fög
Forschungszentrum
Öffentlichkeit und Gesellschaft

Vorlagen vom 29. November 2026

Abstimmungsmonitor

Zusatzfinanzierung AHV

Kriegsmaterialgesetz

Fairness-Initiative

Feuerwerksinitiative

Schlussbericht

Universität Zürich[UZH]

fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

27.11.2026

Inhalt:

2 Überblick
6 Zus.finanzierung AHV
9 Kriegsmaterialgesetz
11 Fairness-Initiative
13 Feuerwerksinitiative
16 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 alle vier nationalen Abstimmungsvorlagen vom 29. November 2026 insgesamt verhältnismässig schwach thematisiert (Abb. 1). Noch am meisten Resonanz erhält die Zusatzfinanzierung der AHV, etwas weniger das Kriegsmaterialgesetz und noch weniger die beiden Volksinitiativen, d.h. die Fairness-Initiative (auch «Initiative gegen Heiratsstrafe» genannt) und die Feuerwerksinitiative.

Bei den beiden Behördenvorlagen fällt die Tonalität ambivalent aus; Zustimmung und Ablehnung halten sich die Waage (–1 bzw. +1). Auch bei der Feuerwerksinitiative liegt die Tonalität im ambivalenten Bereich (0). Bei der Fairness-Initiative überwiegt die negative Tonalität (–16).

Resonanz im Vergleich

Alle vier Vorlagen vom 29. November 2026 werden verhältnismässig wenig thematisiert. Die Vorlage zur Zusatzfinanzierung der AHV ist zwar die «Lead»-Vorlage, liegt aber trotzdem gerade mal auf Rang 27 von 74 Volksabstimmungen seit September 2018. Auch das Kriegsmaterialgesetz wird höchstens durchschnittlich stark thematisiert, wobei die Resonanz in den letzten Wochen des Abstimmungskampfs zugenommen hat. Die Fairness-Initiative und die Feuerwerksinitiative gehören zu den zehn Vorlagen mit der schwächsten Medienresonanz.

Die schwache Resonanz fällt auch auf im direkten Vergleich zu Volksabstimmungen, die thematisch mit den aktuellen Vorlagen verwandt sind (Abb. 2). Die Zusatzfinanzierung der AHV, also die Finanzierung der 13. AHV-Rente durch eine Erhöhung der Mehrwertsteuer (MWSt), wird nicht einmal halb so intensiv diskutiert wie damals die Einführung der 13. AHV. Kurz: Damals wurde um den Grundsatzentscheid (13. AHV-Rente ja oder nein) mit viel Resonanz gestritten, während die mögliche Umsetzung (Erhöhung MWSt) viel weniger Beachtung findet. Auch die AHV-Reform, die aus zwei Einzelvorlagen bestand und nicht nur eine Erhöhung der MWSt, sondern auch einen Entscheid über ein höheres Rentenalter für Frauen umfasste, löste mehr Beachtung aus.

Ein ähnliches Muster sieht man auch beim Kriegsmaterialgesetz, das nur ungefähr halb so intensiv diskutiert wird wie die Neutralitätsinitiative. Auch hier gilt: Der Grundsatzentscheid (Welche Form der Neutralität will die Schweizer Bevölkerung?) führt zu grösseren Diskussionen als eine mögliche Lockerung in einem spezifischen Bereich, d.h. bei den Waffenexporten.

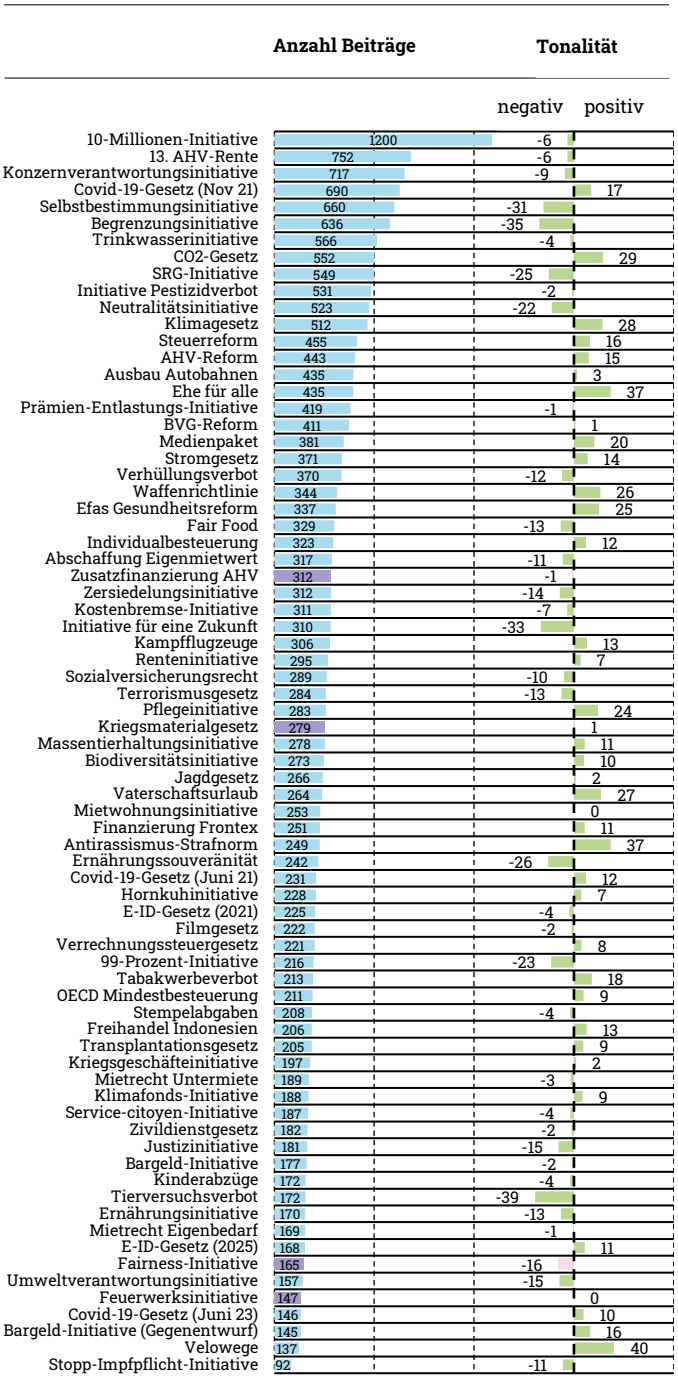

Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 29. November 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= 23'842 Beiträge).

Allerdings löst das Kriegsmaterialgesetz mehr Aufmerksamkeit aus als damals die von der JUSO lancierte Kriegsgeschäfte-Initiative. Eine Vermutung ist, dass die veränderte geopolitische Lage seit der russischen Vollinvasion in der Ukraine die Sensibilität für sicherheitspolitische Fragen erhöht haben könnte.

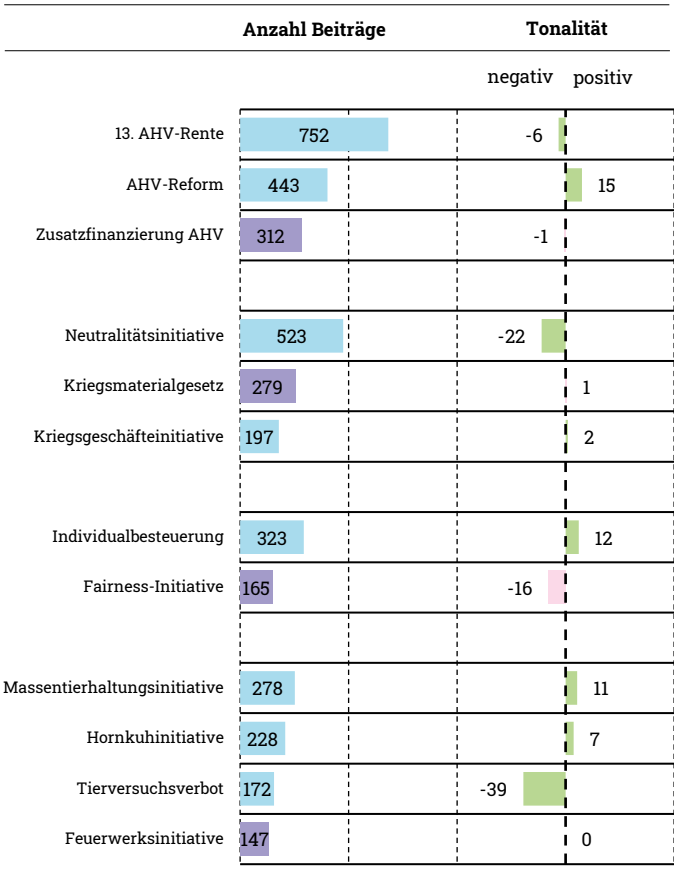

Abbildung 2: Resonanz und Tonalität bei ausgewählten Vorlagen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 29. November 2026 im Vergleich mit ausgewählten 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= 3'819 Beiträge).

Auch bei der steuerpolitischen Fairness-Initiative, die eine Abschaffung der «Heiratsstrafe» zum Ziel hat, zeigt sich ein ähnliches Bild. Die Individualbesteuerung, die eben erst im März 2026 von der Schweizer Stimmbevölkerung angenommen wurde, findet doppelt so viel Resonanz wie die Fairness-Initiative. In der Tat wird in einem Teil der Berichterstattung über die Fairness-Initiative sogar argumentiert, dass die Fairness-Initiative eine «Zwängerei» sei, da sich das Stimmvolk ja bereits für die Individualbesteuerung ausgesprochen habe. Die Befürworter:innen argumentieren allerdings, dass ihre Initiative bereits vor dem Volksentscheid zur Individualbesteuerung eingereicht worden war.

Die Feuerwerksinitiative rückt in ihrer Argumentation das Tierwohl ins Zentrum, da insbesondere Tiere unter lautem Feuerwerk leiden würden. In dieser Hinsicht lässt sich die Feuerwerksinitiative mit anderen Vorlagen im Bereich Tierwohl und Tierschutz vergleichen. So fällt auf, dass die Feuerwerksinitiative auch bei diesem Vergleich schwache Resonanz erhält. Die Hornkuh-Initiative zum Beispiel oder auch die Initiative gegen die Massentierhaltung hatten mehr Beachtung erfahren. Die Feuerwerksinitiative wird ähnlich schwach thematisiert wie die Initiative für ein Tier- und Menschenversuchsverbot. Die begrenzte Resonanz steht im Kontrast zur hohen Zustimmung in den Umfragen: Die Vorlage scheint in der Bevölkerung einen Nerv zu treffen, wird aber kaum diskutiert. Dies mag damit zusammenhängen, dass trotz offizieller Nein-Parolen vieler Parteien keine starke Gegenmobilisierung sichtbar ist – erkennbar sowohl an den Zahlen der Eidgenössischen Finanzkontrolle als auch an der geringen Anzahl Aussagen von Gegner:innen (Abb. 12). Dies legt insgesamt nahe, dass die Initiative nicht als brisant wahrgenommen wird.

Tonalität im Vergleich

Bei den anstehenden Abstimmungsvorlagen handelt es sich um zwei Behördenvorlagen und zwei Volksinitiativen. 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.

Bei der AHV-Zusatzfinanzierung (–1) und beim Kriegsmaterialgesetz (+1)halten sich Zustimmung und Ablehnung die Waage – ein Hinweis darauf, dass es bei diesen Behördenvorlagen mehr Kritik gibt als sonst.

Nur die negative Tonalität bei der Fairness-Initiative (–16) passt gut ins Bild. Im Vergleich dazu fällt die Kritik an der Feuerwerksinitiative verhaltener aus (0). Dass die Tonalität bei der Feuerwerksinitiative nicht negativ(er) ausfällt, liegt vermutlich auch daran, dass sich kaum parteipolitische Akteur:innen oder

Wirtschaftsverbände resonanzstark gegen die Initiative positionieren.

Dynamik und Treiber der Medienresonanz

Die Medienresonanz der vier Vorlagen nimmt im Verlauf des Abstimmungskampfs insgesamt zu, allerdings ohne eine gemeinsame, aussergewöhnliche Mobilisierungsphase, wie es sie beispielsweise im Sommer 2026 bei der Neutralitätsinitiative gab (Abb. 3). Am kontinuierlichsten entwickelt sich die Berichterstattung über die Zusatzfinanzierung der AHV. Nach einem tiefen Ausgangsniveau steigt sie ab der siebten Woche vor der Abstimmung deutlich an und erreicht fünf Wochen vor dem Urnengang ihren vorläufigen Höchstwert.

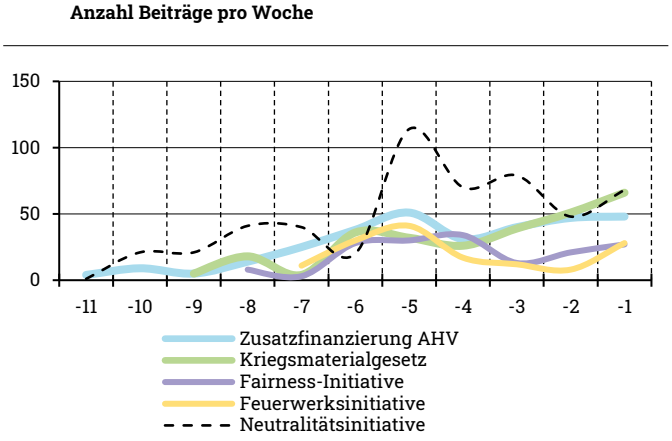

Abbildung 3: Resonanz im Zeitverlauf

Die Abbildung zeigt pro Woche die Medienresonanz der vier Abstimmungsvorlagen vom 29. November 2026 und zum Vergleich die Neutralitätsinitiative vom 27. September 2026 (n= 1596 Beiträge).

Die Berichterstattung über die AHV-Zusatzfinanzierung wird nicht durch bestimmte externe Ereignisse angetrieben. Stattdessen gibt es immer wieder Berichte und Einordnungen der Medien zu den (komplexen) Berechnungen, wie es finanziell um die AHV steht und was ein Nein zur Zusatzfinanzierung bedeuten würde. Daneben fallen den Medien die Abweichungen von den erwartbaren Lagern auf. Im linken Lager, das insgesamt für ein Ja wirbt, opponieren mit Juso, SP Genf und VPOD wichtige linke Akteure. Auf der Gegenseite führt die FDP das Nein-Lager an, erhält aber von den grossen Wirtschaftsverbänden weniger Unterstützung als erwartet. Insgesamt dominieren auch bei der Feuerwerksinitiative und bei der Fairness-Initiative eine Routineberichterstattung ohne Enthüllungen und Skandale. Die sehr schwache Resonanz der Feuerwerksinitiative geht auch damit einher, dass zwar zivilgesellschaftliche Akteur:innen präsent sind, Parteien aber kaum (vgl. Abb. 12). Bei der Fairness-Initiative wiederum handelt es sich um eine Diskussion zwischen Parteien und innerhalb der etablierten Politik, mit nur sehr geringer Resonanz von Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft (vgl. Abb. 10).

Im Unterschied dazu gibt es beim Kriegsmaterialgesetz einige externe Ereignisse, die mit der Abstimmung in Verbindung gebracht werden. Die Neutralitätsinitiative, über die im September 2026 abgestimmt wurde, wird zuweilen mit dem Kriegsmaterialgesetz verknüpft. Dabei wird insbesondere diskutiert, welche Auswirkungen die schweizerische Neutralitätspolitik und die vom Gesetz vorgeschlagenen (neuen) Regeln für Waffenexporte sowie auf die Ukraine und Russland haben könnten. Aufmerksamkeit erhalten ebenfalls die verhältnismässig guten Zahlen der schweizerischen Rüstungsindustrie (z.B. der Firma Rheinmetall), was mit einer Diskussion verbunden wird, inwiefern eine Lockerung der Waffenexporte notwendig ist. Auch Berichte über den Betrugs- und Compliance-Skandal beim Rüstungsunternehmen RUAG und über eine mögliche Umgehung von Exportbestimmungen finden ihren Niederschlag in der Berichterstattung. Auch Enthüllungen, dass Schweizer Waffen (vermutlich unerlaubterweise) nach Russland oder zu einem brasilianischen Drogen-Kartell gelangt sind, finden vor allem gegen Ende des Abstimmungskampfs Resonanz und sorgen dafür, dass das Kriegsmaterialgesetz zwischendurch sogar mehr Aufmerksamkeit erhält als die AHV-Vorlage.

Für einige Akteur:innen sind diese Skandale Beleg dafür, dass Bestimmungen für Waffenexporte nicht gelockert werden sollten, und für weitere Akteur:innen ein Grund für den Vertrauensverlust in Armee und Rüstungsindustrie. Schliesslich findet auch der Versuch der SP mediale Resonanz, das Abstimmungsbüchlein des Bundes wegen angeblich irreführender Aussagen zu skandalisieren. Insgesamt scheint das Pro-Lager eher in der Defensive. Aktiv schaltet sich neben dem Bundesrat auch eine bürgerliche Allianz in die Diskussion ein, daneben auch kleinere und grössere Waffenproduzenten, die u.a. argumentieren, dass sie bei einem Nein zur Gesetzesänderung möglicherweise die Schweiz verlassen müssten.

Sprachregionale Unterschiede

Zwischen den grossen Sprachregionen gibt es in der Berichterstattung neben Gemeinsamkeiten auch Unterschiede (Abb. 4). Gemeinsam ist, dass in beiden Sprachregionen die AHV-Vorlage am meisten und das Kriegsmaterialgesetz am zweitmeisten Aufmerksamkeit erfahren. Auch die ambivalente Tonalität bei der Feuerwerksinitiative und die etwas negativere Tonalität bei der Fairness-Initiative zeigen sich in beiden Sprachregionen.

Unterschiede gibt es in der Tonalität bei den beiden Behördenvorlagen. Während in den Medien der Deutschschweiz die Zusatzfinanzierung der AHV in der Summe ambivalent ist (+1), fällt die Kritik in den Medien der Suisse romande etwas stärker aus (–7); im Vergleich zu einer früheren Phase im Abstimmungskampf hat sich die Tonalität zwischen den Sprachregionen angeglichen (vgl. Zwischenbericht). Ein umgekehrtes Bild zeigt sich beim Kriegsmaterialgesetz: Dieses wird in den Medien der Deutschschweiz kritischer bewertet (–3) als in den Medien der Suisse romande (+9).

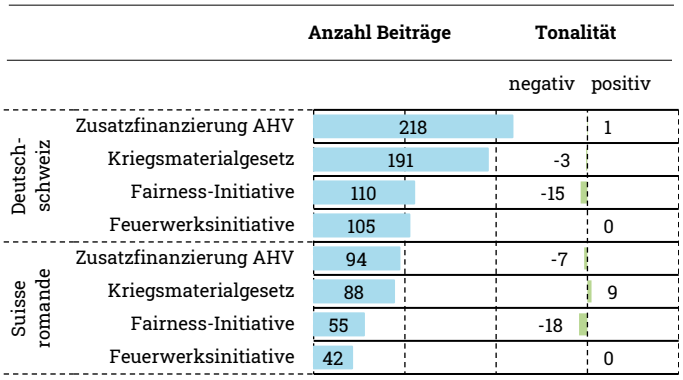

Abbildung 4: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 29. November 2026 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis –100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 903 Beiträge).

Zusatzfinanzierung AHV

Bei der Zusatzfinanzierung der AHV handelt es sich bei vielen, wenn auch nicht allen Medien um die resonanzstärkste der vier November-Vorlagen. Besonders intensiv berichten blick.ch, 24heures.ch und tdg.ch, die CH-Media-Titel, nzz.ch sowie SRF (Abb. 5). Auch die Deutschschweizer Tamedia-Titel greifen die Vorlage regelmässig auf. Sonntags- und Wochenmedien berichten dagegen nur punktuell. Dies spricht dafür, dass die Vorlage zwar als wichtigste des Abstimmungssonntags gilt, aber keine aussergewöhnliche Mobilisierung auslöst.

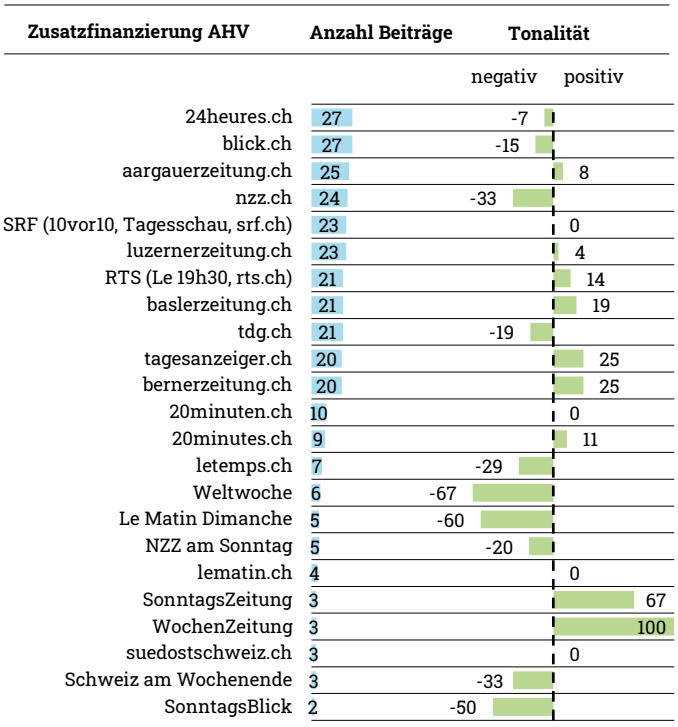

Abbildung 5: Resonanz und Tonalität – Zusatzfinanzierung AHV

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Zusatzfinanzierung der AHV. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 312 Beiträge).

Unterschiedliche Tonalität bei den Medien

Im Aggregat fällt die Tonalität gegenüber der Vorlage ambivalent aus. Hinter diesem Gesamtwert verbergen sich deutliche Unterschiede zwischen den Medien. Positiver berichten etwa die Deutschschweizer Tamedia-Titel und RTS (+14). Ambivalent fällt die Tonalität bei SRF (0) sowie den CH Media-Titeln wie aargauerzeitung.ch (+8) aus. Klar negativer ist die Tonalität bei nzz.ch (–33), letemps.ch (–29), 24heures.ch (–7) und tdg.ch (–19) und blick.ch (–15). Die starken Ausschläge bei Sonntags- und Wochenmedien beruhen auf sehr kleinen Fallzahlen und sind entsprechend vorsichtig zu interpretieren.

Kaum Unterschiede zwischen Formaten

Insgesamt halten sich in der Abstimmungsberichterstattung Zustimmung und Ablehnung die Waage. Dies zeigt sich auch bei allen Formaten. Reine Nachrichtenbeiträge weisen in der Summe gleich viele Pro- und Kontra-Stimmen auf. In Interviews und auch mit Gastbeiträgen kommen Befürworter:innen und Gegner:innen gleich häufig zu Wort. Und schliesslich gibt es ähnlich viele redaktionelle Kommentare, die ein Ja empfehlen, wie solche, die ein Nein empfehlen. All dies zusammen unterstreicht, dass die Vorlage umstritten ist.

Rasch umsetzbare Lösung

Beiträge mit positiver Tonalität vermitteln die Zusatzfinanzierung überwiegend nicht als ideale, sondern als verantwortbare und rasch umsetzbare Lösung. Im Vordergrund steht das Argument, dass die 13. AHV-Rente demokratisch beschlossen ist und ab Dezember 2026 ausbezahlt wird. Wer diese Leistung beschlossen habe, müsse nun zumindest einen Teil ihrer Finanzierung sicherstellen. Die Erhöhung der Mehrwertsteuer erscheint in diesen Artikeln deshalb als Ausdruck finanzpolitischer Verantwortung, zumal bisweilen auch Defizite bei der AHV befürchtet werden, falls die AHV keine zusätzlichen Einnahmen erhalte.

Ein zweiter Typ positiver Beiträge untersucht die konkrete Belastung der Haushalte. Diese Artikel stellen den zusätzlichen Ausgaben von ungefähr 7 Franken pro Monat bei tiefen Einkommen beziehungsweise 13 bis 15 Franken bei mittleren Einkommen die zusätzliche 13. AHV-Rente gegenüber. Hervorgehoben wird zudem, dass Lebensmittel und Medikamente weiterhin dem reduzierten Satz unterliegen und Mieten sowie Krankenkassenprämien nicht direkt mit Mehrwertsteuer belastet werden. Die Mehrbelastung sei für die meisten Haushalte überschaubar, während die spätere Zusatzrente deutlich höher ausfalle. Gleichzeitig würden nicht nur Erwerbstätige, sondern auch Pensionierte, Unternehmen, Konsument:innen und ausländische Tourist:innen zur Finanzierung beitragen.

Ein dritter Typ sind Kommentare, Interviews und Statements in Nachrichtenbeiträgen, die das Ja als Schutz vor härteren Alternativen darstellen. Vertreter:innen von SP und Gewerkschaften argumentieren, ein Nein erhöhe den Druck auf ein höheres Rentenalter oder die Höhe der Renten. So äussert sich zum Beispiel der Präsident des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes in der SRF Tagesschau zur Haltung von FDP und SVP: «Sie wollen jetzt Defizite in der AHV, weil das aus ihrer Sicht die einzige Möglichkeit ist, das Rentenalter zu erhöhen» (SRF, 13.10.).

Kritikpunkte an der Vorlage

Artikel mit negativer Tonalität greifen vor allem vier Schwächen der Vorlage auf. Erstens wird die Mehrwertsteuer als sozial unausgewogen dargestellt, die auch sozial Schwächere belaste. Negative Beiträge greifen häufig konkrete Alltagsausgaben auf, etwa Kleider, Restaurantbesuche, Coiffeurbesuche, Benzin oder Möbel. Wenn die Kaufkraft verschiedener Bevölkerungsgruppen geschwächt werde, dann werde letztlich auch das Ziel der 13. AHV-Rente unterlaufen (z.B. « Le peuple donne, la TVA reprend », 24heures.ch, 27.10.).

Zweitens kritisieren viele Beiträge, dass die Vorlage nur einen Teil der Kosten deckt. Mehreinnahmen durch die Mehrwertsteuer würden höheren Zusatzkosten durch die Einführung der 13. AHV-Rente gegenüberstehen. Kommentare und Interviews beispielsweise mit Vertreter:innen der FDP bezeichnen die Vorlage angesichts dieser Finanzierungslücke deshalb als «MWST-Schwindel» (z.B. blick.ch, 28.09.). Der Bevölkerung werde eine Steuererhöhung abverlangt, obwohl bereits feststehe, dass bald weitere Finanzierungsbeschlüsse notwendig würden. In dieser Darstellung verschiebt die Vorlage das strukturelle Problem lediglich auf später.

Drittens stellen negativ gehaltene Artikel alternative Lösungen in den Vordergrund. Die Altersvorsorge sollte grundsätzlicher diskutiert werden. «Das Land braucht einen heilsamen Schock: Lasst die AHV-Finanzierung platzen!» (nzz.ch, 18.10.). Bürgerliche Gegner:innen verlangen Einsparungen im Bundeshaushalt, eine AHV-Schuldenbremse, ein flexibles Lebensarbeitszeitmodell oder längerfristige Anpassungen des Referenzalters. Linke Gegner:innen der Vorlage kommen zu Wort, indem sie zusätzliche Lohnbeiträge, stärkere Beiträge hoher Einkommen oder andere progressive Finanzierungsquellen bevorzugen.

Viertens wird in manchen Artikeln der SP und Gewerkschaften letztlich mangelnde Konsequenz oder gar mangelnde Glaubwürdigkeit vorgeworfen. Sie hätten die Mehrwertsteuer früher als unsozial bezeichnet und würden sie nun «zähneknirschend» befürworten (blick.ch, 28.09.).

Pro-Kontra, unterschiedliche Auswirkungen und Glaubwürdigkeitsprobleme

Ein grosser Teil der Berichterstattung ist insgesamt ambivalent – und dies aus unterschiedlichen Gründen. Erstens werden, wie in der Abstimmungsberichterstattung üblich, in vielen Beiträgen Pro- und Kontra-Argumente gegenübergestellt. Rund die Hälfte aller Beiträge ist kontradiktorisch aufbereitet. Dazu gehören auch Beiträge, die den Anspruch haben, einen Überblick zu verschaffen oder die Vorlage insgesamt zu erklären.

Zweitens lässt sich eine weitere Gruppe von Artikeln beobachten, die die Auswirkungen der Vorlage auf verschiedene Teile der Gesellschaft prüfen. Denn die «Mehrwertsteuer trifft alle – aber unterschiedlich stark» (blick.ch, 29.10.). Einen «Online-Rechner» aber, mit dem jede Person die für sie individuellen Auswirkungen der Reform berechnen könnte, gibt es in dieser Abstimmungsberichterstattung nicht – anders als bei sozial- und finanzpolitischen Vorlagen der letzten Jahre wie zum Beispiel bei der Individualbesteuerung oder 13. AHV-Rente.

Kritik auch im linken Lager

Auf den ersten Blick scheint die Vorlage medial eine von Mitte-links gestützte Vorlage zu sein. Auf der einen Seite treten zwar linke Akteur:innen, der Bundesrat (11%) und die Mitte (4%) im Pro-Lager und bürgerliche Akteur:innen im Nein-Lager in Erscheinung. Auf der anderen Seite ist die FDP mit 25 Prozent aller erfassten Aussagen die sichtbarste Gruppe und positioniert sich fast geschlossen gegen die Vorlage (Akzeptanz: –98). Ebenfalls klar ablehnend tritt die SVP auf (6%; –100).

Auf den zweiten Blick wird aber deutlich, dass im linken Lager nicht alle Gruppen dieselben Positionen vertreten. Dies erkennt man in Abb. 6 daran, dass die Akzeptanzwerte nicht nahe bei +100 liegen. Tatsächlich haben Gewerkschaften insgesamt einen Akzeptanzwert von +39 – ein Hinweis darauf, dass v.a. die medial präsente Gewerkschaft VPOD sich gegen die Vorlage positioniert. Auch bei der SP (+36) ist die Position nicht einheitlich. Unter anderem die SP im Kanton Genf spricht sich gegen die Zusatzfinanzierung aus. Der Konflikt im linken Lager wird auch von den Medien

thematisiert (z.B. «La gauche se déchire», tdg.ch, 22.09.).

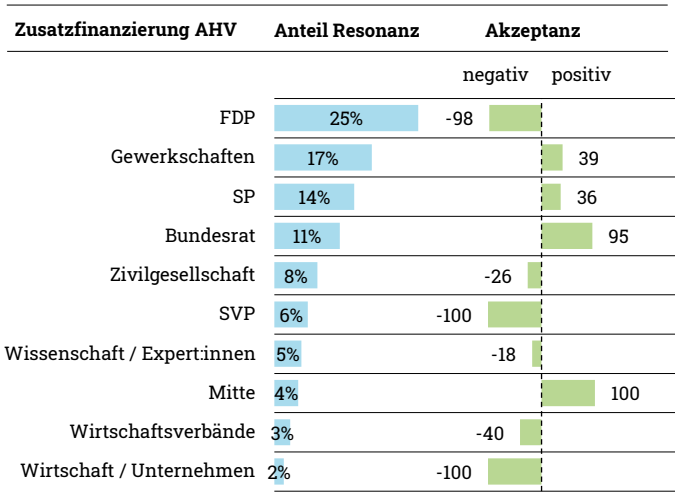

Abbildung 6: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Zusatzfinanzierung AHV

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Zusatzfinanzierung der AHV 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 = 358 Aussagen).

Auffallend gerade im Vergleich zur Initiative für eine 13. AHV-Rente ist, dass dieses Mal verschiedene Akteursgruppen kaum beziehungsweise viel seltener vorkommen, die damals die Medienberichterstattung mitgeprägt hatten: zivilgesellschaftliche Akteur:innen (damals v.a. betroffene Rentner:innen) (8%), die SVP (6%) und Wissenschaftler:innen (5%). Auch Wirtschaftsverbände (3%) und Unternehmen (2%) halten sich zurück und sind kaum präsent. Dass Wirtschaftsverbände dem Pro-Lager nicht (finanziell) beistehen, wird ebenfalls in den Medien zum Thema gemacht (z.B. Tamedia, 18.09.).

Die Debatte wird insgesamt also stärker als Auseinandersetzung zwischen politischen Organisationen geführt und weniger über konkrete Lebenslagen von betroffenen Bevölkerungsgruppen. Es handelt sich also um eine eher technisch geführte Diskussion über Finanzen als um eine Grundsatzdiskussion.

Kriegsmaterialgesetz

Das Kriegsmaterialgesetz erhält bei vielen Medien die zweithöchste Resonanz der vier November-Vorlagen. Besonders intensiv berichten SRF und RTS, die dem Kriegsmaterialgesetz sogar mehr Aufmerksamkeit schenken als der AHV-Vorlage, 24heures.ch und tagesanzeiger.ch (Abb. 7). Sonntags- und Wochenmedien berichten dagegen nur vereinzelt. Hervorgehoben werden muss allerdings ein Bericht der NZZ am Sonntag darüber, dass Schweizer Munition über Umwege nach Russland gelangt ist (15.11.). Diese Recherche wird von mehreren Medien prominent aufgenommen.

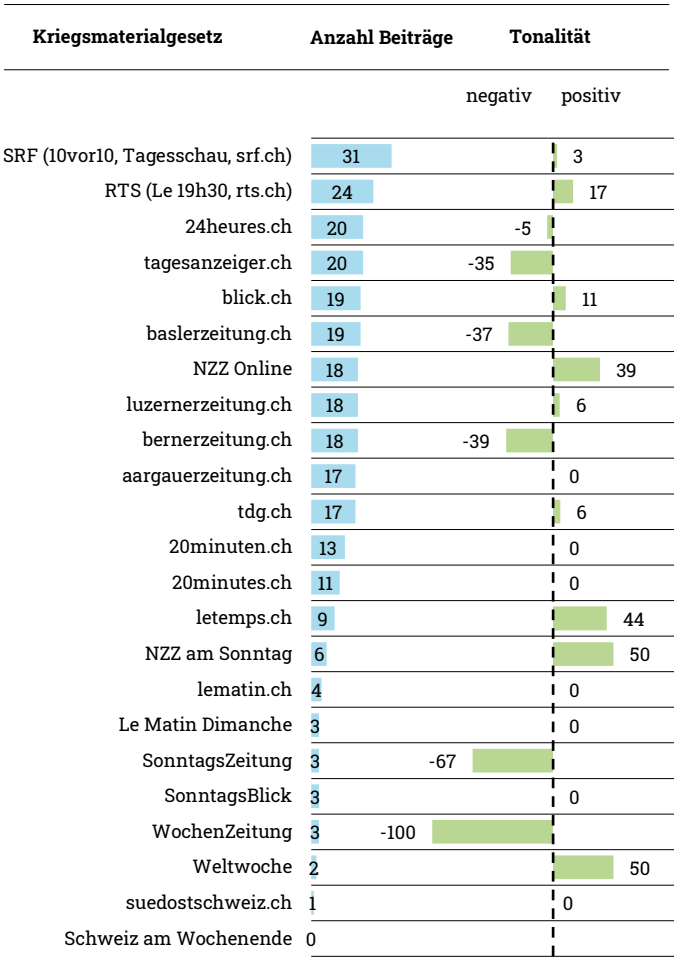

Abbildung 7: Resonanz und Tonalität – Kriegsmaterialgesetz

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über das Kriegsmaterialgesetz. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 279 Beiträge).

Unterschiedliche Positionen der Medien

Über alle Beiträge hinweg halten sich Zustimmung und Ablehnung nahezu die Waage. Hinter diesem Gesamtwert stehen jedoch deutliche Unterschiede zwischen den Medien (Abb. 7). Positiver berichten insbesondere nzz.ch (+39), Le Temps (+44), die NZZ am Sonntag (+50), RTS (+17) und blick.ch (+11). Kritischer fällt die Tonalität bei den Deutschschweizer Tamedia-Titeln aus.

Sicherheitspolitischer Reformdruck

Beiträge mit positiver Tonalität beinhalten oft die Perspektive, wonach die Schweiz in der veränderten geopolitischen Lage nicht mehr als genügend verlässliche Partnerin in Europa wahrgenommen werde. Denn das bestehende Kriegsmaterialgesetz erschwere es, dass europäische Partnerstaaten Waffen in der Schweiz kaufen. Diese Wahrnehmung wird mit zwei Typen von Argumenten verbunden, sicherheitspolitischen und wirtschaftspolitischen.

Auf die Sicherheitspolitik fokussiert, gehen positive Berichte beispielsweise auf den Kampagnenstart des Bundesrats ein oder enthalten Interviews mit den Bundesräten Guy Parmelin und Martin Pfister sowie Vertreter:innen der bürgerlichen Parteien. Diese Akteur:innen leiten aus dem Ukrainekrieg eine sicherheitspolitische Abhängigkeit ab: Eine neutrale Schweiz sei besonders auf eigene Produktionskapazitäten und verlässliche Beziehungen zu Partnerstaaten angewiesen. Das wiederkehrende Argument lautet: Wer selbst nicht liefert, wird im Krisenfall möglicherweise ebenfalls nicht beliefert («Un pays qui n'a rien à offrir n'a rien à demander», 20minutes.ch, 29.09.; «Wer Partner will, muss verlässlich sein», CH Media, 11.11.). Ebenfalls sicherheitspolitisch, aber mit einem anderen Akzent wird das Argument vorgebracht, die Schweiz dürfe sich nicht zu stark von ausländischen Waffen abhängig machen, sondern brauche gerade in Krisenzeiten eine stabile einheimische Rüstungsindustrie (SRF Tagesschau, 15.10.).

Ein stärker wirtschaftspolitisches Argument wird unter anderem in Reportagen und Berichten über den Zustand der Schweizer Rüstungsindustrie vorgebracht. Unternehmen wie SwissP Defence, Nammo MTH oder Betriebe der Rheinmetall-Gruppe dienen als Beispiele dafür, dass ohne eine Lockerung des Kriegsmaterialgesetzes Arbeitsplätze, Forschung und technisches Know-how gefährdet seien. Auffallend ist, dass sich

mehrere Unternehmen aktiv einbringen und ihre Anliegen mit konkreten Personen, vor allem den CEOs oder Besitzern, vorbringen.

«Ukraine-Paradox» und Skandale

Die negative Tonalität wird besonders stark durch das «Ukraine-Paradox» (srf.ch, 13.11.) angetrieben: «Schweizer Waffen für fast alle ausser die Ukraine? Das ist absurd» (tagesanzeiger.ch, 12.11.) In der Einschätzung des Nein-Lagers helfen die gelockerten Exportbestimmungen von Waffen «ausgerechnet» der Ukraine nicht: Bestehende Nichtwiederausfuhrerklärungen bleiben gültig, direkte Lieferungen sind ausgeschlossen und bei einer absehbaren Weitergabe an die Ukraine will der Bundesrat gestützt auf Neutralitätsbestimmungen weiterhin intervenieren. Besonders die SP behauptet, auch mit einer Skandalisierung der offiziellen Darstellung im Bundesbüchlein (z.B. Tamedia, 27.10.), der Bundesrat habe zuerst die Lockerungen mit dem Ukraine-Krieg begründet, würde aber verschweigen, dass die Lockerungen der Ukraine nicht helfen. Aus einer «Lex Ukraine» sei eine «Lex Rüstungsindustrie» geworden (z.B. 20min.ch, 07.11.). Darauf gestützt, behauptet das Nein-Lager, beim veränderten Kriegsmaterialgesetz handle es sich um ein unmoralisches «Anti-Ukraine-Gesetz» (z.B. 20min.ch, 07.11. oder 20minutes.ch, 09.11.) oder ein «Pro-Putin-Gesetz» (z.B. luzernerzeitung.ch, 07.11.).

Ein zweiter Treiber der negativen Tonalität sind Enthüllungen über problematische Weitergaben von Waffen. Häufig erwähnt werden Schweizer Handgranaten, die ursprünglich an die Vereinigten Arabischen Emirate geliefert worden waren und später über Umwege in Syrien auftauchten. Auch Scharfschützenmunition sei «trotz Exportverbot» in Russland aufgetaucht. Zusätzliche Kritik erzeugt der Skandal bei der Ruag; Berichte über mögliche Umgehungsgeschäfte des bundeseigenen Unternehmens nähren Zweifel, ob in Zukunft weniger verbindliche Kontrollen vertretbar sind. Schliesslich wird in mehreren Recherchen bezweifelt, dass das bisherige Kriegsmaterialgesetz die Rüstungsindustrie (zu) stark einschränke. Denn hohe Exportzahlen und die starke Stellung ausländischer Konzerne wie Rheinmetall relativierten das Krisennarrativ der Branche.

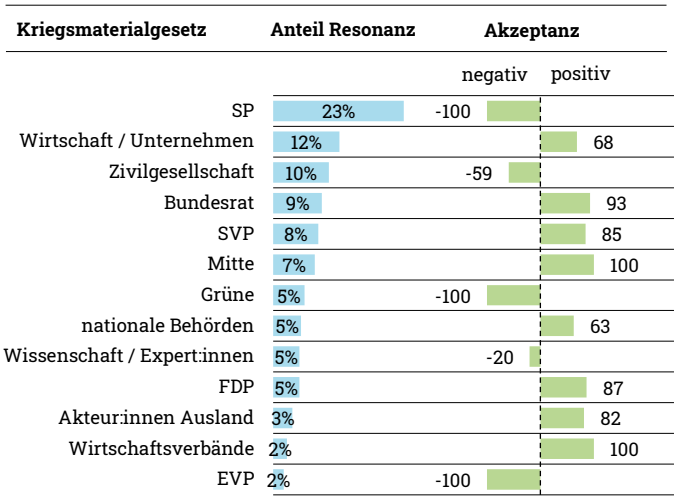

Abbildung 8: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Kriegsmaterialgesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum Kriegsmaterialgesetz 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 = 329 Aussagen).

Breites Akteurs-Set, aber Fokus auf SP und die Waffenindustrie

Die Diskussion um das Kriegsmaterialgesetz wird stark von der SP geprägt, die als Gegnerin von allen Gruppen am meisten präsent ist (23%). Kritik an der Vorlage wird ebenfalls von den Grünen (5%) und am Rande auch der EVP (2%) vorgebracht, allerdings mit schwächerer Resonanz. Mehr Kritik als Zustimmung lässt sich auch bei zivilgesellschaftlichen Akteur:innen und Organisationen beobachten (10%).

Zustimmung zum Gesetz wird in den Medien von bürgerlicher Seite und dem Bundesrat (9%) vorgebracht. Neben den Parteien SVP (8%), Mitte (7%) und FDP (5%) sind auch Wirtschaftsverbände (2%) sichtbar. Prominent sind aber vor allem einzelne Unternehmen (12%), darunter Waffenproduzenten, in den Medien sichtbar und bringen Argumente für eine Lockerung des Kriegsmaterialgesetzes ein.

Fairness-Initiative

Die Fairness-Initiative erhält in den meisten Medien deutlich weniger Resonanz als die Zusatzfinanzierung der AHV und das Kriegsmaterialgesetz. Am umfangreichsten berichten SRF und RTS (Abb. 9). Sonntags- und Wochenmedien berichten dagegen nur punktuell – ein Indiz für die wahrgenommene geringere Brisanz der Vorlage. Auch die geringe Kampagnenfinanzierung von je rund 150'000 Franken auf beiden Seiten passt zur insgesamt begrenzten Mobilisierung.

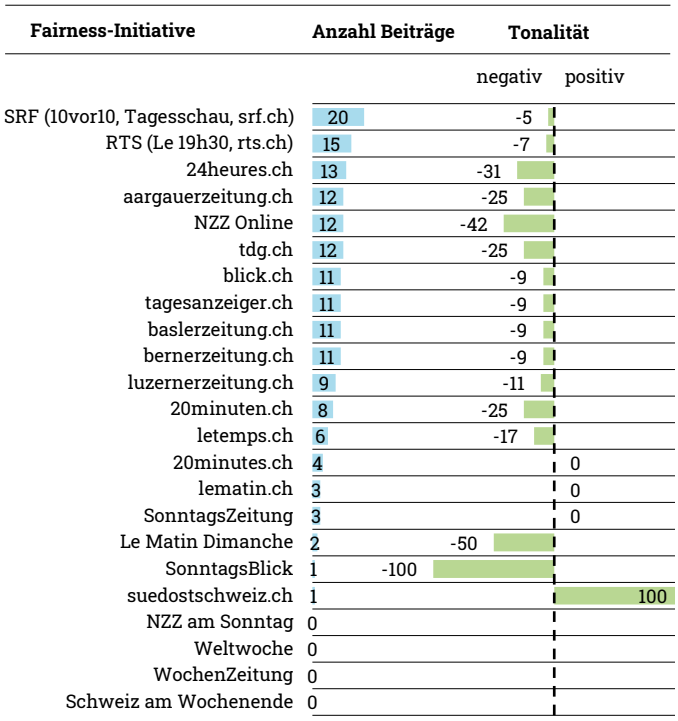

Abbildung 9: Resonanz und Tonalität – Fairness-Initiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Fairness-Initiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 165 Beiträge).

Negative Tonalität bei vielen Medien

Bei rund der Hälfte der untersuchten Medien, die überhaupt über die Fairness-Initiative berichten, fällt die Tonalität negativ aus (Abb. 9), d.h. die Tonalitätswerte liegen unter –10. Besonders negativ ist die Tonalität bei 24heures.ch und tdg.ch, bei aargauerzeitung.ch und bei nzz.ch.

Bei der anderen Hälfte liegen die Tonalitätswerte in der Regel im ambivalenten Bereich, d.h. zwischen –10 und +10. Eine solche Berichterstattung, bei der sich Zustimmung und Kritik ungefähr die Waage halten, lässt sich zum Beispiel bei SRF (–5) und RTS (–7) beobachten.

Insgesamt zeigt sich der Überhang der Kritik nicht nur in Nachrichtenbeiträgen, sondern auch in Gastbeiträgen und in redaktionellen Kommentaren.

Kritikpunkte im Zentrum

Ein Grossteil der Berichterstattung wird vor dem Hintergrund der Individualbesteuerung geführt – eines Steuermodells, das die Schweizer Stimmbevölkerung in der Volksabstimmung vom 8. März 2026 angenommen hat. Parteien wie FDP, SP, GLP und Grüne, aber auch manche redaktionellen Kommentare bezeichnen die Fairness-Initiative als unnötige Wiederholung eines bereits entschiedenen Konflikts über Steuermodelle. Begriffe wie «Zwängerei» oder Missachtung des Volkswillens prägen entsprechend viele kritische Artikel. Beispiel: «Kein Normalsterblicher versteht, warum das Volk am 29. November über die Fairness-Initiative der Mitte und damit schon wieder über die Heiratsstrafe abstimmen muss. Wurde diese nicht gerade erst im Frühling bei der Abstimmung über die Individualbesteuerung abgeschafft?» (nzz.ch, 04.11.).

Ein zweiter Strang der Kritik bezieht sich darauf, dass mit der Annahme der Initiative zwei parallele Steuer-Systeme entstehen würden: eine gemeinsame Besteuerung von Ehepaaren auf Ebene der Bundessteuer und eine individuelle Besteuerung auf Ebene von Kantons- und Gemeindesteuern. Solche Beiträge greifen daraus den Frame eines «Steuer-Wirrwarrs» auf.

Ein dritter, aber seltener geäusserter Kritikpunkt betrifft die finanziellen Auswirkungen auf bestimmte Bevölkerungsgruppen. Mit der Initiative würden Nachteile für unverheiratete Paare, Alleinerziehende und Alleinstehende entstehen. Eine Abschaffung der «Heiratsstrafe» würde gleichzeitig zu einer «Konkubinats»- oder «Single»-Strafe führen.

Pro-Argumente als Pflichtstoff

Beiträge mit positiver Tonalität werden vor allem durch die Initiant:innen selbst eingebracht, vor allem Politikerinnen. Diese stellen unterschiedliche Lebens- und Erwerbsverläufe ins Zentrum. Eltern reduzieren

ihre Pensen, betreuen Kinder, pflegen Angehörige oder wechseln zwischen Erwerbs- und Familienarbeit. Die von der Initiative vorgesehene gemeinsame Besteuerung solle verhindern, dass Ehepaare mit einem Hauptverdienst oder stark ungleichen Einkommen gegenüber Doppelverdienerpaaren benachteiligt werden.

Zur positiven Tonalität tragen auch Aussagen und Modellrechnungen bei, mit denen positive finanzielle Auswirkungen auf bestimmte Bevölkerungsgruppen aufgezeigt werden – gerade im Gegensatz zur Individualbesteuerung. Einverdienerfamilien, Rentnerpaare und landwirtschaftliche Familienbetriebe dienen als Beispiele dafür, dass die Individualbesteuerung nicht für alle Ehepaare vorteilhaft sei.

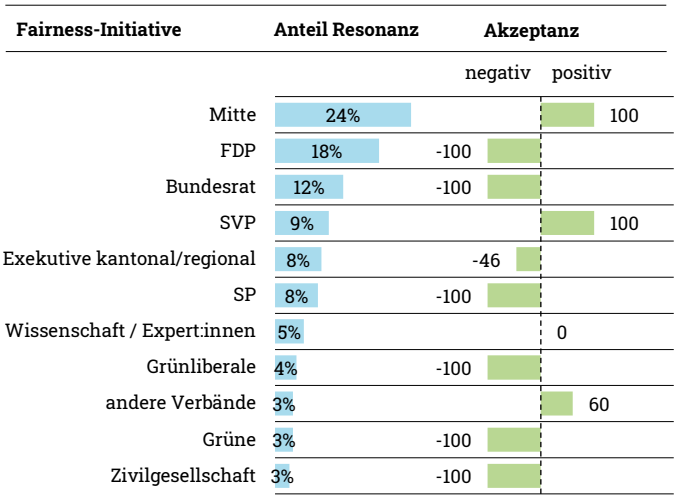

Abbildung 10: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Fairness-Initiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Fairness-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 = 159 Aussagen).

Diskussion zwischen Parteien

In den Medien stehen die Initiant:innen aus der Mitte-Partei an der Spitze der Medienresonanz (24%) – für eine Volksinitiative relativ typisch (Abb. 10). Unterstützung erhalten sie von Akteur:innen der SVP (9%) und am Rande auch von manchen Verbänden (3%).

Darüber hinaus lassen sich in den Medien keine Gruppen finden, die sich resonanzstark für die Initiative aussprechen. Im Gegenteil: Mehrere Akteur:innen treten medial im Nein-Lager auf, allen voran die FDP (18%), der Bundesrat (12%) und die SP (8%). Auch Grünliberale (4%) und Grüne (3%) und teilweise auch Vertreter:innen von Gemeinden und Kantonen (8%) äussern medial Kritik an der Fairness-Initiative.

Gerade im Vergleich zur Abstimmung über die Individualbesteuerung fallen einige Punkte auf: Erstens sind Kantone und Gemeinden bei der Fairness-Initiative (8%) viel weniger präsent als bei der Individualbesteuerung (14%). Zweitens sind Stimmen aus der Zivilgesellschaft, zum Beispiel betroffene Stimmbürger:innen, bei der Fairness-Initiative (3%) viel weniger sichtbar als bei der Individualbesteuerung (7%). Insgesamt kommen in der Diskussion um die Fairness-Initiative fast nur Vertreter:innen von Parteien und der Bundesrat vor. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Initiative im Abstimmungskampf keine starke gesellschaftsweite Kontroverse auslöst.

Feuerwerksinitiative

Die Feuerwerksinitiative erhält in den meisten Medien die geringste Resonanz der vier November-Vorlagen. Am umfangreichsten berichten die untersuchten Angebote von SRF und RTS sowie die Abonnementmedien von CH Media (Abb. 11). Auch bei der Feuerwerksinitiative greifen Sonntags- und Wochenmedien die Vorlage nur punktuell auf. Die begrenzte Resonanz steht im Kontrast zur hohen Zustimmung in den Umfragen: Die Vorlage trifft in der Bevölkerung einen Nerv, ohne den Abstimmungssonntag medial zu dominieren.

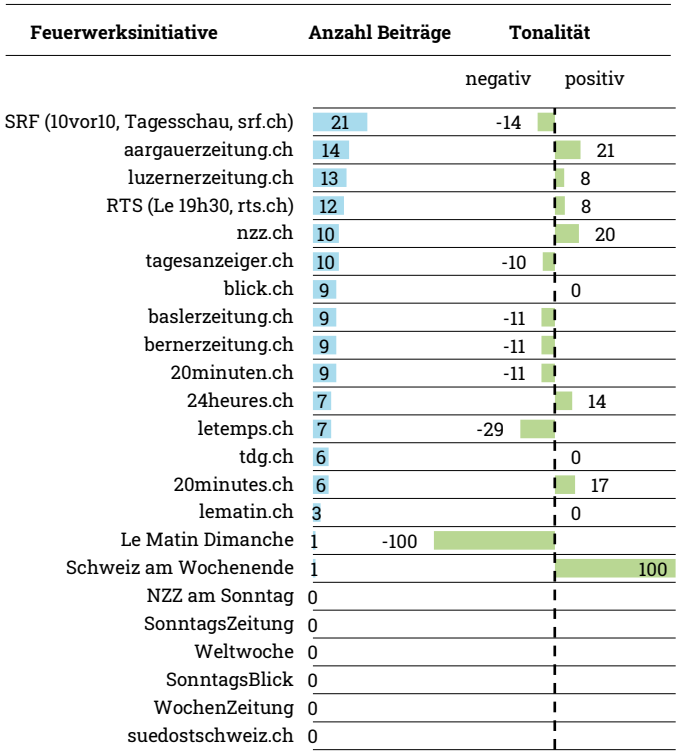

Abbildung 11: Resonanz und Tonalität – Feuerwerksinitiative

Die Darstellung zeigt pro Medium die Resonanz und die Tonalität der Beiträge über die Feuerwerksinitiative. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 147 Beiträge).

Ambivalente Tonalität bei vielen Medien

Bei rund der Hälfte der untersuchten Medien, die überhaupt über die Feuerwerksinitiative berichten, fällt die Tonalität ambivalent aus (Abb. 11), d.h. die Tonalitätswerte liegen zwischen –10 und +10. Auch bei den Deutschschweizer Tamedia-Titeln oder bei 20minuten.ch (–11) ist die Tonalität nur schwach negativ.
Mehr Kritik erfährt die Feuerwerksinitiative in erster Linie bei letemps.ch (–29). Mehr Zustimmung erhält sie bei aargauerzeitung.ch (+21) und nzz.ch (+20) – dies vor allem durch Interviews und Gastbeiträge von Befürworter:innen. Insgesamt aber gibt es kaum redaktionelle Kommentare, die sich gegen die Feuerwerksinitiative aussprechen.

Fokus auf das Tierwohl

Beiträge mit positiver Tonalität gibt es vor allem in Berichten über die Aktivitäten der Befürworter:innen (z.B. Pressekonferenz) oder Portraits über die bisher weitgehend unbekannten Personen aus der Zivilgesellschaft, die die Feuerwerksinitiative lanciert haben – so den «Mann hinter der Feuerwerksinitiative» (CH Media, 21.11.) oder die «Tierschützerin hinter der Feuerwerksinitiative» (Tamedia, 29.10.).
Solche Akteur:innen argumentieren in allererster Linie mit dem Tierwohl. Haus-, Nutz- und Wildtiere könnten Explosionen von Feuerwerken nicht einordnen und würden dadurch in Stress geraten, fliehen, sich verletzen oder sogar sterben (z.B. «Mir sind Fälle bekannt, in denen die Panik zum Tod geführt hat», CH Media, 18.11.). Ein «Böllerverbot» gilt vor diesem Hintergrund als sinnvolle Massnahme.
Daneben wird in einigen Artikeln auch darauf hingewiesen und für die Initiative positiv gewendet, dass auch nach einer Annahme gewisse Feuerwerke möglich seien, darunter lärmarme Produkte oder öffentliche überregionale Feuerwerke. Das Ja-Lager erscheint so weniger als Bewegung, die etwas verbieten will, sondern eher als Kampagne, die (nur) auf unkoordinierte private «Böllerei» abzielt.
Am Rande kommen auch Artikel vor, in denen Vertreter:innen der Polizei Unterstützung der Initiative signalisieren – auch ein Resultat von Ausschreitungen an Halloween und Angriffen mit Pyrotechnik auf Polizei und Feuerwehr (z.B. 24heures.ch, 02.11.).

Frage nach der Popularität

Durch die Berichterstattung zieht sich Frage, warum die Initiative in den Umfragen auf so breite Zustimmung stösst, obwohl die Mehrheit der Parteien sich dagegen ausspricht. Die Verwunderung über diese «vraie surprise» (24heures.ch, 14.10.) zeigt sich unter anderem

daran, dass die Befürworter:innen explizit «nicht als Politprofis, sondern engagierte Privatpersonen» bezeichnet werden (Tamedia, 29.10.). Hinter der Initiative stehe «ein Hundetrainer aus dem aargauischen Untersiggenthal» (nzz.ch, 04.11.). Erklärungen werden gesucht u.a. durch Vergleiche mit anderen Volksinitiativen, die von der Zivilgesellschaft lanciert worden waren (Tamedia, 29.10.), oder durch Einordnungen von Politik- und Meinungsbeobachter:innen, die «umweltkonservative» Argumente bei Initiativen für erfolgreich halten (z.B. srf.ch, 23.10.).

Einschränkung der Freiheit als Gegenargument

Diejenigen Artikel, in denen kritische Argumente gegen die Feuerwerksinitiative vorkommen, stellen oftmals Freiheit und Tradition ins Zentrum. Vertreter:innen von SVP, FDP, Mitte und Schweizerischem Gewerbeverband beschreiben Feuerwerke als Bestandteil von Nationalfeiertag, Silvester, Hochzeiten und Dorffesten. Einschränkungen von Feuerwerken könnten, falls nötig, auf lokaler Ebene geregelt werden statt in der Bundesverfassung. Vor diesem Hintergrund halten Kritiker:innen die Lösungsvorschläge der Feuerwerksinitiative für «totalement disproportionnée».
Weiter argumentieren sie, weitreichende Verbote würden die Freiheit einschränken und den Menschen etwas wegnehmen, woran sie Freude hätten. Beispielsweise ein SVP-Politiker in der SRF Tagesschau: «Feuerwerk ist ein unglaublich tolles Erlebnis mit Freunden und Familie. Wenn die Kinderaugen leuchten und das Feuerwerk bewundern, das macht mir richtig Freude» (SRF, 06.10.). Bei der Feuerwerksinitiative handle es sich letztlich um eine «politique de rabat-joie» (20minutes.ch, 14.10.). Solche Haltungen würden zu immer mehr Verboten im Alltag führen: «Après les feux d'artifice, on interdit quoi? La tondeuse après 16 h?» (24heures.ch, 29.10.).
Zusätzliche Kritik vermitteln Reportagen über Feuerwerkshändler:innen, Importeure und Pyrotechniker:innen, die die Anliegen der Branche einbringen. Die Feuerwerksinitiative gefährde sogar die Existenz vieler Betriebe (z.B. «'Wir müssten schliessen': Feuerwerkschef zittert um seine Firma», CH Media, 19.11.; «Pyrotechniker Janosch Bär kämpft um seine Kunst – und seine Existenz», Tamedia, 30.10.).

Keine aktive Gegen-Kampagne der Politik

Die Initiant:innen, die überwiegend aus der Zivilgesellschaft stammen, stehen insgesamt an der Spitze der Medienresonanz (27%) – für eine Volksinitiative typisch (Abb. 6). Dazu gezählt werden beispielsweise Organisationen wie der Schweizerische Tierschutz, Vier Pfoten oder die Stiftung für das Tier im Recht. Zur Zivilgesellschaft werden allerdings auch Einzelpersonen gezählt, die in gewissen Fällen die Initiative ablehnen, deshalb liegt die Akzeptanz nicht bei +100, sondern bei +75.

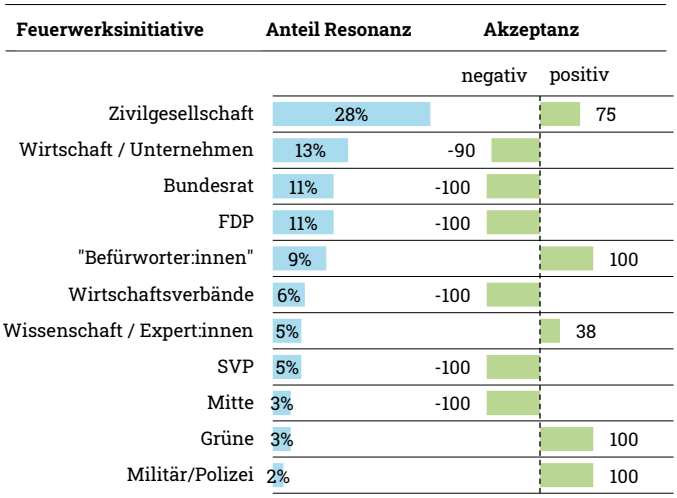

Abbildung 12: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Feuerwerksinitiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Feuerwerksinitiative 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 = 160 Aussagen).

Zusätzliche Unterstützung erhält das Pro-Lager, darunter die summarisch bloss als «Befürworter:innen» oder «Pro-Komitee» bezeichneten Gruppen, nur am Rande. Denn nur in wenigen Fällen sprechen sich auch die Grünen (3%) und Vertreter:innen der Polizei (2%) für ein Verbot von Feuerwerken aus, wenn auch aus unterschiedlichen Gründen.
Die meisten Akteur:innen, die in den Medien vorkommen, sprechen sich allerdings gegen die Feuerwerksinitiative aus. Im Nein-Lager am sichtbarsten sind Unternehmen, in erster Linie aus der betroffenen Feuerwerksbranche (13%), der Bundesrat (11%) und die FDP (11%). Auch der Schweizerische Gewerbeverband (codiert unter «Wirtschaftsverbände») (6%) sowie die SVP

(5%) und die Mitte (3%) finden gewisse Medienresonanz. Weil die Resonanz in absoluten Zahlen sehr gering ist, kann aber nicht von einer aktiven Gegen-Kampagne gesprochen werden.
Auch die Daten zur Kampagnen-Intensität stützen diese Vermutung. Laut verfügbaren Zahlen der Eidgenössischen Finanzkontrolle verfügt das Ja-Lager mit 875'000 Franken über deutlich mehr Mittel als das Nein-Komitee mit rund 100'000 Franken. Diese Asymmetrie verstärkt den Eindruck einer vergleichsweise schwachen Gegenkampagne.

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 07. September 2026 bis zum 22. November 2026 erschienen sind. Es werden 755 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag bis zu vier Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können (AHV Zusatzfinanzierung: n = 312; Kriegsmaterialgesetz: n = 279; Fairness-Initiative: n = 165; Feuerwerksinitiative: n = 147). 93% der Beiträge thematisieren eine Vorlage, 7% mindestens zwei 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 Tiere unter lauten Feuerwerken leiden– «positiv»);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass das Kriegsmaterialgesetz Waffenexporte in Autokratien erlaube – «negativ»);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die Befürworter:innen würden irreführende 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 Erfolgschancen (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 aller 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 29. November 2026 werden auf diese Weise 1'006 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, SonntagsZeitung, 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.