

Abstimmungsmonitor

Analyse der Medienberichterstattung zur Vorlage vom 27. November 2016

Vorlage: Atomausstiegsinitiative

Zwischenbericht (Stand 6.11.2016)

Zürich, 11. November 2016

I. Zusammenfassung – das Wichtigste in Kürze

Bis zum Sonntag 6.11.2016 wurde die Abstimmungsvorlage vom 27. November 2016 in ausgewählten Medien der Deutschschweiz und der Suisse romande wie folgt thematisiert:

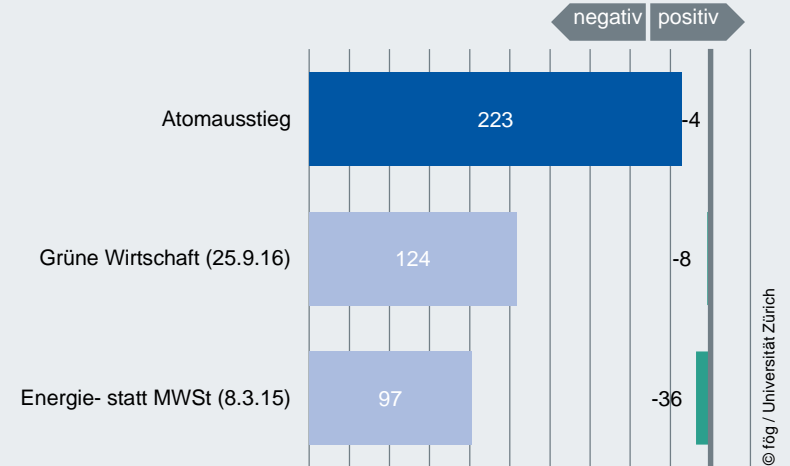
- **Die Atomausstiegs-Initiative (AAI) erhält in den Medien sehr breite Beachtung. Im Vergleich zu den letzten Abstimmungen vom 25. September ist die Resonanz bis drei Wochen vor Urnengang rund doppelt so hoch. Auch im Vergleich zu früheren umweltpolitischen Initiativen – „Energie- statt Mehrwertsteuer“ (März 2015) und „Grüne Wirtschaft“ (September 2016) – fällt die Resonanz für die AAI etwa doppelt so hoch aus.**
- **Umweltpolitische Vorlagen lösen unterschiedlich starke Kritik aus: Wie schon bei der Vorlage zur „Grünen Wirtschaft“ ist die Tonalität gegenüber der AAI nur knapp negativ – dies im Gegensatz zur Initiative „Energie- statt Mehrwertsteuer“, die damals kaum Zuspruch erfuhr.**
- **Die AAI erfährt in den Medien der Suisse romande Akzeptanz, während sie in den Medien der Deutschschweiz mehr Kritik auslöst. Dieser Unterschied war bereits bei der Initiative zur „Grünen Wirtschaft“ zu beobachten, während die Initiative „Energie- statt Mehrwertsteuer“ damals in beiden Sprachregionen auf grosse Ablehnung stiess.**

II. Beachtung und Tonalität

- **Drei Wochen vor Urnengang: Bisher rund doppelt so viel Medienresonanz für AAI wie für die drei Vorlagen vom 25. September 2016 («Grüne Wirtschaft», «AHVplus», Nachrichtendienst-Gesetz)**
- **Atomausstieg-Initiative (AAI) die am meisten beachtete umweltpolitische Abstimmungsvorlage der letzten Jahre**
- **Möglicher Treiber für hohe Resonanz der AAI ist, dass AAI in Umfragen (überraschend) gut abschneidet – dies im Gegensatz zu den anderen umweltpolitischen Vorlagen**
- **AAI ähnlich wie Initiative «Grüne Wirtschaft» mit nur knapp negativer Tonalität, während Initiative «Energie- statt Mehrwertsteuer» starke Ablehnung erfuhr**

Resonanz und Tonalität: Total
 5.9.2016 – 6.11.2016 (AAI)
 4.7.2016 – 4.9.2016 (GW)
 15.12.2014 – 15.2.2015 (Energie)

■ Tonalität ■ Anzahl Beiträge

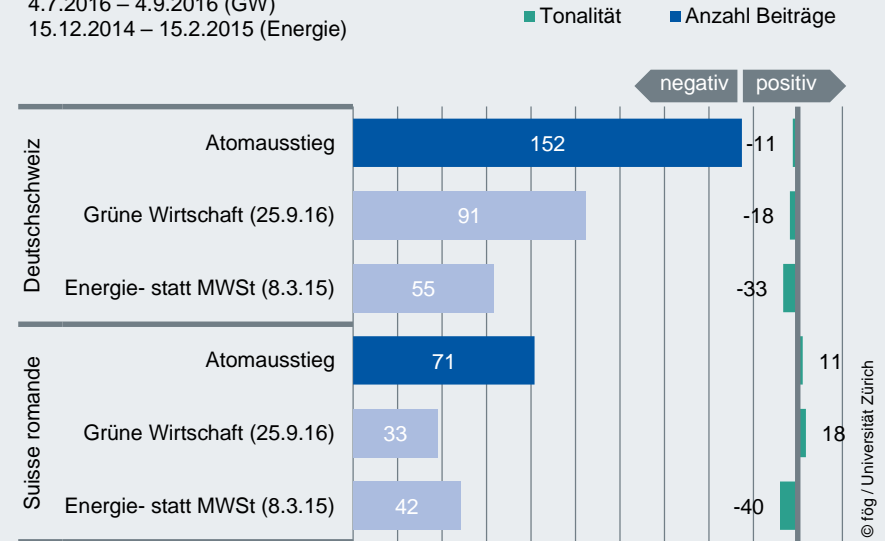


Die Abbildung zeigt die Beachtung für die einzelnen Abstimmungsvorlagen (Anzahl Medienbeiträge) und die Tonalität der Berichterstattung (eher positiv / eher negativ)

III. Unterschiede zwischen den Sprachregionen

- **Atomausstiegs-Initiative (AAI) in beiden Sprachregionen mit vergleichsweise starker Beachtung, besonders in der Deutschschweiz**
- **Ähnliches Bild wie bei der Initiative «Grüne Wirtschaft»: In der Deutschschweiz überwiegt knapp die Ablehnung der AAI, während sie in der Suisse romande knapp mehr Zuspruch erfährt.**
- **Initiative «Energie- statt Mehrwertsteuer» der Grünliberalen stiess damals in beiden Sprachregionen auf starke Ablehnung (allerdings bei insgesamt geringem Interesse vor allem in der Deutschschweiz).**

Resonanz und Tonalität: nach Sprachregionen
 5.9.2016 – 6.11.2016 (AAI)
 4.7.2016 – 4.9.2016 (GW)
 15.12.2014 – 15.2.2015 (Energie)



Die Abbildung zeigt die Beachtung für die einzelnen Abstimmungsvorlagen (Anzahl Medienbeiträge) und die Tonalität der Berichterstattung (eher positiv / eher negativ)

IV. Berichterstattungsdynamik (nach Wochen)

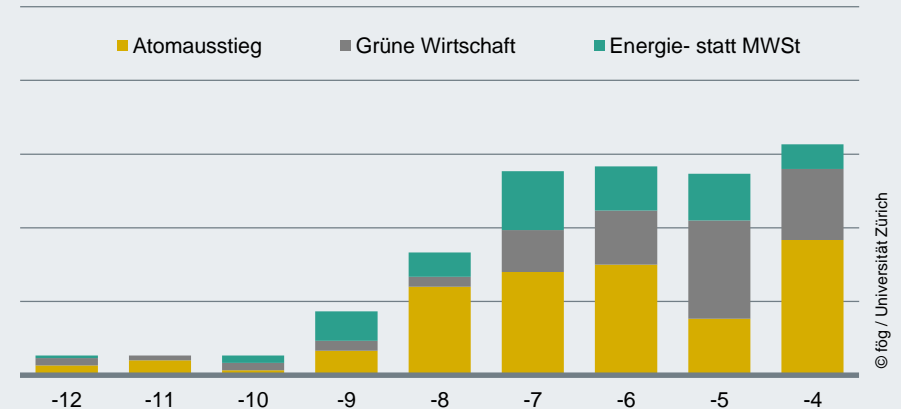
- **Medienresonanz für AAI intensiviert sich rund 8 Wochen vor Abstimmungsdatum relativ stark. Aufmerksamkeit erhalten u.a. die «Energiestrategie 2050» (Parlamentsdebatte), die immer wieder mit der AAI verknüpft wird, der Ausfall des AKW Leibstadt sowie die Aktivitäten von Befürwortern und Gegnern ab Anfang Oktober, die Umfrage-Resultate Mitte Oktober, die eine (überraschend) hohe Zustimmung in der Bevölkerung anzeigen (-6), sowie die Ankündigung der AKW-Betreiber, bei Annahme der AAI auf Schadenersatz zu klagen (-4).**
- **Im Vergleich zur AAI fällt bei der Initiative «Grüne Wirtschaft» auf, dass (wegen der Sommerferien?) die (gegnerischen) Kampagnen spät einsetzen und dies zu einer verzögerten Aufmerksamkeit führt.**
- **Die Energie-Initiative der Grünliberalen löst zu keinem Zeitpunkt starke Resonanz aus.**

Resonanz pro Woche: Vorlagen im Vergleich

5.9.2016 – 6.11.2016 (AAI)

4.7.2016 – 4.9.2016 (GW)

15.12.2014 – 15.2.2015 (Energie)



© fög / Universität Zürich

V. Methode (I)

INHALTSANALYSE

Basis dieser Untersuchung bildet eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung von 22 Pressetiteln aus der Deutschschweiz und der Suisse romande zur Vorlage der Eidgenössischen Abstimmung vom 27.11.2016 (Atomausstieg). Zum Vergleich werden zwei frühere umweltpolitische Vorlagen mitberücksichtigt (Initiative Grüne Wirtschaft; Initiative Energie- statt Mehrwertsteuer). Es werden zentral die Resonanz (Medienbeachtung) und die Akzeptanz (Tonalität der Medienberichterstattung) der Vorlagen erfasst.

AUSWAHL DER BEITRÄGE

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit der Atomausstiegs-Initiative befassen und die im Zeitraum vom 4. September 2016 – 6. November 2016 erschienen sind. Für die Vergleichs-Vorlagen ist der Zeitraum 4. Juli – 4. September 2016 resp. 15. Dezember 2014 – 15. Februar 2015.

MEDIENSAMPLE

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

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

Sonntagszeitungen/Magazine: L'Hebdo, NZZ am Sonntag, SonntagsZeitung, Schweiz am Sonntag, Weltwoche

V. Methode (II)

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

DATENGRUNDLAGE ZWISCHENBERICHT

223 Beiträge zur Atomausstiegs-Initiative (Zeitraum 4.9.2016-6.11.2016) resp. 124 Beiträge (Initiative Grüne Wirtschaft) resp. 97 Beiträge (Initiative Energie- statt Mehrwertsteuer).

Detaillierter Methodenbeschrieb auf <http://www.foeg.uzh.ch/de/analyse/dossier.html#3>

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

VI. 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