

ABSTIMMUNGSMONITOR

Vorlage vom 21. Mai 2017

19. Mai 2017

Die Abstimmungsvorlage vom 21. Mai zum Energiegesetz (EnG) stösst auf ein sehr hohes Medieninteresse. Während in den Medien der Suisse romande der Zuspruch überwiegt, sind in den Deutschschweizer Medien Ablehnung und Zustimmung gleich stark ausgeprägt. Das Bild in den Medien ist ambivalent: Denn die Zahl der Pro-Akteure, die Resonanz erhalten, ist höher – doch gerade die beiden resonanzstärksten Akteure SVP und FDP finden mit ablehnenden Voten Aufmerksamkeit. Auch in Analysen und Kommentaren der Medien selbst dominiert eine ambivalente bis skeptische Haltung gegenüber dem EnG.

ENERGIEGESETZ (ENG)

Das Energiegesetz (EnG) erhält in den Medien sehr breite Beachtung (Abb. 1). Damit bestätigt sich das Bild, das bereits auf der Grundlage einer [Zwischenauswertung](#) (Zeitraum bis und mit 30.4.) gewonnen wurde. Die hohe Beachtung für das EnG ist deshalb bemerkenswert, weil [Untersuchungen](#) zum generellen Themenumfeld zeigen, dass energie- und umweltpolitische Themen – anders als etwa noch im Wahljahr 2011 nach dem Atomreaktor-Unfall in Fukushima – seit einigen Jahren nicht zu den Top-Themen gehören und im Vergleich beispielsweise zu ausländerpolitischen Themen weniger

Resonanz erhalten.

Die Abstimmung über das EnG ist die dritte in einer «Kette» von umwelt- und energiepolitischen Abstimmungen seit weniger als einem Jahr; im September hatte das Schweizer Stimmvolk die Initiative «Grüne Wirtschaft» und im November 2016 die Atomausstiegs-Initiative (AAI) abgelehnt. Der Vergleich zeigt: Die Abstimmung über das EnG ist diejenige Vorlage, die am meisten Beachtung erfährt. Sie erzielt rund ein Viertel mehr Aufmerksamkeit als die AAI und mehr als doppelt so viel wie die Initiative «Grüne Wirtschaft».

Als Behördenvorlage erfährt das EnG

ANMERKUNGEN UND KONTAKT

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

Kontakt:

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

in den Medien mehr Akzeptanz als die Volksinitiativen (Abb. 1). Dies überrascht nicht, denn Behördenvorlagen entstehen in der Regel auf der Grundlage von einem breiteren überparteilichen Konsens und gelten daher eher als pragmatische Lösungen, während Volksinitiativen oftmals nur von wenigen Akteuren unterstützt werden und für ihre Lösungsansätze kritisiert werden. Dieses von vielen Abstimmungen bekannte Muster wird aber dadurch relativiert, dass die Zustimmung zum EnG nur relativ knapp ist (+8) und gleichzeitig die Kritik gegenüber der Initiative «Grüne Wirtschaft» der Grünen relativ verhalten ausfällt (-8) und sich bei der AAI Kritik und Zustimmung sogar die Waage halten (0). Dies spricht dafür, dass mehrere Kampagnen-Akteure in der Umwelt- und Energiepolitik generell stabile Positionen vertreten und alle drei Vorlagen inhaltlich verknüpfen. Ein Zeichen dafür, dass das EnG trotz der hohen Zahl an Befürwortern medial nur relativ knappe Zustimmung erfährt,

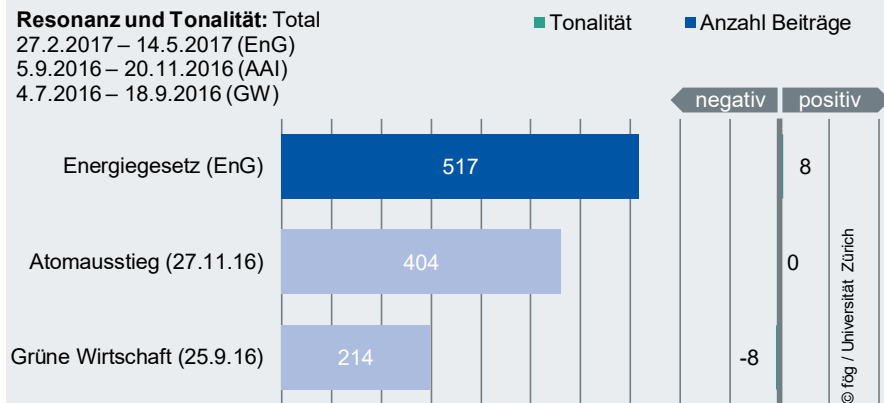
ABB. 1 | RESONANZ & TONALITÄT

Resonanz und Tonalität: Total

27.2.2017 – 14.5.2017 (EnG)

5.9.2016 – 20.11.2016 (AAI)

4.7.2016 – 18.9.2016 (GW)



Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 1135 Beiträge).

ist die starke mediale Präsenz wichtiger Gegner, vor allem von SVP, Teilen der FDP und Akteuren der Wirtschaft.

ÜBERDURCHSCHNITTLICHE BEACHTUNG FÜR DAS ENG

Im Vergleich mit früheren Abstimmungen (seit März 2013, insgesamt 46 untersuchte Vorlagen) steht das EnG stark im Fokus der Medien. Die Vorlage erzielt dabei überdurchschnittliche Resonanz und erfährt ähnlich viel Aufmerksamkeit wie die Vorlage zur Beschaffung des Kampfflugzeugs Gripen (Mai 2014) oder fast so viel wie die 1:12-Initiative (November 2013). Nur wenige Vorlagen der letzten vier Jahre – wie beispielsweise die Durchsetzungsinitiative (Februar 2016) oder die Initiative «gegen Masseneinwanderung» (Februar 2014) – finden deutlich mehr Aufmerksamkeit. Im Vergleich zu den drei letzten Abstimmungs-Vorlagen vom Februar 2017 löst das EnG zwar weniger Resonanz aus als die Unternehmenssteuerreform III, eine der resonanzstärksten Vorlage der letzten Jahre, aber rund zweimal so viel wie die Vorlage zur erleichterten Einbürgerung oder gar mehr als dreimal wie die Vorlage zum Nationalstrassen-Fonds NAF.

Keine Erklärung für diese stärkere Resonanz ist die Tatsache, dass das EnG die einzige nationale Vorlage ist, über die am 21. Mai schweizweit abgestimmt wird – anders als bei vielen Abstimmungsdaten, an denen über bis zu fünf Vorlagen abgestimmt wurde (z.B. im Juni 2016). Nach dieser Erklärung wäre das Volumen der Abstimmungsberichterstattung insgesamt relativ stabil: d.h. wenn mehrere Abstimmungen anstehen, würden die verschiedenen Abstimmungen sich gleichsam der Resonanz berauben und umgekehrt würden die Medien besonders intensiv berichten, wenn nur eine einzige Vorlage ansteht. Doch diese Erklärung passt nur schon mit Blick auf die starke Resonanz der USR III nicht (eine von drei Vorlagen) oder mit Blick darauf, dass das EnG nochmals mehr Aufmerksamkeit erfährt als die AAI, die im November 2016 auch die einzige Abstimmungsvorlage ist.

GRÜNDE FÜR DIE STARKE MEDIENRESONANZ

Mögliche Treiber der starken Resonanz sind erstens institutionelle Ereignisse,

zum Beispiel die Parlamentsdebatten über die Lenkungsabgabe auf Energie (März 2017) und über die Förderung der Wasserkraft (April/Mai 2017). Diese im Parlament diskutierten Lösungsvorschläge sind eigentlich nicht Teil des EnG, das nun zur Abstimmung gelangt. Typischerweise aber werden sie in den Medien und von den Medien mit der anstehenden Abstimmung inhaltlich verknüpft. Zweitens sorgen Konflikte, vor allem innerhalb der FDP und innerhalb «der Wirtschaft», für grosse Medienbeachtung. Drittens speist sich das mediale Interesse aus der Vorgeschichte der Abstimmung respektive der «Kette» der drei Vorlagen. Denn wir wissen aus einer vergleichenden Studie, dass die Medienresonanz einer Vorlage in der «heissen Phase» vor der Abstimmung generell stärker ist, wenn sie schon in einer früheren Phase in den Medien viel Beachtung fand. Das ist beim EnG der Fall, auch da die beiden Volksinitiativen («Grüne Wirtschaft», AAI) damals inhaltlich mit dem EnG verknüpft wurden. Zudem handelt es sich beim EnG um die vorerst letzte Abstimmung in diesem Bereich. Dies erhöht die Bedeutung und Dringlichkeit der Vorlage im Vergleich zu den beiden früheren Volksinitiativen. Denn bei den Volksinitiativen konnte man noch darauf verweisen, dass die generelle Stossrichtung – beispielsweise der verbindliche Ausstieg aus der Atomenergie – sowieso später noch Gegenstand der Abstimmung über das EnG sei. Viertens scheint sich in der starken Medienresonanz auch niederschlagen, dass Kampagnen-Akteure beim EnG auffallend stark politische Werbung

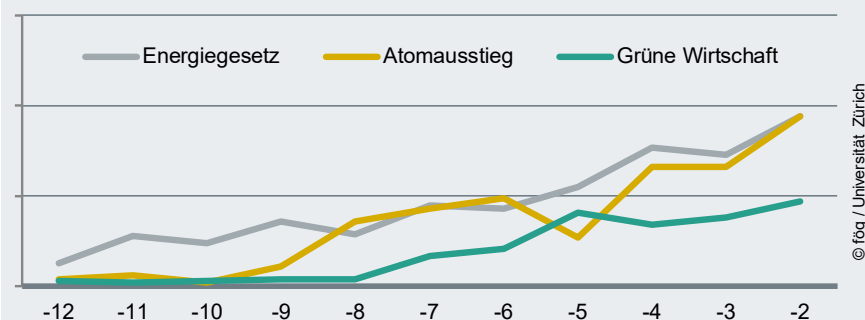
betreiben. Eine aktuelle Auswertung von Année politique suisse zeigt, dass beim EnG überdurchschnittlich viele Zeitungsinserte geschaltet werden. Das Ausmass an politischer Werbung wiederum ist generell ein Indikator für die Medienresonanz: In einer vergleichenden Analyse des fög konnte gezeigt werden, dass die Höhe der eingesetzten Werbemittel mit der Medienresonanz korreliert.

ÜBLICHE DYNAMIKEN DER BERICHTERSTATTUNG

Die Berichterstattung über das EnG folgt mehrheitlich dem Muster, das wir von verschiedenen Vorlagen kennen: Typischerweise nimmt die Resonanz für Abstimmungsvorlagen in den letzten drei Monaten vor Abstimmungsdatum langsam, aber stetig zu, bis sie rund zwei bis drei Wochen vor Abstimmungsdatum den «Höhepunkt» der Resonanz erreicht (Abb. 2). Im direkten Vergleich der drei energie- und umweltpolitischen Vorlagen sind es denn auch die beiden Volksinitiativen, die auffallen. Bei beiden Initiativen setzt das Interesse später ein, bei der AAI plötzlich stark – auch dies u.a. Resultat einer Parlamentsdebatte (zur «Energiesstrategie 2050», die damals immer wieder mit der AAI verknüpft wird). Das EnG dagegen wird schon früher thematisiert; auffallend ist höchstens, wie intensiv die Resonanz schon in einer frühen Phase ausfällt (Wochen -11 und -10). Dies liegt u.a. an den Diskussionen im Parlament über die Lenkungsabgabe (den zweiten Teil der «Energiesstrategie 2050») und über die Konflikte innerhalb der FDP und Konflikte innerhalb der

ABB. 2 | RESONANZ PRO WOCHE

Resonanz pro Woche: Vorlagen im Vergleich
27.2.2017 – 30.4.2017 (EnG)
5.9.2016 – 6.11.2016 (AAI)
4.7.2016 – 4.9.2016 (GW)



Die Darstellung zeigt den Verlauf der Medienresonanz im Wochenrhythmus (n = 1135 Beiträge).

Wirtschaftsverbände und zwischen den Wirtschaftsverbänden. Die späteren Resonanz-«Spitzen» erklären sich – abgesehen von der typischen Zunahme an üblichen Ereignissen wie Pressekonferenzen, Gastbeiträgen, Umfrage-Resultaten etc. – vor allem durch die Diskussionen im Parlament über die Wasserkraft. Dass Stromkonzerne eine (stärkere) Unterstützung der Wasserkraft einfordern, wird in den Medien mit der Abstimmung inhaltlich in Beziehung gesetzt, auch wenn dieser Vorstoss nicht Teil der Abstimmung ist und eine solche Verknüpfung nicht immer offensichtlich ist. So hält beispielsweise der Tages-Anzeiger ohne klare Begründung zu dieser Forderung lediglich fest: «Der Zeitpunkt könnte kaum brisanter sein. Einen Monat vor der Abstimmung über die Energiestrategie 2050 zündet die Stromlobby die nächste energiepolitische Bombe» (TA, 20.4.). Was die Tonalität gegenüber dem EnG im Laufe der Wochen betrifft, zeigt sich in Übereinstimmung mit der frühen Fokussierung auf die FDP und die Wirtschaftsverbände zunächst ein Überhang an ablehnenden Stimmen; ab Anfang April pendelt sich die Tonalität rund um den Mittelwert mit ganz leichtem Überhang zur Zustimmung ein, wobei kein eigentlicher Trend in eine Richtung zu beobachten ist (nicht grafisch abgebildet).

SPRACHREGIONALE UNTERSCHIEDE IN DER RESONANZ UND TONALITÄT

Wie bei den früheren energie- und umweltpolitischen Vorlagen unterscheidet sich die Medienberichterstattung zwischen den beiden Sprachregionen (Abb. 3). Die Aufmerksamkeit für das EnG ist in der Deutschschweiz wesentlich höher als in der Suisse romande, wenn man sie mit den anderen Vorlagen vergleicht. Umgekehrt finden die AAI und die Initiative «Grüne Wirtschaft» damals in der Suisse romande relativ viel Beachtung und die Resonanz für das EnG ist nicht so ausgeprägt, wie dies in der Deutschschweiz der Fall ist.

Wie bei den beiden Volksinitiativen fällt auch beim EnG auf, dass in der Suisse romande die Zustimmung in den Medien überwiegt (+28), während in der Deutschschweiz alle drei Vorlagen auf mehr Kritik als in der Suisse romande stossen und sogar das EnG als Behördenvorlage nur eine ambivalente Tonalität erfährt (+2). Auch diese Resultate weisen darauf hin, dass sich in der Energie- und Umweltpolitik in den beiden Sprachregionen je unterschiedliche Konstellationen von Akteuren und Positionen entwickelt haben. Anscheinend ist die Zustimmung für die «Energiewende» und damit für erneuerbare Energien in der Suisse romande

höher als in der Deutschschweiz, was auch von den Resultaten der aktuellen Bevölkerungsumfrage von gfs.bern unterstützt wird. Auch in der Medienberichterstattung selbst wird deutlich, dass in der Deutschschweiz viel mehr als in der Suisse romande Akteure der FDP und der Wirtschaftsverbände präsent sind, die sich gegenüber der «Energiewende» generell skeptischer positionieren.

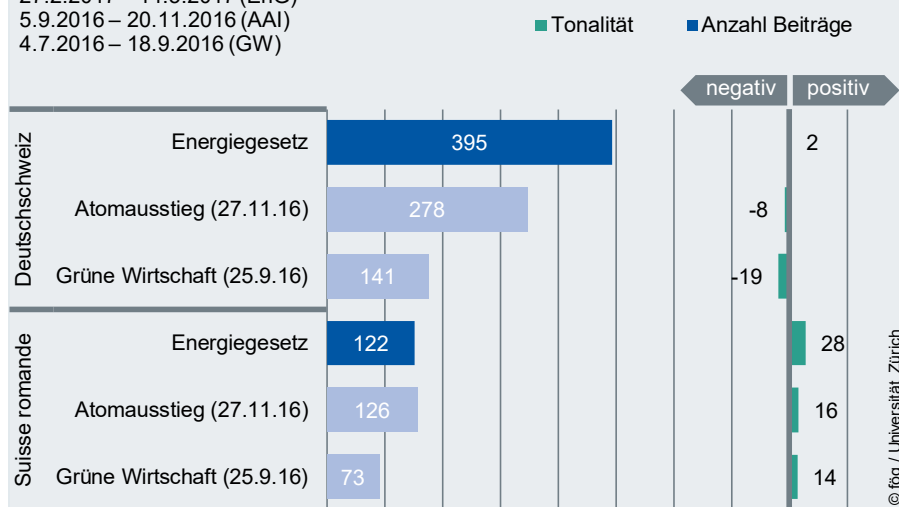
UNTERSCHIEDLICHE POSITIONEN IN DEN VERSCHIEDENEN MEDIENTITELN

In der Mehrheit der untersuchten Medientitel überwiegt die Zustimmung zum EnG. Bei rund der Hälfte der Titel ist die Tonalität ausgeprägt positiv (höher als +10). Bei einem Viertel der Titel halten sich Kritik und Zustimmung in etwa die Waage (Tonalität zwischen -10 und +10) und bei einem weiteren Viertel überwiegt die Kritik (Tonalität tiefer als -10) (Abb. 4.). Bezeichnenderweise gehören alle Titel der Suisse romande zur Gruppe der Medien, in denen die Zustimmung zum EnG deutlich ausfällt. Und bezeichnenderweise handelt es sich bei denjenigen vier Titeln, in denen die Kritik deutlich überwiegt, ausnahmslos um Medien der Deutschschweiz.

Die Akzeptanz des EnG ist bei den Westschweizer Titeln Le Temps (+19), 24heures (+38), Tribune de Genève (+31) und Le Matin Dimanche (+33) ausgeprägt. Die Zustimmung ist zum Teil grundsätzlicher Natur, so als beispielsweise Le Temps eine Zustimmung zum EnG als Signal gegen Klimaskeptiker wie US-Präsident Donald Trump interpretiert: «Le résultat du premier vote dira si la Suisse adopte la politique de Donald Trump, se rangeant sans états d'âme dans le clan des climatosceptiques, ou si, au contraire, elle est partie prenante de la lutte contre le réchauffement climatique» (LT, 6.4.). In Übereinstimmung mit der damals ausgeprägten Zustimmung zur AAI ist auch in den Medien der Suisse romande das Argument stark, dass (nur) mit dem EnG ein Ausstieg aus der Atomkraft möglich sei (z.B. LT, 13.4.). Neben den Medien der Suisse romande lässt sich bei den Medien der Deutschschweiz eine Zustimmung vor allem im Blick (+44) und in der Südostschweiz (+43) beobachten. So räumt der Blick u.a. Bundesrätin Do-

ABB. 3 | RESONANZ & TONALITÄT: SPRACHREGIONEN

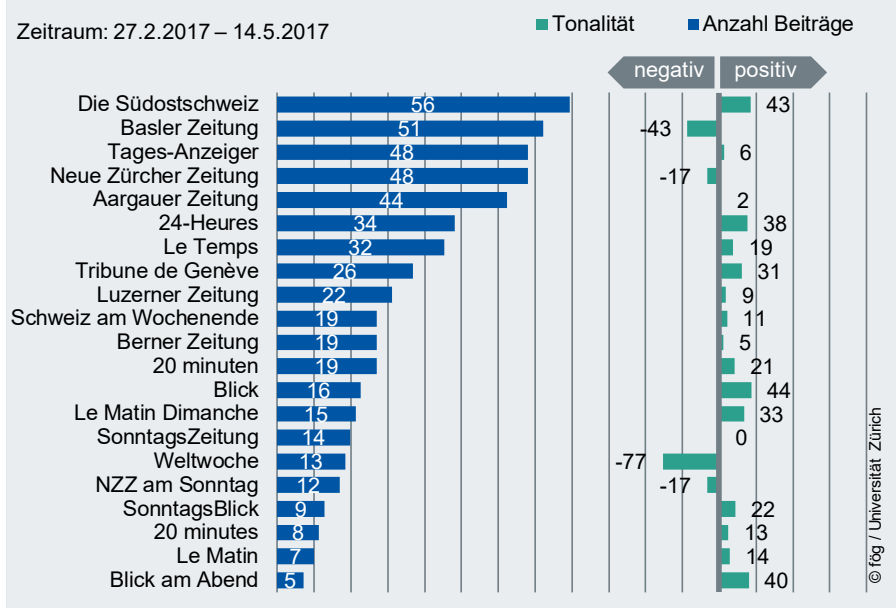
Resonanz und Tonalität: nach Sprachregionen
27.2.2017 – 14.5.2017 (EnG)
5.9.2016 – 20.11.2016 (AAI)
4.7.2016 – 18.9.2016 (GW)



Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 1135 Beiträge).

ABB. 4 | ENERGIEGESETZ: MEDIEN

Zeitraum: 27.2.2017 – 14.5.2017



Die Darstellung zeigt die Resonanz und die Tonalität, welche die Vorlage pro Medium erzielt. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 517 Beiträge).

ris Leuthard viel Platz ein gibt und einem «der renommiertesten Energieexperten im deutschsprachigen Raum» Gelegenheit, die Behauptungen der Nein-Kampagne Punkt für Punkt zu widerlegen (9.5.). Bei der Südostschweiz (SoS) widerspiegelt die Zustimmung zum EnG auch die tatsächliche Mehrheit der Pro-Akteure im Raum Südostschweiz, denn die SoS betreibt öfter als andere Medientitel eine Berichterstattung, die Positionen und Parolen von Akteuren vermeldet – und diese sind gerade im «Wasserkanton Graubünden» dem EnG gegenüber positiv, weil die Förderung der Wasserkraft, wie sie auch das EnG vorsieht, in der Südostschweiz als ökonomisch wichtig wahrgenommen wird (z.B. SoS, 27.4.). Eine negative Tonalität zeigt sich bei den Schwesterblättern NZZ und NZZ am Sonntag (jeweils -17) sowie sehr viel deutlicher bei der Basler Zeitung (-43) und der Weltwoche (-77). Die NZZaS beispielsweise hält auf der Frontseite die geplante Energiewende für «gefährdet», wenn Elektroautos an Bedeutung zunehmen (14.5.). Die NZZ berichtet sich aus ordnungspolitischer Perspektive kritisch und problematisiert in ihrer Berichterstattung primär die mit dem EnG verbundenen Subventionen. Das Versprechen, Subventionen mit dem EnG zeitlich klar zu befristen, werde in der Praxis wohl kaum zu halten sein. Subventionen wür-

den vermutlich mit Gesetzesänderungen verlängert, denn sie seien «wie Drogen» und eine Abschaffung daher unrealistisch – deshalb: «Und ewig locken die Subventionen» (NZZ, 22.4.). Diese Kritik an Subventionen wird in zugespitzter Form auch von der Weltwoche und der BaZ geteilt. Für die BaZ steht denn auch das EnG exemplarisch für ein grosses Reformprojekt, das – ähnlich wie die Altersvorsorge 2020 – nur noch dadurch zustande komme, dass möglichst viele Anspruchsgruppen vom Staat begünstigt werden: «Es gibt so etwas wie eine «Koalition für den Status quo», eine Mehrheit die möglichst wenig ändern will, dafür mit Geld bestehende Probleme zudeckt und in die Zukunft vertagt. Das erinnert fatal an die EU, wo ebenfalls mit Milliarden Zeit gekauft wird, damit längst bekannte Systemfehler nicht benannt und schon gar nicht behoben werden müssen (...) Das Parlament verabschiedet nur noch Geschäfte, wenn es Milliarden an Steuergeldern verteilt» (BaZ, 25.3.). Exemplarisch für die ambivalente Tonalität sind Deutschschweizer Medien wie die Luzerner Zeitung (+9), Berner Zeitung (+5), Aargauer Zeitung (+2) oder Tages-Anzeiger (+6). Dies drückt sich in der Berichterstattung auch dadurch aus, dass selbst in Pro-Kommentaren die Skepsis gegenüber dem EnG ausgedrückt wird. «Man darf die Mixtur aus

staatlichen Eingriffen und marktwirtschaftlich orientierten Elementen getrost als Murks bezeichnen», aber immerhin sei es «ein sinnvoller Murks», weil so die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern und damit auch die Abhängigkeit vom Ausland reduziert werden könne (AZ, 11.5.). Die Luzerner Zeitung sieht einen «Pragmatismus ohne Begeisterung» (LZ, 9.5.) und auch im Tages-Anzeiger ist das Gesetz «nicht perfekt», aber «ohne Alternative» (TA, 6.5.), weil auf diesem Weg die Schweiz aus der Atomkraft aussteigen könne und das Gesetz für (andere) Stromproduzenten die notwendige Planungssicherheit schaffe. Zur Ambivalenz trägt in der Berichterstattung ebenfalls bei, dass nicht nur den Gegnern der Vorlage, sondern auch den Befürwortern Übertreibungen vorgeworfen wird (z.B. LZ, 9.5.) und zuweilen gar «Propaganda», beispielsweise der Stadt Bern und dem Versorger EWB (BZ, 28.4.).

KRITIK BEI DEN MEDIEN, ZUSTIMMUNG BEI DEN AKTEUREN

Bei rund 40% Beiträge wird die Tonalität entscheidend durch die Medien selbst geprägt, und zwar in Form von Kommentaren und (Hintergrund-)Berichten, in denen Medien selber Bewertungen abgeben (nicht grafisch abgebildet). Im Vergleich mit früheren Vorlagen ist dies ein hoher Wert, d.h. beim EnG bringen sich die Medien stärker mit eigenen Recherchen und Analysen eigenständige Votanten ein und sind etwas weniger «nur» Plattform für die Stellungnahmen Dritter. In rund 60% der Beiträge können Dritt-Akteure ihre Positionen zentral vermitteln und entsprechend die Tonalität eines Beitrags prägen, zum Beispiel in Gastbeiträgen oder in Interviews, aber auch in relativ «nüchternen» Beiträgen bspw. über eine Pressekonferenz. Der Grad der Zustimmung / Ablehnung zwischen diesen verschiedenen Beitrags-Typen unterscheidet sich, denn bei den mediengeprägten Beiträgen ist eine Ablehnung des EnG ersichtlich (-9), während bei den akteursgeprägten Beiträgen die Zustimmung recht deutlich überwiegt (+19). Das heisst: Wenn die Medien die verschiedenen Kampagnen-Akteure relativ unkommentiert zu Wort kommen lassen, ergibt sich ein für das EnG positives Bild; wenn die Medien selber ihre

Stimme stärker einbringen, nimmt die Skepsis zu.

Trotzdem lässt sich nicht generell sagen, dass «die Medien» gegen das EnG schreiben würden. Denn die medienkommentierende Kritik beschränkt sich im wesentlichen auf die NZZ, NZZ am Sonntag, BaZ und Weltwoche. Es gibt allerdings kaum Medientitel, die mit eigenen Kommentaren und Analysen stark die Pro-Argumente bewirtschaften würden. Denn Titel mit insgesamt positiver Tonalität wie beispielsweise die Aargauer Zeitung tragen zu einer positiven Tonalität eher dadurch bei, dass sie über die Positionen von (Pro-)Akteuren und ihren Argumenten berichten. Bei vielen solcher Titel lässt sich bei eigenen Kommentierungen und Analysen dagegen eher eine Ambivalenz feststellen.

Von denjenigen Akteuren, die in den Medien Resonanz finden (d.h. ohne die Medien als Akteure), erhalten positive Aussagen zum EnG mit 48% mehr Resonanz als kritische Stellungnahmen (40%); kontroverse/neutrale Stellungnahmen machen 12% der Voten aus (nicht grafisch abgebildet). Auch dies bedeutet, dass die Mehrheit der in den Medien zitierten Akteure sich tendenziell für das EnG ausspricht.

Es gibt also in der Medienberichterstattung über das EnG eine gewisse Diskrepanz, wenn zwei wichtige Funktionen der Medien verglichen werden: Medien als Analytiker und/oder Kommentatoren zum einen und Medien als Plattform für Stellungnahmen anderer Akteure zum anderen.

VIELE AKTEURE FÜR DAS ENG, DOCH DIE RESONANZSTÄRKSTEN AKTEURSGRUPPEN GERADE NICHT

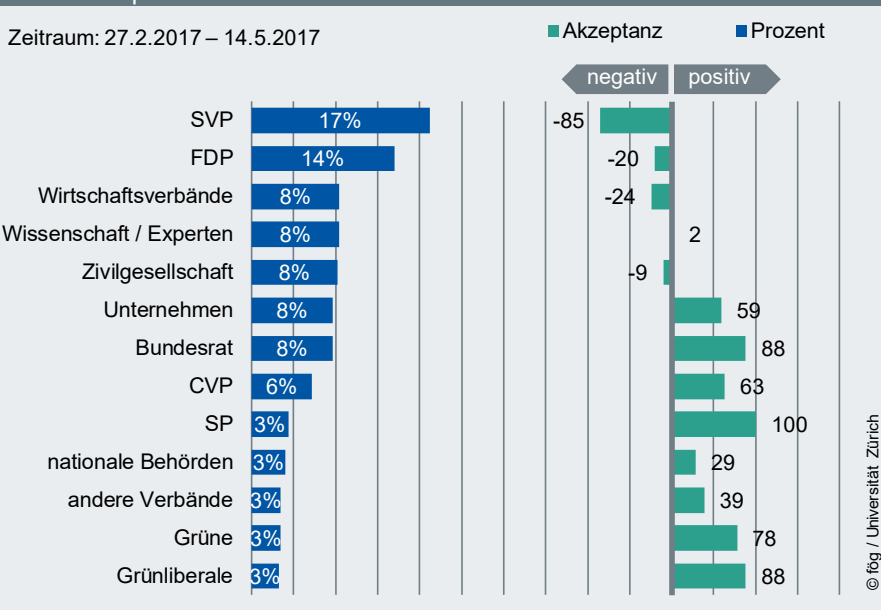
Auch die Resonanz von Akteuren und deren Positionen ergibt ein ambivalentes Bild (Abb. 5). In der Summe finden zwar positive Stellungnahmen am meisten Resonanz, doch diejenigen drei Akteursgruppen, die am stärksten medial präsent sind, stehen der Vorlage kritisch gegenüber. Die SVP (17%), die überwiegend mit ablehnenden Stimmen zu Wort kommt (-85), kann die meiste Resonanz erzielen; dies ist nicht nur, aber natürlich auch mit ihrem Status als offizielle Referendumsorganisation erklärbar. Neben

der SVP fokussiert ein grosser Teil der Medienberichterstattung auf die FDP (14%); dass insgesamt die Akzeptanzwerte bei der FDP im negativen Bereich liegen (-20), zeigt, dass die Medien den Kritikern innerhalb der FDP breiteren Raum geben, obwohl die FDP (knapp) die Ja-Parole ausgegeben hat. Der Konflikt innerhalb der FDP treibt wiederum die Resonanz der FDP und des EnG generell an. Genau dasselbe gilt auch für die Wirtschaftsverbände, wenn wir dort die etablierten Verbände wie den Gewerbeverband, Economiesuisse, Swissmem oder (regionale) Handelskammern zusammenfassen (9%; -24). Auch hier ergibt sich das Bild, wonach diese Gruppe von Akteuren gespalten ist und dass die Kritiker medial präsenter sind. Auffallend ist, dass die Resonanz von FDP und Wirtschaftsverbänden zusammen mit 24% in der Deutschschweiz wesentlich stärker und dem EnG gegenüber kritischer ist (Akzeptanzwert zusammen -24) ist als in der Suisse romande, wo diese Akteure einen Resonanzanteil von 12% erzielen (Akzeptanzwert -12) (nicht grafisch abgebildet).

Auch die Gruppe von Experten (8%; +2) trägt in der Summe kaum zu einer Unterstützung des EnG bei und bei zivilgesellschaftlichen Akteuren überwiegt gesamthaft gesehen die Ablehnung (geringere

Resonanz für Pro-Stimmen bspw. vom WWF im Vergleich zur Resonanz von Kontra-Stimmen bspw. der Vereinigung Paysage Libre) (8%; -9). Deutlich mehr Unterstützung für das EnG, wenn man die Medienberichterstattung zum Massstab nimmt, lässt sich bei einzelnen Unternehmen wie beispielsweise Stromkonzernen (8%; +58) und anderen Verbänden (z.B. dem Bauernverband oder dem Stromverband) (3%; +39) beobachten, was wiederum das Bild begünstigt, wonach «die Wirtschaft» gespalten sei. Relativ schwache Resonanz mit zustimmenden Argumenten finden vier Parlamentsparteien (SP, CVP, Grüne und Grünliberale), mehr Resonanz und – dies natürlich erwartbar bei einer Behördenvorlage – mit zustimmenden Voten der Bundesrat (8%; +88). Es ist somit konkret Bundesrätin Doris Leuthard, die fast als einzige des Pro-Lagers wirklich resonanzstark in den Medien erscheint. Nationale Behörden wiederum – zum Beispiel Akteure aus der Verwaltung – finden ebenfalls Aufmerksamkeit (3%; +29), wobei die Zustimmung aus zwei Gründen nicht ausgeprägter ist: erstens weil Verwaltungs-Akteure generell weniger oft mit klaren Positionsbezügen auftreten (dürfen) und zweitens weil in der Medienberichterstattung in mehreren Fällen oftmals ein prominenter Kri-

ABB. 5 | ENERGIEGESETZ: AKTEURE



Die Darstellung zeigt die bedeutendsten Akteure, die in den untersuchten Medien Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 661 Aussagen).

tiker des EnG, Philippe Roch, explizit in seiner Rolle als ehemaliger Direktor des Bundesamtes für Energie zu Wort kommt und medial damit eine Verknüpfung zwischen Kritikern und Bundesverwaltung hergestellt wird.

DOMINANZ VON RECHTSPARTEIEN UND DER WIRTSCHAFT

Ein zentrales Resultat der Akteursresonanz ist somit, dass in der Medienberichterstattung über das EnG die Rechtsparteien zusammen mit Akteuren aus der Wirtschaft dominieren und dass diese Akteure, die schon die Volksinitiativen der Grünen bekämpft hatten, sich nun nicht ins Pro-Lager der Behördenvorlage einreihen, sondern auch dem EnG gegenüber kritisch eingestellt sind. Dies fällt umso mehr auf, wenn wir die Resonanz und Positionierung von SVP, FDP und den etablierten Wirtschaftsverbänden auf der einen Seite mit der Resonanz und Positionierung der Grünen auf der anderen Seite vergleichen, und zwar in der «Kette» der drei Abstimmungen (Abb. 6). Die Grünen, die bei der Initiative «Grüne Wirtschaft» und bei der AAI als eigene Initianten für mediale Präsenz sorgen können, werden beim EnG

kaum mehr thematisiert. Damit ist gerade diejenige Stimme im Diskurs schwach vertreten, die aus der Perspektive des Umweltschutzes die Wende hin zu erneuerbaren Energien konsequent fordert (Werte bei allen drei Vorlagen deutlich im Plus). Die SVP auf der anderen Seite positioniert sich bei allen drei Vorlagen als klare Gegnerin der «Energiewende» und profitiert beim EnG von viel Aufmerksamkeit. Entscheidend ist nun, dass auch bei und den etablierten Wirtschaftsverbänden (Economiesuisse, Gewerbeverband, Swissmem etc.) und ganz besonders bei der FDP die Medienpräsenz im Vergleich der drei Vorlagen zunimmt und dass dabei kein vollständiger Wechsel von einer Ablehnung (Volksinitiativen) hin zur Zustimmung (Behördenvorlage) stattfindet. Auch diesem Sinne läuft medial die Diskussion eher unter energiewirtschaftlichen Aspekten und weniger unter umweltpolitischen Aspekten.

WIRTSCHAFTS- STATT UMWELTPOLITISCHE ARGUMENTE

Umweltpolitische Argumente – egal ob von Befürwortern oder von Gegnern – finden sich in der Berichterstattung

eher am Rande. So sind auch für den Umweltschutz zentrale Begriffe wie «Klimawandel» oder «rechauffement climatique» kaum präsent und auch der Atomausstieg wird stark ökonomisch begründet (mangelnde Rentabilität). Ein Argument von Naturschützern im Kontrastlager, das sich in Teilen auch die SVP zu eigen macht, rückt die vermutete «Verschandelung» der Landschaft durch Windräder ins Zentrum, wie es Philippe Roch, früherer Direktor des WWF und ehemaliger Chef des Bundesamts für Umwelt darlegt (Weltwoche, 27.4.), bleibt aber marginal; dazu passt, dass Windräder nur in rund jedem siebten Beitrag überhaupt erwähnt werden, während etwa die Wasserkraft in fast jedem zweiten Beitrag Erwähnung findet (nicht grafisch abgebildet).

In der Medienberichterstattung zum EnG dominieren letztlich wirtschaftspolitische Argumente, von denen manche eher unter ordnungspolitischer Perspektive vorgebracht werden (Kritik an Subventionen und mehr Bürokratie; z.B. NZZ 14.3.) und manche eher «national» aufgeladen werden: so gefährde die Energiewende die Versorgungssicherheit und die Unabhängigkeit der Schweiz im Bereich der Stromproduktion (z.B. BaZ 1.3.). Solche Argumente lassen sich besonders stark bei den Gegnern der Vorlage beobachten.

Die in den Medien prominent vertretenen Pro-Argumente setzen dieser wirtschaftspolitischen Kritik wenig direkt entgegen. Denn positiv besetzte wirtschaftliche Begriffe wie beispielsweise «Innovation» oder «zukunftsträgliche Arbeitsplätze» finden in der Berichterstattung kaum Eingang. Nur im regionalen Kontext lassen sich eher Argumente beobachten, die die positiven Effekte der Energiewende für die (regionale) Wirtschaft hervorheben (exemplarisch: Südostschweiz, 15.3.). Stattdessen überwiegt bei den Pro-Argumenten zum einen das ebenfalls «national» aufgeladene Argument, die Energiewende würde einheimischen Strom fördern und somit die Abhängigkeit vom Ausland (Import von Öl und Gas) reduzieren. Zum anderen dominiert die eher generelle Deutung, dass die Energiepolitik der Schweiz grundsätzlich neu ausgerichtet werden muss, wobei ein wichtiger Teil die Abkehr vom Atomstrom und die Senkung des Energieverbrauchs dar-

ABB. 6 | POSITIONIERUNG DER AKTEURE PRO VORLAGE



Die Darstellung zeigt, wie sich die vier Akteure den drei Vorlagen gegenüber positionieren und wie viel Resonanz sie im Rahmen der Abstimmungsberichterstattung erzielen (n = 588). Lesebeispiel: Die Grünen waren im Abstimmungskampf zur Atomausstiegsinitiative sehr präsent (Resonanz: 101 Nennungen und stimmten der Vorlage stark zu (Akzeptanz: +99 Indexpunkte). In der aktuellen Debatte zum EnG sind sie deutlich weniger sichtbar (18 Nennungen; Akzeptanzwert: +100).

stellt. Konsens herrscht, dass sich etwas ändern muss und die Energiestrategie einen Schritt in die richtige Richtung darstellt. Diese Deutung wird stark an Bundesrätin Doris Leuthard festgemacht; sie ist es denn auch, die in mehreren Medien als wichtigste Figur der Pro-Kampagne geschildert wird (z.B. «Doris Leuthards geballte Macht», Schweiz am Wochenende, 13.5.). Dabei wird in den Medien das Energiegesetz mehrheitlich nicht als der Weisheit letzter Schluss gesehen («Ein Ja löst nicht alle Probleme, ist aber besser als Stillstand», BZ, 13.5.), sondern als Kompromiss, als «sinnvoller Murks» (AZ, 12.5.), dessen Umsetzung in Zukunft noch viele Unbekannte mit sich bringt. Positiv gewendet, handelt es sich um eine mediale Darstellung rationaler Argumente, die sich gleichsam zwangsläufig aus der Sachlage ergeben. Negativ gewendet, könnte so das Bild entstehen, wonach es sich beim EnG um einen «alternativlosen» Entscheid stärker technokratischer Politik handle.

Ambivalent wird das Bild in mehrfacher Hinsicht: Viele Medien fokussieren auf Kampagnen-Akteure selbst und bewirtschaften das Bild von «gespaltenen» Akteuren (z.B. «Schweizer Wirtschaft gespalten», TA, 3.3.; auch NZZ, 6.3.). Auch die Bewertungen der Kampagnen selbst sind ambivalent: mehrere Medientitel sprechen von einem Zahlenstreit und behaupten, dass beide Lager mit Zahlen zu Übertreibungen neigten. Auf diese Weise erlangen die Gegner eine ähnlich hohe (oder ähnlich tiefe) Glaubwürdigkeit wie die Befürworter, darunter der Bundesrat. Zu einem sehr ambivalenten Bild trägt auch die Debatte um die Förderung der einheimischen Wasserkraft bei (vgl. 24heures, 6.5.). Positiv besetzt ist die staatliche Förderung dadurch, dass sich mehrere regionale Akteure in den Bergregionen explizit dafür aussprechen, dass die Wasserkraft zur «einheimischen» (statt ausländischen) Stromproduktion beiträgt und dass sie als saubere Energie gilt. Negativ besetzt wird die Wasserkraft dadurch, dass in den Medien verschiedene Akteure darauf hinweisen, dass Stromkonzerne, die mehr Subventionen für die Wasserkraft fördern, dies bloss aus Eigeninteresse täten und dass letztlich die Konsumentinnen und Konsumenten über Gebühr belastet würden. Auf diese Weise kann

die «Subventions»-Problematik relativ einfach auch auf die Debatte über das EnG übertragen werden, da das EnG ebenfalls eine Förderung der Wasserkraft vorsieht (wenn auch nicht in dieser Höhe, wie jüngst von den Stromproduzenten gefordert). Der Hinweis hingegen, eine nochmals stärkere staatliche Förderung der Wasserkraft könnte zu Problemen mit dem EU-Recht führen und ein zukünftiges Abkommen zwischen der Schweiz und der EU belasten (LT, 13.5.), wird kaum weiter aufgenommen.

Methode

AUSWAHL DER BEITRÄGE

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit der Abstimmungsvorlage auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 27. Februar 2017 bis 14. Mai 2017 erschienen sind. Es wurden 517 verschiedene Medienbeiträge erfasst. Unbearbeitete Agenturmeldungen wurden nicht berücksichtigt. Zum Vergleich werden zwei frühere umwelt-/energiepolitische Vorlagen mitberücksichtigt (Initiative Grüne Wirtschaft; Atomausstiegs-Initiative). Für die Vergleichs-Vorlagen ist der Zeitraum 4. Juli – 18. September 2016 (214 Beiträge) resp. 5. September 2016 – 20. November 2016 (404 Beiträge).

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“ sowohl Pro- als auch Kontra-Akteuren Resonanz erteilen (= „kontrovers“), sondern bezieht sich nur auf 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 mit Fokus darauf, dass Atomkraftwerke in der Schweiz sehr alt sind – „positiv“ bei Energiegesetz);

- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht über Kanton, der seit Jahrzehnten ohne Atomenergie auskommt und in dem die Energiepreise nicht höher sind als im Durchschnitt – „positiv“

- bei Atomausstiegs-Initiative);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf der „Propaganda“ an Behörden – „negativ“ bei Energiegesetz);
- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Lob für wirksame Kampagnen-Führung der Befürworter – „positiv“ bei Energiegesetz);
- 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 Energiegesetz).

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

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

AKTEURE UND AKZEPTANZ

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

MEDIENSAMPLE

Das Mediensample besteht aus 21 Pressetiteln der Deutschschweiz und der Suisse romande (22 für die beiden Vergleichsvorlagen; L'Hebdo seit Februar 2017 eingestellt). Die abgebildeten Gesamtwerte sind direkt vergleichbar mit den Analysen zu den Vorlagen vom 28. September 2014, 30. November 2014, 8. März 2015, 14. Juni 2015, 28. Februar 2016, 5. Juni 2016, 25. September 2016, 27. November 2016 und 12. Februar 2017. Wegen des mittlerweile ausgebauten Mediensamples sind sie aber nicht direkt vergleichbar mit den Resultaten der ersten sechs Analysen, die seit Anfang 2013 auf unserer Homepage veröffentlicht wurden.

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

Boulevard- und Gratiszeitungen: 20 Minuten, 20 minutes, Blick, Blick am Abend, Le Matin, Le Matin Dimanche, Sonntags-Blick

Sonntagszeitungen / Magazine: L'Hebdo (bis Februar 2017), NZZ am Sonntag, SonntagsZeitung, Schweiz am Wochenende (bis Februar 2017 Schweiz am Sonntag), Weltwoche