

Der Schweizer Stimmbürger: ein informierter Musterbürger oder ein politischer Ignorant?

Vortrag im Rahmen des Forums für Universität und Gesellschaft

12. November 2016

Prof. Dr. Adrian Vatter, Universität Bern

Der Schweizer Stimmbürger: ein informierter Musterbürger oder ein politischer Ignorant?

Aufbau des Referats

1. Der Informationsstand der Schweizer Stimmbürgerschaft
2. Was beeinflusst die Informiertheit?
3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen
4. Entscheidungshilfen der Stimmbürgerschaft
5. Fazit

1. Der Informationsstand der Schweizer Stimmbürgerschaft

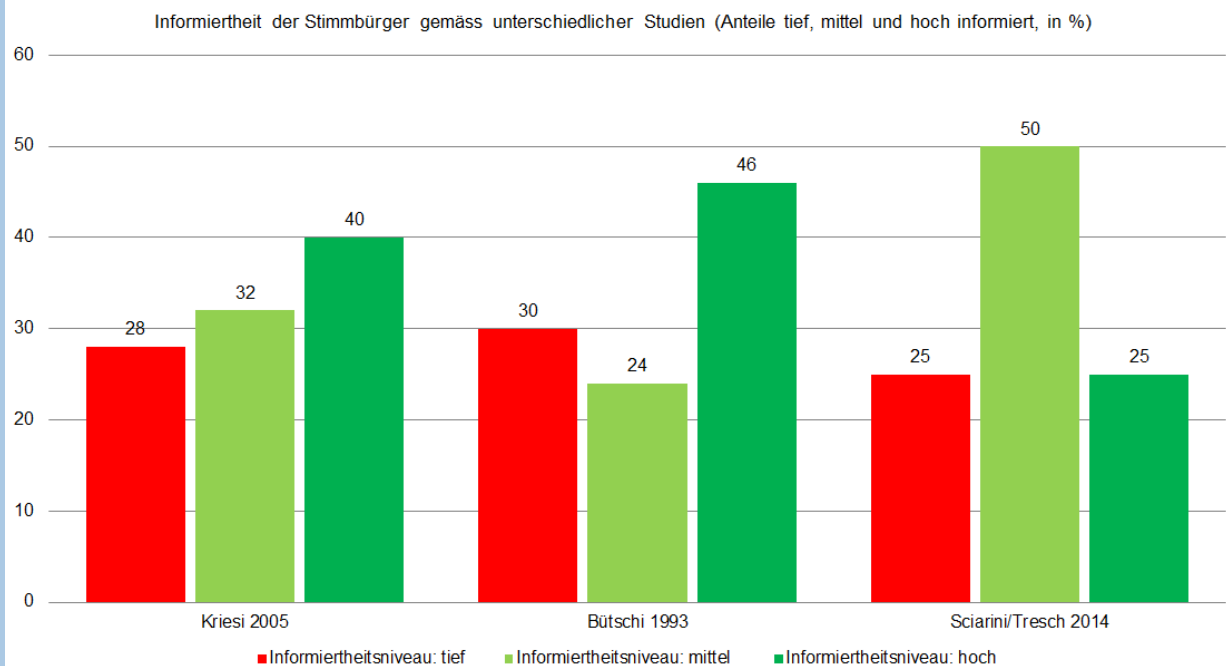
Ist der Schweizer Stimmbürger von den direktdemokratischen Entscheidungsproblemen überfordert?



15.11.16

3

1. Der Informationsstand 1.1. Überforderung der Stimmbürger?



15.11.16

4

1. Der Informationsstand

1.2. Informiertheit nach Themenbereichen

Ist der Schweizer Stimmbürger von den direktdemokratischen Entscheidungsproblemen überfordert?

Politikfeld	Anteil der schlecht Informierten
Landwirtschaftspolitik	36 %
Institutionelle Reformen	33 %
Fiskal- und Finanzpolitik	32 %
Sozialpolitik	28 %
Kultur- und Bildungspolitik	26 %
Umwelt-, Verkehr- und Energiepolitik	22 %
Aussenpolitik	20 %

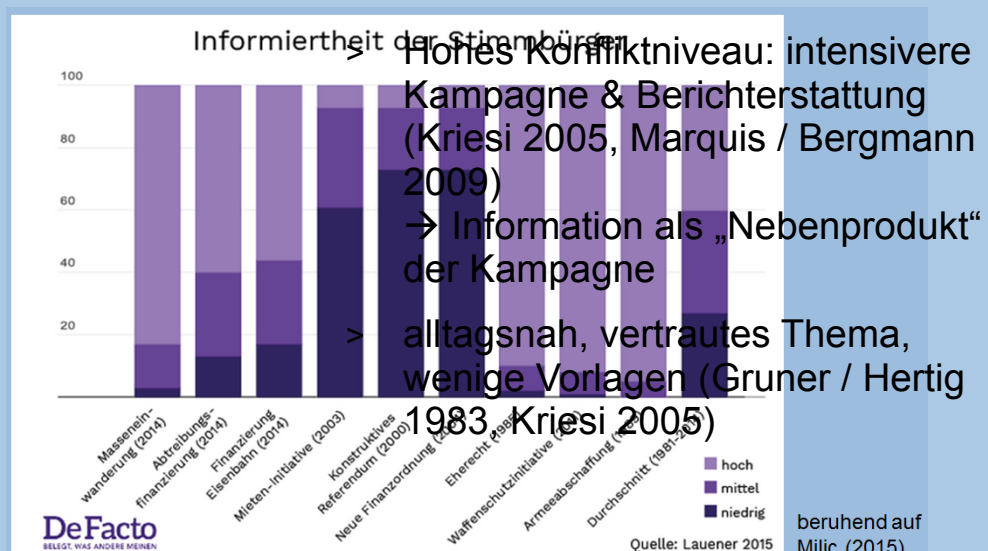
Quelle: Kriesi
(2005: 96).

- > viele Kenntnisse über die Aussenpolitik
- > Aber: Unterschiede zwischen den Themen teilweise erklärbar mit der Rechtsform, dem Konfliktgrad und der Anzahl Vorlagen

2. Was beeinflusst die Informiertheit?

2.1 Informiertheit nach Vorlagen

Bei welchen Vorlagen ist der Stimmbürger besonders gut / schlecht informiert?

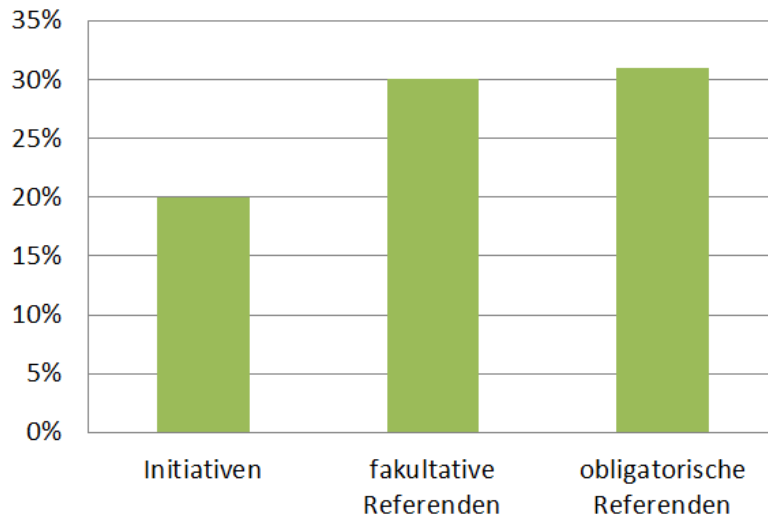


beruhend auf
Milic (2015)

2. Was beeinflusst die Informiertheit?

2.3. Informiertheit nach Rechtsform

Anteil Personen mit tiefem Informationsstand



- > Deutlich höhere Informiertheit bei Initiativen
- > Stärkeres mediales Interesse bei Initiativen

Quelle: Kriesi (2005), eigene Darstellung

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.1 Woher stammen die Informationen? I

Welche Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung nutzt der Stimmbürger?

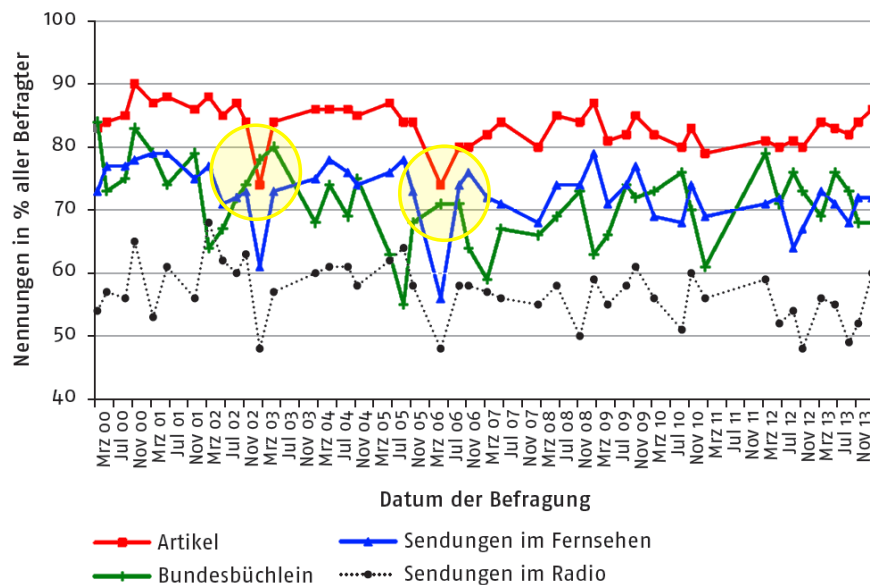
Informationsmöglichkeiten	Anteil Nutzer
Zeitungsartikel	83%
Fernsehen	73%
Bundesbüchlein	72%
Radio	57%
Leserbriefe	51%
Zeitungsreklame	48%
Flugblätter/Prospekte	46%
Strassenplakate	41%
Meinungsumfragen	36%
direct mailing	21%
Internetinformationen	15%
Mitteilungen am Arbeitsplatz	13%
Informationsstände	9%

Quelle: VOX-Daten (2000-2015)

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.1 Woher stammen die Informationen? II

Abbildung 6.5: Übersicht der Mediennutzung «earned media» sowie Bundesbüchlein



Quelle: Milic/Rousselot/Vatter (2014: 299)

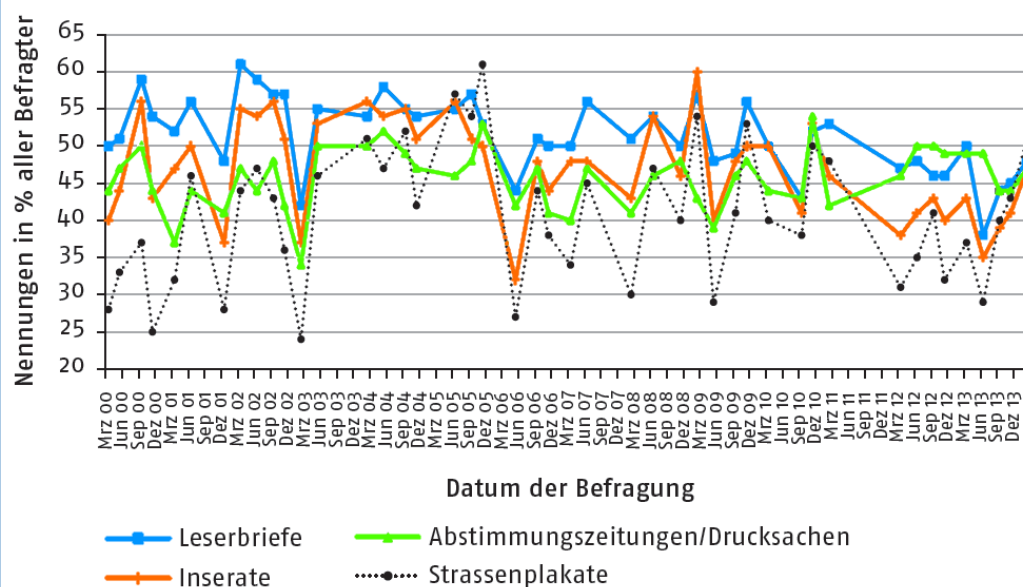
15.11.16

9

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.1 Woher stammen die Informationen? III

Abbildung 6.6: Übersicht der Mediennutzung «paid media»



Quelle: Milic/Rousselot/Vatter (2014: 299)

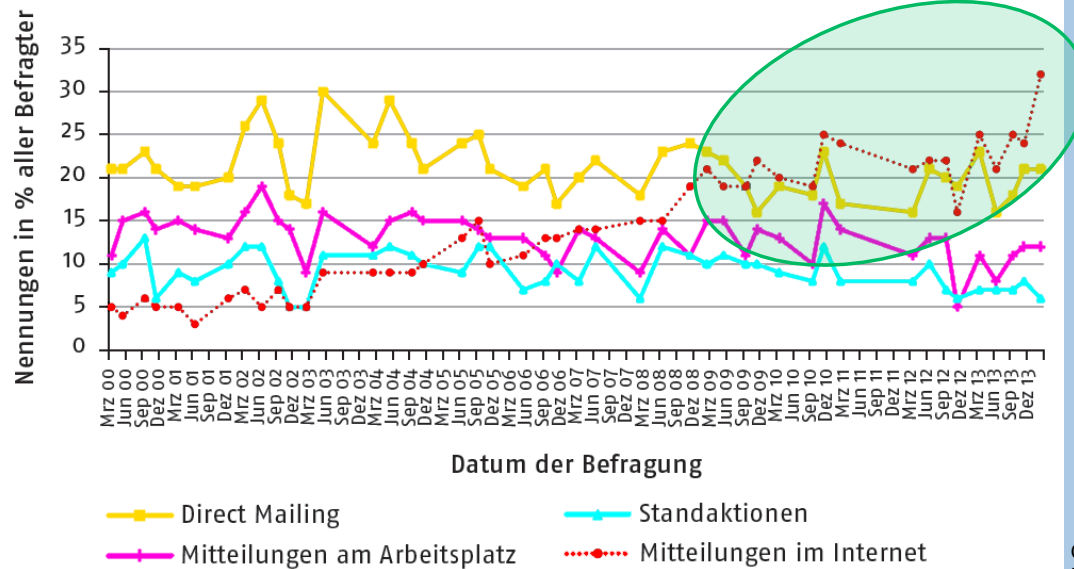
15.11.16

10

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.1 Woher stammen die Informationen?

Abbildung 6.6: Übersicht der Mediennutzung «paid media»



Quelle: Milic/
Rousselot/Vatter
(2014: 299)

15.11.16

11

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.2. Die Parteien

- > Parteien beeinflussen Stimmbürger über Parolenfassung, öffentliche Diskussionen und Kampagnen
- > Einfluss der Parteien abhängig von:
 - Kenntnis der Parteiparolen durch Stimmbürger
 - Umsetzung der Parteiparolen durch Stimmbürger: Parolenkonformität
 - Übernahme von inhaltlichen Argumentationen durch Stimmbürger



Foto: www.edemokratie.ch

15.11.16

12

3.2. Die Parteien

Parolenkenntnisse

verschiedene Studien und Ergebnisse zur Parolenkenntnis:

>**26 Prozent aller Stimmberechtigten** können Parteiparolen nennen (Kriesi 1994, 2005)

>**51 Prozent** der Personen **mit Parteipräferenz** können Parteiparolen nennen (Kriesi 1994, 2005)

>**aber starke Varianz (20-100 Prozent)** der Parolenkenntnisse zwischen verschiedenen untersuchten Abstimmungen (Bonfadelli und Friemel 2012)

15.11.16

13

3.2. Die Parteien

Parolenkonformität

Tabelle 6.6: Parolenkonformität: Abweichung des Stimmverhaltens der Parteianhängerschaften von den Parolen ihrer Parteien in %. 106 Vorlagen 2000–2011. Total und ausgewählte Konfliktfelder und -konstellationen.

Konfliktfeld	Parteianhängerschaften				
	N	SP	CVP	FDP	SVP
Asyl- und Ausländerpolitik	10	22	36	39	11
Aussenpolitik	9	20	34	24	24
Armeeabstimmungen	6	35	16	17	20
Sozialpolitik	25	32	30	27	26
Umweltpolitik	10	33	30	23	23
Institutionen	6	34	24	27	43
Steuern, Finanzen	11	30	32	27	35
Konsens*		26,8 (81)	24,4 (60)	21,5 (67)	20,4 (57)
Total / Durchschnitt	106	29,0	31,0	28,0	27,8

* Konsens meint hier, dass es keine kantonalen Abweichungen gab, d. h., die kantonalen Stimmempfehlungen allesamt gleich lauteten wie diejenige der nationalen Delegiertenversammlung.
Quelle: Hanspeter Kriesi, Voxit, eigene Erhebungen und Berechnungen.

Quelle: Milic et al. (2014)

15.11.16

14

3.2. Die Parteien

Zwischenfazit

- > Die Mehrheit der Schweizer Stimmbürger setzt sich vertieft mit einer Vorlage auseinander
 - > Offizielle Parteiparolen werden aber selten direkt in einen Stimmentscheid umgesetzt
 - > Parteisympathisanten stimmen Argumenten der eigenen Partei eher zu als Argumenten des politischen Gegners, auch wenn die eigenen politischen Überzeugungen der Linie der Partei zuwiderlaufen (Milic 2008, Sciarini/Tresch 2009)
- Fazit: Die Parteien steuern nicht das Volk, aber sie „begleiten“ es bei der Meinungsbildung.

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.3. Bundesrat

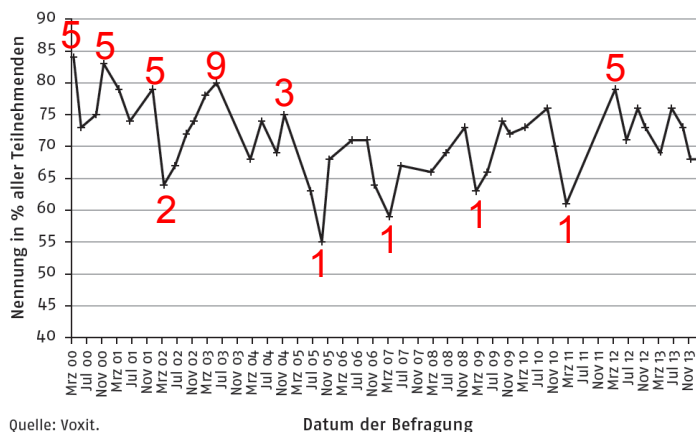
- > Bundesrat darf keine öffentlichen Gelder für Kampagnen-zwecke einsetzen
- > Einflussmöglichkeiten:
 - Medienkonferenzen
 - Stimmempfehlungen
 - Bundesbüchlein



3.3. Die Behörden Das Bundesbüchlein I

- > Wann sind die Stimmempfehlungen der Behörden besonders relevant?
 - Anzahl der Vorlagen
 - Komplexität des Themas

Abbildung 6.14: Anteil Nutzung Bundesbüchlein (in % der Teilnehmenden) 2000–2013.



Quelle: Voxit.

Datum der Befragung

Anzahl
Vorlagen

Quelle: Milic/Rousselot/Vatter
2014

17

3.3. Die Behörden Das Bundesbüchlein II

- > Hat die Lektüre des Bundesbüchleins einen Effekt auf das Stimmverhalten, der systematisch zu Lasten der Regierungsoption ausfällt?
 - Hohe Reichweite: Nutzung durch ca. 70% (gemäss Vox-Daten)
 - Nicht immer hohe Ausgewogenheit: Erläuterungen des Bundesrats prominenter dargestellt und besser vermittelt (Christen 2005, Gruner/Hertig 1983, Kriesi 1994)
 - signifikanter Zusammenhang zwischen Nutzung des Bundesbüchleins und Stimmentscheid (Kriesi 1994, 2005, Trechsel/Sciarini 1998)

3. Informationsvermittlung vor Abstimmungen

3.4. Die Massenmedien

- > Informationen durch Massenmedien
 - Vermittlung der Informationen medienfremder Akteure (Parteien, Behörden)
 - Eigene Botschaften (redaktionelle Beiträge, Selektion von Informationen, Stimmempfehlungen)



15.11.16

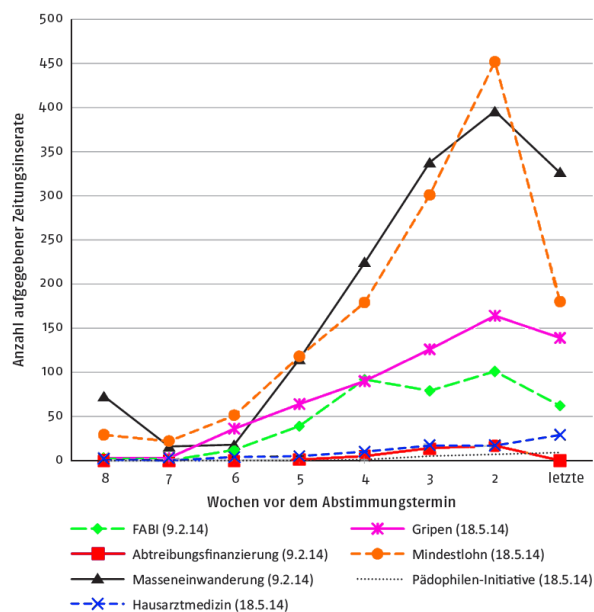
Foto: www.nzz.ch

19

3.4. Die Massenmedien

Der Verlauf der Inseratekampagne

Abbildung 6.4: Der Inseratenkampagnenverlauf bei den Urnengängen vom 9.2.14 und 18.5.14, Anzahl aufgeführter Inserate in den letzten acht Wochen vor dem Abstimmungstermin



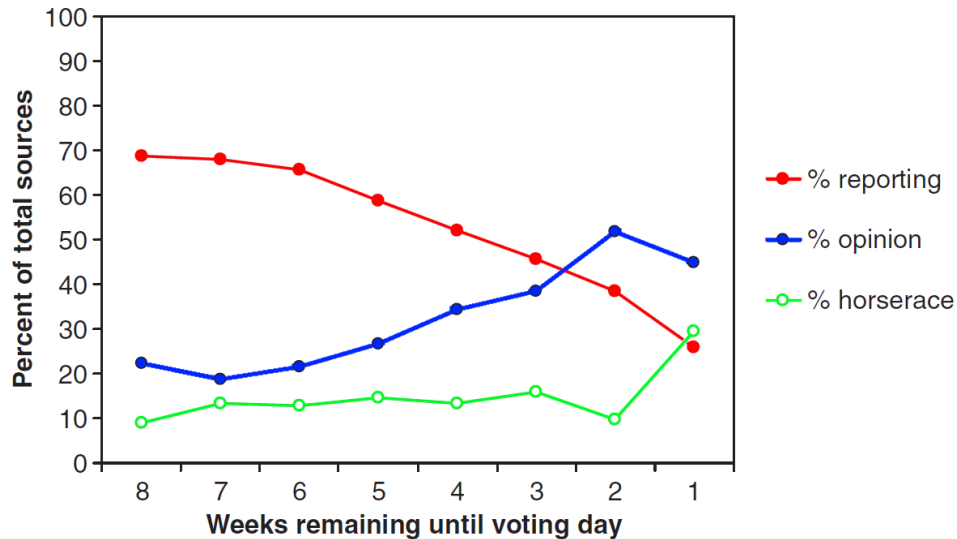
- > 4-6 Wochen vor Termin: Heisse Phase der Kampagne
- > 3-5 Wochen vor Termin: Versand Stimmmaterial → briefliche Stimmabgabe
- > 2-3 Wochen vor Termin: Höhepunkt der Kampagnen
- > abruptes Ende nach Termin

Quelle: Milic/Rousselot/Vatter (2014: 293)

3.4. Die Massenmedien

Inhalte der Zeitungsartikel

Figure 2: Information format over time
(substantive vs. non-substantive content)



Quelle: Marquis et al. (2011)

15.11.16

21

3.4. Die Massenmedien

Ausgeglichenheit der Artikel

Table 4: Political actors' issue positions on "Yes to Europe" in news articles (in %)

	Negative	Ambivalent	Positive	N
NZZ	51.8	5.3	42.9	56
TA	54.7	1.9	43.4	53
LT	43.7	5.8	50.5	103
TdG	50.0	2.3	47.7	44
Mean*	50.1	3.8	46.1	256

Abbreviations: NZZ = Neue Zürcher Zeitung, TA = Tages-Anzeiger, LT = Le Temps, TdG = Tribune de Genève.

*Weighted mean. Cramer's V: 0.083 n.s. ($p > 0.05$).

Quelle: Tresch (2012)

- > In der Regel relativ ausgeglichene Darstellung beider Positionen in der Berichterstattung zu den Abstimmungen
- > Editorials / Leitartikel aber jeweils einseitig

15.11.16

22

4. Entscheidungshilfen

Wenn offensichtlich nicht alle Stimmbürger genügend gut informiert sind (25-30% schlecht Informierte), können sie dennoch sinnvolle Entscheidungen treffen? Wenn ja, wie?

>Verwendung von Entscheidungshilfen erleichtert den Stimmentscheid

Was sind Entscheidungshilfen oder Heuristiken?

>erlernte Wissensstrukturen fürs Alltagsleben

>Zweck: weniger Zeit für Informationsbeschaffung nötig

15.11.16

Foto: <http://www.transportationissuesdaily.com>



4. Entscheidungshilfen

4.1 Heuristiken

Verschiedene Heuristiken:

>**Status Quo-Heuristik:** Nein bei Unsicherheit (Kriesi 2005)

>Positive / negative **Parteienheuristik:** Befolgung der Parole der bevorzugten / einer entgegengesetzten Partei (Lupia 1994)

>**Vertrauensheuristik:** Befolgung des Rats von Akteuren, die man als sachkundig einschätzt

- Interessengruppen (Verbände)
- Behörden, Bundesrat
- Verwandte, Bekannte

15.11.16



6. Fazit: Informierter Musterbürger oder politischer Ignorant?

- > Es gibt keinen allseits akzeptierten Massstab für ein akzeptables Mass an Information
 - Rund 70-75 % der Stimmenden sind mittel bis gut informiert (VOX).
 - Besonders gut informiert bei konfliktuellen und alltagsnahen Themen.
- > Klassische Informationsquellen von Behörden, Parteien und Medien nehmen nach wie vor eine wichtige Rolle in der Wissensvermittlung ein
 - Je stärker ihre Kampagnen sind, als umso wichtiger erachten die Bürger die Vorlagen, umso mehr Informationen suchen sie aktiv und erhalten sie passiv.
- > Selbstselektion: Stimmende sind deutlich besser informiert als Nicht-Stimmende

Bibliographie

- > **APS-Inserateanalyse** (2015, 2016): *Inserateanalysen der eidgenössischen Abstimmungen*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.
- > **Bernhard, Laurent** (2014). *APS-Inserateanalyse der eidgenössischen Abstimmungen vom 28. September 2014*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.
- > **Bonfadelli, Heinz / Friemel, Thomas** (2012): Learning and Knowledge in Political Campaigns, in: Kriesi, Hanspeter (Hrsg.): *Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating?* Basingstoke: Palgrave Macmillan: 168-187.
- > **Bühlmann, Marc / Gerber, Marlène / Zumbach, David** (2016): Newsletter zu den Abstimmungen vom 28. Februar 2016, *Chronik-On* 26.02.2016.
- > **Bütschi, Danielle** (1993): Compétence pratique, in: Kriesi, Hanspeter (Hrsg.): *Citoyennité et démocratie directe*, Zürich: Seismo: 99-119.
- > **Christen, Andreas** (2005): *Qualität und Funktionalität des Bundesbüchleins als Mittel zur freien und unverfälschten Meinungsbildung im Abstimmungskampf*. Lizentiatsarbeit, Universität Freiburg.
- > **Chronik-On (2015)**: *Newsletter*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.
- > **Dalton, Russel J.** (2002): Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies. *Journal of Politics* 46(1): 264-284.
- > **Gruner, Erich / Hertig, Hans-Peter** (1983): *Der Stimmbürger und die 'neue' Politik*. Bern: Haupt.
- > **Kriesi, Hanspeter** (1994): Akteure-Medien-Publikum. Die Herausforderung direkter Demokratie durch die Transformation der Öffentlichkeit. *Kölner Zeitung für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft* 34: 234-260.
- > **Kriesi, Hanspeter** (2005): *Direct democratic choice: The Swiss experience*. Lanham: Lexington Books.

Bibliographie

- > **Lauener, Lukas** (2015): MEI: Das Stimmvolk wusste, was es tat. *De Facto*.
- > **Marquis, Lionel / Schaub, Hans-Peter / Gerber, Marlène** (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.
- > **Milic, Thomas** (2008): *Ideologie und Stimmverhalten*. Zürich/Chur: Verlag Rüegger.
- > **Milic, Thomas** (2015). “For They Knew What They Did” – What Swiss Voters Did (Not) Know About The Mass Immigration Initiative. *Swiss Political Science Review* 21(1): 48-62.
- > **Milic, Thomas / Rousselot, Bianca / Vatter, Adrian** (2014). *Handbuch der Abstimmungsforschung*. Zürich: Verlag Neue Zürcher Zeitung.
- > **Rademacher, Patrick / Gerth, Matthias A. / Siegert, Gabriele** (2012): Media Organizations in Direct-Democratic Campaigns, in: Kriesi, Hanspeter (Hrsg.): *Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating?*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 54–68.
- > **Sciarini, Pascal / Tresch, Anke** (2014): Votations populaires. Processus Législatif, in: Knoepfel et al. (Hrsg.): *Handbuch der Schweizer Politik*, 5. Auflage. Zürich: Neue Zürcher Zeitung: 497-561.
- > **Sciarini, Pascal / Tresch, Anke** (2009): A Two-Level Analysis of the Determinants of Direct Democratic Choices in European, Immigration and Foreign Policy in Switzerland. *European Union Politics* 10(4): 456-481.
- > **Selb, Peter / Kriesi, Hanspeter / Hänggli, Regula / Marr, Mirko** (2009): Partisan Choices in a Direct-Democratic Campaign. *European Political Science Review* 1(1): 155-172.
- > **Tresch, Anke** (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.
- > **Vox-Daten**. *Nachbefragungen zu den eidgenössischen Abstimmungen*, 1977ff.