausgang der Abstimmung entscheidend sei (SRF 10vor10, 03.06.). Mehrere Medien stellen eine Diskrepanz zwischen der Nein-Position des Bundesrats auf der einen und der relativ grossen Zustimmung für die Initiative in der Bevölkerung fest: «'Chaos!', warnt Bern – 'Willkommen in unserem Alltag', antwortet das Volk» (nzz.ch, 06.06.).

Einige Medien stellen Tools und Rechner bereit, mit denen die Leser:innen überprüfen können, ob und wie stark ihre Gemeinde im Laufe der Zeit gewachsen ist (20min.ch, 02.06.) oder wie stark die Bevölkerung im Vergleich zum eigenen Geburtsjahr gewachsen ist (rts.ch, 06.04.). Das Publikum wird aufgefordert mitzuteilen, welches die «Dichtestress-Hotspots» in der Schweiz sind (20min.ch, 31.05.).

Relativ kritisch gehen die Medien mit der Berichterstattung ausländischer Medien über die 10-Millionen-Initiative um. Aus Sicht einiger Schweizer Medien würden ausländische Stimmen den Sorgen und Problemen der Schweizer:innen, die Ja stimmen werden, zu wenig Verständnis entgegenbringen (z.B. Tamedia, 03.06.).

Neben diesen relativ zahlreichen Beiträgen, in denen Verständnis für die Anliegen der Initianten zum Ausdruck kommt, aber die Lösungswege der Initiative kritisiert werden, kommen klar zustimmende Beiträge weniger vor. Beiträge mit klarem Zuspruch für die Initiative gibt es praktisch nur in Gefässen, in denen die Initiant:innen selbst zu Wort kommen. Dazu gehören Interviews mit oder Gastbeiträge von SVP-Vertreter:innen oder Berichte von Medienauftritten der Initiant:innen. In einem Interview, das die Tamedia-Titel der Deutschschweiz und der Suisse romande verbreiten, bringt der SVP-Parteipräsident das Problem des Bevölkerungswachstums so auf den Punkt: ««Ich will nicht, dass wir in der Schweiz in Hasenställen leben wie in China» (Tamedia, 16.04.).

10-Millionen-Initiative	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
Nachrichtenbeiträge	845	-19	
Interviews	177	-30	
Kommentare Redaktion	91	-38	
Gastbeiträge	87	-30	

Abbildung 5: Resonanz und Tonalität bei den Beitragsformen – 10-Millionen-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Beitragsform die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die 10-Millionen-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 1'200 Beiträge).

Wieder SVP (fast) allein gegen den Rest

Wie typisch bei SVP-Initiativen positioniert sich ein breites Spektrum an Akteur:innen gegen die 10-Millionen-Initiative (Abb. 6).

Das Spektrum der Gegner:innen ist breiter – das mediale Bild ähnelt dem Muster «SVP gegen alle», weil keine einzige andere Akteursgruppe in der Summe die Initiative der SVP unterstützt. Als Gegner:innen positionieren sich vor allem der Bundesrat (9%) – interessanterweise gleich mit mehreren Regierungsmitgliedern – und die Parteien FDP (7%) und SP (7%), mit weniger Resonanz auch die Gewerkschaften (2%), Kantone (2%) und die Grünen (2%). Auch Experten-Stimmen aus der Wissenschaft sind präsent (11%) und bringen eher Kritik ein als Zustimmung (-34). Akteur:innen aus der Zivilgesellschaft (14%) hingegen bringen fast ähnlich viele Pro- wie Nein-Positionen ein (-4).

vor, weshalb der negative Akzeptanzwert «nur» bei -50 liegt; bei der SP erhält Rudolf Strahm als «Abweichler» Resonanz (-71).

10-Millionen-Initiative	Anteil Resonanz	Akzeptanz	
		negativ	positiv
SVP	23%		90
Zivilgesellschaft	14%	-4	
Wissenschaft / Expert:innen	12%	-34	
Bundesrat	9%	-92	
FDP	7%	-78	
SP	7%	-71	
Mitte	5%	-50	
Wirtschaft / Unternehmen	4%	-47	
andere Verbände	3%	-44	
Gewerkschaften	2%	-91	
Wirtschaftsverbände	2%	-63	
andere pol. Akteure	2%	-39	
Exekutive kantonal/regional	2%	-85	
Grüne	2%	-100	

Abbildung 6: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – 10-Millionen-Initiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur 10-Millionen-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv, d.h. Zustimmung) bis -100 (ausschliesslich negativ, d.h. Ablehnung) annehmen (n = 1'468 Aussagen).

Im Vergleich zu früheren SVP-Initiativen fallen einige Punkte auf: Erstens ist die Wirtschaft (Verbände, Unternehmen) als Gegnerin nun deutlich schwächer vertreten als damals bei der Selbstbestimmungs- und der Begrenzungsinitiative. Zweitens treten einige Gegner:innen nicht so einheitlich auf wie früher bei vergleichbaren Initiativen. Bei der 10-Millionen-Initiative kommen bei der Mitte-Partei abweichende Stimmen

Zivildienstgesetz

Das Zivildienstgesetz wird in allen Medien weniger stark beachtet als die 10-Millionen-Initiative. Die umfangreichste Berichterstattung findet sich bei den Medien der SRG. Dass Sonntags- und Wochenmedien praktisch gar nicht berichten, spricht für die geringere Brisanz, die dieser Vorlage zugeschrieben wird.

Tonalitätswerte sehr vorsichtig interpretiert werden müssen.

Pro- und Kontra-Berichterstattung

Rund zwei Drittel der untersuchten Beiträge haben eine ambivalente Tonalität – in der Regel deshalb, weil dort gleichzeitig sowohl die Pro- als auch die Kontra-Positionen aufgezeigt werden. Dies zeigt sich zum Beispiel bei Streitgesprächen, bei denen die Pro-Seite den Zivildienst für weniger herausfordernd als den Armeedienst hält und deshalb Verschärfungen beim Zivildienstgesetz befürwortet («Zivildienstleistende müssen ihre Komfortzone kaum verlassen») und die Kontra-Seite die Situation von sozialen Institutionen hervorhebt, denen nach einer Annahme des Gesetzes voraussichtlich «Zivis» fehlen würden («Diese Menschen betreuen Demenzkranke») (Tamedia, 19.05.).

Eher abstrakt vermittelte Zustimmung

Beiträge, die primär Zustimmung zum Gesetz vermitteln, beinhalten Argumente und Stellungnahmen von Polit-Akteur:innen wonach der Zivildienst aus Gründen der Sicherheit zugunsten der Armee weniger attraktiv gestaltet sein dürfe. Er müsse laut Bundesrat eine «Ausnahme» und dürfe keine «Alternative» sein (26.03.). Weil solche Beiträge kaum einen direkten, sichtbaren Einblick in die Abläufe bei der Armee bieten und auch nur selten Armee-Angehörige in ihrem Umfeld zu Wort kommen (eine Ausnahme z.B. 19h30, 29.05.), zeichnet dieser Teil der Berichterstattung ein eher abstraktes Bild der Abstimmungsvorlage.

Beiträge, die hingegen in erster Linie am verschärften Zivildienstgesetz Kritik üben, kommen in Form von Reportagen und Analysen vor, die den Einsatz von Zivildienstleistenden in Schulen, Heimen und Non-Profit-Betrieben beleuchten (z.B. Tamedia, 06.05.) und immer wieder konkrete Personen zeigen, die sich für den Zivildienst aussprechen. Auch ein Bergbauer beispielsweise, der von den Medien besucht wird, lässt sich zitieren: «Für mich sind Zivis Gold wert» (SonntagsBlick, 24.05.). Entsprechend gebe es nun vor der Abstimmung ein «Bangen um die günstigen Arbeitskräfte» (srf.ch, 04.06.). Dieser Teil der Berichterstattung ist vermutlich anschlussfähiger an die Lebenswelt des Publikums.

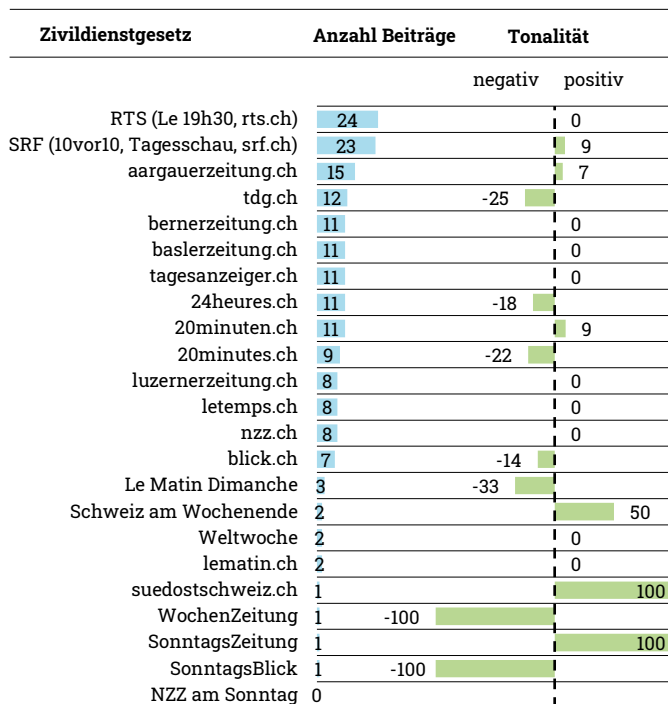


Abbildung 7: Resonanz und Tonalität – Zivildienstgesetz

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Änderung des Zivildienstgesetzes. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 182 Beiträge).

Ambivalente Tonalität bei vielen Medien

Bei rund der Hälfte der untersuchten Medien, die über das Zivildienstgesetz berichten, fällt die Tonalität ambivalent aus (Abb. 7), d.h. die Tonalitätswerte liegen zwischen -10 und +10. Mehr Kritik erfährt das Zivildienstgesetz vor allem in den Westschweizer Medien 24heures.ch (-18), tdg.ch (-25) und 20minutes.ch (-22). Die drei Medien mit klar positiver Tonalität zum Gesetz berichten sehr wenig über die Vorlage, weshalb die

Keine aktiven Kampagnen

Die Diskussion um Zivildienstgesetz wird von der «Zivilgesellschaft» mitgeprägt (17%), die sich überwiegend, wenn auch nicht einheitlich gegen die Vorlage ausspricht (-60) (Abb. 8). Dazu gehören vor allem Zivildienstleistende selbst, aber auch beispielsweise Bergbauern oder Angehörige von Pflegeheimen, die argumentieren, wie wichtig die Einsätze der «Zivis» sind. Gerade solche Einzelpersonen aus der Zivilgesellschaft kommen in den Medien vor, die nicht selbst aktiv an die Öffentlichkeit treten, sondern in der Regel von den Medien als «typische» Vertreter:innen angefragt werden. Dies unterstreicht, dass weder das Ja- noch das Nein-Lager eine wirklich aktive Kampagne betreibt. Auf der Seite des Ja-Lagers kommen am ehesten Vertreter:innen der Grünen (12%) und der SP (10%) mit Nein-Argumenten in den Medien vor (-100), daneben auch die Grünliberalen (7%).

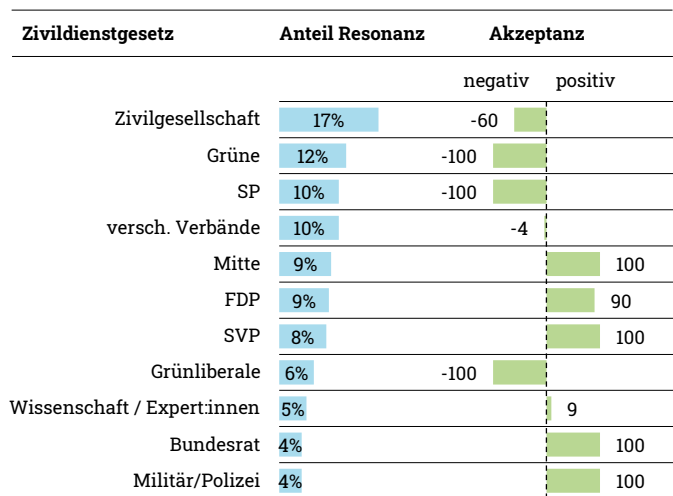


Abbildung 8: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Zivildienstgesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Änderung des Zivildienstgesetzes Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv, d.h. Zustimmung) bis -100 (ausschliesslich negativ, d.h. Ablehnung) annehmen (n = 231 Aussagen).

Medial treten als Befürworter:innen vor allem die Mitte-Partei (9%), die FDP (9%) und die SVP (8%) in Erscheinung, daneben auch Angehörige des Militärs (4%). Im Vergleich zur 10-Millionen-Initiative, wo der Bundesrat mit mehreren Mitgliedern medial präsent ist (vgl. Darstellung 6), ist seine Sichtbarkeit beim Zivildienstgesetz deutlich tiefer (4%).

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 23. März 2026 bis 08. Juni 2026 erschienen sind. Es werden 1'336 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag beide Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können («10-Millionen»-Initiative: n = 1200; Zivildienstgesetz: n = 182). 97% der Beiträge thematisieren eine Vorlage, 3% beide Vorlagen. Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt.

Tonalität der Beiträge

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

- zur «Grundproblematik» einer Vorlage (z.B. Beiträge, die darauf hinweisen, dass die Bevölkerung der Schweiz stark gewachsen ist – «positiv»);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass die 10-Millionen-Initiative zu einer Kündigung des Schengen-/Dublin-Abkommens führe könnte – «negativ»);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die Befürworter:innen würden fremdenfeindliche Aussagen verwenden – «negativ»);
- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-Führung der Befürworter:innen – «positiv»)
- bei zugespitzten Aussagen über die Akzeptanz der Vorlagen gemessen an Meinungsumfragen,

mit Thematisierung der Auswirkungen auf die Kampagnenführung und die Erfolgchancen (z.B. «XY erleidet Schiffbruch und Befürworter sind nervös» – «negativ»).

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

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

Akteur:innen und Akzeptanz

Für jeden Beitrag und pro Vorlage werden die maximal drei resonanzstärksten Akteure sowie deren Positionierung gegenüber der Vorlage bestimmt (Akzeptanz). Für die Abstimmungsvorlagen vom 14. Juni 2026 werden auf diese Weise 1699 Aussagen erfasst. Der Akzeptanz-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Aussagen Akteur A mit positiver Positionierung minus Anzahl Aussagen Akteur A mit negativer Positionierung) geteilt durch Anzahl aller Aussagen Akteur A multipliziert mit 100. In den Grafiken werden jeweils nur die wichtigsten Akteursgruppen dargestellt; daher ergeben die Prozentwerte (Resonanz) der dargestellten Akteure aufsummiert nicht 100%.

Mediensample

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

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

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

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

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

Analysen

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

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