

Abstimmungsmonitor

Analyse der Medienberichterstattung zu den Vorlagen vom 23. September 2018

Vorlagen: Fair-Food-Initiative, Ernährungssouveränität, Velowege

Zwischenbericht (Stand 2.9.2018)

Zürich, 7. September 2018

I. Zusammenfassung – das Wichtigste in Kürze

Bis zum Sonntag 2.9.2018 wurden die drei Abstimmungsvorlagen vom 23. September 2018 in ausgewählten Medien der Deutschschweiz und der Suisse romande wie folgt thematisiert:

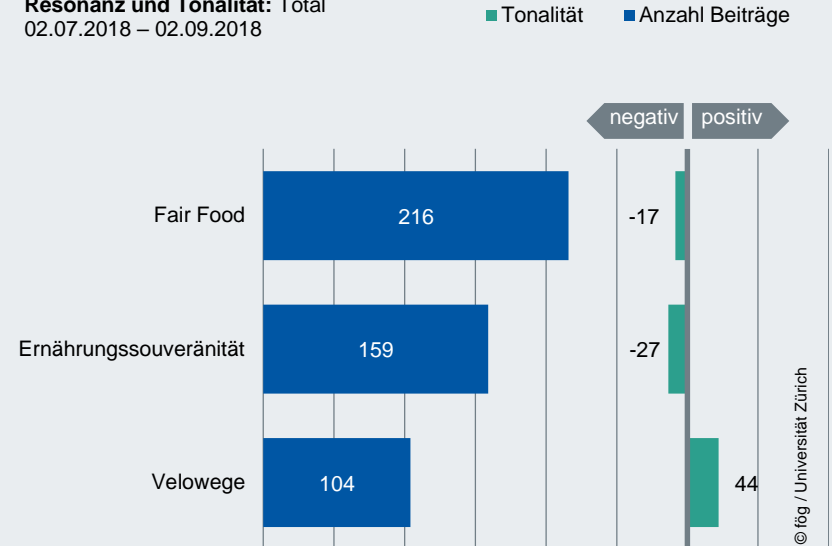
- **Alle drei Vorlagen erfahren erst spät, das heisst seit Mitte August gewisse Resonanz. Die Fair-Food-Initiative findet rund doppelt so viel Medienbeachtung wie der Gegenvorschlag zur Velo-Initiative. Die Vorlage zur Ernährungssouveränität liegt punkto Resonanz im Mittelfeld.**
- **Während der Velo-Artikel in den Medien eine überwiegend positive Tonalität erfährt, ist die Tonalität gegenüber den beiden Volksinitiativen negativ, besonders gegenüber der Ernährungssouveränität. Beides – Zustimmung zu einer Behördenvorlage, Kritik an Initiativen – ist typisch.**
- **Die Sprachregionen unterscheiden sich nur teilweise. In den Medien der Deutschschweiz ist die Kritik an der Ernährungssouveränität ausgeprägter als in der Suisse romande, dafür findet in der Suisse romande der Velo-Artikel mehr Zustimmung und steht nicht ähnlich im Hintergrund wie in der Deutschschweiz.**
- **In den Medien sind Bezüge zwischen den so genannten «Agrar-Initiativen» typisch. Vor allem die Ernährungssouveränität wird relativ wenig alleine für sich thematisiert und sie wird teilweise negativ mit der Fair-Food-Initiative kontrastiert.**
- **Bauern sind bei der Ernährungssouveränität medial präsenter als bei Fair Food, wo neben den Grünen auch die Wirtschaft stark in Erscheinung tritt. Gerade das mediale Bild von Fair Food entspricht nicht einer reinen «Agrar»-Vorlage; ebenfalls geht es um Lifestyle- und Konsumentenfragen.**

II. Beachtung und Tonalität

- Von den drei Vorlagen entfällt die meiste Beachtung auf die Fair-Food-Initiative. Sie löst rund doppelt so viel Beachtung aus wie der Gegenvorschlag zur Velo-Initiative. Die Initiative zur Ernährungssouveränität erreicht drei Viertel der Resonanz der Fair-Food-Initiative.
- Die Ernährungssouveränität erfährt weniger Resonanz und mehr Kritik (-27) als die Fair-Food-Initiative (-17).
- Die schwache Resonanz und hohe Zustimmung beim Velo-Artikel ist typisch für eine unumstrittene Behördenvorlage.

- **Klar positive Tonalität:** Velowege
- **Negative Tonalität:** Initiative zur Ernährungssouveränität, Fair-Food-Initiative

Resonanz und Tonalität: Total
02.07.2018 – 02.09.2018

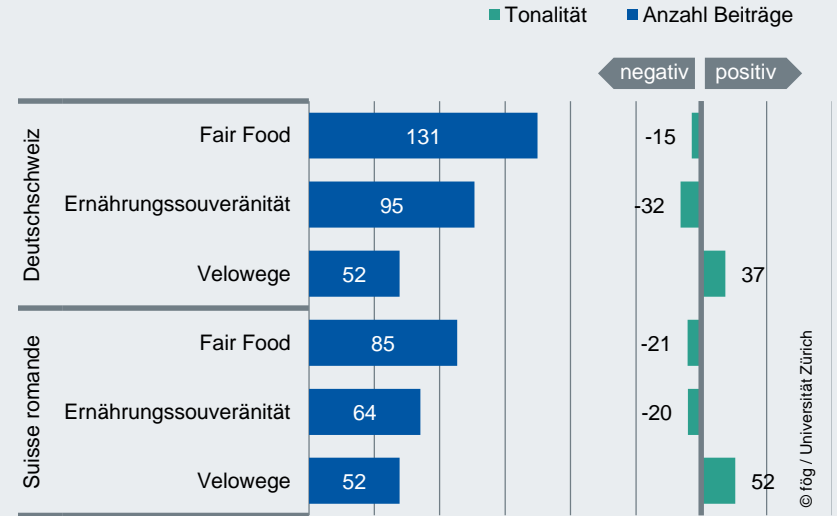


Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 479 Beiträge).

III. Unterschiede zwischen den Sprachregionen

- In beiden Sprachregionen ähnelt sich die Verteilung der Aufmerksamkeit und die Tonalität. Fair Food erhält am meisten und die Velowege am wenigsten Beachtung. Bei der Behördenvorlage dominiert die Zustimmung und bei den Initiativen die Ablehnung.
- Unterschiede bestehen darin, dass in der Deutschschweiz die Resonanz von Fair Food etwas stärker ausfällt und in der Suisse romande der Velo-Artikel etwas weniger in den Hintergrund gerät.
- In der Deutschschweiz (-32) ist die Kritik an der Ernährungssouveränität stärker als in der Suisse romande (-20), während die Velowege in der Suisse romande auf noch mehr Akzeptanz stossen (+52).

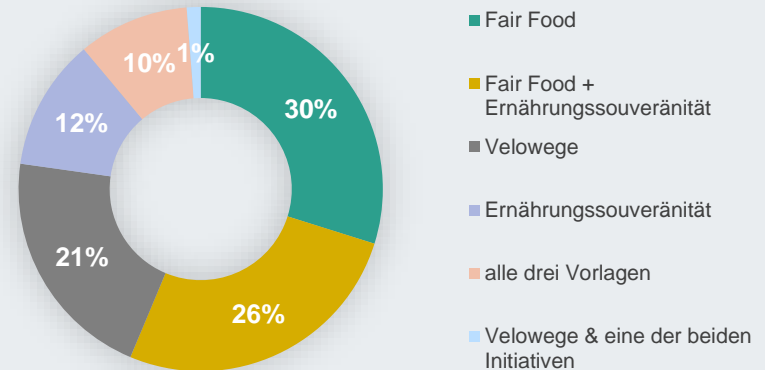
Resonanz und Tonalität: nach Sprachregionen
 02.07.2018 – 02.09.2018



Die Darstellung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge über die drei Abstimmungsvorlagen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 479 Beiträge).

IV. Beachtung: Bezüge zwischen den Vorlagen

- In 63% der Beiträge wird jeweils nur eine Vorlage thematisiert und in 37% der Beiträge finden zwei oder sogar alle drei Vorlagen gleichzeitig Resonanz.
- In den Medien sind Bezüge zwischen den beiden Volksinitiativen ausgeprägt: In 26% der Beiträge werden beide gleichzeitig thematisiert. Denn Medien fokussieren auf die ähnliche (überraschend) hohe Zustimmung in den Umfragen und versuchen in manchen Fällen, die beiden Vorlagen bewusst zu kontrastieren. Und Gegner verknüpfen die Vorlagen, indem sie ein doppeltes «Nein» zu den «Agrar»-Vorlagen empfehlen.
- Die Vorlage zur Ernährungssouveränität erfährt nach dieser Auswertung nur schwache Resonanz, weil sie wenig alleine für sich thematisiert wird (12%). Fair Food erhält auch für sich breitere Resonanz (30%).

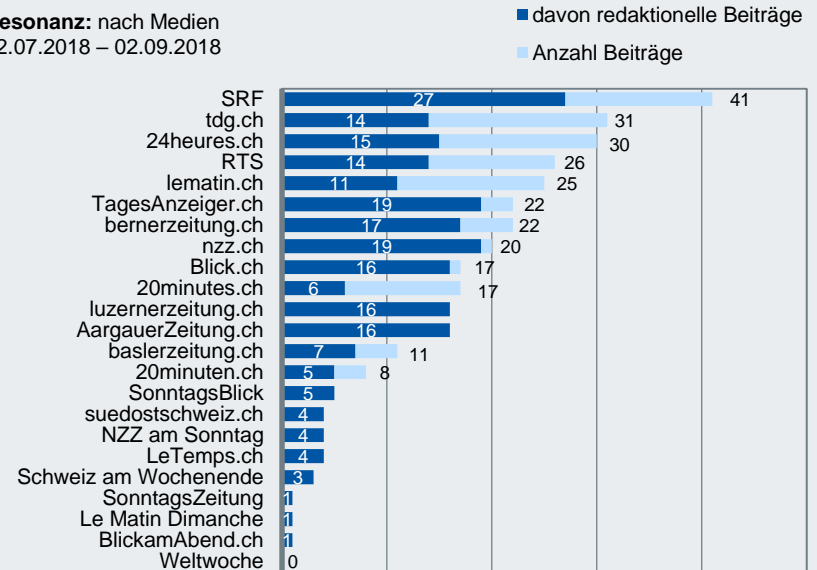


Die Darstellung zeigt die Anteile der Beachtung für die Abstimmungsvorlagen in Bezug darauf, ob eine Vorlage alleine oder zusammen mit den anderen beiden Vorlagen im selben Beitrag Resonanz findet. Ein Beitrag wird nur einmal gezählt, wenn mehrere Vorlagen gleichzeitig im Beitrag thematisiert werden (n = 325 Beiträge).

V. Beachtung: Unterschiede zwischen den Medien

- Die umfangreichste Abstimmungsberichterstattung wird von den Newssites der Abo-Zeitungen sowie den Titeln der SRG betrieben.
- Die anstehenden Abstimmungsvorlagen sind auch «Routine»: Fast ein Drittel der Berichterstattung besteht aus Agenturmeldungen, die redaktionell mehr oder minder knapp bearbeitet werden. Typischerweise werden dort die offiziellen Kampagnen-Anlässe ohne weiterführende Analysen vermittelt.
- Agenturgetriebene Beiträge sind typisch für die Medien der Suisse romande. Möglicherweise sind sie ein Anzeichen für knappere Ressourcen in den Redaktionen.
- Auf ihren Newssites tragen Le Temps und die Südostschweiz kaum zu den Debatten bei.

Resonanz: nach Medien
 02.07.2018 – 02.09.2018



© fög / Universität Zürich

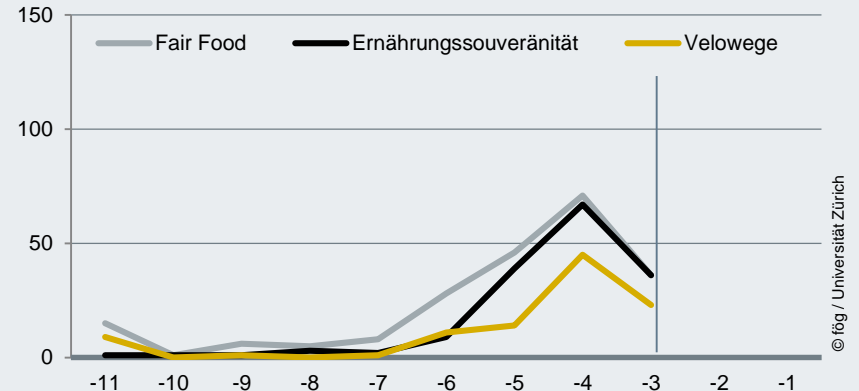
Die Darstellung zeigt die Anzahl Beiträge, die die Medien insgesamt zu den drei Abstimmungsvorlagen veröffentlichen. Ein Beitrag wird nur einmal gezählt, wenn mehrere Vorlagen gleichzeitig im Beitrag thematisiert werden. Die dunkelblauen Balken zeigen die Anzahl rein redaktionelle Beiträge, die hellblauen Balken die Anzahl redaktionell bearbeitete Agenturmeldungen (n = 325 Beiträge).

VI. Berichterstattungsdynamik

- Die Resonanz der drei anstehenden Vorlagen setzt erst gegen Ende der Sommerferien und damit relativ spät ein. Der Kampagnenstart des Bundesrats Anfang Juli löst nur punktuell Resonanz aus. Dass die Resonanz nicht früher kontinuierlich ansteigt, ist untypisch.
- Untypisch bei den anstehenden Vorlagen ist zudem, dass die Resonanz in der letzten Woche nicht mehr zunimmt. Dies unterstreicht, dass den Vorlagen medial relativ wenig Brisanz zugeschrieben wird.
- Die Berichterstattung wird vor allem von Routine-Anlässen angetrieben, d.h. von den üblichen Medienkonferenzen der verschiedenen Akteure bei ihrem Kampagnen-Start.
- Tonalitäts-Dynamiken: Schwankungen bei den Agrar-Vorlagen (negativ – positiv – negativ) als Resultat der Kampagnen; Velo-Artikel mit Ausnahme ganz kurzer kritischer Phase durchgehend positiv bewertet

Resonanz pro Woche: Vorlagen im Vergleich

02.07.2018 – 02.09.2018



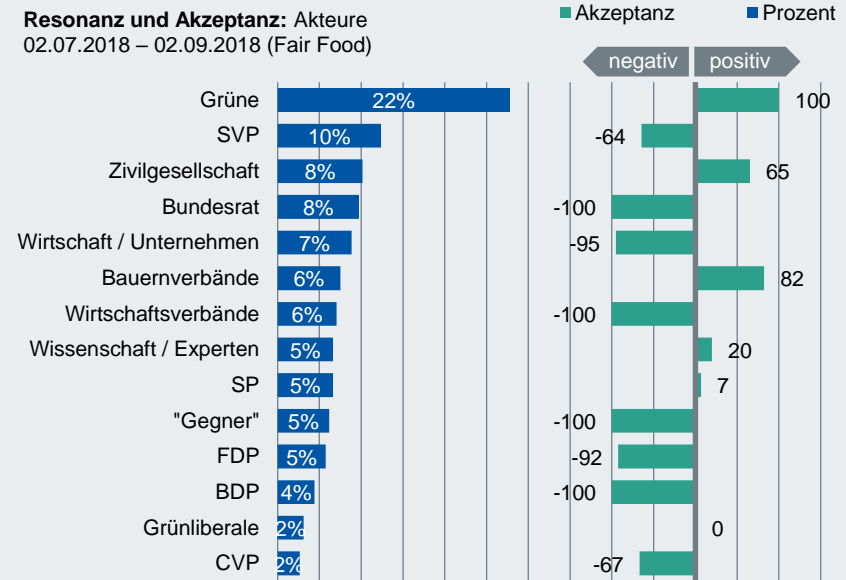
© fög / Universität Zürich

Die Abbildung zeigt die Beachtung für die drei ausgewählten Abstimmungsvorlagen (Anzahl Medienbeiträge) im Wochenverlauf. Der Startpunkt ist jeweils knapp 12 Wochen vor Abstimmungsdatum, der Endpunkt drei Wochen vor Abstimmungsdatum.

VII. Akteure Fair-Food-Initiative

- Die Grünen als Initianten (22%) sind medial mit Abstand am meisten präsent. Zuspruch erhalten sie aus der Zivilgesellschaft (8%), von Bauernverbänden (6%) und punktuell resp. nicht uneingeschränkt von Experten (5%) und der SP (5%).
- Das Spektrum der Gegner ist breiter. Als Gegner positionieren sich neben dem Bundesrat (8%) bei den Parteien vor allem SVP (10%), FDP (5%) und BDP (4%). Bei der SVP lassen sich aber auch einige zustimmende Voten beobachten (Tonalität -64).
- Fair-Food keine «Agrar»-Initiative: Weniger Bauern, mehr Grüne und mehr Wirtschaft in den Medien als bei der Ernährungssouveränität. Vor allem Unternehmen (7%) und Wirtschaftsverbände (6%) erhalten mehr Resonanz als bei der anderen Volksinitiative, gerade in absoluten Zahlen.

Resonanz und Akzeptanz: Akteure
 02.07.2018 – 02.09.2018 (Fair Food)

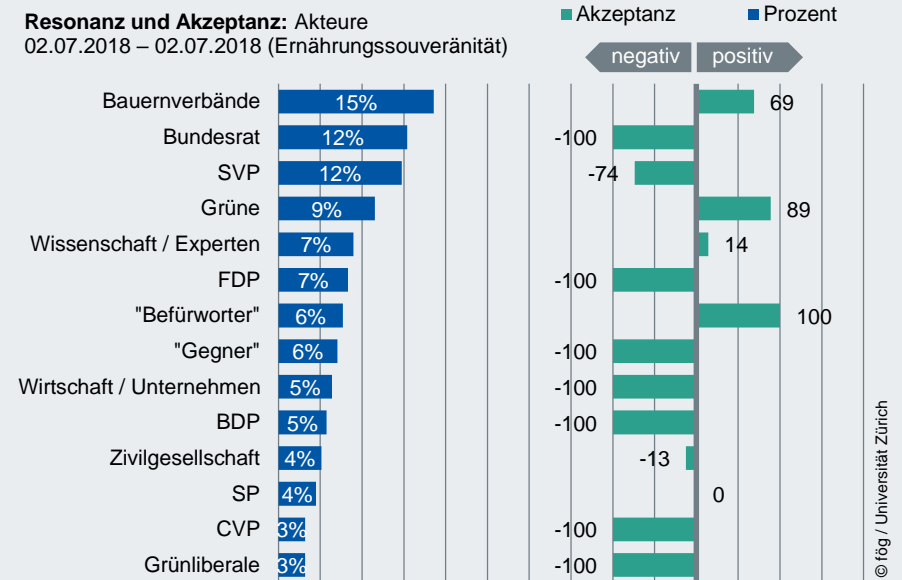


Die Darstellung zeigt die bedeutendsten Akteure, die in den untersuchten Medien Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 283 Aussagen).

VIII. Akteure Ernährungssouveränität

- Die meisten Akteure positionieren sich gegen die Initiative. Resonanzstarke Unterstützung erhalten die Initianten nur von den Grünen (9%) und punktuell von Experten (7%: +14).
- Im Vergleich zur Fair-Food-Initiative sind Bauern bei der Diskussion um die Ernährungssouveränität präsenter. Stimmen aus der Landwirtschaft kommen vor allem über verschiedene Bauernverbände zum Tragen (15%) und vermitteln insgesamt Zustimmung (Uniterre, Landfrauen etc.) (+69). Kritik von Seiten der Bauern wird stärker über Parteivertreter vermittelt (v.a. FDP und SVP).
- Abgesehen von der schwachen Präsenz der Wirtschaft, ist die Gegnerschaft ähnlich zusammengesetzt wie bei der Fair-Food-Initiative. Dies ist Ausdruck der Strategie der Gegner, beide Agrar-Initiativen gleichzeitig zu bekämpfen.

Resonanz und Akzeptanz: Akteure
 02.07.2018 – 02.07.2018 (Ernährungssouveränität)

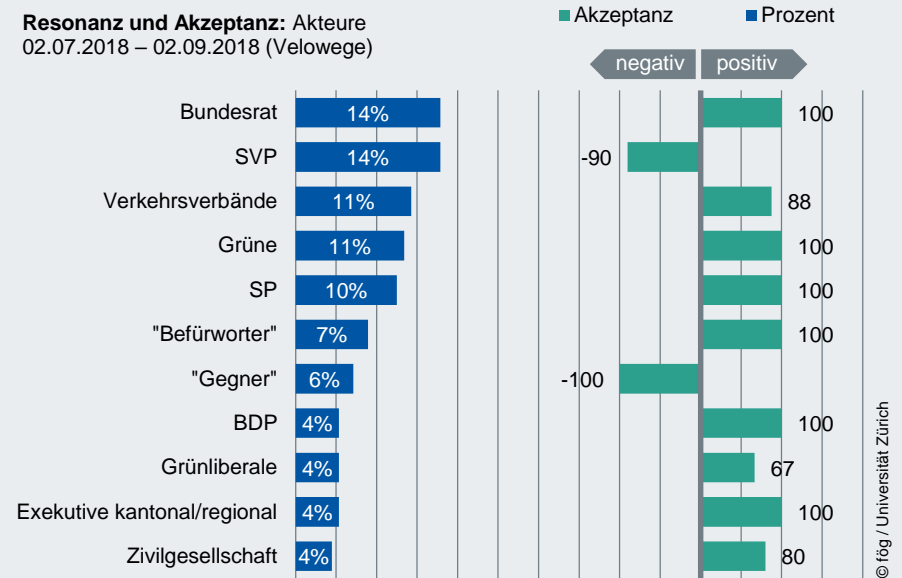


Die Darstellung zeigt die bedeutendsten Akteure, die in den untersuchten Medien Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 195 Aussagen).

IX. Akteure Velowege

- Ein breites Spektrum an Akteuren kommt mit zustimmenden Voten zu Wort: Vom Bundesrat (14%) über verschiedene Verkehrsverbände (11%), Grüne (11%) und SP (10%) bis hin zur Zivilgesellschaft (4%).
- Die Resonanz bleibt aber in absoluten Zahlen tief und von den Befürwortern kann sich kein Akteur hervorheben. Nimmt man die Medienberichterstattung zum Massstab, kristallisiert sich kein «Kopf» der Kampagne heraus.
- Als einzige kritische Stimme findet die SVP (14%) Resonanz (-90).

Resonanz und Akzeptanz: Akteure
 02.07.2018 – 02.09.2018 (Velowege)



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 = 140 Aussagen).

X. Methode (I)

INHALTSANALYSE

Basis dieser Untersuchung bildet eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung von 15 Newssites (Online-Auftritten) von Zeitungen, 6 Sonntags- resp. Magazintiteln (Print) und 5 Titeln der SRG aus der Deutschschweiz und der Suisse romande zu den Vorlagen der Eidgenössischen Abstimmung vom 23.09.2018. Dabei werden die Resonanz (Medienbeachtung) und die Akzeptanz (Tonalität der Medienberichterstattung) der Vorlagen sowie die Resonanz der Akteure (maximal 3 pro Beitrag) und deren Positionierung gegenüber der Vorlage erfasst.

Weil das Mediensample neu vor allem Newssites statt gedruckte Zeitungen umfasst, sind die Resultate nicht direkt vergleichbar mit den Resultaten des Abstimmungsmonitors zu früheren Vorlagen (März 2013 – Juni 2018).

MEDIENSAMPLE

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

Newssites Boulevard-/Pendlermedien: 20 Minuten, 20 minutes, Blick, Blick am Abend, Le Matin

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

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

XI. Methode (II)

AUSWAHL DER BEITRÄGE

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen befassen und die im Zeitraum 2. Juli 2018 – 2. September 2018 erschienen sind. Reine Agentur-Beiträge und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt. Ausgewertet werden 216 Beiträge zur Fair-Food-Initiative, 159 zur Initiative zur Ernährungssouveränität und 104 Beiträge zum Gegenvorschlag zur Velo-Initiative. Weil in manchen Beiträgen mehrere Vorlagen gleichzeitig thematisiert werden, umfasst das Sample insgesamt 325 verschiedene Beiträge.

TONALITÄT DER BEITRÄGE UND URHEBER DER TONALITÄT

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. Der Tonalitäts-Index kann Werte zwischen -100 (nur negative Beiträge) und +100 (nur positive Beiträge) annehmen.

Für jeden Beitrag wird zudem bestimmt, ob die Tonalität primär über Akteure bestimmt wird, die in den Medien zu Wort kommen («Akteure») (z.B. bei Gastbeiträgen oder bei nüchternen Artikeln über Stellungnahmen von Akteuren), oder mindestens gleichgewichtig oder sogar primär über die Medien selbst («Medium») (z.B. in Kommentaren oder Hintergrundberichten mit Bewertungen).

IX. Methode (III)

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 der Grafik werden nur die wichtigsten Akteursgruppen dargestellt; daher ergeben die Prozentwerte (Resonanz) der dargestellten Akteure aufsummiert nicht 100%.

WEITERE INFORMATIONEN

Ein detaillierterer Methodenbeschrieb findet sich in den Schlussberichten auf <http://www.foeg.uzh.ch/de/analyse/dossier.html#3>

Der ausführliche Bericht zum Abstimmungsmonitor, der die Berichterstattung bis und mit 1 Woche vor Abstimmungsdatum umfasst, wird wie üblich einige Tage vor Abstimmungsdatum veröffentlicht.

Kontakte

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Andreasstrasse 15

CH-8050 Zürich

Tel. +41 44 635 21 17

linards.udris@foeg.uzh.ch

daniel.vogler@foeg.uzh.ch