fög
Forschungszentrum
Öffentlichkeit und Gesellschaft

Vorlagen vom 28. September 2025

Abstimmungsmonitor

Abschaffung Eigenmietwert

E-ID-Gesetz

Zwischenbericht

Universität Zürich[UZH]

fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

12.09.2025

Ein Schlussbericht erscheint Ende September 2025.

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 beiden nationalen Abstimmungsvorlagen vom 28. September 2025 wenig bis durchschnittlich oft thematisiert (Abb. 1). Wenig Resonanz erhält die Vorlage über das E-ID-Gesetz. Doppelt so viel Resonanz wie das E-ID-Gesetz, aber im längerfristigen Vergleich nur durchschnittliche Resonanz findet die Vorlage zur Abschaffung des Eigenmietwerts.

Die Tonalität gegenüber der Eigenmietwert-Vorlage fällt knapp negativ aus (–11), die Tonalität gegenüber dem E-ID-Gesetz knapp positiv (+10). Auf einer Skala von –100 bis +100 betrachtet, heisst dies aber auch, dass sich die Anzahl zustimmender und ablehnender Beiträge ungefähr die Waage halten.

Resonanz im Vergleich

Resonanzmässig liegt die Vorlage zur Abschaffung des Eigenmietwerts im Durchschnitt aller 59 Vorlagen, die seit 2018 erfasst werden. Einerseits fällt die Resonanz stärker aus im Vergleich mit den anderen Vorlagen zu Wohnungsfragen, über die in den letzten Jahren abgestimmt wurde («Mietrecht»-Vorlagen, Mietwohnungsinitiative). Möglicherweise liegt das an der Tatsache, dass der Konflikt durch mehrere Parteien (u.a. SVP und FDP), die Gruppe der Hauseigentümer (z.B. Hauseigentümerverband vs. Casafair) und die Wirtschaft geht. Zur etwas stärkeren Resonanz passt auch, dass viele Medien die «kommunikative Knacknuss» (srf.ch, 19.07.) zu erklären versuchen und eigens beschreiben, worum es bei dieser Vorlage überhaupt geht – dies deshalb, weil die Stimmbevölkerung in erster Linie über mögliche neue Steuern auf Zweitliegenschaften als Ersatz für den Wegfall des Eigenmietwerts abstimmt und das Wort «Eigenmietwert» selbst gar nicht auf dem Stimmzettel steht (z.B. SRF Tagesschau, 18.07., Tamedia, 02.09., 20minuten.ch, 03.09., CH Media, 05.09.).

Andererseits ist die Resonanz relativ bescheiden, wenn man die Kampagnenbudgets berücksichtigt. Laut Medien investiere der Hauseigentümer-Verband als Befürworter nämlich eine «Rekord-Summe» von über 7 Mio. Franken (ganz anders hingegen die Gegner, die kaum Geld in eine Nein-Kampagne investieren).

Das E-ID-Gesetz, über das im September 2025 abgestimmt wird, erfährt weniger Aufmerksamkeit als damals das E-ID-Gesetz, das im März 2021 zur Abstimmung stand. Insgesamt handelt es sich aber auch dieses Mal um eine Vorlage zu einem Thema, das resonanzmässig eher als Nischen-Thema vorkommt und keine prominenten Kreise mobilisiert.

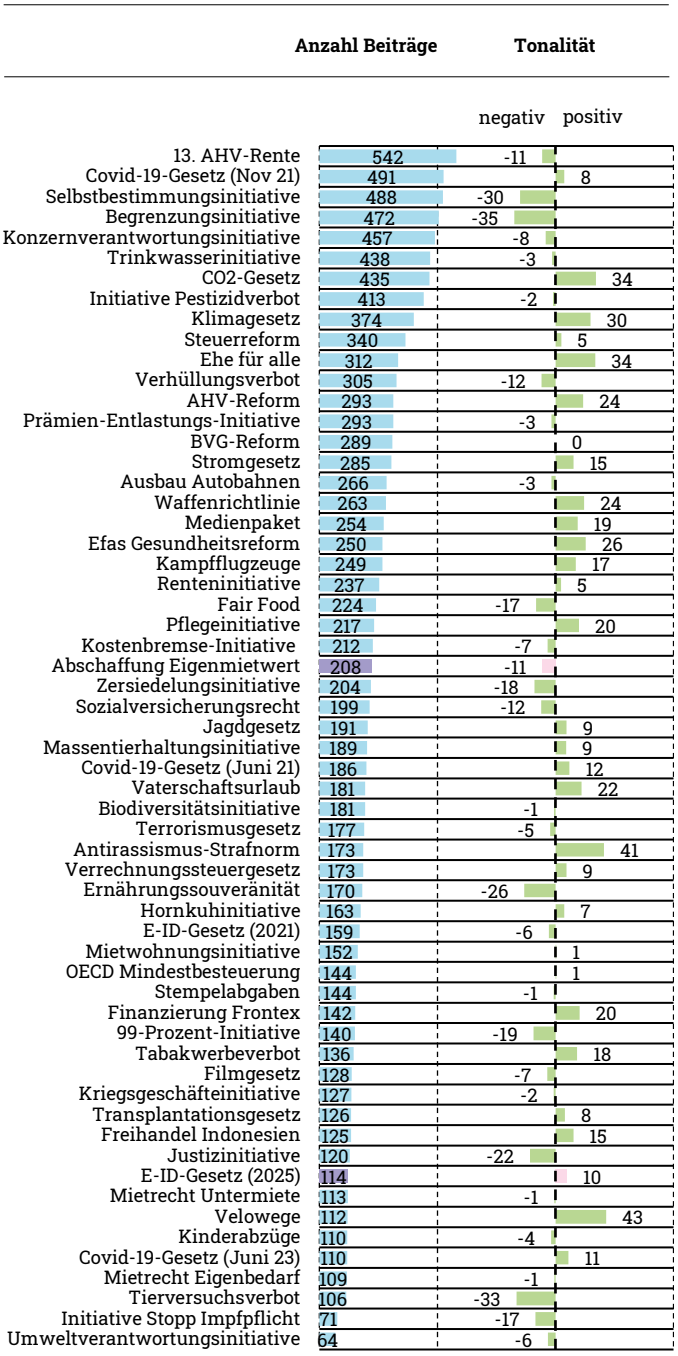

Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 28. September 2025 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= 13'282 Beiträge).

Tonalität im Vergleich

Bei beiden anstehenden Vorlagen handelt es sich um Behördenvorlagen. Diese finden im längerfristigen Vergleich in den Medien tendenziell Zuspruch, während Volksinitiativen eher auf Ablehnung stossen. Das zeigt u.a. eine systematische Analyse von 44 Abstimmungen.

Vor diesem Hintergrund entspricht die leicht positive Tonalität beim E-ID-Gesetz eher dem Normalfall. Die leicht negative Tonalität bei der Abschaffung des Eigenmietwerts fällt deshalb auf. Allerdings passt sie insofern ins Bild, als auch die beiden Mietrecht-Vorlagen vom November 2024 (–1) keinen überwiegenden Zuspruch gefunden hatten und die Mietwohnungsinitiative (2020) (+1) für eine Volksinitiative relativ viel Zustimmung erhalten hatte.

Sprachregionale Unterschiede

Zwischen den grossen Sprachregionen gibt es in der Berichterstattung Gemeinsamkeiten und Unterschiede (Abb. 2). Gemeinsamkeiten bestehen darin, dass in beiden Sprachregionen das E-ID-Gesetz deutlich seltener thematisiert wird als die Eigenmietwert-Vorlage. Auch ist in beiden Sprachregionen die Tonalität gegenüber dem E-ID-Gesetz eher positiv und gegenüber der Eigenmiet-Vorlage eher negativ.

Unterschiede bestehen darin, dass in der Suisse romande die Kritik an der Abschaffung des Eigenmietwerts ausgeprägter ist (–16) als in der Deutschschweiz (–9) und der Zuspruch für das E-ID-Gesetz höher (+22) als in der Deutschschweiz (+5).

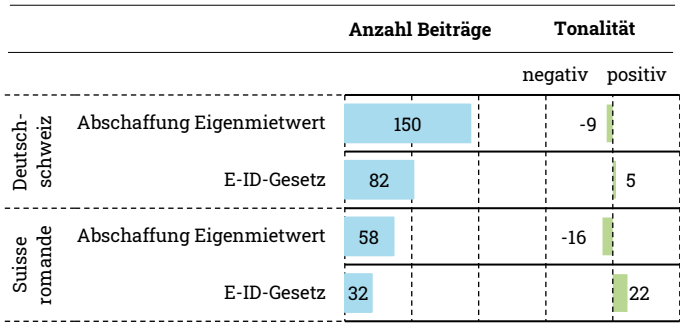

Abbildung 2: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 28. September 2025 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis –100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 322 Beiträge).

Akteur:innen

Die Abschaffung des Eigenmietwerts ist insgesamt umstritten: Dies zeigt sich auch mit Blick der Akteur:innen und ihrer Positionen (Abb. 3).

Insgesamt lassen sich drei Gruppen beobachten: erstens die Gruppe der Befürworter:innen, die primär mittels Hauseigentümerverband (10%) und sekundär via Bundesrat (6%) und SVP (5%) in Erscheinung treten. Eine zweite Gruppe umfasst die Gegnerschaft, in erster Linie aus der SP (10%), Grünen (4%) sowie Mieter- und anderen wohnpolitischen Verbänden (4%). Eine dritte Gruppe umfasst Organisationen und Parteien, die stärker gespalten sind. Dies trifft zu auf die Mitte-Partei (10%) – illustriert u.a. an den unterschiedlichen Positionen der «schwarzen Zwillinge» Philipp Matthias Bregy und Beat Rieder (Tamedia, 31.08.) – und der FDP (8%), aber auch der Zivilgesellschaft (5%), Exekutiv-Akteuren von Gemeinden und Kantonen (5%) sowie Wirtschaftsverbänden (6%) und einzelnen Unternehmen (4%).

Interessant ist die verhältnismässig starke Resonanz von Expert:innen (16%). Diese kommen nicht nur, wie oftmals üblich, in Form von Expert:innen vor, die Umfragen und die Kampagnen einordnen. Daneben äussern sich mehrere Stimmen stärker inhaltlich zur Sachfrage der Abstimmung, mit tendenziell kritischen Voten (z.B. Michael Hermann, Monika Bütler).

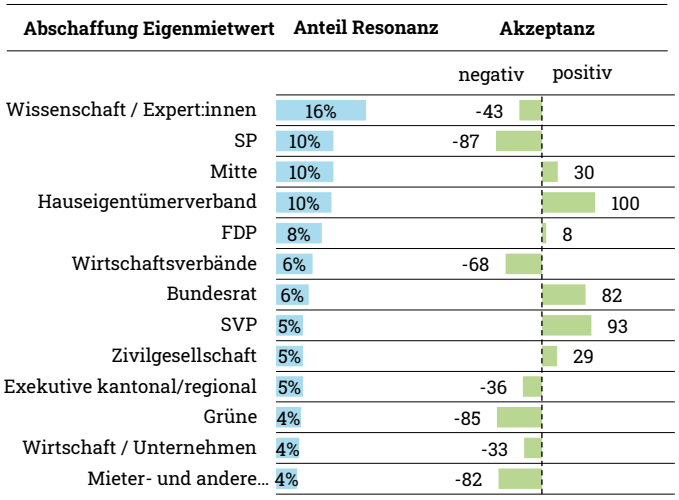

Abbildung 3: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – Abschaffung Eigenmietwert

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zur Abschaffung des Eigenmietwerts Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 298 Aussagen).

Beim E-ID-Gesetz äussern sich im Vergleich zur Eigenmietwert-Vorlage deutlich weniger Akteure. Von denjenigen Akteuren, die in den Medien Resonanz erhalten, kommen als Gegner:innen die SVP (16%), die «Gegner:innen» als solche (z.B. das Nein-Komitee, 14%) und die neue Partei Digitale Integrität (11%) vor. Auf der Pro-Seite ist v.a. der Bundesrat (14%) präsent. Grüne (7%) und Akteur:innen der Mitte (6%) haben anteilsmässig ebenfalls gewisse Resonanz. Insgesamt fällt aber die Resonanz all dieser Akteur:innen relativ verhalten aus. Es entsteht der Eindruck, dass eine aktive Pro-Kampagne fehlt.

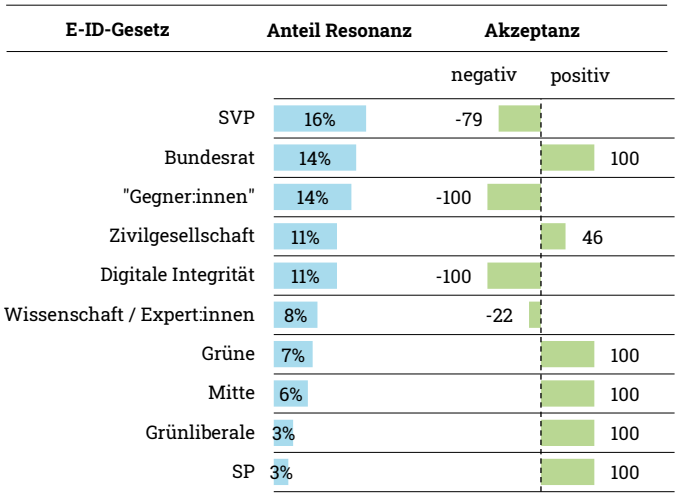

Abbildung 4: Resonanz und Akzeptanz der Akteur:innen – E-ID-Gesetz

Die Abbildung zeigt die bedeutendsten Akteur:innen, die in den untersuchten Medien zum E-ID-Gesetz Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz in Bezug auf die Vorlage. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 118 Aussagen).

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 7. Juli 2025 bis 7. September 2025 erschienen sind. Es werden 296 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag mehrere Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können (Abschaffung Eigenmietwert: n = 207; E-ID-Gesetz: n = 114). 91% der Beiträge thematisieren jeweils eine Vorlage, 9% 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 auf die Notwendigkeit der elektronischen Identität im digitalen Zeitalter hinweisen– «positiv»);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass das E-ID-Gesetz das Risiko für Datenmissbrauch erhöhe – «negativ»);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-Akteuren (z.B. Vorwurf, die Befürworter:innen würden falsche Zahlen 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 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 28. September 2025 werden auf diese Weise 416 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.