

Parteigänger oder neutrale Berichterstatter? Die Berichterstattung in Schweizer Printmedien vor den eidgenössischen Abstimmungstagen.

Prof. Dr. Olaf Jandura¹/Dr. Linards Udris²

Einleitung

In den letzten Jahren nimmt die Bedeutung der Bürgerbeteiligung über Referenden in den westlichen Demokratien stark zu (Hobolt 2009). Dieser Anstieg ist unabhängig davon, ob Referenden, wie in Dänemark oder der Schweiz, eine bindende oder, wie in Frankreich, den Niederlanden oder Spanien, eine für die politische Elite orientierende Funktion innehaben (Vreese & Schuck 2014: 131). Auch in Deutschland wird die Diskussion um eine Stärkung der direktdemokratischen Elemente auf unterschiedlichen politischen Ebenen in den letzten Jahren intensiver geführt. Die Stimmen derer, die eine Ausweitung der Praxis des Abhaltens von Referenden von der lokalen und regionalen Ebene auf die Landesebene sowie auf die Bundesebene fordern, mehren sich ebenso wie die Studien zu deren Effekten auf die Bevölkerung (u.a. Glantz, Teusch & Schoen 2010, Reineemann, Fawzi & Röder 2012).

Folgt man den Befürwortern, stärkt der Einsatz direkt-demokratischer Elemente die Legitimität des politischen Systems, erhöht die Wahrnehmung der politischen Selbstwirksamkeit der Bürger und wirkt sich somit positiv auf die Zufriedenheit mit der Demokratie als Herrschaftsform aus (Bernauer & Vatter 2012). Gegner einer Ausweitung von Referenden auf Bundesebene halten u.a. entgegen, dass Referenden der Komplexität der Sachfragen nicht gerecht werden können (Oberreuter 2002: 296f.). Dadurch würden politische Entscheidungen anfälliger gegenüber Populismus und die Gefahr einer auch massenmedial angefeuerten zunehmenden Polarisierung des politischen Diskurses wird größer.

Ziel dieses Beitrages ist es, einen Blick in ein Land zu werfen, in dem Volksabstimmungen zum wesentlichen Bestandteil des politischen Systems und der politischen Kultur zählen und viermal jährlich an

den eidgenössischen Abstimmungstagen abgehalten werden. Bei Volksabstimmungen gibt es zwei Typen: Initiativen, d.h. Akteure fordern eine Anpassung der Verfassung respektive ein neues Gesetz, und Referenden, d.h. Akteure fordern, dass das von Regierung und Parlamentsmehrheit verabschiedete Gesetz nicht in Kraft tritt.³ Akteure, die eine Volksinitiative einreichen oder die ein Referendum anstrengen, bezeichnen wir in diesem Beitrag als Initiatoren.

Anhand der Analyse der Medienberichterstattung über 33 zur Abstimmung gelangte nationale Vorlagen zwischen 2014 und 2018 gehen wir folgenden Fragen nach: (1) Wie offen ist die mediale Berichterstattung gegenüber den Initiatoren mit unterschiedlichem politischen Status? und (2) Ist die Berichterstattung über Referenden und Initiativen in den Schweizer Printmedien polarisiert? Den Fokus auf die Massenmedien legen wir, da trotz der Veränderung im Mediengebrauch der Bevölkerung und vor allem der zunehmenden Bedeutung von Social Media-Angeboten auch in der Schweiz die massenmedialen Angebote noch eine wichtige Informationsquelle der Bevölkerung über Politik sind (Udris & Hauser 2017) und ihnen ein Einflusspotential auf die Mobilisierung – gerade bei (intensiven) Volksabstimmungen (Tresch, Lauener & Scaperrotta 2018) – und Entscheidungsfindung empirisch nachgewiesen wurde.

Der Beitrag erörtert zunächst das Wirkungspotential massenmedialer Berichterstattung auf die Informiertheit und die Entscheidungsfindung der Bevölkerung. Anschließend wird der Forschungsstand zu den beiden interessierenden Fragen referiert. Nach der Darstellung der Methode und der Operationalisierungen folgen die durch die Forschungsfragen strukturierte Ergebnisdarstellung sowie ein Fazit und ein Ausblick.

Wirkungspotential der Massenmedien

Die Relevanz der Auseinandersetzung mit der massenmedialen Berichterstattung über Initiativen und Referenden lässt sich auf deren Wirkungspotential auf die Bevölkerung zurückführen. Ähnlich wie in der Wahlforschung sind einerseits Effekte auf die Meinungsbildung und das politische Wissen und andererseits auf die Mobilisierung und das Entscheidungsverhalten empirisch nachgewiesen (de Vreese & Schuck 2014: 136). Laut Hanspeter Kriesi, der systematisch und vergleichend Kampagneneffekte bei Schweizer Volksabstimmungen untersucht hat,

¹ Der Autor war Professor in der Abteilung für Medien und Kommunikationswissenschaft des Instituts für Sozialwissenschaften an der HHU.

² Der Autor ist Oberassistent am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich sowie stellvertretender Forschungsleiter des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft an der Universität Zürich.

³ Bei Referenden wiederum gibt es „fakultative“ Referenden, d.h. ein Referendum findet nur statt, wenn Akteure ein solches Referendum lancieren, und ein „obligatorisches“ Referendum, d.h. die Gesetzesvorlage muss zwingend den StimmbürgerInnen vorgelegt werden.

können die Medien (de-)mobilisierend wirken, bestehende Präferenzen verstärken oder Meinungsänderungen herbeiführen, die nicht im Einklang mit den Prädispositionen stehen (Kriesi 2012). Da sich unsere Forschungsfragen auf die Performanz der Medienberichterstattung fokussieren, werden wir im Folgenden auf erstgenannte Effekte eingehen.

Das *Aufmerksam machen* (*Awareness*) auf Initiativen und Referenden ist eine erste relevante Wirkung. Massenmedien sind in der Lage, über ihre Berichterstattung über den Abstimmungsgegenstand diesen auf die Agenda des Publikums zu setzen (McCombs & Shaw 1972). Neben der Intensität der Berichterstattung kann dies durch eine besondere journalistische Betonung in Form von Sonderseiten, Dossiers, Beilagen oder Argumentarien geschehen. Das *Priming*, das Fokussieren auf bestimmte Aspekte des Abstimmungsgegenstandes, ist ein weiterer wichtiger Effekt auf die Meinungsbildung des Publikums. Medien können über ihre Berichterstattung nicht nur entscheiden, ob ein Thema für relevant erachtet wird, sondern auch, welche Aspekte des Themas bei der Meinungsbildung herangezogen werden (McCombs, Lopez-Escobar & Llamas 2000). Eine ausgewogene Medienberichterstattung berücksichtigt daher den Facettenreichtum eines Abstimmungsgegenstandes. Eine einseitige Darstellung bestimmter Aspekte einer Initiative oder eines Referendums wird in der Qualitätsforschung als Bias der Berichterstattung interpretiert. Diese Verzerrung kann dabei die Folge einer redaktionellen Linie eines Mediums oder der Erfolg der PR-Aktivitäten relevanter Akteure der Kampagne sein (u.a. Wettstein 2012). Zuletzt kann die Berichterstattung *Wirkungen auf das Wissen* der Bevölkerung über den Abstimmungsgegenstand haben. Von Lern- und Wissenswirkungen spricht man dann, wenn die Bevölkerung im Laufe der Kampagne über den Abstimmungsgegenstand besser informiert ist, wenn Fakten und Positionen besser bekannt sind (Bonfadelli 1994). Besonders bei Themen, die bislang wenig in der Öffentlichkeit diskutiert wurden, sind solche Effekte zu erwarten (Benz & Stutzer 2004, de Vreese & Schuck 2014: 136). Im Resümee dieser Punkte bleibt festzuhalten, dass eine intensive, umfassende und ausgewogene Berichterstattung in den Massenmedien aufgrund ihrer Rezeptionsrelevanz für die politische Meinungsbildung der Bevölkerung zentral ist (Marcinkowski 2005, van Aelst 2014).

Resonanz der Abstimmungsvorlagen: Offenheit für Akteure?

Ein wichtiger Aspekt der Medienberichterstattung – neben Sachlichkeit, Einordnung etc. – ist die Inten-

sität der Medienresonanz selbst, d.h. wie stark überhaupt über eine Vorlage berichtet wird. Dies ist in der Schweiz auch besonders dann wichtig, wenn am selben Tag über verschiedene Vorlagen gleichzeitig abgestimmt wird. Klar ist, dass es ein Mindestmaß an Berichterstattung braucht, damit sich jede Person ein Bild über eine Vorlage machen kann (Marquis et al. 2011). Spannender aber ist die Frage, warum sich die Resonanz der einzelnen Vorlagen unterscheidet. Hier konnten vergleichende Studien aus der Schweiz eruieren, dass die Intensität der Abstimmungsberichterstattung mit (1) der Medienresonanz im Vorfeld der „heißen Phase“, (2) der Höhe der eingesetzten Mittel für politische Werbung, (3) mit identitätspolitischen Vorlagen (statt sozio-ökonomischen Vorlagen) sowie (4) mit einer populistischen Aufladung der Vorlage korreliert (Udris, Eisenegger & Schneider 2018; Udris, Eisenegger & Schneider 2016).

Die Medienresonanz respektive die Unterschiede in der Medienresonanz sind aus verschiedenen Gründen wichtig. Erstens beeinflusst die Stärke der Medienresonanz den Abstimmungsentscheid und damit die Erfolgchancen der Akteure, die eine Vorlage initiiert haben (Kriesi 2005, Bowler & Donovan 1998, Kriesi & Bernhard 2013). Dies liegt daran, dass generell „high-intensity campaigns“ die Mobilisierung erhöhen und damit letztlich auch das Abstimmungsergebnis beeinflussen.⁴ Intensive Kampagnen führen auch mehr zu „argument-basierten Meinungen“ („argument-based opinions“, wobei es sich bei „Argumenten“ auch um Schlagwörter handeln kann), die mehr im Einklang stehen mit dem tatsächlichen Stimmverhalten (Kriesi 2005). Denn bei kaum sichtbaren Kampagnen tendieren StimmbürgerInnen eher dazu, bestimmte Meinungen zu haben, aber trotzdem gegenteilig abzustimmen, weil sie andere Heuristiken wie beispielsweise Parteipräferenz oder Regierungsvertrauen verwenden. Empirisch betrachtet, profitiert das Regierungslager von schwach sichtbaren Kampagnen, während Herausforderern tendenziell stark sichtbare Kampagnen nutzen, weil dadurch ihre relativ gesehen weniger bekannten Argumente sichtbarer und greifbarer werden (Kriesi 2005, für eine Übersicht vgl. Milic et al. 2014: 233-262).

Zweitens ist Medienresonanz wichtig für die politischen Akteure, die im Abstimmungskampf involviert sind. Denn Medienresonanz beeinflusst die „issue ownership“ in einem kompetitiven Parteiensystem (Wagner & Meyer 2014, Walgrave et al. 2009). Dies

⁴ Kriesi (2005) verwendet die Anzahl politischer Inserate in Zeitungen als Indikator für die Sichtbarkeit und Intensität einer Kampagne.

trifft besonders auf Herausforderer respektive Initiatoren zu, d.h. diejenigen Akteure, die für das Zustandekommen einer Abstimmung verantwortlich sind und die damit bewusst im politischen Prozess intervenieren (Initiativen und fakultative Referenden). Herausforderer haben offensichtlich ein großes Interesse daran, mit „ihrer“ Abstimmung die Themenführerschaft zu erlangen (oder zu bestätigen). Deshalb sind sie an starker Medienresonanz interessiert. Gegner von Herausforderern, d.h. die Befürworter des Status Quo, haben ein ambivalentes Interesse an der Medienresonanz. Auf der einen Seite sind sie interessiert an einer starken Resonanz der Vorlage, weil somit auch ihre eigenen Botschaften sichtbar werden, aber auf der anderen Seite haben sie ein Interesse daran, die Resonanz der Vorlage zu beschränken, um nicht den Herausforderern die Möglichkeit einer profilbildenden Themenbewirtschaftung zu geben.

Ausgewogenheit oder Bias in der Berichterstattung?

Nicht nur die Resonanz einer Abstimmungsvorlage alleine ist entscheidend für die Meinungsbildung, sondern auch die Resonanz im Vergleich zu anderen Vorlagen und auch die Tonalität gegenüber den Vorlagen. Aus normativer Perspektive wird dies mit der Erwartung in eine Vielfalt (respektive Ausgewogenheit) ausgedrückt. Ein „Bias“ würde beispielsweise darin bestehen, dass Medien über manche Vorlagen deutlich stärker berichten als über andere oder über manche Vorlagen deutlich positiver oder negativer als über andere. Freilich ist die Bewertung, welches Maß an Vielfalt ideal ist, umstritten und abhängig von medienexternen und medieninternen Vergleichsmaßstäben (vgl. Hopman et al. 2012). Ein medienexterner Maßstab ist zum Beispiel im politischen System zu suchen: Ein „Bias“ gegenüber linken Vorlagen könnte beispielsweise daher rühren, dass die im politischen System rechten Parteien deutlich höhere Stimmenanteile haben als linke Parteien. Ein medieninterner Maßstab lässt sich über den systematischen Vergleich der verschiedenen Medienangebote ermitteln. Davon ausgehend, dass für alle untersuchten Medien die Nachrichtenlage gleich ist (sowie die politischen Machtverhältnisse etc.), wären größere Unterschiede auf bestimmte Logiken innerhalb der einzelnen Medien zurückzuführen.

Ob eine *ausgewogene Berichterstattung* oder eine verzerrte Berichterstattung vorliegt, wird über die Identifikation redaktioneller Linien ermittelt. Als redaktionelle Linien wird in der Literatur „die von der

aktuellen Ereignislage unabhängige grundsätzliche politische Tendenz eines Mediums (Maurer & Reine mann 2006: 134) bezeichnet. Jedes einzelne Angebot kann aufgrund seiner politischen Berichterstattung in ein Kontinuum zwischen zumeist links und rechts eingeordnet werden. Redaktionelle Linien können dabei auf dem außenpluralistisch organisierten Printmedienmarkt von Herausgebern und Verlegern entschieden werden, im binnenpluralistisch organisierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird hingegen eine ausgewogene Berichterstattung erwartet. Die Freiheit, redaktionelle Linien zu verfolgen, wird erst dann für eine demokratische Gesellschaft zum Problem, wenn diese in eine Polarisierung des politischen Diskurses mündet, in der entweder nur die durch die redaktionelle Linie gedeckten Positionen berichtet oder andere Positionen in diskreditierender und delegitimierender Art und Weise dargestellt werden. Eine solche Form der Berichterstattung verhindert die Kompromissfindung zwischen konkurrierenden Lösungsvorschlägen für gesellschaftliche Probleme und führt zur Spaltung einer integrierten politischen Öffentlichkeit in verschiedene, sich nicht zur Kenntnis nehmende Teilöffentlichkeiten (Edgerly 2015).

Redaktionelle Linien können explizit und implizit deutlich werden. Für den Leser werden sie in Verlagsinformationen, im Kommentariat oder in den Wahlempfehlungen ersichtlich. So stuft die Neue Zürcher Zeitung ihre redaktionelle Linie als liberal und freisinnig-demokratisch ein und gibt vor den Referenden ihren Lesern Abstimmungsempfehlungen. Solche eindeutigen Positionen finden sich jedoch selten. Vielmehr wird die redaktionelle Linie implizit, für den ungeübten Leser des Angebots nur schwer erkennbar, deutlich. Zur Identifikation impliziter redaktioneller Linien werden Inhaltsanalysen und Befragungen eingesetzt, deren Vor- und Nachteile sich wie kommunizierende Röhren verhalten. Mit quantitativen Inhaltsanalysen lassen sich intersubjektiv überprüfbare Aussagen über die Tonalität der Berichterstattung über einen Abstimmungsgegenstand treffen. Jedoch ist der Forschungsaufwand hier sehr groß, sodass nicht das gesamte Mediensample in die Untersuchung mit einbezogen werden kann. Die Befragung von Experten oder des Publikums zur Wahrnehmung von redaktionellen Linien ermöglicht diese Abdeckung des weiten Spektrums an Angeboten. Die daraus gewonnenen Urteile können aber von der politischen Einstellung der jeweiligen Auskunftsperson gefärbt sein (Hansen & Kim 2011). Gerade wegen dieser Differenz finden beide Methoden in der Forschung Akzeptanz (Dahlem 2001: 254f.).

Der Forschungsstand zur Polarisierung der Medienberichterstattung über Abstimmungen ist auch in der Schweiz ausbaufähig. Die Forschungslandschaft wird derzeit dominiert von Einzelfallanalysen zu speziellen Kampagnen sowie der Betrachtung weniger Kampagnen (z.B. Gerth, Dahinden & Siegert 2012). So ging Tresch (2012) auf der Basis einer Inhaltsanalyse in vier Zeitungen (NZZ, Tages-Anzeiger, Le Temps und Tribune de Genève) zur Volksabstimmung „Ja zu Europa“ der Frage nach, ob die Berichterstattung über Volksabstimmungen von den redaktionellen Linien („editorial views“) geprägt ist. Die Auswahl der vier Zeitungen begründet sie u.a. mit einer Einteilung von Blum (2005), der einen ersten Überblick über die redaktionellen Linien der Angebote in der Schweiz gab. Tresch schlussfolgerte in ihrer Studie, dass es keine Verzerrungen in der Berichterstattung gab, sondern die Bürger von den vier Tageszeitungen ausgewogen informiert wurden. Umfassender ist die Untersuchung von Marquis et al. (2011), in der die Berichterstattung zu 24 Abstimmungen im Bereich der Sozialpolitik von 1995 bis 2004 untersucht wurde. Auch diese Autoren kamen zum Ergebnis, dass es keine Polarisierung in der Medienberichterstattung gibt und die meisten Titel ausgewogen über die Vorlagen berichten. Einzig die NZZ wurde als „rechts“ und die Tribune de Geneve als „pro welfare“ eingestuft. Marcinkoski und Donk (2012) wählten neun Abstimmungen (aus drei Politikfeldern) zwischen 1983 und 2004 und konstatierten eine relativ hohe deliberative Qualität der Medienberichterstattung, ohne aber die einzelnen Medientitel zu differenzieren. Eine themen- und medienübergreifende Inhaltsanalyse zur Klassifizierung der Medien entlang ihrer politischen Positionierungen steht noch aus.

In der Annahme, dass sich redaktionelle Linien sowohl auf Strukturen zurückführen lassen (z.B. politische Parteien als Besitzer, Chefredakteure als Parteimitglieder etc.) als auch auf die Leserschaft Auswirkungen haben (z.B. Nutzung nur in einem bestimmten politischen Milieu), haben Udris und Hauser (2017) auf der Basis der Daten des Reuters Digital News Reports zumindest die politische Zusammensetzung des Publikums analysiert. In der Befragung sollen sich die Nutzer auf einer Skala von 1 bis 10 selbst einstufen. Aggregiert man die Antworten zeigt sich, dass sich 67 Prozent der Schweizer in der „Mitte“ positionieren und sich 16 Prozent dem „linken“ bzw. 17 Prozent dem „rechten“ politischen Lager zuordnen. Vergleicht man diese Verteilung mit der Publikumsstruktur der relevanten Nachrichtenmedien in der Schweiz, so wird deutlich, dass die Zusammensetzung des Publikums bei den meisten Titeln dem Durchschnitt der Bevölkerung entspricht. Nur bei

wenigen Angeboten wie der Weltwoche, Le Matin und Le Nouvelliste (rechts überrepräsentiert) oder dem Tagesanzeiger und watson.ch (links ist überrepräsentiert) gibt es hier leichte Abweichungen zugunsten eines politischen Lagers.

Methode und Operationalisierungen

Zur Beantwortung der Forschungsfragen führten wir eine Sekundäranalyse des Abstimmungsmonitors durch, der regelmäßig vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich veröffentlicht wird. Für den Abstimmungsmonitor wird die Berichterstattung über Initiativen und Referenden in zentralen Schweizer Medienangeboten über einen Zeitraum von 11 Wochen mit einer quantitativen Inhaltsanalyse erfasst. Die Ergebnisse der Berichterstattung über die einzelnen Initiativen werden in der letzten Woche vor der Abstimmung veröffentlicht und medial präsentiert. Für diesen Aufsatz greifen wir auf die Berichterstattung über alle 33 Abstimmungsvorlagen zurück, die zwischen dem September 2014 und dem Juni 2018 der Stimmbevölkerung vorgelegt wurden. In den mittlerweile 22 untersuchten Printangeboten⁵ wurden in diesem Zeitraum 10.330 Beiträge dazu veröffentlicht. Die Codierer des fög verschlüsselten als zentrale Kategorien die Tonalität der Berichterstattung gegenüber der Initiative bzw. dem Referendum sowie deren Urheber, die in der Berichterstattung genannten Akteure und den Beitragsstil. Der Ko-Autor war an der Codierung beteiligt und garantiert die Qualität der Daten.

Vor der Beschreibung der Operationalisierungen wollen wir zunächst einen kurzen Überblick über das Datenmaterial geben. Durchschnittlich konnten 469 Beiträge pro Printangebot und 313 Beiträge pro Abstimmungsvorlage verschlüsselt werden. Da sich die Erscheinungsintervalle der Zeitungen unterscheiden und das mediale Interesse gegenüber verschiedenen Initiativen unterschiedlich stark ausgeprägt ist, differieren die Beitragszahlen je nach Medium und je nach Abstimmungsvorlage erheblich. Blicken wir zunächst auf die einzelnen Medientitel. Hier publizierte die mittlerweile eingestellte Wochenzeitung L'Hebdo mit 95 Beiträgen die geringste und die 6x wöchentlich erscheinende Neue Zürcher Zeitung mit 929 Beiträgen die höchste Beitragszahl. Bei den Initiativen und Referenden wird das Spektrum zwi-

⁵ In alphabetischer Reihenfolge sind das: 20 minuten, 20 minutes, 24-Heures, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Blick, Blick am Abend, Die Südostschweiz, L'Hebdo, Le Matin, Le Matin Dimanche, Le Temps, (Neue) Luzerner Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, NZZ am Sonntag, Schweiz am Wochenende/am Sonntag, SonntagsBlick, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève, Weltwoche.

schen geringster und stärkster medialer Beachtung durch zwei Vorlagen aus dem März 2018 aufgespannt. Am wenigsten wurde über die Vorlage zur Finanzordnung berichtet, bei der es darum ging, ob der Bund (Nationalstaat) – statt die Kantone – weiterhin das Recht hat, bestimmte Steuern wie die Mehrwertsteuer einzuziehen (dieses Recht muss formal alle zehn Jahre verlängert werden) (n= 66). Die größte Resonanz bekam die „No Billag“-Abstimmung, bei der über die Abschaffung der Rundfunkgebühren in der Schweiz entschieden wurde. Hier veröffentlichten die analysierten Zeitungen in dem 11-wöchigen Untersuchungszeitraum 1.222 Beiträge. Sowohl die Länge des Untersuchungszeitraums als auch die Vielzahl und die Vielfalt der Initiativen und Vorlagen bieten eine breite, gut fundierte Basis zur Beantwortung unserer Forschungsfragen.

Die hierfür zu Grunde liegenden Messungen bzw. das für die Auswertung nötige Datenmanagement wird nun beschrieben. Der Stellenwert der Initiatoren von Referenden und Abstimmungen im politischen System wurde auf einer 4-stufigen Ordinalskala erfasst. Als politische Akteure mit sehr niedrigem politischen Status codierten wir alle Akteure aus den Reihen der Zivilgesellschaft, einen eher niedrigen Status haben periphere Verbände oder periphere Parteien sowie Einzelpersonen aus Verbänden oder Parteien, als Akteure mit eher hohem Stellenwert wurden relevante Verbände, kleine Parlamentsparteien in Fraktionsstärke und Gruppen von Politikern aus den Reihen der vier großen Bundesratsparteien SVP, FDP, SP und CVP erfasst. Die vierte Gruppe der Initiatoren mit sehr hohem politischem Stellenwert bilden eben jene vier Bundesratsparteien.

Die Möglichkeit der politischen Polarisierung der Berichterstattung wird über den Umfang und die Tonalität der Berichterstattung über Vorlagen aus dem linken bzw. rechten politischen Lager untersucht. Hierfür fassen wir alle Initiativen und Vorlagen zusammen die einerseits auf linke und andererseits auf rechte Initianten zurückgingen. Von den 33 untersuchten Vorlagen können dabei 15 Initiatoren des linken und acht Initiatoren des rechten Lagers zugeordnet werden. Die restlichen elf Initiativen schließen wir von der weiteren Analyse aus, da sie aus der politischen Mitte oder von Akteuren sowohl aus dem linken als auch rechten Lager kamen bzw. als obligatorische Referenden vorgelegt wurden. Die Beitragszahl für diese Analyse reduziert sich daher auf 4.036 Beiträge für linke und 3.337 Beiträge für Vorlagen rechter Initiatoren. Zentrale Variablen sind einerseits die Anzahl der Beiträge, die über die jeweiligen In-

itiativen publiziert wurden, und zum anderen die Tonalität der Berichterstattung darüber. Hierbei konnten die Codierer zwischen einer positiven (im Sinne der Initiatoren), einer kontroversen (sowohl positive als auch negative Positionen zu den Vorlagen) und einer negativen, das Anliegen der Initiatoren ablehnenden Tonalität differenzieren.

Ergebnisse

Entlang der aufgestellten Forschungsfragen werden nun die Ergebnisse unserer Untersuchung präsentiert. Zunächst interessiert uns dabei, ob die Publikationschancen der unterschiedlich relevanten Akteure im politischen System in den Medienangeboten verschieden bewertet werden.

In der Gesamtschau über alle 22 untersuchten Angebote zeigt sich dabei, dass die Medien über die Vorlagen aller politischen Akteursgruppen berichten. Ein Berichterstattungsbonus zugunsten der Vorlagen der statushohen Akteure kann nicht festgestellt werden. Auf die Vorlagen von Akteuren mit dem niedrigsten Stellenwert entfallen 6 Prozent der Beiträge, auf periphere Verbände und periphere Parteien 29 Prozent, auf machtvolle Verbände und kleine Parteien, die mindestens in Fraktionsstärke im Parlament vertreten sind, ebenfalls 29 Prozent, auf die Vorlagen aus den Reihen der vier großen Parteien als statushohe Akteure 35 Prozent (Tabelle 1). Auch der Blick auf die durchschnittliche Resonanz pro Vorlage unterstreicht den Befund, dass der Status eines Initiators nicht mit der Medienresonanz zusammenhängt (vgl. auch Udris, Eisenegger & Schneider 2018).

Tabelle 1: Berichterstattungsintensität nach Status der Initiatoren

Status der Initiatoren	Anteil an allen Beiträgen	Durchschnitt pro Vorlage
Sehr niedrig	6%	432 (n = 2)
Eher niedrig	29%	188 (n = 10)
Eher hoch	29%	220 (n = 10)
Sehr hoch	35%	426 (n = 12)

Ein Blick in die einzelnen Angebote zeigt, dass es hier nur marginale Unterschiede in der Relevanzzuweisung der Initiativen je nach Akteursgruppe gibt. Im Sonntags-Blick, der Berner Zeitung, L'Hebdo und der Aargauer Zeitung wird etwas mehr über Initiativen von Akteuren mit eher niedrigem politischen Status berichtet, während Weltwoche, Schweiz am Wochenende und Blick am Abend eher die Vorlagen der statushohen Akteure häufiger thematisieren. Alle anderen Printmedien weichen nur geringfügig vom über alle untersuchten Angebote gebildeten Durchschnittswert ab.

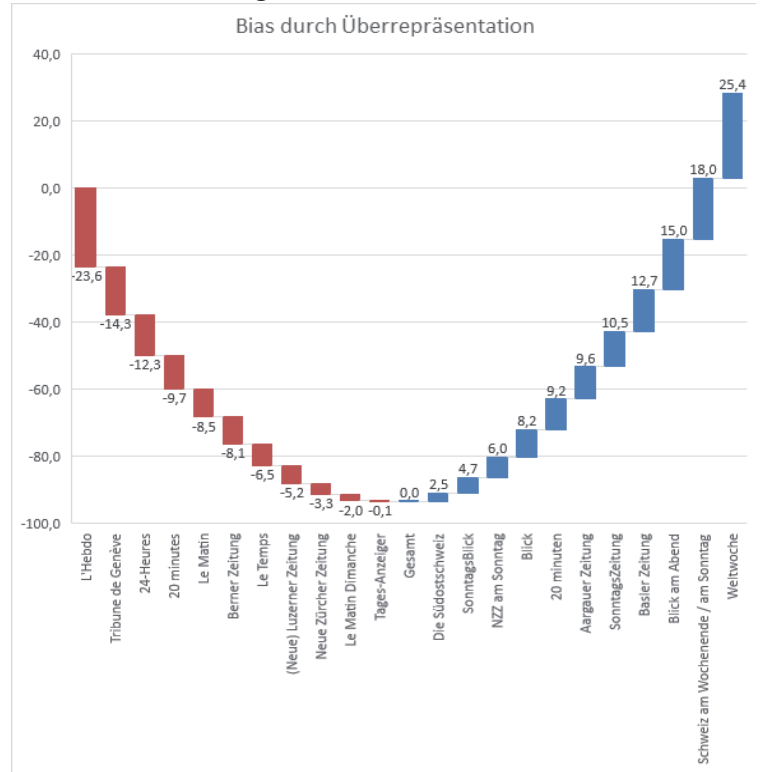
Die zweite Frage zielt auf die Ausgewogenheit der Berichterstattung und damit darauf, inwieweit die verschiedenen Medien insgesamt als polarisiert gelten. Für die Ermittlung des Polarisierungsgrades der Berichterstattung greifen wir auf die Präsenz respektive Resonanz linker und rechter Vorlagen in der Berichterstattung sowie auf deren Tonalität zurück. Die Interpretation der Befunde erfolgt auf der Basis eines medieninternen Vergleichsmaßstabes, bei dem die Berichterstattung eines einzelnen Angebots mit dem Durchschnitt der Gesamtberichterstattung aller 22 untersuchten Angebote verglichen wird. Somit lassen sich die Abweichungen einzelner Angebote von diesem Gesamtmittelwert als redaktionelle Linien der Berichterstattung interpretieren (Donsbach, Rentsch 2011).

Die Analyse der Präsenz der Initiativen rechter und linker Initianten in der Berichterstattung folgt der Annahme, dass eine Überbetonung der Initiativen eines bestimmten politischen Lagers einer Verzerrung der Berichterstattung zugunsten dieses Lagers indiziert (Brettschneider & Wagner 2008). In der Gesamtberichterstattung der 22 untersuchten Angebote entfielen 40 Prozent der Beiträge auf linke Vorlagen und 33 Prozent auf die Vorlagen rechter Initianten. Weil es in unserer Untersuchung 15 linke Vorlagen gibt und nur acht rechte, weist dieser Gesamtbefund auf eine insgesamt klare Übervertretung rechter Vorlagen hin. Die folgenden Abweichungen sind also primär vor dem Hintergrund zu lesen, welche Medien gegebenenfalls weniger stark als andere auf rechte Vorlagen fokussieren.

Deutliche Abweichungen vom Mittelwert zugunsten der Vorlagen linker Initiatoren (respektive eine weniger ausgeprägte Fokussierung auf die rechten Vorlagen) fanden wir bei den Westschweizer Angeboten L'Hebdo (9,3 Prozentpunkte über dem Durchschnitt), Tribune de Genève (7,7 PP), 24-heures (5,8 PP) sowie der Berner Zeitung (5,1). Unterrepräsentiert waren die Vorlagen linker Initianten hingegen bei der Basler Zeitung (-5,0 PP), dem Blick am Abend (-5,9 PP), der Aargauer Zeitung (-6,3 PP), der Weltwoche (-8,8 PP) und der Schweiz am Wochenende (-10,3 PP). Viele dieser Zeitungen finden sich bei der Betrachtung der Präsenz der Vorlagen rechter Initianten unter umgekehrten Vorzeichen bei den Angeboten wieder, die überdurchschnittlich häufig bzw. selten berichten. So

liegt die Weltwoche hier 16,5 Prozentpunkte über dem Durchschnitt, die Pendlerzeitung Blick am Abend 9 PP, die Schweiz am Wochenende und die Basler Zeitung je 7,7 PP. Hingegen stoßen Vorlagen rechter Initianten in L'Hebdo (-14,3 PP), der Tribune de Genève (-6,6 PP) und 24-heures (-6,5) auf ein unterdurchschnittliches publizistisches Echo. In der Gesamtschau zu der Über- und Unterbetonung der Vorlagen rechter und linker Initianten zeigt sich, dass die meisten der 22 untersuchten Schweizer Printangebote hier keine redaktionelle Linie verfolgen, sondern die Bevölkerung in ähnlichem Umfang über die Initiativen informieren. Bei nur wenigen Angeboten ist ein eigener Bias durch Über- und Unterbetonung festzustellen. Dies betrifft einerseits die Westschweizer Zeitungen L'Hebdo (23,6 PP zugunsten der Initiativen linker Initianten), Tribune de Genève (14,3 PP), 24heures (12,3 PP) und die französischsprachige Ausgabe der Pendlerzeitung 20 Minuten (9,7 PP). Die Deutschschweizer Angebote Sonntagszeitung (10,5 PP zugunsten der Initiativen rechter Initiatoren), Basler Zeitung (12,7 PP), Blick am Abend (15 PP), Schweiz am Wochenende (18 PP) und die Weltwoche (25,4 PP) fokussieren andererseits stärker auf die rechten Vorlagen als der Durchschnitt (Graphik 1).

Graphik 1: Bias durch Überrepräsentation (Präsenz) der Vorlagen linker und rechter Initiatoren in der Medienberichterstattung. Basis: n= 7373 Beiträge



Als zweiten Indikator betrachten wir die Tonalität der Berichterstattung gegenüber den Abstimmungsvorlagen linker und rechter Initiatoren. Die Tonalität wird hierbei über die Valenz der Darstellung der jeweiligen Initiative bemessen. Die Valenz der Berichterstattung wird über den Kontrapositionssaldo der im Sinne der Initiatoren positiven und negativen Darstellung der Vorlagen berechnet (dabei werden alle Beiträge, die eine kontroverse/ambivalente Tonalität aufweisen, nicht mehr berücksichtigt). Positive Salden sprechen für eine publizistische Unterstützung, negative Salden für einen eher kritischen Umgang mit den Vorlagen. Die Analysen wurden sowohl für die Berichterstattung über Vorlagen rechter und linker Initiatoren durchgeführt und anschließend aggregiert, um spezifische Aussagen über den Polarisierungsgrad innerhalb des politisch-publizistischen Spektrums in den Schweizer Printmedien treffen zu können.

Schaut man sich die Valenz der Berichterstattung über linke und rechte Vorlagen an, zeigt sich, dass sowohl über Vorlagen linker als auch über Vorlagen rechter Initiatoren mehr ablehnend als zustimmend berichtet wird. Das Kontrapositionssaldo aus positiver und negativer Valenz beträgt für die linken Vorlagen -17 Prozentpunkte und für die rechten Vorlagen -24 Prozentpunkte. Um den Polarisierungsgrad erfassen zu können, wird nun die Differenz zwischen der Valenz der Berichterstattung über Vorlagen beider Initiatorengruppen gebildet. Je höher der Betrag dieser Differenz ist, desto polarisierter ist das Angebot eines Mediums einzuschätzen. Eine maximale Polarisierung ist gegeben, wenn alle Beiträge eines Mediums zugunsten einer und zu Ungunsten der jeweils anderen Initiatorengruppe verfasst wären. In diesem Falle würde die Spannbreite -200 (zugunsten linker Initiatoren) und +200 (zugunsten rechter Initiatoren) betragen. Ein Wert von 0 stünde für eine absolut ausgewogene Berichterstattung. Die Analysen zeigen, dass über alle Medien und Beiträge betrachtet die Berichterstattung über Referenden und Initiativen mit einem Wert von -7 sehr nahe am theoretischen Mittelpunkt zu finden ist, der für eine ausgewogene Berichterstattung steht. Mit L'Hebdo und der Weltwoche bilden zwei Wochenzeitungen, die bei den bisherigen Indikatoren schon aufgefallen sind, die Extrempunkte in der Berichterstattung. Der für L'Hebdo gemessene Wert von -114 steht für eine stark positive verzerrte Berichterstattung zugunsten linker Vorlagen. Die Weltwoche (+79) stellt Vorlagen rechter Initiatoren weit positiver dar als die linker Initiatoren. Neben diesen beiden Ausreißern lassen sich noch drei weitere Gruppen von Medienangeboten identifizieren. Eine eher linke Ausrichtung zeigt

sich bei Le Matin (-40), dem Tages-Anzeiger (-32), dem Blick (-29), 24heures (-26) und der Tribune de Genève (-23). Eine eher rechte Tonalität weisen die Basler Zeitung (25), die Neue Zürcher Zeitung (14), die Schweiz am Wochenende (14) sowie die Luzerner Zeitung (12) auf. Alle anderen der 22 untersuchten Angebote haben keine eindeutige Tendenz in der Tonalität der Berichterstattung (Tabelle 2).

Tabelle 2: Kontrapositionssalden in der Berichterstattung über Vorlagen linker und rechter Initiatoren.

	Kontrapositionssaldo*
Weltwoche	76
Basler Zeitung	25
Neue Zürcher Zeitung	14
Schweiz am Wochenende/am Sonntag	14
(Neue) Luzerner Zeitung	12
NZZ am Sonntag	6
Le Matin Dimanche	6
Die Südostschweiz	1
20 minutes	-5
SonntagsZeitung	-6
20 Minuten	-7
SonntagsBlick	-7
Gesamt	-7
Aargauer Zeitung	-12
Berner Zeitung	-13
Le Temps	-19
Tribune de Genève	-23
Blick am Abend	-24
24-Heures	-26
Blick	-28
Tages-Anzeiger	-32
Le Matin	-40
L'Hebdo	-114

*Kontrapositionssaldo: Differenz des Anteils von Beiträgen mit positiver und negativer Valenz zu den Initiativen

In der Gesamtschau beider herangezogener Indikatoren zur Bestimmung der redaktionellen Linien von Printangeboten in der Schweiz lässt sich resümierend feststellen, dass nur wenige der 22 untersuchten Angebote bei beiden Indikatoren eine eindeutige Tendenz aufweisen. Den Deutschschweizer Angeboten Weltwoche, Schweiz am Wochenende und Basler Zeitung kann eine redaktionelle Linie zugunsten der rechten Initiatoren attestiert werden. Sie berichten im Vergleich zu allen 22 untersuchten Angeboten zum einen umfassender über von rechten Initiatoren eingebrachten Volksabstimmungen und stellen diese zum anderen wiederum im Vergleich zu den anderen untersuchten Angeboten positiver dar. Bei den Westschweizer Angeboten L'Hebdo, Le Matin und 24-heures zeigt sich eine redaktionelle Linie zugunsten der Volksabstimmungen, die aus dem linken Lager initiiert werden.

Für die anderen Angebote gibt es kein so eindeutiges Muster. So sind die Initiativen keines politischen Lagers in der Neuen Zürcher Zeitung überrepräsentiert, in der Valenz der Berichterstattung lässt sich allerdings eine positivere Darstellung der Volksabstimmungen aus dem rechten Lager erkennen. Bei 20 minutes hingegen finden wir eine Überbetonung linker Vorlagen, aber keine ausgeprägte positive Tonalität zu diesen.

Fazit und Ausblick

Eine gesellschaftsweite politische Öffentlichkeit ist ein zentrales Element im Selbstverständnis der westlichen Moderne, das in dem Gedanken der Partizipation der Bürger an politischen Entscheidungen kulminiert. Direktdemokratische Verfahren stärken die Partizipation der Bevölkerung. Zu den Gelingensbedingungen einer funktionierenden gesellschaftsweiten politischen Öffentlichkeit zählen zwei Grundvoraussetzungen. (1) Bürger nehmen Argumente der Gegner wahr und (2) gibt es eine massenmediale Berichterstattung, in der Akteure und deren Positionen aufgegriffen und zueinander in Beziehung gesetzt werden, damit sich die Bürger ein umfassendes Bild von den zur Abstimmung stehenden Themen machen können.

In der vorliegenden Studie wurde am Beispiel der Schweiz untersucht, wie intensiv und wie ausgewogen 22 verschiedene Printangebote über 33 Abstimmungen berichteten. Anhand verschiedener Indikatoren prüften wir, inwieweit es in der Schweiz eine mediale Polarisierung der Berichterstattung zugunsten bestimmter politischer Lager gibt. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Hinsichtlich der Präsenz der Vorlagen gibt es keinen Bonus für statushohe politische Akteure. Alle Statusgruppen, die als Initiatoren in Erscheinung treten, sind in der Medienberichterstattung etwa gleichverteilt vertreten. Nicht jede einzelne Organisation kann sich gleich gut Gehör verschaffen. Doch der Status spielt kaum eine Rolle. In der Summe gelingt somit Akteuren mit unterschiedlich hohem Status der Weg in die massenmediale politische Öffentlichkeit.

Sowohl linke als auch rechte Initiativen und Referenden stoßen in der Summe auf mehr Kritik als auf Zustimmung. Dieser „Negativismus“ ist in erster Linie Ausdruck eines „status-quo“-Bias, der auch die politischen Machtverhältnisse reflektiert. Schließlich werden Initiativen und Referenden per definitionem immer von „Herausforderern“ angestrengt, die sich gegen die Position der in der Schweiz überparteilich zusammengesetzten Regierung und des Parlaments wenden.

Nach der Würdigung von Resonanz und Tonalität als Indikatoren zur Ermittlung der redaktionellen Linie zeigt sich, dass die meisten untersuchten Printangebote im medieninternen Vergleich zur Gesamtberichterstattung ausgewogen über die Initiativen berichten. Ausgeprägte redaktionelle Linien zugunsten der rechten bzw. linken Initiatoren finden mit der Weltwoche, Schweiz am Wochenende und Basler Zeitung und L'Hebdo, Le Matin und 24-heures nur bei jeweils drei Angeboten.

Insgesamt sprechen die Befunde dafür, dass die Berichterstattung über Referenden und Initiativen in der Schweiz aktuell zu keiner massenmedial befeuerten Polarisierung des politischen Diskurses führt. Zwei grundlegende Faktoren sind ausschlaggebend, dass sich in der Medienberichterstattung keine oder nur moderate redaktionellen Linien widerspiegeln. Erstens das Prinzip der Konkordanzdemokratie, bei dem alle relevanten politischen Kräfte in die Entscheidungsfindung mit einbezogen werden, und zweitens die Loslösung der Presse von den früheren politischen Trägern und Milieus, die in der Schweiz zwar spät einsetzte (ca. 1960er und 1970er Jahre), sich aber relativ rasch vollzog (Lucht & Udris 2013), und der parallel einsetzende Bedeutungsanstieg des öffentlichen Fernsehens.

Vor diesem Hintergrund der geringen Polarisierung kann vorerst ein positives Fazit gezogen werden. Doch freilich ist die Polarisierung (resp. Ausgewogenheit) nur einer von vielen Aspekten, mit denen die Qualität der öffentlichen Debatte über Abstimmungsvorlagen bewertet werden muss. Der Diskurs vor Abstimmungen ist voraussetzungsreich und setzt neben einer geringen Polarisierung ebenso voraus, dass verschiedene Stimmen (auch verschiedene Medientitel) sich beteiligen oder dass einordnende Argumente ausgetauscht werden und nicht emotionale und personalisierende Botschaften die Resonanz befeuern. Diese Voraussetzungen sind in der Schweiz immer noch vorhanden; die Qualität vieler Medientitel ist nach wie vor gut und die Nutzer vertrauen den Medien nach wie vor (vgl. fög 2018). Doch es gibt sehr problematische Entwicklungen: Die Medienkonzentration ist in den letzten Jahren stark gestiegen und auch formell unabhängige Titel (desselben Unternehmens) teilen immer mehr dieselben Nachrichtenbeiträge und Kommentare, auch zu Abstimmungen (fög 2018). Das heißt, hier lässt sich ein Trend zu mehr Uniformität statt Vielfalt feststellen. Zudem haben populistisch und emotional aufgeladene Vorlagen nachweislich bessere Resonanzchancen (vgl. Udris, Eisenegger & Schneider 2018) und die-

jenigen Medientitel, die weniger einordnen und dafür stärker emotionalisieren und personalisieren, sind ausgerechnet diejenigen, die im Vergleich zu qualitätsstarken Titeln an Reichweite gewinnen. Ein Einsatz direktdemokratischer Mittel sollte mit diesem Wissen immer auch mit Blick auf die Infrastrukturen und die Qualität der öffentlichen Kommunikation diskutiert werden.

Literatur

- Benz, M., & Stutzer, A. (2004). Are voters better informed when they have a larger say in politics? Evidence for the European Union and Switzerland. *Public Choice*, 119, 31–59.
- Bernauer, J., & Vatter, A. (2012). Can't get no satisfaction with the Westminster model? Winners, losers and the effects of consensual and direct democratic institutions on satisfaction with democracy. *European Journal of Political Research*, 51, 435–468.
- Blum, R. (2005). Politischer Journalismus in der Schweiz. In P. Donges (Hg.), *Politische Kommunikation in der Schweiz* (S. 115–130). Bern: Haupt.
- Bonfadelli, H. (1994). *Die Wissensluft-Perspektive: Massenmedien und gesellschaftliche Information*. Konstanz: UVK.
- Bowler, S., & Donovan, T. (1998). *Demanding choices: Opinion, voting, and direct democracy*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Brettschneider, F., & Wagner, B. (2008). „And the winner should be...“ Explizite und implizite Wahlempfehlungen in der Bild-Zeitung- und der Sun. In S. Adam & B. Pfetsch (Hg.), *Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen* (S. 225–244). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Dahlem, S. (2001). *Wahlentscheidung in der Mediengesellschaft: Theoretische und empirische Grundlagen der interdisziplinären Wahlforschung* (Vol. 27). Freiburg: Alber.
- Donsbach, W., & Rentsch, M. (2011). Methodische Designs zur Messung subjektiver Einflüsse auf Nachrichtenentscheidungen von Journalisten. In O. Jandura, T. Quandt, & J. Vogelgesang (Eds.), *Methoden der Journalismusforschung* (S. 155–170). VS, Verl. für Sozialwiss.
- Edgerly, S. (2015). Red Media, Blue Media, and Purple Media: News Repertoires in the Colorful Media Landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), 1–21. doi:10.1080/08838151.2014.99 8220.
- fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.) (2018). *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera*. Basel: Schwabe. Abrufbar unter: <https://www.qualitaet-der-medien.ch/>.
- Gerth, M., Dahinden, U., & Siegert, G. (2012). Coverage of the Campaigns in the Media. In H. Kriesi (Hg.), *Political Communication in Direct Democratic Campaigns: Enlightening or Manipulating?* (pp. 108–124). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Glantz, A., Teusch, R., & Schoen, H. (2010). Abstimmungskampf, Informationsvermittlung und Stimmenscheidung beim Volksentscheid über den Nichtraucherschutz in Bayern. In L. P. Feld, P. M. Huber, O. Jung, C. Welzel, & F. Wittreck (Hg.), *Jahrbuch für direkte Demokratie* (S. 295–320). Baden-Baden: Nomos.
- Hansen, G. J., & Kim, H. (2011). Is the Media Biased Against Me?: A Meta-Analysis of the Hostile Media Effect Research. *Communication Research Reports*, 28(2), 169–179. doi:10.1080/08824096.2011.565280.
- Hobolt, S. B. (2009). *Europe in Question. Referendums on European Integration*. Oxford: Oxford University Press.
- Hopmann, D., van Aelst, P., & Legnante, G. (2012). Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2), 240–257. DOI: 10.1177/1464884911427804.
- Kriesi, H. (2005). *Direct democratic choice: The Swiss experience*. Lanham, Md: Lexington, Books.
- Kriesi, H. (2012). Conclusion. In H. Kriesi (Hg.), *Political Communication in Direct Democratic Campaigns: Enlightening or Manipulating?* (S. 225–240). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kriesi, H., & Bernhard, L. (2013). Die Referendumsdemokratie. In H. Scholten & K. Kamps (Hg.), *Abstimmungskampagnen: Politikvermittlung in der Referendumsdemokratie* (pp. 3–18). Wiesbaden: Springer VS.
- Lucht, J., & Udris, L. (2013). Kommerzialisierung und Konzentration der Medien im internationalen Vergleich. *Studien Qualität Der Medien*. (1), 1–31.
- Marcinkowski, F. (2005). Deliberation. Medienöffentlichkeit und direktdemokratischer Verfassungsentscheid – Der Fall Lichtenstein. In T. Hitzel-Cassagnes & T. Schmidt (Hg.), *Demokratie in Europa und europäische Demokratien. Festschrift für Heidrun Abromeit* (S. 1–27). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Marcinkowski, F., & Donk, A. (2012). The Deliberative Quality of Referendum Coverage in Direct Democracy: Findings from a Longitudinal Analysis of Swiss Media. *Javnost/The Public*, 19(4), 93–110.
- Marquis, L., Schaub, H., & Gerber, M. (2011). The Fairness of Media Coverage in Question: An Analysis of Referendum Campaigns on Welfare State Issues in Switzerland. *Swiss Political Science Review* 17(2), 128–163.
- Maurer, M., & Reinemann, C. (2006). *Medieninhalte: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- McCombs, M. E., Lopez-Escobar, E. & Llamas, J. P. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. *Journal of Communication*, 50 (2), 77–92.
- McCombs, M. E., & Shaw D. L. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176–187.
- Milic, T., Rousselot, B., & Vatter, A. (2014). *Handbuch der Abstimmungsforschung. Politik und Gesellschaft in der Schweiz: Vol. 2*. Zürich: Neue Zürcher Zeitung.
- Oberreuter, H. (2002). Direkte Demokratie und die repräsentative Verfassung der Bundesrepublik Deutschland. *Zeitschrift für Politikberatung*, 49 (3), 290–305.
- Reinemann, C., Fawzi, N., & Röder, P. (2012). Mehr Beteiligung = bessere Berichterstattung? Ein Vergleich der Presseberichterstattung über die parlamentarische Entscheidung und den Volksentscheid zum Nichtraucherschutzgesetz in Bayern (S. 351–380). *SCM Studies in Communication and Media*, 1 (3–4).
- Tresch, A. (2012). The (Partisan) Role of the Press in Direct Democratic Campaigns: Evidence from a Swiss Vote on European Integration. *Swiss Political Science Review* 18(3), 287–304. DOI: 10.1111/j.1662-6370.2012.02073.x.
- Tresch, A., Lauener, L., & Scaperrotta, L. (2018). VOTO-Studie zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 4. März 2018. Lausanne: FORS.
- Udris, L., Eisenegger, M., & Schneider, J. (2016). News Coverage about Direct-Democratic Campaigns in a Period of Structural Crisis. *Journal of Information Policy*, 6, 68–104.
- Udris, L., Eisenegger, M., & Schneider, J. (2018). Medienresonanz von Abstimmungsvorlagen im Vergleich. In D. Kübler (Hg.), *Schriften zur Demokratieforschung. Herausgegeben durch das Zentrum für Demokratie Aarau. Medien und direkte Demokratie* (S. 65–88). Zürich: Schulthess.
- Udris, L. & Hauser, L. (2017). Reuters Institute Digital News Report – Ergebnisse für die Schweiz. fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:8d44f1f2-ec81-4cb4-90f0-be453b1bba67/DNR_2017.pdf.
- van Aelst, P. (2014). Media, political agendas and public policy. In C. Reinemann (Hg.), *Handbooks of Communication Science [HoCS]/Political Communication* (Vol. 18, S. 231–248). Berlin: de Gruyter Mouton.
- Vreese, C. H. de, & Schuck, A. R. (2014). Political communication in referendums. In C. Reinemann (Hg.), *Handbooks of Communication Science [HoCS]/Political Communication* (Vol. 18, S. 129–149). Berlin: de Gruyter Mouton.
- Wagner, M., & Meyer, T. M. (2014). Which Issues do Parties Emphasise? Salience Strategies and Party Organisation in Multiparty Systems. *West European Politics*, 37(5), 1019–1045.
- Walgrave, S., Lefevre, J., & Nuytemans, M. (2009). Issue Ownership Stability and Change: How Political Parties Claim and Maintain Issues Through Media Appearances. *Political Communication*, 26(2), 153–172.
- Wettstein, M. (2012). Frame adoption in referendum campaigns: The effect of news coverage on the public salience of issue interpretations. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 318–333.