
Vorlagen vom 18. Juni 2023

Abstimmungsmonitor

Klimagesetz

OECD Mindestbesteuerung

Covid-19-Gesetz

Schlussbericht



Universität
Zürich^{UZH}

fög – Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität
Zürich

16.06.2023

Inhalt:

2 Überblick

5 Klimagesetz

8 OECD Mindeststeuer

10 Covid-19-Gesetz

12 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 drei nationalen Abstimmungsvorlagen vom Juni 2023 unterschiedlich stark thematisiert (Abb. 1). Das Klimagesetz erfährt überdurchschnittliche Resonanz, während die Aufmerksamkeit für die Vorlage zur OECD-Mindestbesteuerung und vor allem zum Covid-19-Gesetz unterschiedlich schwach ausfällt.

Die Tonalität der Medienberichterstattung ist bei der Behördenvorlage zum Klimagesetz positiv (+28). Beim Covid-19-Gesetz (+9) und bei der OECD-Mindestbesteuerung (+12) ist die Tonalität ambivalent bis leicht positiv.

Resonanz im Vergleich

Resonanzmässig ist bei der Abstimmung vom Juni 2023 das Klimagesetz die «Zugpferd»-Vorlage, während die anderen beiden Vorlagen unterschiedliche Resonanz erfahren. Von den 44 Abstimmungen seit Herbst 2018 gehört das Klimagesetz zu den zehn meistthematisierten (Abb. 1). Die Resonanz einer Vorlage ist immer abhängig von mehreren Faktoren: dem Themenfeld der Vorlage, dem Ausmass der Kampagnen-Aktivitäten oder der Medienresonanz schon vor der eigentlichen «heissen Phase».

Interessant ist nun der direkte Vergleich mit thematisch ähnlichen Vorlagen. Diese Vergleich und Verknüpfungen machen auch die Medien selbst, und zwar beim Klimagesetz (vs. CO2-Gesetz) und beim Covid-19-Gesetz (vs. frühere Abstimmungen), nicht aber bei der OECD-Mindestbesteuerung, obwohl es sich um die dritte steuerpolitische Vorlage in eineinhalb Jahren handelt, bei der die SP das Referendum ergriffen hat.

Das Klimagesetz löst zwar viel, aber etwas weniger Resonanz aus als das CO2-Gesetz vom Juni 2021 (Abb. 2). Die Resonanz der OECD-Mindestbesteuerung ist unterdurchschnittlich; im Bereich von steuerpolitischen Vorlagen, die ebenfalls von der SP bekämpft wurden, findet sie ungefähr gleich viel Beachtung wie das Verrechnungssteuergesetz und die Vorlage zu den Stempelsteuern. Auffallend schwach schliesslich ist die Resonanz der bereits dritten Abstimmung über das Covid-19-Gesetz. Die aktuelle Vorlage erfährt klar weniger Beachtung als die erste Abstimmung (Juni 2021) und nur einen Bruchteil davon, was die zweite Abstimmung (November 2021) erfahren hatte. Dies legt nahe, dass die Brisanz des Covid-19-Gesetzes im aktuellen Abstimmungskampf verhältnismässig tief ist.

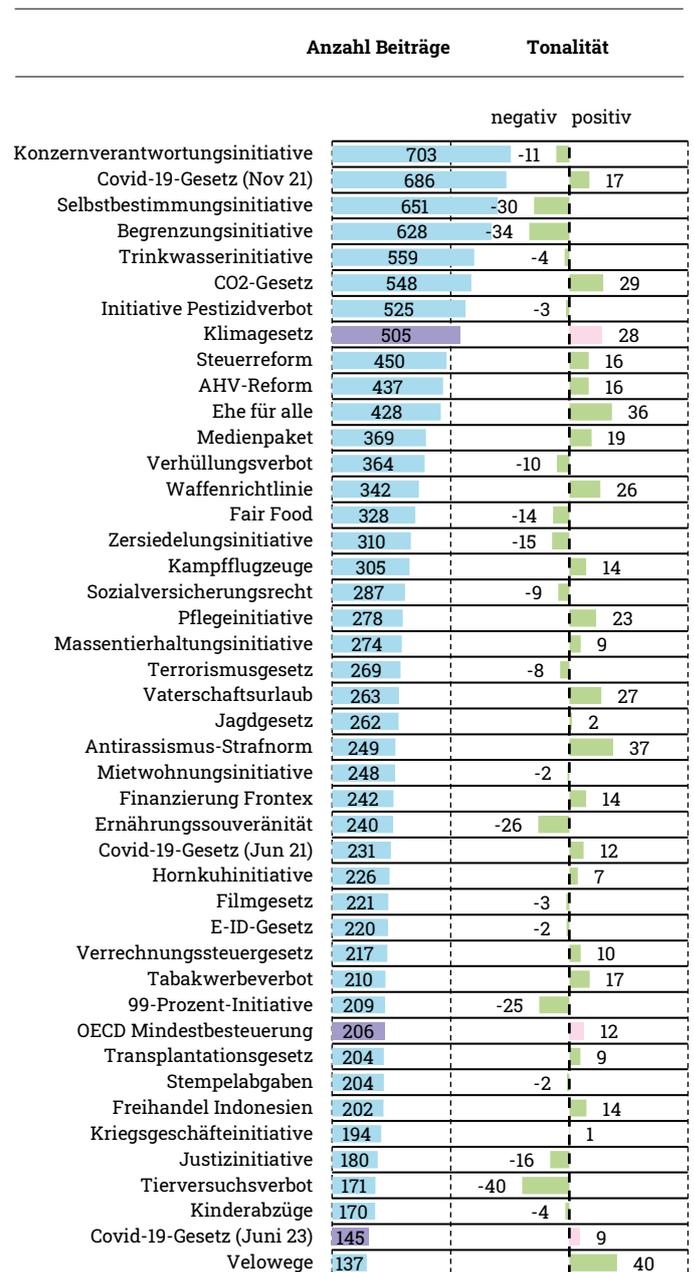


Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 18. Juni 2023 im Vergleich mit allen anderen Volksabstimmungen 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= 14097 Beiträge).

Dynamik der Medienresonanz

Bei den zwei resonanzschwächeren Vorlagen verläuft die Diskussion in ruhigen Bahnen (Abb. 3). Beim Klimagesetz intensiviert sich die Berichterstattung ein erstes Mal rund zwei Monate vor Abstimmungsdatum, was typisch ist für Abstimmungsvorlagen und zunächst auf Routine-Ereignisse wie offizielle Kampagnen-Starts und Medienkonferenzen zurückzuführen ist. Der starke Anstieg drei Wochen vor dem Urnengang zeigt allerdings, dass auch ungeplante Ereignisse und Konflikte die Berichterstattung antreiben und sich die Brisanz erhöht.

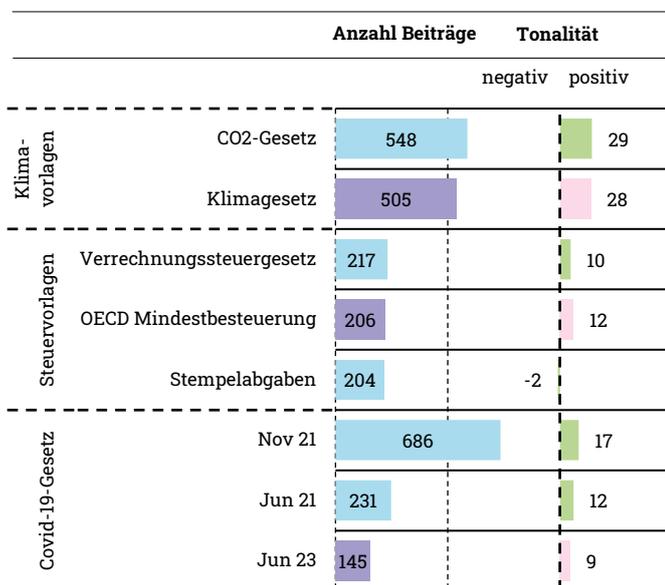


Abbildung 2: Resonanz im Vergleich

Die Abbildung zeigt die Resonanz und Tonalität bei den drei Abstimmungsvorlagen vom 18. Juni 2023 im Vergleich zu thematisch verwandten Vorlagen der letzten Jahre (n= 2742 Beiträge).

So findet ein Streit im und um den Hauseigentümerverband (HEV) Resonanz, als u.a. ein FDP-Ständerat seinen Austritt aus dem Verband erklärt und dem Verband vorwirft, mit dem Nein zum Klimagesetz nur noch die Interessen der SVP zu vertreten.

Ausserdem beleuchten die Medien kritisch die Politwerbung eines unbekanntes Komitees, das auf einem an alle Schweizer Haushalte verschickten Flugblatt ein «scénario apocalyptique» zeichnet, sollte das Gesetz angenommen werden (letemps.ch, 23.5.). Wie die Medien enthüllen, stammt das Flugblatt von einem Mitglied der SVP. Diese Aktion dient den Medien oftmals

als Beleg dafür, dass in der SVP bestimmte Kreise nicht akzeptieren würden, dass der Klimawandel vom Menschen verursacht wird; die SVP führe um den Klimawandel einen «Eiertanz» auf (Tamedia, 27.5.) und verbreite «Halbwahrheiten» (Tamedia, 11.5.) oder sogar «Fake News» (Tamedia, 23.5.).

Die Resonanz geht anschliessend zwar wieder etwas zurück, doch weitere provokative Kampagnen-Aktionen treiben die Berichterstattung an; besonders bei 20minuten.ch besteht der Grossteil der Berichterstattung aus Konflikten und Provokationen. Befürworter:innen installieren an Bahnhöfen einen Briefkasten der schweizerischen Post für das Einwerfen von Stimmzetteln; der Briefkasten ist in einen Bildschirm integriert, auf dem der mit künstlicher Intelligenz bearbeitete russische Präsident Vladimir Putin erscheint («putinyourvote», «Schweizer Strom statt Putin-Erdöl»). Weil eine Person diesen Bildschirm zerstört und weil die schweizerische Post an der Aktion mitbeteiligt ist, entzündet sich eine Debatte. Bundesrat Albert Rösti interveniert bei der Post, damit sich diese von der Aktion zurückzieht (z.B. luzernerzeitung.ch, 8.6.).

Auch die Junge SVP als Gegnerin des Gesetzes erhält Resonanz mit einem Video, in dem nackte Schauspieler:innen die ehemaligen Bundesrätinnen Doris Leuthard und Simonetta Sommaruga verkörpern (z.B. RTS Le Journal, 7.6.). Schliesslich finden auch die Auftritte des neuen Bundesrates Albert Rösti viel Beachtung – vor allem wenn der SVP-Bundesrat, der nun die Ja-Parole des Bundesrates vertritt, an Anlässen auf

Anzahl Beiträge pro Woche

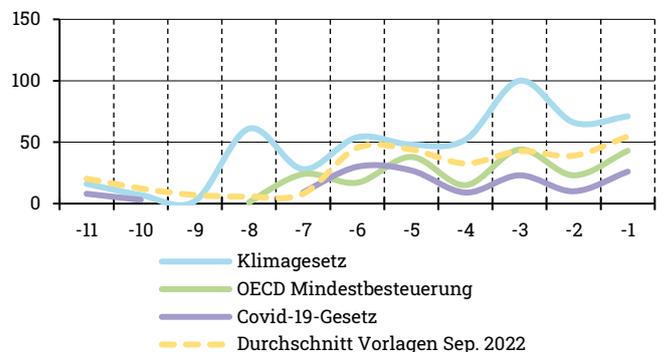


Abbildung 3: Resonanz im Zeitverlauf

Die Abbildung zeigt pro Woche die Medienresonanz der drei Abstimmungsvorlagen vom 18. Juni 2023 und zum Vergleich die durchschnittliche Medienresonanz der letzten Volksabstimmung vom 22. September 2022 (n= 1784 Beiträge).

Gegner:innen des Klimagesetzes aus der SVP trifft. All diese Episoden belegen, dass die Diskussion um das Klimagesetz insgesamt konfliktiv geführt wird und sich oft an der Kampagne der SVP entzündet. Damit schafft es die SVP, wie schon bei früheren Vorlagen, die Medienberichterstattung zu prägen und anzutreiben.

Tonalität im Vergleich

Bei der Tonalität zeigt sich ein gemischtes Bild. In der Regel haben Behördenvorlagen, die auch von der Mehrheit der Politik unterstützt werden, eine positive Tonalität, d.h. mehr Zuspruch, und Volksinitiativen eine negative Tonalität, d.h. mehr Ablehnung. Bei den Juni-Abstimmungen trifft dieser «Normalfall» auf das Klimagesetz klar zu (+28) und auf die OECD-Mindestbesteuerung (+12) und das Covid-19-Gesetz (+9) teilweise, weil die Tonalitätswerte fast im ambivalenten Bereich liegen.

Die Tonalität der drei Vorlagen ähnelt aber der Tonalität bei den früheren thematisch verwandten Vorlagen (Abb. 2): Das Klimagesetz (+28) und das CO₂-Gesetz erhalten Zuspruch (+29). Das aktuelle Covid-19-Gesetz stösst nur knapp auf Zustimmung (+9); viel höher war die Zustimmung bei der ersten Abstimmung (+12) und der zweiten Abstimmung (+17) nicht. Die Tonalität bei der OECD-Vorlage ist zwar etwas positiver (+13) als bei den anderen von der SP bekämpften Steuer-Behördenvorlagen (Stempelabgaben: -2, Verrechnungssteuergesetz: +10), aber auch nicht fundamental.

Sprachregionale Unterschiede

In der Berichterstattung über die beiden Abstimmungsvorlagen gibt es zwischen den grossen Sprachregionen mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede (Abb. 4). In beiden Sprachregionen ist das Klimagesetz die «Lead»-Vorlage und das Covid-19-Gesetz die Vorlage mit der schwächsten Resonanz. In beiden Sprachregionen stösst das Klimagesetz auf Zustimmung, wenn auch in der Suisse romande stärker (+40) als in der Deutschschweiz (+23).

Die Kritik an der OECD-Mindestbesteuerung verschafft sich in den Medien der Deutschschweiz etwas mehr Resonanz (+9) als in den Medien der Suisse romande (+21). Das Covid-19-Gesetz findet in der Deutschschweiz medial etwas mehr Zuspruch (+12) als in der Suisse romande (+2).

		Anzahl Beiträge		Tonalität	
				negativ	positiv
Deutschschweiz	Klimagesetz	359			23
	OECD Mindestbesteuerung	148			9
	Covid-19-Gesetz	98			12
Suisse romande	Klimagesetz	146			40
	OECD Mindestbesteuerung	58			21
	Covid-19-Gesetz	47			2

Abbildung 4: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 18. Juni 2023 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 856 Beiträge).

Klimagesetz

Das Klimagesetz findet bei ausnahmslos allen untersuchten Medientiteln mehr Resonanz als die anderen beiden Abstimmungsvorlagen. Relativ intensiv berichten die Titel von Tamedia, luzernerzeitung.ch, 24heures.ch und letemps.ch (Abb. 5). Auffallend ist zudem blick.ch; denn bei vielen Abstimmungen gehört blick.ch nicht zu den Medien mit starker Resonanz. Blick.ch scheint entsprechend beim Klimagesetz einen redaktionellen Schwerpunkt zu setzen.

Positive Tonalität

Bei den meisten Medien fällt die Tonalität gegenüber dem Klima-Gesetz klar positiv aus, d.h. die Tonalitätswerte sind höher als +10 (Abb. 5). Ambivalenter ist die Tonalität bei 20 Minuten (+4), dessen Berichterstattung mehrheitlich auf Konflikte und provokative Kampagnen-Aktionen fokussiert, und 20 minutes (+6), aargauerzeitung.ch (+9), Schweiz am Wochenende (0) und nzz.ch (+10). Bei der Weltwoche überwiegt die Kritik (-41).

Die Tonalität ist etwas positiver in den Teilen der Berichterstattung, in denen Positionen von Akteur:innen vermittelt werden (+33), als in redaktionellen Kommentaren und Beiträgen mit Bewertungen der Medien (+18). Die Tonalität widerspiegelt also einerseits, dass die meisten Kampagnen-Akteur:innen sich für das Gesetz starkmachen, und andererseits die Positionierung der Medien für das Gesetz. Das Gesetz wird insgesamt als gangbarer erster und nicht zu drastischer und gleichzeitig wichtiger Schritt zum Umbau des Energiesystems interpretiert, mit dem man den Ausstoss an CO₂ senken könne (z.B. NZZ am Sonntag, 4.6.).

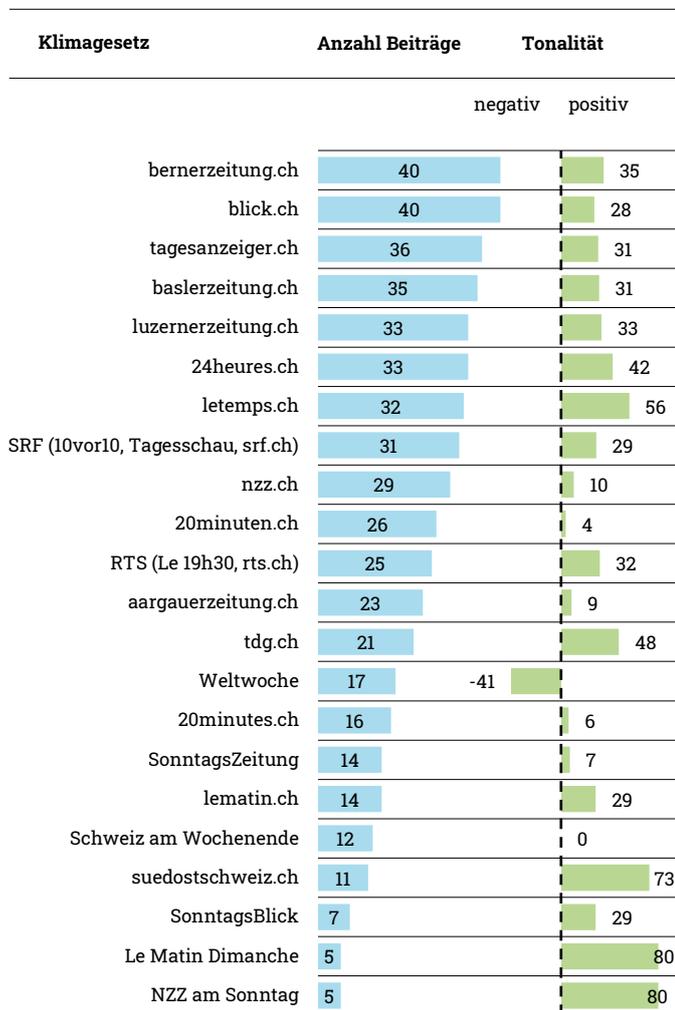


Abbildung 5: Resonanz und Tonalität – Klimagesetz

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über das Klimagesetz. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 505 Beiträge).

Fokus auf Energie statt Klima

Auch wenn sich die Mehrheit der Akteur:innen in den Medien für das Gesetz aussprechen, ist die Berichterstattung für das Gesetz nicht nur positiv. Während beim CO₂-Gesetz vor zwei Jahren stärker das Problem (Klimawandel) thematisiert und damit die Dringlichkeit betont wurde, liegt nun der Fokus noch stärker auf der Umsetzung mit dem Klimagesetz. Damit verbunden, richtet sich die Aufmerksamkeit auf Energie- statt Umweltfragen; es geht vor allem um fossile vs. erneuerbare Energien statt beispielsweise um schmelzende Gletscher. Bezeichnenderweise werden auch die früheren und aktuellen Verantwortlichen im Bundesrat öfter als «Energeminister» und nicht «Umweltminister» bezeichnet.

Inhaltlich geht die Fokussierung auf Energiefragen mit einer Diskussion einher, ob, in welchem Mass, wie schnell und zu welchem Preis umweltfreundliche Technologien wie Wind- und Sonnenenergie Energie liefern können. Auf der einen Seite kommen Stimmen zu Wort, die auf die Machbarkeit einer Energiewende hinweisen (z.B. eine Studie der E PFL, letemps.ch, 31.5.). Auf der anderen Seite finden Stimmen Resonanz, die die Machbarkeit dieser Transformation bestreiten und vor einer «Stromlücke» warnen (z.B.

Gastkommentar von SVP-Nationalrätin Magdalena Martullo-Blocher in [sue dostschweiz.ch](https://www.dostschweiz.ch), 24.5.).

Die Kostenfrage, die stark von der SVP ins Feld geführt wird, ist für das Klimagesetz tendenziell negativ konnotiert. Zudem verbindet [nzz.ch](https://www.nzz.ch) die Kostenfrage mit einer Kritik an den geplanten «schädlichen Subventionen» (16.5.) und bettet sie ein in eine Kritik, wonach «Klima-Kommunisten» nicht nur nach einem Umbau im Energiebereich strebten, sondern nach einem (linken) Umbau der Gesellschaft (22.5.). Doch es gibt auch Gegenbeispiele: [letemps.ch](https://www.letemps.ch) hält es für ein «argument de poids», dass durch das neue Gesetz allfällige Mehrkosten nicht von einzelnen Konsument:innen übernommen werden müssen, sondern vom Bundeshaushalt; das Klimagesetz sei ein «projet qui a corrigé les erreurs du passé» ([letemps.ch](https://www.letemps.ch), 24.5.).

Klimagesetz: Resonanzstarke Kampagne der SVP

Beim Klimagesetz zeigt sich ein bekanntes Muster, wonach die SVP mit einer ablehnenden Position (-98) den meisten anderen Akteur:innen gegenübersteht (Abb. 6). Nur ein Teil der Wirtschaftsverbände (insgesamt -32), insbesondere der Hauseigentümerverband, kommt ebenfalls mit mehr Ablehnung als Zuspruch in den Medien vor.

Mit Blick auf die Resonanz, gerade auch im Vergleich zur Kampagne beim CO₂-Gesetz (Abb. 7), kann von einer resonanzstarken Kampagne der SVP gesprochen werden. Die Kampagne der SVP wird von den Medien selbst zum Thema gemacht. Dazu gehören auch Beiträge über einen SVP-Vertreter, der einen diskussionswürdigen Flyer an alle Schweizer Haushalte verschickt, und Beiträge, die darauf hinweisen, dass der Hauseigentümerverband auf eine Werbeagentur zurückgreife, die sonst für die SVP arbeite.

Die meisten anderen Akteur:innen erscheinen als Befürworter:innen des Gesetzes, darunter die FDP (+78), der Bundesrat (+89), Teile der Zivilgesellschaft (+57), Die Mitte (+100) und die Grünen (+90). Auch Wissenschaftler:innen sprechen sich für das Klimagesetz aus (+44), allerdings bleibt dort die Zustimmung nicht un widersprochen. Ein Interview mit einem ETH-Professor in den Tamedia-Titeln löst Reaktionen aus. Die Einschätzung des ETH-Professors, wonach der «forcierte Umstieg auf Wärmepumpen und E-Autos problematisch» und das Klimagesetz «kontraproduktiv» sei (Tamedia, 6.5.), wird von einem anderen ETH-Professor kritisiert und gipfelt medial in einem «Streit» («Zwei ETH-Professoren sprechen sich gegenseitig Kompetenz ab», Tamedia, 13.5.).

Klimagesetz und CO₂-Gesetz

Das Klimagesetz ist die zweite Abstimmung über Klimaschutzmassnahmen innerhalb von zwei Jahren. Das CO₂-Gesetz war trotz Zustimmung bei den meisten Parteien von der Stimmbevölkerung abgelehnt worden. Vor diesem Hintergrund interessiert, ob sich bei der Abstimmung über das Klimagesetz ähnliche Mechanismen wie damals beim CO₂-Gesetz zeigen. Das Interesse an einem Vergleich mit dem CO₂-Gesetz zeigt sich auch in den Medien. Vor allem interessieren sich die Medien dafür, ob beim Klimagesetz wie damals beim CO₂-Gesetz ein zu Beginn feststellbarer Zuspruch in ein Nein kippen könnte.

Der direkt Vergleich zeigt sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede (Abb. 7). Gemeinsamkeiten gibt es insofern, als viele Akteur:innen konsistent in ihrer Zustimmung bzw. in ihrer Ablehnung gegenüber den Behördenvorlagen sind. Das zeigen die Akzeptanzwerte, die bei den meisten Akteur:innen sich zwischen den beiden Vorlagen kaum unterscheiden. Gemeinsamkeiten gibt es auch insofern, als bei beiden Vorlagen die SVP, die FDP und Wissenschaftler:innen die Diskussion prägen.

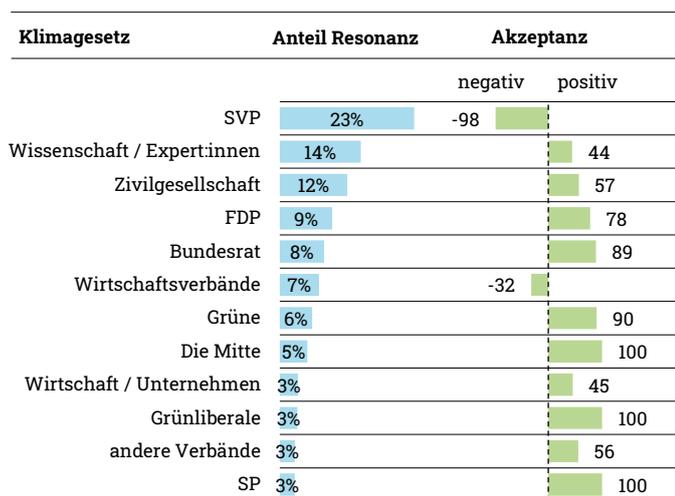


Abbildung 6: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Klimagesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum Klimagesetz Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 689 Aussagen).

Konkret spielen beim CO₂-Gesetz die rechtsbürgerlichen Parteien SVP und FDP eine zentrale Rolle als klar resonanzstärkste Parteien. Die SVP profiliert sich bei beiden Vorlagen als Haupt-Gegnerin und steigert ihre Resonanz beim aktuellen Klimagesetz nochmals deutlich. Dies lässt auf eine intensiviertere Kampagne schliessen. Auffallend bei der FDP ist, dass sie beim Klimagesetz etwas weniger Resonanz erhält als beim CO₂-Gesetz. Gleichzeitig kommt sie beim Klimagesetz (+78) mehrheitlich mit zustimmenden Voten zu Wort, während sie beim CO₂-Gesetz ebenfalls Zustimmung vermittelte (+40), aber doch als «gespaltene» Partei beschrieben wurde. Dass die FDP nun relativ klar ins Ja-Lager gewechselt ist, wird in den Medien breit thematisiert, aber es wird immer wieder darauf hingewiesen, dass das Klimagesetz für die FDP lediglich einen Kompromiss darstelle und es innerhalb der Partei kritische Stimmen gibt.

Präsenz der Wissenschaft

Wissenschaftler:innen sind beim Klimagesetz auffallend präsent, wenn auch nicht gleich wie beim CO₂-Gesetz, das diesbezüglich noch spezieller war – der Aufruf von mehr als hundert «namhafte[n] Forscher[n]» zur Ja-Parole beim CO₂-Gesetz war laut Medien «ein ungewohntes Vorgehen» (Tamedia, 22.4.2021). Auch beim Klimagesetz findet ein Wissenschaftler in einem Interview: «Dass sich die Wissenschaft derart prominent in einem Abstimmungskampf engagiert, ist eher ungewöhnlich» (luzernerzeitung.ch, 17.4.) – ein Phänomen, das teilweise auch kritisch gesehen wird (z.B. nzz.ch, 9.6.). Die Behauptung in den Medien aber, dass «[j]a-mais les scientifiques n'ont été autant mobilisés avant un vote» (RTS Le Journal, 9.6.), stimmt mit Blick auf die Resonanz-Auswertungen beim Klimagesetz in dieser Form nicht.

Beim Klimagesetz fällt nun die Resonanz der Wissenschaft etwas schwächer aus als beim CO₂-Gesetz, vielleicht auch weil die Diskussion nicht mehr grundlegend um den Klimawandel als Problem kreist. Auch die Zustimmung ist beim Klimagesetz (+44) nicht so ausgeprägt wie beim CO₂-Gesetz (+66). Die etwas verhaltene Zustimmung bzw. die ambivalentere Tonalität zeigt sich u.a. daran, dass die Medien einen «Streit» zwischen Wissenschaftler:innen beschreiben, der sich an der Frage der Kosten entzündet.

Unterschiede bestehen schliesslich in der nun etwas schwächere Präsenz der Zivilgesellschaft, der SP und einzelner Unternehmen. Die schwächere Präsenz der Zivilgesellschaft weist darauf hin, dass das Klimagesetz

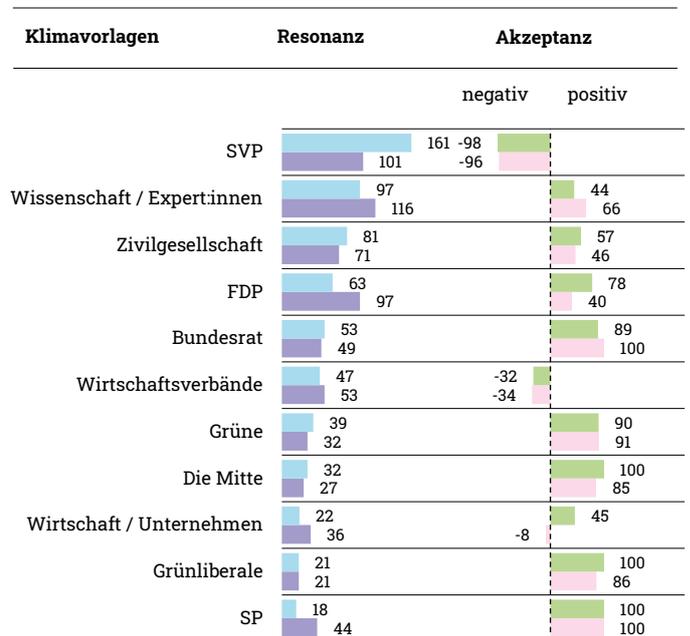


Abbildung 7: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Klimavorlagen

Die Abbildung zeigt die absolute Resonanz der bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum Klimagesetz (hellblau) bzw. zum CO₂-Gesetz (lila) Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf das Klimagesetz (grün) bzw. das CO₂-Gesetz (rosa). Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 1420 Aussagen).

weniger stark mobilisiert, während die schwächere Präsenz der SP damit erklärt werden könnte, dass die SP bereits bei der Vorlage zur OECD-Mindestbesteuerung engagiert ist oder dass die SP sich bewusst zurückhält und im Ja-Lager den bürgerlichen Exponent:innen aus taktischen Gründen den Vortritt lässt.

OECD Mindestbesteuerung

Bei den meisten Medien steht die Vorlage zur OECD-Mindestbesteuerung resonanzmässig an zweiter Stelle. Noch am meisten wird über die Vorlage berichtet in den Titeln von CH Media, bei SRF und bei baslerzeitung.ch. Die schwache Resonanz bei mehreren Sonntagszeitungen weist darauf hin, dass der Vorlage insgesamt keine besonders hohe Brisanz zugeschrieben wird.

Schwestermedien 24heures.ch (+40) und tdg.ch (+50). Rund ein Drittel weist eine ambivalente Tonalität auf, und einige wenige Medien zeigen eine negative Tonalität (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. Tatsächlich ist die Tonalität leicht positiv (+15) bei denjenigen Beiträgen, in denen die Medien relativ «ungefiltert» die Akteur:innen zu Wort kommen lassen. Wenn die Medien stärker intervenieren, kommentieren und bewerten, fällt die Tonalität etwas weniger, aber immer noch knapp positiv aus (+10).

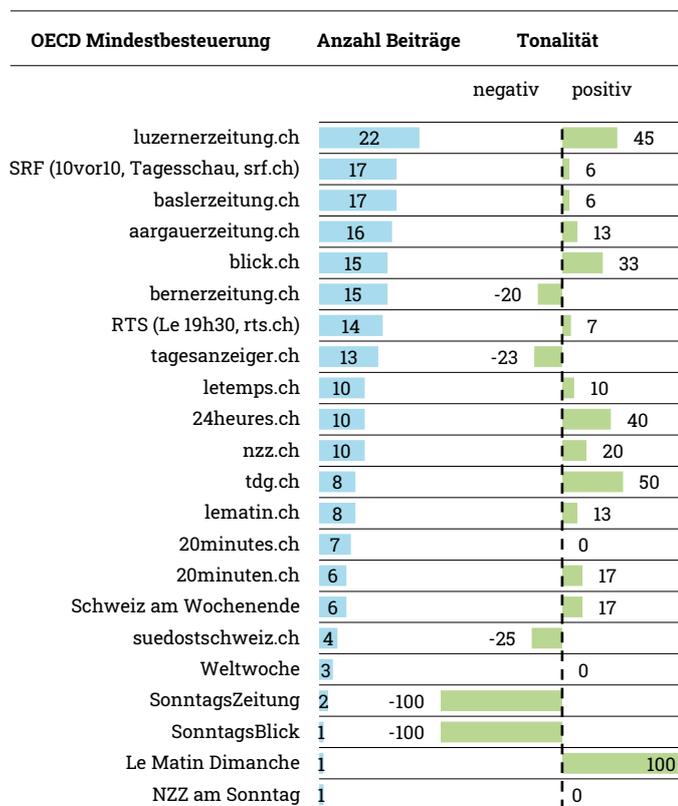


Abbildung 8: Resonanz und Tonalität – OECD Mindestbesteuerung

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die OECD Mindestbesteuerung. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 206 Beiträge).

Positive Tonalität bei den Medien

Bei der Hälfte der untersuchten Medien fällt die Tonalität gegenüber der Behördenvorlage positiv aus, d.h. die Tonalitätswerte haben einen Wert höher als +10 (Abb. 8). Pro-Argumente finden sich vor allem bei luzernerzeitung.ch (+45), blick.ch (+33) und den

Fokus auf die Schweiz

Obwohl die Gesetzesvorlage eine Steuererhöhung beinhaltet, die auf internationaler Ebene im Rahmen der OECD beschlossen wurde, fokussiert die Diskussion primär auf die Schweiz selbst. Im Zentrum steht weniger das ursprüngliche globale Anliegen als die konkrete Umsetzung im Inland. Das Argument, wonach bei einem Ja zum Gesetz die internationale Steuergerechtigkeit gestärkt werden könne, wird kaum thematisiert. Stattdessen stehen Argumente im Zentrum, wie der Steuerwettbewerb zwischen den Kantonen gestaltet werden soll und wie ein «grosser Basar um die erhofften Milliarden» (nzz.ch, 25.4.) innerhalb der Schweiz aussehen wird.

Die Befürworter:innen kommen besonders mit zwei Argumenten zu Wort: Erstens würden bei einem Nein zum Gesetz Unternehmen statt in der Schweiz im Ausland besteuert, d.h. Steuereinnahmen würden ins Ausland abfliessen – und eine Neuauflage des Gesetzes würde nicht schnell genug kommen (Tamedia, 7.6.). Zweitens sollte die Einführung der OECD-Mindeststeuer im Inland durch andere Massnahmen kompensiert werden können, damit die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Schweiz für Unternehmen gewährleistet bleibe.

Gegner:innen finden vor allem mit Argumenten Resonanz, wonach die Mehreinnahmen aus den Steuereinnahmen innerhalb der Schweiz zu mehr Ungleichheit zwischen den Kantonen führe; so würden die Kantone Basel-Stadt und Zug stark profitieren, während Bürger:innen in anderen Kantonen kaum etwas von der Reform hätten (z.B. SonntagsBlick, 7.5.). Dass die Gegner:innen Zug sogar als «Feindbild» sehen würden oder als «Bananenrepublik» bezeichnen, wird in den Medien

kritisch diskutiert (z.B. nzz.ch, 26.4.; luzernerzeitung.ch, 7.6.; aargauerzeitung.ch, 10.6.).

Globale Perspektiven finden weniger Beachtung, so die grundsätzliche Kritik an tiefen Steuern für multinationale Unternehmen, «une pratique intenable» (letemps.ch, 19.5.; auch Le Matin Dimanche, 4.6.), oder die Kritik der Entwicklungshilfe-Organisation Alliance Sud, dass die Vorlage mitsamt dem Steuerwettbewerb den globalen Süden benachteilige (z.B. RTS Le Journal, 24.4.).

damals bestritten, dass es sich um unwichtige Detail-Vorlagen handle, sondern hatte argumentiert, dass es sich bei einzelnen steuerpolitischen Vorlagen um eine «Salamitaktik» der Bürgerlichen handle. Dahinter stehe eine langfristige Strategie, grossen Unternehmen auf Kosten der Allgemeinheit Steuererleichterungen zu gewähren. Diese «Salamitaktik»- und «Steuerge-schenk»-Argumente jedenfalls finden bei der OECD-Vorlage kaum Resonanz.

Unterstützung bei der aktuellen Vorlage erhält die SP, bei relativ schwacher Resonanz, von Teilen der Zivilgesellschaft (3%), den Grünen (3%) und Gewerkschaften (3%). Vereinzelt weisen Medien darauf hin, dass auch «neoliberale» Akteur:innen im Ausland die OECD-Mindestbesteuerung generell kritisieren (4%). Expert:innen und Wissenschaftler:innen kommen insgesamt (8%) mit ambivalenten Voten zu Wort (0).

Auf der anderen Seite tritt ein breites Spektrum an Befürworter:innen medial in Erscheinung, u.a. der Bundesrat bzw. Bundesrätin Karin Keller-Sutter (11%), Wirtschaftsverbände (5%) und die SVP (5%). Kantonale und regionale Exekutiv-Mitglieder sind medial relativ stark präsent (12%), weil erstens die Kantone sehr unterschiedlich von der Reform betroffen sind und zweitens der Verteilungsschlüssel der erwarteten Steuereinnahmen – 75% an die Kantone, 25% an den Bund – kritisiert wird. Insgesamt überwiegt bei diesen Akteur:innen die Zustimmung, trotz vereinzelter Kritik aus Kantonen mit weniger Anteilen an multinationalen Unternehmen (+79).

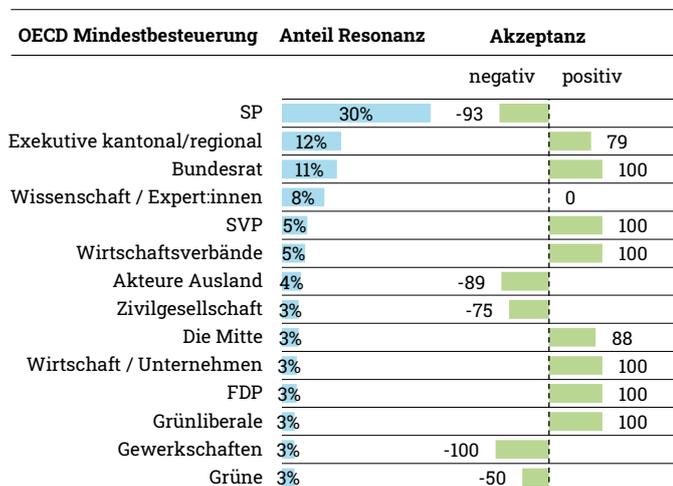


Abbildung 9: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – OECD Mindestbesteuerung

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur OECD-Mindestbesteuerung Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 236 Aussagen).

Links-rechts-Konflikt bei der OECD-Mindestbesteuerung

Das mediale Bild bei der OECD-Mindestbesteuerung zeigt einen Links-rechts-Konflikt – zumindest was die Akteur:innen betrifft (Abb. 9). Die SP kommt wie schon beim Verrechnungssteuergesetz und bei den Stempelabgaben als resonanzstärkste Kritikerin vor (-93), in den Medien oftmals in Person von SP-Nationalrätin Jacqueline Badran. Anders als bei den beiden früheren steuerpolitischen Vorlagen kommt die SP aber nun kaum vor mit Argumenten, die damals sowohl den Abstimmungskampf um die Stempelabgaben und das Verrechnungssteuergesetz geprägt hatten. Die SP hatte

Covid-19-Gesetz

Das Covid-19-Gesetz findet bei den meisten Medien wenig Beachtung (Abb. 10). Etwas stärker ist sie bei SRF, das auch im direkten Vergleich mit den anderen beiden Vorlagen dem Covid-19-Gesetz eine gewisse Aufmerksamkeit verschafft. Dass Sonntagszeitungen das Gesetz kaum thematisieren, spricht dafür, dass die Brisanz als relativ gering eingeschätzt wird. Auffallend ist zudem, dass Abonnementsmedien wie suedostschweiz.ch, nzz.ch und tdg.ch praktisch nicht berichten und so wenig dazu beitragen, dass sich Stimmbürger:innen in den Medien über die Vorlage informieren können.

Gemischte Tonalität

Weil die einzelnen Medien verhältnismässig wenige Beiträge über das Covid-19-Gesetz publizieren, müssen die Tonalitätswerte vorsichtiger interpretiert werden. Insgesamt fällt die Tonalität gemischt aus. Rund die Hälfte der Medien zeigt eine ambivalente Tonalität, so RTS (0) und die Tamedia-Titel. Es gibt mehr Medien mit einer positiven Tonalität gegenüber dem Gesetz als Medien mit einer negativen Tonalität. Auch angesichts der schwachen Resonanz lässt sich nicht behaupten, dass einzelne Medien klar eine Pro- oder Kontra-geprägte Berichterstattung pflegen würden. Zur insgesamt ambivalenten Tonalität passen beispielsweise Aussagen, wonach ein Ja oder Nein zum Covid-Gesetz letztlich wenig entscheidend sei, weil das Gesetz bei einem Ja nur ein halbes Jahr länger in Kraft wäre als bei einem Nein. Insgesamt ist die Tonalität nur relativ knapp positiv bzw. ambivalent, obwohl die meisten Akteur:innen das Gesetz befürworteten. Dies weist darauf hin, dass es keine intensive Pro-Kampagne gibt.

Fokus auf die «Bilanz» des Pandemie-Managements

Typisch in der Medienberichterstattung, gerade bei den Kommentaren, sind «Bilanzen» des bisherigen schweizerischen Pandemie-Managements. Die Abstimmung über das Covid-19-Gesetz wird explizit vor dem Hintergrund der Frage diskutiert, wie die Schweizer Politik auf die Pandemie reagiert hat. Einige Medien zeigen in reflexiven Beiträgen Verständnis für den Unmut in der Bevölkerung über die damals einschneidenden Massnahmen gegen die Pandemie und zeigen entsprechend Verständnis dafür, dass man mit einem Nein zum Gesetz nun ein Zeichen setzen wolle; gleichzeitig wird argumentiert, dass das Covid-19-Gesetz mehr Probleme gelöst als geschaffen habe (z.B. lematin.ch, 16.5.). Mit einer klaren Pro-Position wird argumentiert, dass die Schweiz auch dank der Politik die Pandemie «vergleichsweise gut überstanden hat» und dass gerade eine Verlängerung des Gesetzes erlaubt, aus Fehlern zu lernen und bei zukünftigen Gefahren adäquater zu reagieren (aargauerzeitung.ch, 8.6.).

Medien sehen zwar das Problem, dass die Debatte auf den «Symbol»-Charakter der Abstimmung fokussiert, und versuchen entsprechend auch sachpolitische Argumente einzubringen. Doch Argumente, dass das Gesetz beispielsweise die Förderung von Medikamenten erlaubt, die verletzlichen und/oder «Long Covid»-

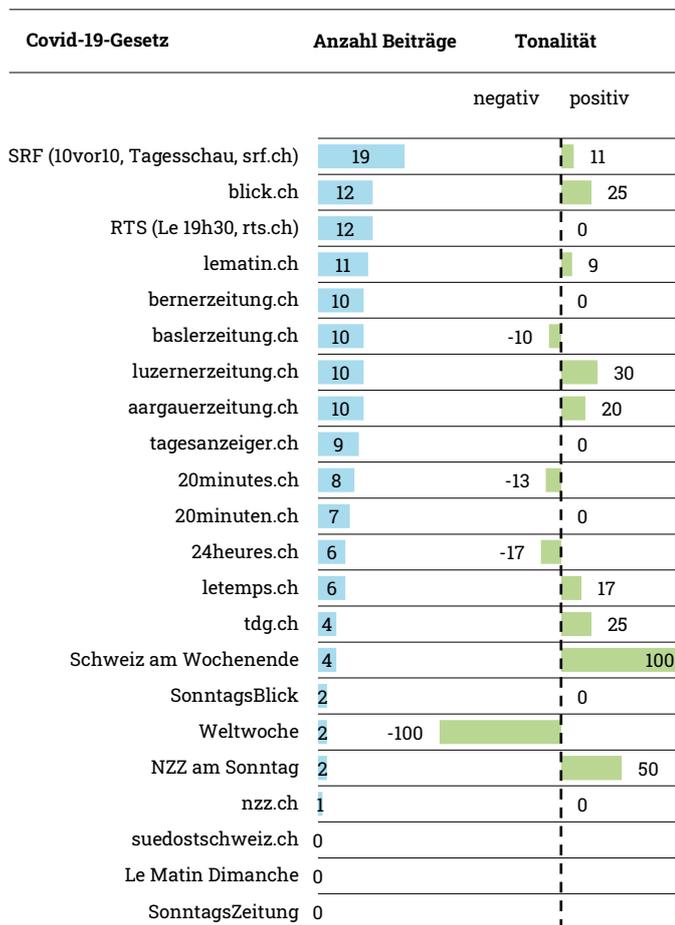


Abbildung 10: Resonanz und Tonalität – Covid-19-Gesetz

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über das Covid-19-Gesetz. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 145 Beiträge).

Patienten zugutekommen (v.a. RTS Le Journal, 30.5.), finden insgesamt nur wenig Resonanz.

Teile der Zivilgesellschaft gegen das Covid-19-Gesetz

Das Covid-19-Gesetz erhält insgesamt nur unterdurchschnittliche Resonanz. Zwar sind Teile der Zivilgesellschaft in Form von massnahmenkritischen Kreisen um Gruppierungen wie Mass-Voll oder Freunde der Verfassung medial präsenter (34%) als viele andere Akteur:innen (Abb. 11). Doch angesichts der insgesamt schwachen Resonanz kann nicht von einer grossen Mobilisierung gesprochen werden – anders als damals die Mobilisierung gegen die zweite Abstimmung über das Covid-19-Gesetz im November 2021 (vgl. auch Abb. 2).

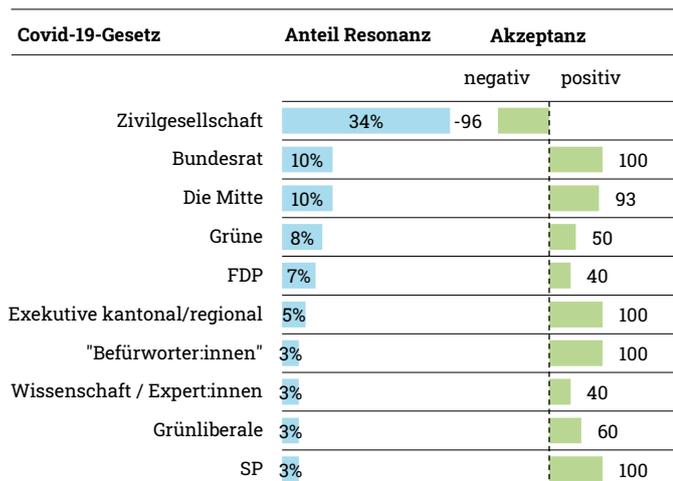


Abbildung 11: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Covid-19-Gesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum Covid-19-Gesetz Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 149 Aussagen).

Fast alle anderen Akteur:innen, die in den Medien vorkommen, positionieren sich mit klar zustimmenden Voten – allen voran der Bundesrat (10%) und Die Mitte (10%). Bei den Grünen (8%) und der FDP (7%) überwiegt ebenfalls die Zustimmung, aber auch einige Kritiker:innen kommen zu Wort (+50 bzw. +40).

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 27. März 2023 bis 11. Juni 2023 erschienen sind. Es werden 745 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag bis zu drei Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können (Klimagesetz: n = 505; OECD Mindestbesteuerung: n = 206; Covid-19-Gesetz: n = 145). 92% der Beiträge thematisieren jeweils eine Vorlage, 8% zwei oder mehr Vorlagen. Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt.

Tonalität der Beiträge

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

- zur «Grundproblematik» einer Vorlage (z.B. Beiträge, auf die Harmonisierung der Mindestbesteuerung auf internationaler Ebene hinweisen – «positiv» bei OECD Mindestbesteuerung);
- zur Zweckmäßigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass das Klimagesetz nicht zu sinkenden Strompreisen führen wird – «negativ» bei Klimagesetz);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die Gegner:innen des Klimaschutzgesetzes würden «Fake News» in ihrer Kampagne verwenden – «positiv» bei Klimagesetz);
- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-

Führung der Gegner:innen – «negativ» bei Klimagesetz)

- 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 Klimagesetz).

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 «vermelde» 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 18. Juni 2023 werden auf diese Weise 1074 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), Tageschau; RTS: Le 19h30 (Journal), rts.ch/info (Online)