
Vorlagen vom 14. Juni 2026

Abstimmungsmonitor

«10-Millionen»-Initiative

Zivildienstgesetz

Zwischenbericht



Universität
Zürich ^{UZH}

fög – Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität
Zürich

02.06.2026

Ein Schlussbericht erscheint
Mitte Juni 2026.

Inhalt:

2 Überblick

4 Akteur:innen

5 Methode

Der Abstimmungsmonitor
des fög wurde Anfang 2013
erstmals lanciert und erfasst
die Medienresonanz und
die Tonalität der Beiträge
im Vorfeld von eidgenössischen
Volksabstimmungen.
Der Abstimmungsmonitor
wird aus eigenen Mitteln finanziert.

Überblick

Linards Udris

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

Die Tonalität gegenüber der 10-Millionen-Initiative fällt sehr negativ aus (-24), beim Zivildienstgesetz (+4) liegt sie im ambivalent bis leicht positiven Bereich.

Resonanz im Vergleich

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

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

Die sehr starke Resonanz geht einher mit Einschätzungen der Medien, dass bei dieser Initiative die Zukunft der Schweiz verhandelt werde. Zugespitzt werden zwei Szenarien gegenübergestellt: Auf der einen Seite das Szenario einer offenen Schweiz, die auch wegen der älter werdenden Bevölkerung auf Arbeitskräfte angewiesen ist, stabile Beziehungen zur EU hat und ihren Wohlstand sichern möchte. Auf der anderen Seite das Szenario einer Schweiz, die mehr Kontrolle über die Zuwanderung hat und auf diese Weise die Lebensqualität sichert, die Zubetonierung («bétonnage») eindämmt und den «Dichtestress» und generell die «Überlastung» bekämpft. Mit dieser Dramatisierung verbunden wird die Wahrnehmung, der Abstimmungskampf

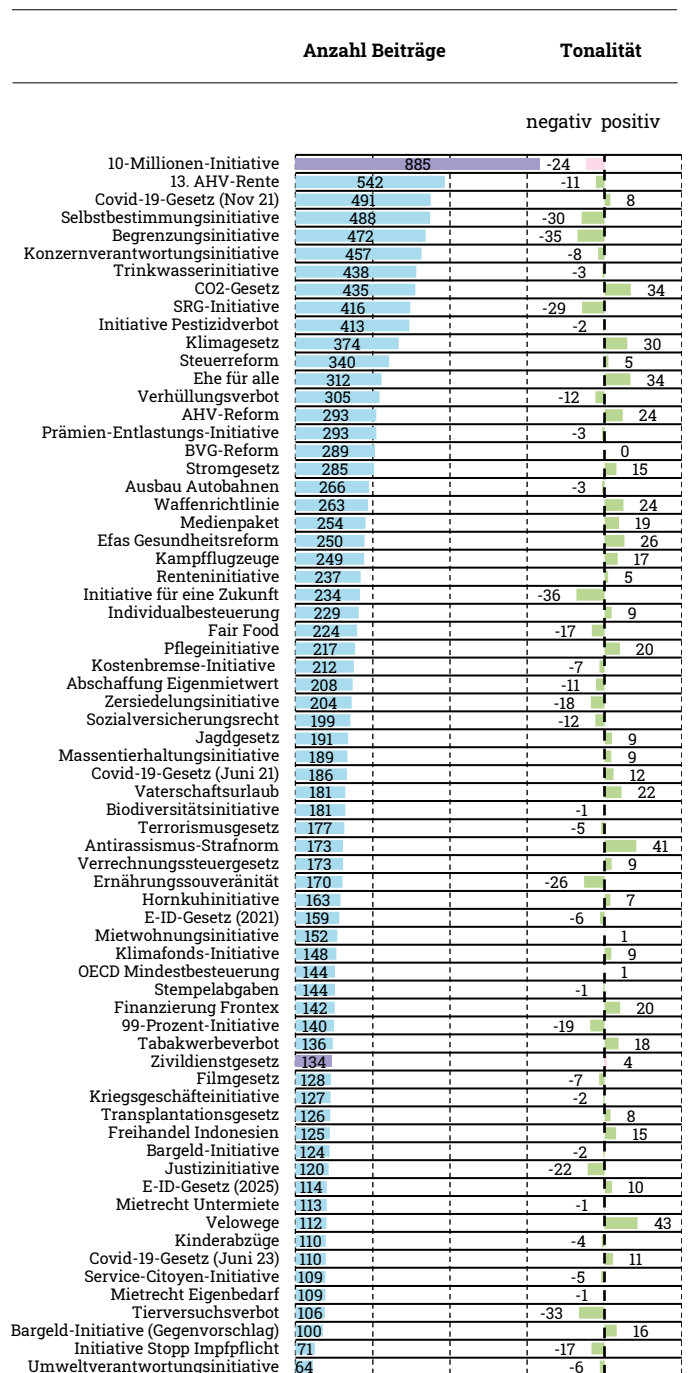


Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 14. Juni 2026 im Vergleich mit allen anderen Abstimmungen seit September 2018. Erfasst wurden jeweils 9 Wochen im Abstimmungskampf. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 15'725 Beiträge).

sei «einer der emotionalsten und grundlegendsten politischen Konflikte» (Sonntagszeitung, 17.05.; ähnlich auch letemps.ch, 20.05.). Zur wahrgenommenen Emotionalität gehört, dass die Medien sowohl die Begrifflichkeiten der Gegner:innen (z.B. «Chaos-Initiative») als auch Provokationen der Befürworter:innen kritisieren (z.B. ein Online-Computerspiel des SVP-nahen Egerkinger Komitees, bei dem die Spieler:innen «muslimische Asyl-Zuwanderer» und «Kriminal-Touristen» stoppen müssen) (blick.ch, 21.05.). Insgesamt aber fokussieren die Medien auf die Kampagne der SVP. Die Medien schätzen ihre Kampagne als dynamisch ein: In einer ersten Phase trete die SVP «auffallend moderat» auf, um breitere Bevölkerungsschichten zu erreichen, in einer späteren Phase provoziere sie aber bewusst, um ihre Basis zu mobilisieren (tagesanzeiger.ch, 22.05.).

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

Tonalität im Vergleich

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

Vor diesem Hintergrund entspricht die negative Tonalität bei der 10-Millionen-Initiative (-24) und die ambivalente Zivildienstgesetz (+4) tendenziell dem grundlegenden Muster (Abb. 1).

Die 10-Millionen-Initiative stösst aber vergleichsweise auf besonders viel Kritik. Auch die Selbstbestimmungsinitiative (-30), die Begrenzungsinitiative (-35) und die SRG-Initiative (-29) – alle mit wesentlicher Beteiligung der SVP – hatten zu einem ähnlichen Zeitpunkt des Abstimmungskampfes viel Ablehnung erfahren. Gleiches gilt für die Initiative für eine Zukunft der Juso (-36), allerdings mit einer viel geringeren Resonanz. Die sehr negative Tonalität gegenüber der 10-Millionen-Initiative ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass sich viele Akteursgruppen gegen die Initiative aussprechen und so die Medienberichterstattung prägen (vgl. Abb. 3).

In Kombination von starker Resonanz und negativer Tonalität zeigt sich: Die Medienberichterstattung übernimmt zwar häufig die Problemwahrnehmung der Initiant:innen (z.B. hohes Bevölkerungswachstum,

Probleme auf dem Wohnungsmarkt, Belastung der Infrastruktur, Kriminalität) dadurch, dass sie diese Aspekte zum Thema macht. Sie fokussiert aber öfter auf die Risiken der Initiative, zum Beispiel mit Hinweisen auf mögliche Probleme für die Beziehung mit Europa und der EU (mögliche Kündigung der bilateralen Verträge, mögliches Ende der Personenfreizügigkeit und von Schengen/Dublin) oder einen Mangel an Fachkräften – gerade im Gesundheitswesen. Immer wieder wird auch zum Ausdruck gebracht, es drohe ein Wohlstandsverlust.

Das Zivildienstgesetz erhält zwar mehr Zuspruch als Ablehnung, doch die Tonalität fällt gerade für eine Behördenvorlage weniger positiv aus als üblich (+4). Hier schlägt sich nieder, dass das Lager der Befürworter:innen keine sehr aktive Kampagne zu fahren scheint.

Sprachregionale Unterschiede

Zwischen den grossen Sprachregionen gibt es in der Berichterstattung mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede (Abb. 2). In beiden Sprachregionen wird die 10-Millionen-Initiative viel stärker beachtet als das Zivildienstgesetz, in der Deutschschweiz sogar deutlich stärker. Ebenfalls fällt in beiden Sprachregionen die Tonalität gegenüber der 10-Millionen-Initiative sehr negativ aus (-23 bzw. -28).

Zudem ist in beiden Sprachregionen die Tonalität beim Zivildienstgesetz relativ ähnlich, das in den Medien der Deutschschweiz auf etwas mehr Akzeptanz stösst (+7) als in den Medien der Suisse romande (-2).

		Anzahl Beiträge		Tonalität	
				negativ	positiv
Deutschschweiz	10-Millionen-Initiative	670		-23	
	Zivildienstgesetz	89			7
Suisse romande	10-Millionen-Initiative	215		-28	
	Zivildienstgesetz	45		-2	

Abbildung 2: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 14. Juni 2026 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 1'019 Beiträge).

Akteur:innen

Bei der 10-Millionen-Initiative ist die SVP mit Abstand der zentralste Akteur (25%) (Abb. 3). Dass in der Medienberichterstattung über eine Volksinitiative gerade die Initiant:innen medial am stärksten präsent sind, ist zwar typisch. Dass die Initiative aber so starke Resonanz auslöst, zeigt, dass die Initiant:innen «ihrem» Anliegen breite Beachtung verschaffen können. Als Initiantin erscheint die SVP auch fast vollständig geschlossen (Akzeptanz: +89), d.h. abweichende Stimmen innerhalb der Partei – allen voran der Unternehmer Peter Spuhler – sind in der umfangreichen Berichterstattung wenig vertreten.

Im Vergleich zu früheren SVP-Initiativen fallen einige Punkte auf: Erstens ist die Wirtschaft (Verbände, Unternehmen) als Gegnerin nun deutlich schwächer vertreten als damals bei der Selbstbestimmungs- und der Begrenzungsinitiative. Zweitens treten einige Gegner:innen nicht so einheitlich auf wie früher bei vergleichbaren Initiativen. Bei der 10-Millionen-Initiative kommen bei der Mitte-Partei abweichende Stimmen vor, weshalb der negative Akzeptanzwert «nur» bei -45 liegt; bei der SP erhält Rudolf Strahm als «Abweichter» Resonanz (-64).

10-Millionen-Initiative	Anteil Resonanz	Akzeptanz	
		negativ	positiv
SVP	25%		89
Wissenschaft / Expert:innen	11%	-38	
Zivilgesellschaft	11%	-8	
Bundesrat	10%	-92	
FDP	7%	-88	
SP	7%	-64	
Mitte	6%	-45	
andere Verbände	4%	-38	
Gewerkschaften	3%	-91	
Wirtschaftsverbände	2%	-58	
Exekutive kantonal/regional	2%	-100	
Wirtschaft / Unternehmen	2%	-54	
Grüne	2%	-100	

Abbildung 3: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – 10-Millionen-Initiative

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur 10-Millionen-Initiative Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv, d.h. Zustimmung) bis -100 (ausschliesslich negativ, d.h. Ablehnung) annehmen (n = 1'070 Aussagen).

Das Spektrum der Gegner:innen ist breiter – das mediale Bild ähnelt dem Muster «SVP gegen alle», weil keine einzige andere Akteursgruppe in der Summe die Initiative der SVP unterstützt. Als Gegner:innen positionieren sich vor allem der Bundesrat (10%) – interessanterweise gleich mit mehreren Regierungsmitgliedern – und die Parteien FDP (7%) und SP (7%), mit weniger Resonanz auch die Gewerkschaften (3%), Kantone (2%) und die Grünen (2%). Auch Experten-Stimmen aus der Wissenschaft sind präsent (11%) und bringen eher Kritik ein als Zustimmung (-38). Akteur:innen aus der Zivilgesellschaft (11%) hingegen bringen fast ähnlich viele Pro-Argumente ein wie Nein-Positionen (-8).

Zivildienstgesetz

Die Diskussion um Zivildienstgesetz wird von der «Zivilgesellschaft» mitgeprägt (15%), die sich überwiegend, wenn auch nicht einheitlich gegen die Vorlage ausspricht (-45) (Abb. 4). Dazu gehören vor allem Zivildienstleistende selbst, aber auch beispielsweise Bergbauern oder Angehörige von Pflegeheimen, die argumentieren, wie wichtig die Einsätze der «Zivis» sind. Auch Vertreter:innen der Grünen (12%) kommen mit Nein-Argumenten oft in den Medien vor (-100). Als Gegner:innen sind weiter die SP (10%) und die Grünliberalen (7%) sichtbar.

Medial treten als Befürworter:innen vor allem die Mitte-Partei (10%), die SVP (9%) und die FDP (7%) in Erscheinung.

Zivildienstgesetz	Anteil Resonanz	Akzeptanz	
		negativ	positiv
Zivilgesellschaft	15%	-45	
Grüne	12%	-100	
versch. Verbände	12%	-5	
Mitte	10%		100
SP	10%	-100	
SVP	9%		100
FDP	7%		86
Grünliberale	7%	-100	
Bundesrat	5%		100
Wissenschaft / Expert:innen	4%		14
Militär/Polizei	4%		100

Abbildung 4: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Zivildienstgesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Änderung des Zivildienstgesetzes Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv, d.h. Zustimmung) bis -100 (ausschliesslich negativ, d.h. Ablehnung) annehmen (n = 188 Aussagen).

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 23. März 2026 bis 24. Mai 2026 erschienen sind. Es werden 987 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag beide Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können («10-Millionen»-Initiative: n = 885; Zivildienstgesetz: n = 134). 97% der Beiträge thematisieren eine Vorlage, 3% beide Vorlagen. Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt.

Tonalität der Beiträge

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

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

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

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

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

Akteur:innen und Akzeptanz

Für jeden Beitrag und pro Vorlage werden die maximal drei resonanzstärksten Akteure sowie deren Positionierung gegenüber der Vorlage bestimmt (Akzeptanz). Für die Abstimmungsvorlagen vom 14. Juni 2026 werden auf diese Weise 1258 Aussagen erfasst. Der Akzeptanz-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Aussagen Akteur A mit positiver Positionierung minus Anzahl Aussagen Akteur A mit negativer Positionierung) geteilt durch Anzahl aller Aussagen Akteur A multipliziert mit 100. In den Grafiken werden jeweils nur die wichtigsten Akteursgruppen dargestellt; daher ergeben die Prozentwerte (Resonanz) der dargestellten Akteure aufsummiert nicht 100%.

Mediensample

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

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

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

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

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

Analysen

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

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