
Jahrbuch Qualität der Medien Studie 2/2022

Mediennutzung und politische
Partizipation. Die Bedeutung von News-
repertoires bei Volksabstimmungen



Mediennutzung und politische Partizipation. Die Bedeutung von Newsrepertoires bei Volksabstimmungen

Linards Udris, Jörg Schneider, Daniel Vogler, Tobias Keller, Lukas Golder

Zusammenfassung

Medien sind Informationskanäle, auf denen sich Menschen über Politik informieren können, und spielen deshalb auch bei Volksabstimmungen eine zentrale Rolle. Doch Schweizer:innen haben nicht alle dasselbe Medien-Menü, wenn sie sich informieren. In dieser Studie stützen wir uns auf eine von gfs.bern durchgeführte repräsentative Befragung der Schweizer Stimmbevölkerung im Rahmen der VOX-Analysen der Volksabstimmung vom 13. Februar 2022 und verbinden sie mit der Analyse von sechs in der Schweiz verbreiteten News-Nutzungsmustern, den sogenannten Newsrepertoires. Die Resultate zeigen: Die Newsrepertoires hängen mit der Stimmbeteiligung zusammen. Besonders hoch ist die Stimmbeteiligung mit 70% beim Repertoiretyp der «Homeland Oriented», also bei Menschen, die zwar kein breites Spektrum an Nachrichten konsumieren, aber traditionelle Schweizer Medienangebote wie Zeitungen und Radio- und TV-Nachrichtensendungen regelmässig nutzen. Die Stimmbeteiligung bei den «News-Deprivierten», die sich von allen Typen am wenigsten in den Medien informieren, ist mit 30% deutlich tiefer als bei den anderen fünf Repertoiretypen. «News-Deprivierte» sind aber keine Politik-Abstinenten. Gemäss eigenen Angaben nehmen sie an sechs von zehn Abstimmungen teil. Sie lassen sich also unter gewissen Umständen mobilisieren und interessieren sich für bestimmte Vorlagen. «News-Deprivierte» sind in diesem Sinn das Gegenstück der von älteren Personen geprägten «Homeland Oriented», für die sowohl der traditionelle Medienkonsum als auch die Beteiligung an Abstimmungen zur Routine gehören. Eine wichtige Rolle für die Stimmbeteiligung spielt das Politikinteresse. Die Resultate zeigen dabei, dass nicht nur das Alter, das Geschlecht oder die Bildung mit dem Politikinteresse zusammenhängen, sondern auch das Newsrepertoire einer Person. Die Intensität und die Art des Medienkonsums entscheiden mit, wie stark sich jemand für Politik interessiert und an Volksabstimmungen beteiligt. Die Repertoiretypen unterscheiden sich auch im tatsächlichen Stimmverhalten. Je nach Vorlage beträgt der Unterschied im Ja-Stimmen-Anteil zwischen den Repertoiretypen 14 bis 41 Prozentpunkte. Die Studie zeigt also, dass die Art und Weise, wie Medien genutzt und kombiniert werden, zu unterschiedlichen Mustern im Abstimmungsverhalten führt.

1 Einleitung

Volksabstimmungen bieten den Stimmberechtigten die Möglichkeit, über Sachfragen abzustimmen – doch längst nicht alle tun dies. Politische Partizipation ist nicht nur abhängig von klassischen sozialstrukturellen und politischen Merkmalen, sondern auch vom Medienkonsum. In einer demokratischen Gesellschaft sollen Medien nicht nur dazu beitragen, dass sich Bürger:innen über politisch relevante Themen sachgerecht informieren können. Sie sollen Bürger:innen auch befähigen, dass sie aktiv am politischen Leben teilnehmen, sich einbringen und vernünftige Entscheidungen treffen, zum Beispiel bei Wahlen oder Volksabstimmungen. Die Forschung darüber, ob und wie die Mediennutzung diese politische Partizipation beeinflusst, hat eine lange Tradition

und ist umfangreich, sowohl international als auch in der Schweiz (Moeller et al., 2014; Kriesi, 2012). Im Zuge der Digitalisierung hat sich die Forschung in den letzten Jahren immer stärker dafür interessiert, ob und wie digitale Medien die politische Partizipation verändern und zu einem anderen Wahl- und Abstimmungsverhalten führen (Vaccari & Valeriani, 2018), besonders bei jungen Menschen (Ohme, 2019).

Oftmals informieren sich Menschen nicht einfach nur über einen Kanal wie Zeitungen, Fernsehen oder Social Media, sondern kombinieren verschiedene Medien miteinander. Solche Medien-Menüs lassen sich als Medienrepertoires (Hasebrink & Hepp, 2017) oder Newsrepertoires bezeichnen (Schneider & Eisenegger, 2019). Die in Newsrepertoires gebündelte Mediennutzung kann besser als die Nutzung einzelner Kanäle erklären, wie viel die Menschen

über Politik wissen (Castro et al., 2021) oder welche Einstellungen sie gegenüber der politischen Gemeinschaft in ihrem Land oder gegenüber ausländischen Minderheiten haben (Picone & Vandenplas, 2022). Wie sich Menschen an der Politik beteiligen, sollte deshalb entsprechend auch anhand ihrer Newsrepertoires untersucht werden.

Die Studien zum vielschichten Zusammenhang zwischen Newsrepertoires und politischer Partizipation ergeben in der Summe kein klares Bild. Die Resultate der Newsrepertoire-Forschung legen nahe, dass sich Repertoiretypen in ihrer politischen Partizipation voneinander unterscheiden (Wolfsfeld et al., 2016; Edgerly, 2015; Picone & Vandenplas, 2022; Strömbäck et al., 2018). Aber es lässt sich (noch) nicht eindeutig herauslesen, welche Repertoires mit einer höheren Partizipation einhergehen. Für die Schweiz jedenfalls gibt es diesbezüglich keine Studien. Bisherige Studien zu Newsrepertoires in der Schweiz schlagen den Bogen zum Beispiel zur Wahrnehmung von (politischen) Themen (z.B. Schneider & Eisenegger, 2020) oder zum Wissen über die Politik (Castro et al., 2021), aber nicht zur Beteiligung an Politik. Wir möchten auch deshalb an dieser Forschungslücke ansetzen, weil die direkte Demokratie der Schweiz mit ihren Volksinitiativen und Referenden eine institutionalisierte, regelmässige politische Partizipation erlaubt. Der unterschiedlich intensive und breite Medienkonsum, der sich eben in Newsrepertoires zeigt, könnte sich deshalb in der häufigen oder eben geringen Teilnahme an Volksabstimmungen niederschlagen.

In dieser Studie untersuchen wir Newsrepertoires bzw. Medienmenüs in der Schweizer Stimmbevölkerung und die Repertoiretypen, d.h. Personengruppen, die jeweils bestimmte Newsrepertoires haben. Gestützt auf eine repräsentative Befragung der Schweizer Stimmbevölkerung von gfs.bern im Rahmen der VOX-Analyse von Volksabstimmungen rücken wir drei Fragen ins Zentrum:

1. Wie verbreitet sind die verschiedenen Newsrepertoires bei den Schweizer Stimmberechtigten und welche soziodemografischen und politischen Merkmale haben die entsprechenden Repertoiretypen?
2. Wie unterscheiden sich die Repertoiretypen der Schweizer Stimmberechtigten dahingehend, ob und wie oft sie an Abstimmungen teilnehmen?

3. Wie unterscheiden sich die Repertoiretypen dahingehend, wie sie tatsächlich abstimmen, d.h. wie stark sie die Abstimmungsvorlagen annehmen bzw. ablehnen?

Unser Untersuchungsfall ist die Volksabstimmung vom 13. Februar 2022. An jenem Tag wurde auf nationaler Ebene über vier Vorlagen abgestimmt: über ein neues Mediengesetz («Medienpaket»), das eine stärkere öffentliche Förderung privater Medien vorsah, über eine Volksinitiative für ein Verbot von Tabakwerbung, eine Volksinitiative für ein Tier- und Menschenversuchsverbot und ein Gesetz, das eine Abschaffung der Stempelabgaben bzw. Stempelsteuern für Unternehmen vorschlug.

2 Methode

Methodisch kombiniert unsere Studie den Analyse-Ansatz des fög zur Messung von Newsrepertoires mit einer bestehenden Nachbefragung zur Volksabstimmung vom 13. Februar 2022. Diese Bevölkerungsbefragung wurde von gfs.bern im Auftrag der Schweizerischen Bundeskanzlei durchgeführt und ist Teil der VOX-Analysen, die seit Jahrzehnten regelmässig kurz nach einem Abstimmungstag gemacht werden (vgl. zur Methodik der VOX-Analyse gfs.bern, 2022). Die VOX-Analysen messen unter anderem die soziodemografische und politische Zusammensetzung der Stimmbevölkerung, Informationsquellen der Stimmbevölkerung und die Motive für das Abstimmungsverhalten. In der Befragung für die Volksabstimmung vom 13. Februar 2022 wurden nun zum ersten Mal spezifischere und tiefere Fragen zur Mediennutzung gestellt, die eine Anbindung an die Repertoireforschung des fög erlauben.

Der Datensatz der Bevölkerungsbefragung beinhaltet 3'168 Personen aus der ganzen Schweiz. Mit einem Fragebogen aus Papier und einem Online-Fragebogen erfasst wurde eine repräsentative Stichprobe von stimmberechtigten Personen mit Wohnsitz in der Schweiz. Die Befragung wurde im Zeitraum vom 14. Februar 2022 bis 4. März 2022 durchgeführt, also in den drei Wochen unmittelbar nach dem Abstimmungssonntag.

Im Datensatz wurden die neuen, spezifischen Fragen zur Mediennutzung dazu verwendet, die befragten Personen zu einem von sechs Repertoire-

typen zuzuordnen. Diese sechs Repertoiretypen waren in früheren Analysen des fög mit Cluster-Analysen ebenfalls auf der Grundlage von repräsentativen Bevölkerungsbefragungen gebildet worden (z.B. Schneider & Eisenegger, 2019) und finden sich im Kapitel zur Mediennutzung im Jahrbuch Qualität der Medien 2022.

Diese sechs Repertoiretypen werden in dieser Studie erstens mit den soziodemografischen Variablen Geschlecht, Alter, Bildung und Migrationshintergrund (Stimmberechtigte, die bei Geburt eine andere Staatsbürgerschaft als die schweizerische hatten) in Beziehung gesetzt. Zweitens interessieren die politischen Merkmale der Repertoiretypen: das generelle Interesse an Politik, die politische Selbsteinstufung der Befragten auf der Links-Rechts-Achse und das Regierungsvertrauen, konkret das Vertrauen in den Bundesrat. Drittens untersuchen wir die Teilnahme an Volksabstimmungen. Konkret erfassen wir den Anteil der Personen, die an der Volksabstimmung vom 13. Februar 2022 teilgenommen haben. Zudem erfassen wir, an wie vielen von zehn Abstimmungen die Befragten laut Eigenangaben teilnehmen. Viertens analysieren wir den Abstimmungsentscheid, also wie die Befragten konkret bei den vier Vorlagen abgestimmt haben.

an Abstimmungen teilzunehmen. Schliesslich analysieren wir, wie die verschiedenen Repertoiretypen bei den einzelnen Vorlagen abgestimmt haben.

3.1 Merkmale und Verbreitung der Repertoiretypen

Unter Newsrepertoires sind unterschiedliche Bündel an Nachrichtenquellen zu verstehen, die Nachrichtennutzer:innen typischerweise gebrauchen, um sich zu informieren. Dabei haben sich empirisch sechs verschiedene Repertoiretypen etabliert (Schneider & Eisenegger, 2019). Wo und wie stark diese sechs Repertoiretypen verbreitet sind, hängt auch davon ab, welche Bevölkerungsgruppen man untersucht. In dieser Studie steht die VOX-Analyse der Schweizer Stimmbewölkerung im Zentrum. Als Vergleich dazu verwenden wir Daten aus der langjährigen Repertoire-Analyse des fög; dort fehlen auf der einen Seite zwar Personen ohne Internet-Zugang und Personen, die älter als 70 Jahre sind, dafür werden auf der anderen Seite auch Personen untersucht, die nicht stimmberechtigt sind; dieses Vergleichs-Sample werden wir in dieser Studie als Wohnbevölkerung bezeichnen. Die sechs Repertoiretypen lassen sich kurz wie folgt beschreiben.

3 Resultate

In den folgenden Unterkapiteln gehen wir zuerst auf die Nutzungsmuster der Newsrepertoires und auf die Verbreitung der Repertoiretypen in der Schweizer Stimmbewölkerung ein und danach auf ihre soziodemografischen und politischen Merkmale. Anschliessend untersuchen wir, ob und wie sich die Repertoiretypen in ihrer Bereitschaft unterscheiden,

Homeland Oriented



Die auffälligsten Kennzeichen der «Homeland Oriented» sind die starke Konzentration ihrer News-Nutzung auf lokale und regionale Medienangebote sowie der weitgehende Verzicht auf digitale Medien. Die Newsrezeption folgt alltäglichen Routinen. Eine wichtige Rolle spielen Radio und Fernsehen. In der Stimmbewölkerung ist der Typ «Homeland Oriented» um mehr als 10 Prozentpunkte stärker vertreten als in der Gesamtbevölkerung – vermutlich auch Ausdruck davon, dass in der VOX-Analyse auch Personen befragt wurden, die älter sind als 70 Jahre.

Old World Boulevard



Der Newsrepertoiretyp «Old World Boulevard» ist von einem starken Konsum von Boulevardmedien geprägt. Die Nachrichtennutzung ist routinisiert und in den Alltag eingebettet. Das Interesse an Softnews und Sport führt zu einer Nutzung entsprechender Informationsangebote sowohl offline als auch zunehmend online. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ist dieser Repertoiretyp um rund 5 Prozentpunkte stärker vertreten, auch hier vermutlich, weil die VOX-Analyse auch ältere Personen mit einschliesst.

Old World & Onlinependants



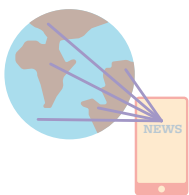
Nutzer:innen mit einem Newsrepertoire des Typs «Old World & Onlinependants» sind nach wie vor von der traditionellen Medienwelt wie gedruckten Regionalzeitungen, Radio und Fernsehen geprägt. Die festen Nutzungsroutinen, die rund um die klassischen Nachrichtenmedien gepflegt werden, werden aber zunehmend durch die Onlinependants dieser Medienangebote ergänzt. In der Stimmbevölkerung und in der Wohnbevölkerung ist diese Nutzergruppe etwa gleich stark verbreitet.

Intensivnutzer:innen



«Intensivnutzer:innen» haben ein breites Interesse an News. Sie nutzen einerseits viele verschiedene Kanäle und zeigen andererseits ein hohes Qualitätsbewusstsein. «Intensivnutzer:innen» kennen die Reputation und Images von Medienangeboten. Die News-Nutzung und der Rückgriff auch auf prestigeträchtige Medienangebote sind für sie eine Möglichkeit der Statusunterscheidung. Man hebt sich mit dem gehobenen News-Konsum von anderen ab. In der Stimmbevölkerung sind sie etwas weniger vertreten als in der Wohnbevölkerung.

Global Surfer

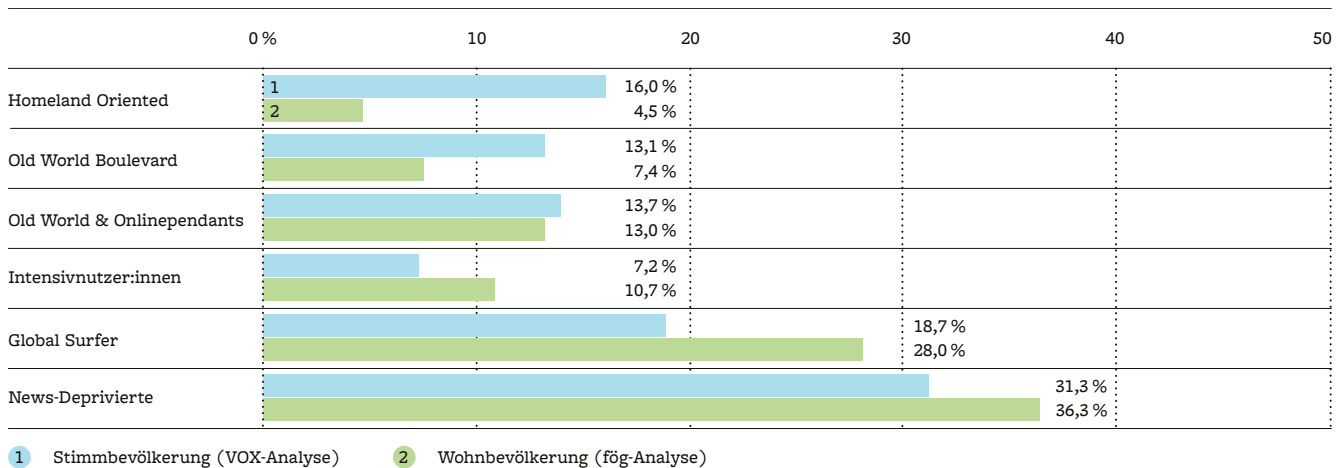


Die Newsrepertoires der «Global Surfer» umfassen vor allem digitale Medien und internationale Angebote. Gedruckte News konsumieren die «Global Surfer» lediglich, wenn sie zu einer Pendlerzeitung greifen. Sie nutzen selten gedruckte schweizerische Abonnementszeitungen, dafür eher internationale Presse sowie ausländische Nachrichtensendungen. Mit ihrer internationalen Orientierung sind die «Global Surfer» der Gegenpart zu den «Homeland Oriented». In der Schweizer Stimmbevölkerung sind sie um fast 10 Prozentpunkte weniger vertreten als in der Wohnbevölkerung, vermutlich auch weil in diesem Repertoiretyp Menschen mit Migrationshintergrund (mit und ohne Schweizer Pass) stärker vertreten sind als in anderen Repertoiretypen.

News-Deprivierte



Für «News-Deprivierte» ist ein unterdurchschnittlicher News-Konsum über alle Medien hinweg typisch. Vereinfacht ausgedrückt, beinhaltet dieser Repertoiretyp Personen, die sämtliche Medien unterdurchschnittlich zu Newszwecken nutzen. Wenn News konsumiert werden, dann über gratis verfügbare Online- oder Social-Media-Angebote. Klassische Printmedien fallen als News-Quellen vollständig weg. News-Deprivierte kommen weniger vor als in der Gesamtbevölkerung, doch auch in der Stimmbevölkerung machen sie die grösste Gruppe aus.



Darstellung 1: Verbreitung der Repertoire Typen in Schweizer Bevölkerungsgruppen

Die Abbildung zeigt die Verbreitung der sechs Repertoire Typen in der Schweizer Stimmbevölkerung (auf Grundlage der VOX-Analyse) und zum Vergleich dazu in der sprachassimilierten Wohnbevölkerung in der Schweiz im Alter von 18 bis 69 Jahren (auf Grundlage der fög-Analyse).

Lesebeispiel: In der Schweizer Stimmbevölkerung ist der Repertoire Typ der «News-Deprivierten» mit 31,3% am weitesten verbreitet, allerdings etwas weniger als in der Schweizer Wohnbevölkerung (36,3%).

Die Resultate zeigen, dass die sechs Repertoire Typen bei den Schweizer Stimmberechtigten unterschiedlich stark vertreten sind (vgl. Darstellung 1). Die beiden grössten Repertoire Typen sind die «News-Deprivierten» (31,3%) und die «Global Surfer» (18,7%), also zwei Typen, in denen digitale Medien die wichtigste Rolle spielen. Bei den Schweizer Stimmberechtigten spielen auch traditionellere Repertoire Typen wie die «Homeland Oriented» (16%), «Old World Boulevard» (13,1%) und auch «Old World & Onlinependants» (13,7%) eine wichtige Rolle. «Intensivnutzer:innen» (7,2%) stellen die kleinste Gruppe dar.

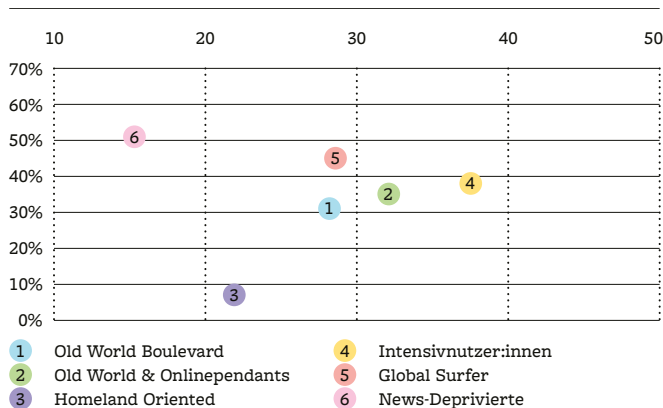
Im direkten Vergleich mit der langjährigen Repertoireanalyse des fög zeigen sich Gemeinsamkeiten und Unterschiede: Sowohl bei den Schweizer Stimmberechtigten als auch in der Wohnbevölkerung machen die «News-Deprivierten» zusammen mit den «Global Surfer» die (knappe) Mehrheit aus. Ein Unterschied ist, dass traditionellere Repertoire Typen, bei denen klassische Medien wie gedruckte Zeitungen oder Fernsehen eine wichtige Rolle spielen, in der Stimmbevölkerung wichtiger sind als in der Wohnbevölkerung.

Die Repertoire Typen in der Stimmbevölkerung unterscheiden sich insgesamt also vor allem darin, welchen Anteil digitale im Vergleich zu traditionellen

Medien haben und wie intensiv News aus verschiedenen Kanälen genutzt werden. Beide Dimensionen sind voneinander unabhängig (vgl. Darstellung 2). Am meisten voneinander unterscheiden sich die «News-Deprivierten» mit hohem Anteil digitaler Medien und geringem Konsum klassischer Medien, der Typ «Homeland Oriented» mit geringem Anteil digi-

Einen geringen Anteil an Personen mit höheren Bildungsabschlüssen haben nicht die «News-Deprivierten» (47,8%), die nur knapp unter dem Durchschnitt liegen, sondern die beiden traditionellen Repertoire Typen «Homeland Oriented» (41,9%) und «Old World Boulevard» (35,2%).

taler Medien und eher geringem Konsum klassischer Medien und die «Intensivnutzer:innen» mit mittlerem Anteil digitaler Medien und intensivem und breitem Konsum klassischer Medien.



Darstellung 2: Umfang der News-Nutzung und Digitalanteil der Repertoiretypen in der Schweizer Stimmbevölkerung

Die Darstellung zeigt für die Repertoiretypen in der Schweizer Stimmbevölkerung den quantitativen Gesamtumfang der News-Nutzung auf der x-Achse und den Anteil digitaler Medien an der News-Nutzung auf der y-Achse ($n = 3168$). Der Gesamtumfang summiert die Nutzungsfrequenzen aller abgefragten Newsmedien auf und transformiert den Wert auf eine Skala der News-Nutzung von 0 (gar keine News-Nutzung) bis 100 (News-Nutzung rund um die Uhr). Dargestellter Bereich von 10 (sehr gering) über 30 (mittel) bis 50 (sehr hoch). Bezogen auf den Gesamtumfang ergibt sich der Anteil der digitalen News-Nutzung (Social Media, Online-News-sites und Blogs) im Gegensatz zur traditionellen News-Nutzung (Print, Radio und Fernsehen).

Lesebeispiel: Die «Intensivnutzer:innen» haben einen Gesamtumfang der News-Nutzung von 37,2% (hoch) und einen digitalen Nutzungsanteil von 38%.

nen mit höheren Bildungsabschlüssen haben nicht die «News-Deprivierten» (47,8%), die nur knapp unter dem Durchschnitt liegen, sondern die beiden traditionellen Repertoiretypen «Homeland Oriented» (41,9%) und «Old World Boulevard» (35,2%).

Auch beim Alter gibt es markante Unterschiede. Nicht überraschend gehen die Repertoiretypen, die vor allem traditionelle Medien nutzen, mit einem geringeren Anteil an jüngeren Personen einher. Während von den Befragten 46,1% unter 50 Jahre alt sind, liegt dieser Anteil bei den Typen «Old World Boulevard» und «Old World Onlinependants» klar unter 40%, bei den «Homeland Oriented» sogar bei bloss 13,4%. «Intensivnutzer:innen» liegen altersmässig im Durchschnitt, aber die «Global Surfer» (58,8%) und vor allem die «News-Deprivierten» (64,1%) sind deutlich von jüngeren Menschen geprägt.

Im Vergleich zum Geschlecht, dem Alter und der Bildung gibt es beim Migrationshintergrund nicht so klare Unterschiede zwischen den Repertoiretypen. Allerdings weichen die «Global Surfer» relativ deutlich von den anderen Typen ab: Hier beträgt der Anteil an Personen, die bei Geburt eine andere Staatsangehörigkeit als die schweizerische hatten, 28,5% und liegt damit rund 10 Prozentpunkte über dem Durchschnitt.

3.1.1 Soziodemografische Merkmale der Newsrepertoiretypen

Die Repertoiretypen der Stimmbevölkerung unterscheiden sich auch deutlich in soziodemografischer Hinsicht, d.h. nach Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und der Staatsbürgerschaft bei Geburt, die wir als einen Indikator für einen Migrationshintergrund verwenden.

Tabelle 1 zeigt: «Intensivnutzer:innen» und «Global Surfer» sind in der Regel gut gebildet und eher Männer; der Frauenanteil bei diesen Repertoiretypen beträgt lediglich 38,4% bzw. 43,4%, während er in der Stimmbevölkerung bei 52,1% liegt. Den höchsten Frauenanteil weisen die Typen «Homeland Oriented» (58,4%) und die «News-Deprivierten» (56,2%) auf. «Intensivnutzer:innen» und «Global Surfer» haben den höchsten Anteil an Personen mit höherer Bildung. Er liegt rund 15 bis 20 Prozentpunkte höher als im Durchschnitt. Einen geringen Anteil an Perso-

3.1.2 Politische Merkmale der Newsrepertoiretypen

Auch bei den untersuchten politischen Merkmalen unterscheiden sich die Newsrepertoiretypen.

Ein sehr grosses oder eher grosses Interesse an Politik haben «Intensivnutzer:innen» (84%), der traditionelle Medien nutzende Typ «Homeland Oriented» (77%) und der Typ «Old World & Onlinependants» (73%), der alte und neue Medien kombiniert.

Sehr starke Unterschiede gibt es beim Politikinteresse (Darstellung 3). Ein sehr grosses oder eher grosses Interesse an Politik haben «Intensivnutzer:innen» (84%), der routiniert traditionelle Medien

	Stimmebevölkerung	Homeland Oriented	Old World Boulevard	Old World & Onlinependants	Intensivnutzer:innen	Global Surfer	News-Deprivierte
Geschlecht (Frauen)	52,1%	58,4%	51,5%	55,2%	38,4%	43,4%	56,2%
Alter (unter 50 Jahre)	46,1%	13,4%	36,5%	36,1%	45,2%	58,8%	64,1%
(höhere) Bildung	51,5%	41,9%	35,2%	59,1%	70,8%	64,3%	47,8%
Andere Staatsbürgerschaft bei Geburt	17,9%	10,2%	16,9%	11,8%	18,6%	28,5%	18,7%

Tabelle 1: Soziodemografische Merkmale der Repertoiretypen bei der Stimmbevölkerung

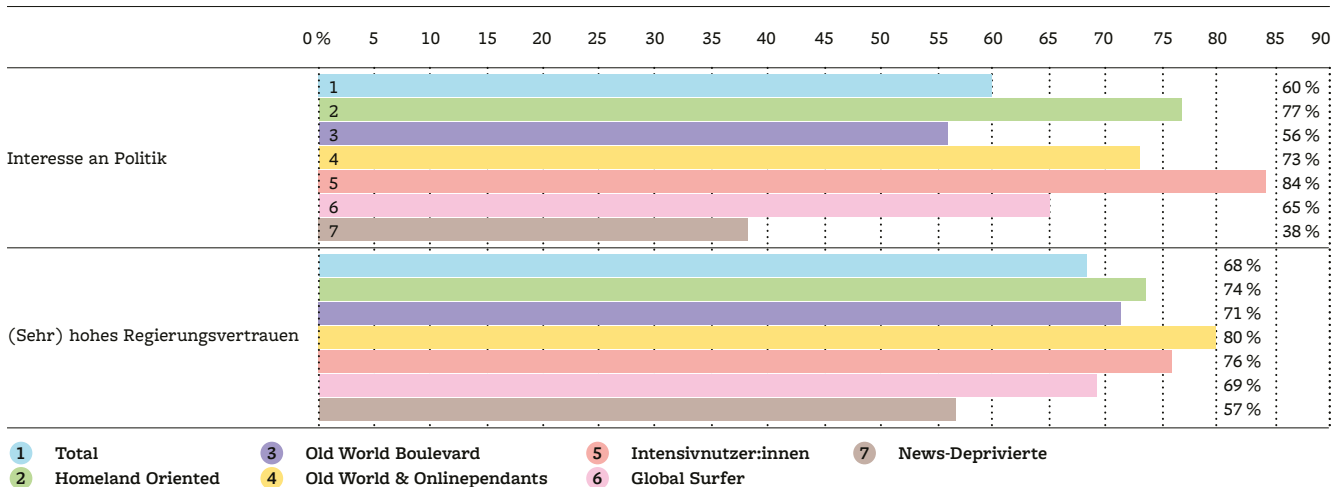
Die Tabelle zeigt für die gesamte Stimmbevölkerung und für die einzelnen Repertoiretypen ausgewählte soziodemografische Merkmale (n = 3168). «Höhere Bildung» umfasst: Maturität oder Lehrkräfteseminar / nach-sekundäre nicht-tertiäre Stufe / höhere Berufsbildung mit eidg. Fachausweis, Meisterdiplom / Fachhochschule, Universität, ETH / Doktorat, Habilitation.

Lesebeispiel: Innerhalb des Repertoiretyps «Old World Boulevard» liegt der Frauenanteil bei 51,5%, der Anteil an Personen unter 50 Jahren bei 36,5%, der Anteil von Personen mit höherer Bildung bei 35,2% und der Anteil an Personen, die bei Geburt eine andere Staatsbürgerschaft als die schweizerische hatten, bei 16,9%.

nutzende Typ «Homeland Oriented» (77%) und der Typ «Old World & Onlinependants», der alte und neue Medien kombiniert (73%). Die anderen Typen zeigen ein schwächeres Interesse an Politik. Bei den «News-Deprivierten» ist das Politikinteresse am schwächsten ausgeprägt (38%). Etwas weniger, aber immer noch erkennbare Unterschiede zwischen den Repertoiretypen gibt es beim Regierungsvertrauen. Insgesamt zeigen 68% der Befragten ein (sehr) hohes

Vertrauen in den Bundesrat. Doch wie beim Politikinteresse weichen die «News-Deprivierten» klar von den anderen Repertoiretypen ab. Bei ihnen ist das Vertrauen mit 57% klar weniger ausgeprägt als bei den anderen Typen, insbesondere beim Typ «Old World & Onlinependants» (80%).

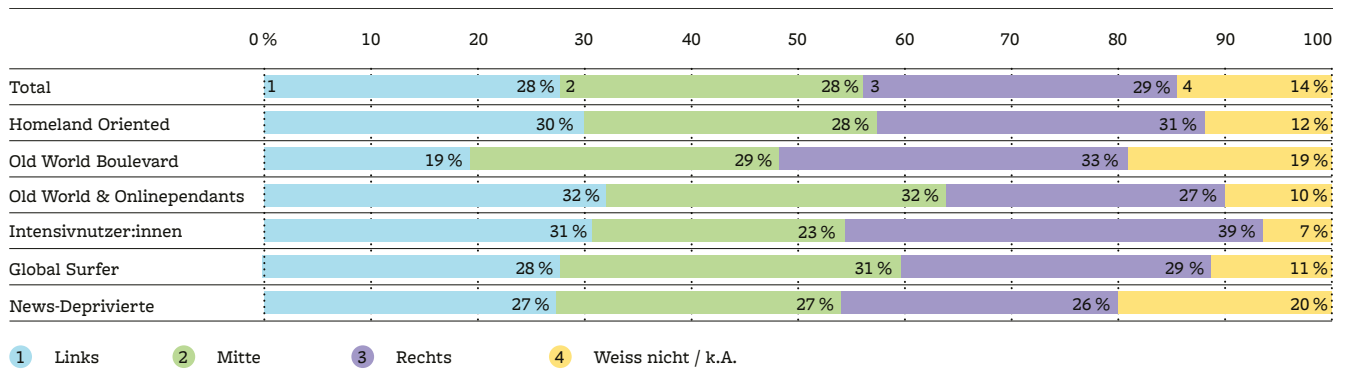
Unterschiede gibt es ebenfalls bei der politischen Positionierung der Repertoiretypen (Darstellung 4). Das klarste Profil haben «Intensiv-



Darstellung 3: Politikinteresse und Regierungsvertrauen der Repertoiretypen

Die Abbildung zeigt für zwei politische Merkmale der gesamten Stimmbevölkerung («Total») und der einzelnen Repertoiretypen (n = 3168) die jeweiligen Anteile.

Lesebeispiel: Innerhalb des Repertoiretyps «Homeland Oriented» interessieren sich 77% sehr für Politik und haben 74% ein (sehr) hohes Regierungsvertrauen.



Darstellung 4: Politische Selbsteinstufung der Repertoiretypen

Die Abbildung zeigt die politische Selbsteinstufung der gesamten Stimmbevölkerung («Total») und der einzelnen Repertoiretypen ($n = 3168$). Als «(sehr) links» gelten Personen, die auf einer Skala von 0 bis 10 Werte von 0 bis 4 angegeben haben. «Mitte» entspricht dem Wert 5 und «(sehr) rechts» den Werten 6 bis 10. Dargestellt ist ebenfalls der Anteil an Personen, die «weiss nicht» geantwortet haben oder keine Antwort gegeben haben.

Lesebeispiel: Innerhalb des Repertoiretyps «Homeland Oriented» stufen sich 31% als (sehr) rechts ein und damit 2 Prozentpunkte mehr als in der gesamten Stimmbevölkerung (29%).

nutzer:innen», die sich überdurchschnittlich oft als rechts bezeichnen (39%). Rechte sind ebenfalls beim Typ «Old World Boulevard» etwas stärker als im Durchschnitt vertreten (33%), dafür bei den «News-Deprivierten» etwas weniger (26%). Gleichzeitig sind diese beiden Repertoiretypen diejenigen, die die höchsten Anteile an Personen aufweisen, die sich in der Befragung politisch nicht einstufen konnten oder mochten.

Von den politischen Merkmalen ist das Politikinteresse ein ganz zentrales Merkmal, das die Repertoiretypen voneinander unterscheidet. Mit Regressionsmodellen haben wir geprüft, ob die Repertoiretypen einen eigenständigen Zusammenhang mit dem Politikinteresse haben oder ob die Unterschiede einfach deshalb zustande kommen, weil manche Repertoiretypen zum Beispiel besonders viele ältere Personen und/oder gut gebildete Personen umfassen.

Das Politikinteresse ist bei Frauen tiefer als bei Männern ($B = -0,109$; $p \leq 0,001$), bei älteren Menschen höher als bei jüngeren ($B = 0,160$; $p \leq 0,001$) und ist mit höherer Bildung positiv korreliert ($B = 0,191$; $p \leq 0,001$). Personen mit anderer Staatsbürgerschaft bei der Geburt weisen ein tieferes Politikinteresse auf ($B = -0,045$; $p \leq 0,01$). Aber nicht nur die vier ausgewählten soziodemografischen Merkmale erklären das unterschiedlich hohe Politik-

interesse, sondern auch die Newsrepertoires (vgl. Tabelle 2). Das zeigen die Koeffizienten (B) für die Repertoiretypen in der Regressionstabelle, die alleamt signifikant und im positiven Bereich sind. Das bedeutet, dass im Vergleich zu den «News-Deprivierten» das Interesse an Politik bei allen anderen Reper-

Der unterschiedliche News-Konsum, der sich in den Repertoires niederschlägt, spielt also auch eine Rolle für das Politikinteresse – eine zentrale Grundvoraussetzung für die politische Partizipation.

toiretypen höher ist, besonders hoch bei den «Intensivnutzer:innen» ($B = 0,243$; $p \leq 0,001$) und den «Homeland Oriented» ($B = 0,221$; $p \leq 0,001$). Der unterschiedliche News-Konsum, der sich in den Repertoires niederschlägt, spielt also auch eine Rolle für das Politikinteresse – eine zentrale Grundvoraussetzung für die politische Partizipation.

Variable	B
(Konstante)	
Intensivnutzer:innen	0,243 ***
Homeland Oriented	0,221 ***
Old World & Onlinependants	0,176 ***
Global Surfer	0,172 ***
Old World Boulevard	0,091 ***
News-Deprivierte (Referenzkategorie)	
Frau (Referenzkategorie: Mann)	-0,109 ***
Alter	0,160 ***
Bildung	0,191 ***
Andere Staatsbürgerschaft bei der Geburt (Referenzkategorie: Schweizer:in bei Geburt)	-0,045 **

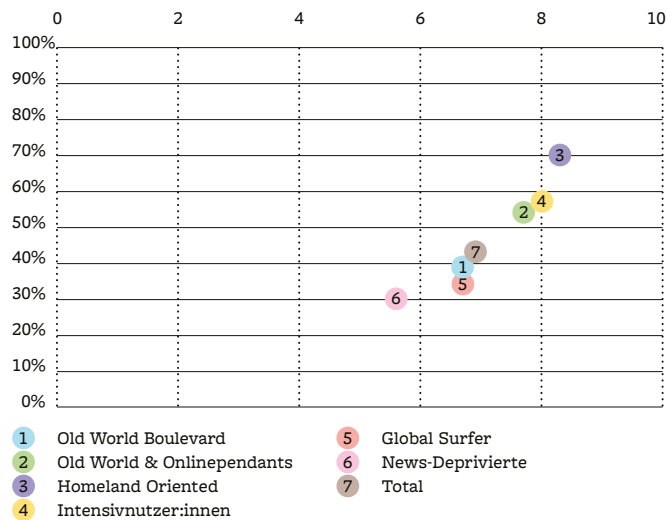
Tabelle 2: Einflussfaktoren auf das Politikinteresse bei der Stimmbevölkerung

Die Tabelle zeigt die standardisierten Regressionskoeffizienten (B) für die Faktoren einer Regression auf Politikinteresse (korrigiertes R-Quadrat 0,192). Faktoren, die mit einem Stern markiert sind, wirken signifikant (* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,01$; $n = 3168$).

Lesebeispiel: Der Repertoiretyp «Intensivnutzer:innen» hat einen signifikant positiven Effekt auf das Politikinteresse.

III.3.2 Teilnahme an Abstimmungen

Ein besonders grossen und statistisch signifikanten Zusammenhang mit der Stimmbeteiligung hat das Politikinteresse (Pearson's $r = .44$), deutlich mehr als zum Beispiel das Regierungsvertrauen ($r = .11$) oder die politische Selbsteinstufung ($r = .04$). Weil sich die Repertoiretypen besonders stark in ihrem Politikinteresse unterscheiden, beteiligen sie sich auch unterschiedlich stark an Volksabstimmungen. In der Darstellung 5 wird auf der y-Achse ausgeflagt, wie viel Prozent an der Abstimmung vom 13. Februar 2022 teilgenommen haben, und auf der x-Achse, an wie vielen von zehn Abstimmungen die Befragten nach eigenen Angaben normalerweise teilnehmen. Dies zeigt deutlich: Auf der einen Seite ist die Teilnahmebereitschaft überdurchschnittlich hoch bei den Typen, die sich generell relativ stark für Politik interessieren (vgl. Darstellung 3) und die entweder intensiv oder zumindest routiniert Schweizer Medienangebote wie (gedruckte) Abozeitungen oder TV-Nachrichtensendungen nutzen: bei den «Homeland Oriented», «Old World & Onlinependants» und «Intensivnutzer:innen». Auf

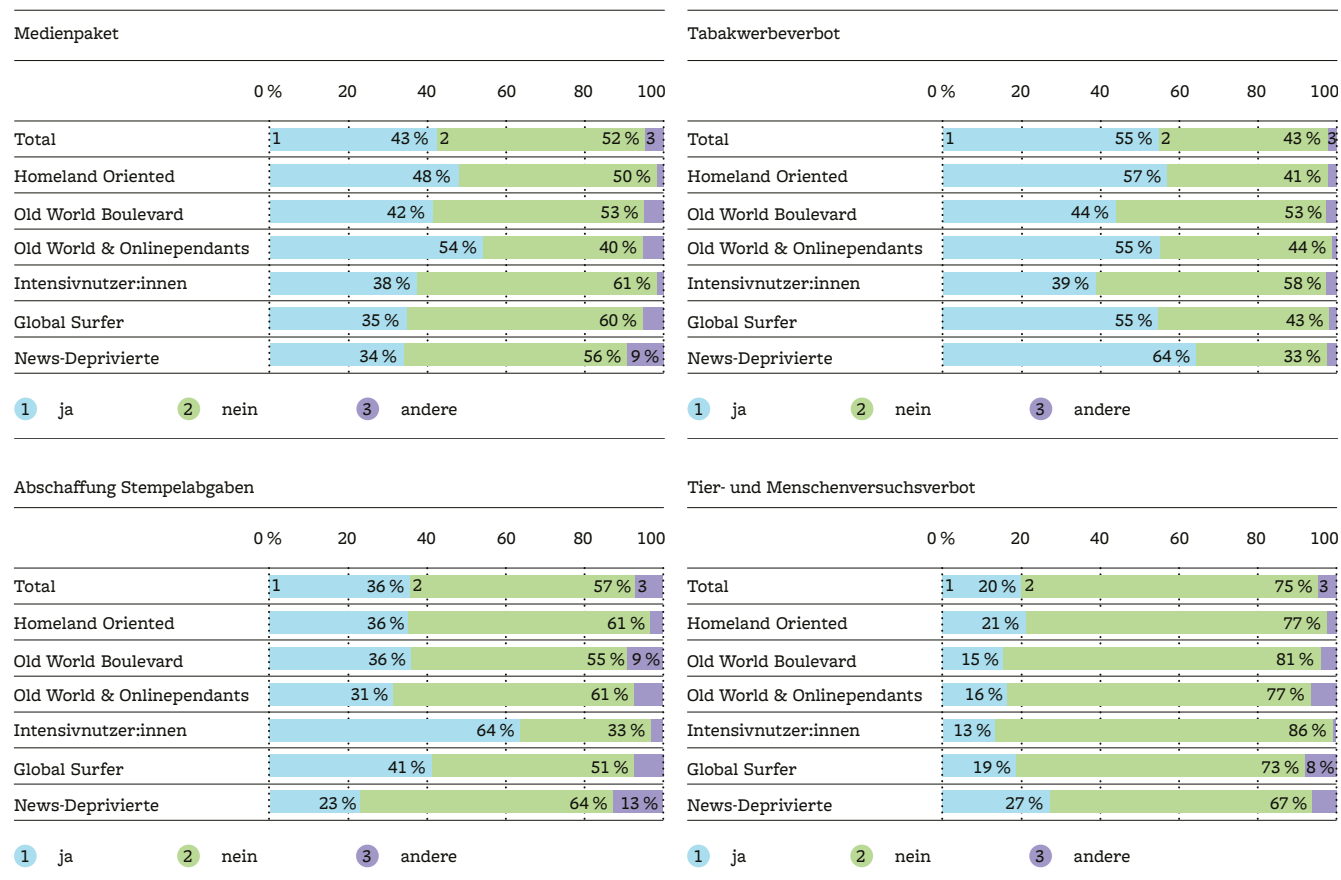


Darstellung 5: Teilnahmebereitschaft von Newsrepertoire-Typen

Die Abbildung zeigt für die gesamte Stimmbevölkerung («Total») und für die einzelnen Repertoiretypen auf der x-Achse, an wie vielen von zehn Abstimmungen die Befragten teilnehmen, und auf der y-Achse, wie viel Prozent der Befragten an der Abstimmung vom 13. Februar 2022 teilgenommen haben.

Lesebeispiel: Die Befragten vom Repertoiretyp «News-Deprivierte» nehmen laut Eigenangaben an 5,6 von 10 Abstimmungen teil. 30% der «News-Deprivierten» haben an der Volksabstimmung vom 13. Februar 2022 teilgenommen.

der anderen Seite sinkt die Teilnahmebereitschaft bei den Typen mit geringerem Politikinteresse und/oder geringerem Medienkonsum. Wiederum sind es die «News-Deprivierten», die sich am klarsten unterscheiden. «News-Deprivierte» sind am 13. Februar 2022 unterdurchschnittlich oft abstimmen gegangen (30%). Und sie nehmen an 5,6 von 10 Abstimmungen teil, signifikant seltener als die anderen Gruppen. Eine solche selektive Teilnahme an rund der Hälfte der Abstimmungen bedeutet gleichzeitig auch, dass «News-Deprivierte» keine Politik-Abstinenten sind. «News-Deprivierte» sind das Gegenstück der von älteren Personen geprägten «Homeland Oriented», für die sowohl der Medienkonsum als auch die Beteiligung an Abstimmungen zur Routine gehören. «Homeland Oriented» sind am 13. Februar 2022 am häufigsten abstimmen gegangen (70%) und nehmen am häufigsten generell an Abstimmungen teil (8,3).



Darstellung 6: Abstimmungsentscheidungen von Newsrepertoire-Typen

Die Abbildung zeigt für die vier Abstimmungen vom 13. Februar, wie die Repertoire-Typen und die teilnehmenden Stimmberechtigten («Total») insgesamt abgestimmt haben. Die Kategorie «andere» umfasst die Befragten, die die Antwort verweigerten oder die sagten, sie hätten bei jener konkreten Abstimmung leer eingelegt bzw. nicht teilgenommen. Wegen Auf- und Abrundungen ergeben die dargestellten Werte nicht immer exakt 100%.

Lesebeispiel: Die «Intensivnutzer:innen» haben bei der Abstimmung über das Medienpaket zu 38% mit Ja gestimmt und zu 61% mit Nein.

3.3 Stimmenscheidungen

Die Repertoiretypen liessen sich im Februar 2022 unterschiedlich stark mobilisieren – die «News-Deprivierten» am wenigsten und die «Homeland Oriented» am meisten. Doch gibt es auch Unterschiede zwischen den Repertoiretypen bei den Stimmenscheidungen, also bei denjenigen Personen, die tatsächlich abgestimmt haben? Im Februar 2022 wurde über vier Vorlagen abgestimmt, darunter zwei Volksinitiativen und zwei von Bundesrat und Parlament befürwortete Behördenvorlagen, gegen die mit genügend Unterschriften erfolgreich das Referendum ergriffen worden war. Die Stimmenscheidungen der

Stimmbevölkerung und der einzelnen Repertoiretypen sind in Darstellung 6 verzeichnet. Informationen und Hintergründe zu den einzelnen Vorlagen finden sich im VOX-Bericht (gfs.bern, 2022).

Das Medienpaket war eine Behördenvorlage, die eine stärkere öffentliche Förderung privater Medien vorsah, in erster Linie durch eine Unterstützung für gedruckte Zeitungen. Doch nur 43% befürworteten dieses Medienpaket. Die Mehrheit (52%) lehnte es ab, unter anderem weil es zu einer Abhängigkeit der Medien vom Staat führe und weil es Markt und Wettbewerb in der Medienbranche verzerre. Laut VOX-Analyse wurde das Medienpaket eher befürwortet von Jüngeren und von links stehenden

Personen, die das Medienpaket als Beitrag zur Stärkung der Medienvielfalt sahen; ältere Personen und rechts stehende Personen hingegen lehnten das Paket ab. Die Analyse der Newsrepertoires zeigt ergänzend dazu: Bei fünf von sechs Repertoiretypen fand das Medienpaket keine Mehrheit; besonders gering war die Unterstützung bei den «Global Surfer» (35%), den «Intensivnutzer:innen» (38%) und auch den «News-Deprivierten» (34%), obwohl in diesem Repertoiretyp Jüngere klar übervertreten sind, die als Ganzes das Paket eher befürworteten. Deutlich von den anderen Typen unterschied sich der Typ «Old World & Onlinependants», der als einziger einen mehrheitlichen Ja-Anteil (54%) hatte. Diese Unterschiede zeigen: Die Intensität des Medienkonsums allein ist nicht entscheidend, wie der Stimmenscheid ausfällt. Die «News-Deprivierten» mit geringem und die «Intensivnutzer:innen» mit breitem Medienkonsum haben beide das Medienpaket sehr klar abgelehnt. Stattdessen scheint stärker eine Rolle zu spielen, ob sich das Medienmenü eher aus traditionellen oder digitalen Medien zusammensetzt. Die drei Repertoiretypen, bei denen digitale Medien besonders wichtig sind («News-Deprivierte», «Global Surfer», «Intensivnutzer:innen»), haben das Medienpaket klarer abgelehnt als die anderen drei Repertoiretypen, für die traditionelle Medien noch wichtig oder sogar wichtiger sind.

Beim Tabakwerbeverbot wurde über eine Volksinitiative abgestimmt, die von einer breiten Trägererschaft aus Gesundheits- und Suchtorganisationen und Jugendverbänden lanciert worden war. 55% der Befragten haben dieser Initiative zugestimmt, laut VOX-Analyse vor allem Jüngere, höher Gebildete und Personen, die politisch links oder in der Mitte stehen. Für sie war die Initiative ein wirksames Mittel zum Schutz von Kindern und Jugendlichen und ihrer gesunden Entwicklung. Rechts stehende Personen lehnten die Initiative tendenziell ab, weil das Werbeverbot unnütz sei und die freie Gesellschaft mit zu vielen Verboten gefährde. Wiederum unterschieden sich die Repertoiretypen; bei vier Typen fand die Initiative eine Mehrheit, bei zwei wurde sie abgelehnt. Das Spektrum decken die «News-Deprivierten» auf der einen Seite mit besonders hoher Zustimmung (64%) und die «Intensivnutzer:innen» mit besonders tiefer Zustimmung (39%) ab. Die dritte Vorlage war eine Behördenvorlage zur Abschaffung

der Stempelabgaben. Diese sah vor, dass Unternehmen keine sogenannten Stempelsteuern mehr zahlen müssen. Dagegen hatten Linke, allen voran die SP, das Referendum ergriffen. Von den Befragten sprachen sich nur 36% explizit für eine Abschaffung aus. Laut VOX-Analyse war für die Mehrheit das Argument zentral, dass von der Abschaffung primär grosse Konzerne profitieren würden, die es nicht nötig hätten, und dass die Bevölkerung den Steuerausfall aus der eigenen Tasche bezahlen müsste. Die Abschaffung fand nur bei Sympathisanten der rechten Parteien FDP und SVP eine Mehrheit. Wie der Blick auf die Repertoiretypen zeigt, gab es auch hier nur bei einem von sechs Typen eine Mehrheit für die Abschaffung, was gleichzeitig die Unterschiede zwischen den Repertoiretypen unterstreicht. «Intensivnutzer:innen» (64%) votierten klar für die Abschaffung, während andere Typen die Behördenvorlage mit tieferen Ja-Anteilen ziemlich deutlich ablehnten, vor allem die «News-Deprivierten» (23%).

Die Volksinitiative für ein Tier- und Menschenversuchsverbot wurde von einer relativ kleinen Interessengemeinschaft und damit von Aussenseiter:innen lanciert. Anders als viele Volksinitiativen erhielt sie laut VOX-Analyse von keiner einzigen grossen Partei Zuspruch. Die Befragten lehnten die Initiative mit einem Ja-Anteil von nur 20% überaus deutlich ab. Das Argument, mit der Initiative könnten Tiere besser geschützt werden, überzeugte keine Mehrheit und keine einzige Bevölkerungsgruppe, auch wenn links stehende Personen (v.a. Grüne) die Initiative nicht im selben Masse ablehnten wie andere Gruppen. Die Mehrheit fand, dass Versuche essenziell sind und dass die Initiative die medizinische Versorgung und den Wissenschaftsstandort Schweiz gefährde. Auch bei den einzelnen Repertoiretypen fand sich keine Mehrheit für die Volksinitiative. Aber wiederum fallen die «News-Deprivierten» auf. Zwar lehnten sie die Initiative ab, ihre Zustimmung (27%) war jedoch signifikant höher als bei den «Intensivnutzer:innen» (13%) und beim Typ «Old World Boulevard» (15%).

Wie Newsrepertoires mit dem Stimmverhalten zusammenhängen, lässt sich nochmals mit Blick über die Abstimmungen hinweg prüfen. Auf der einen Seite ist das Hauptergebnis, also ein Ja- bzw. Nein-Entscheid, in den meisten Fällen dasselbe, wenn man die Stimmbevölkerung mit den einzelnen

Newsrepertoires vergleicht. Nur in vier von 24 Fällen (4 Vorlagen × 6 Repertoireotypen) weicht der Entscheid eines Repertoiretyps von der Mehrheit ab, zum Beispiel das Nein der «Intensivnutzer:innen» zum Tabakwerbeverbot (Zustimmung 39%), das ansonsten angenommen wurde (55%). Auf der anderen Seite aber sind die Unterschiede zwischen den Repertoireotypen teilweise erheblich: Der Unterschied zwischen dem geringsten und dem höchsten Ja-Anteil pro Vorlage betrug beim Tierversuchsverbot 14 Prozentpunkte, beim Medienpaket 20 Prozentpunkte, beim Tabakwerbeverbot 25 Prozentpunkte und bei der Stempelsteuer sogar 41 Prozentpunkte. Das heisst, dass die Newsrepertoires durchaus mit einem anderen Abstimmungsverhalten in Verbindung stehen. Dies trifft zumindest bei den vier Vorlagen vom 13. Februar 2022 auf die «News-Deprivierten» zu. Sie

vom 13. Februar 2022 deckten einen Mix aus verschiedenen Themen ab, fanden durchschnittliche Resonanz in den Medien (Udris, 2022) und führten zu einer durchschnittlichen Stimmbeteiligung (gfs.bern, 2022). Unsere Studie zeigt klar: Newsrepertoires machen auch bei Volksabstimmungen einen Unterschied. Die sechs Repertoireotypen unterscheiden sich stark darin, ob sie sich überhaupt für Politik interessieren, ob sie an Volksabstimmungen teilnehmen und wie sie konkret abstimmen. Damit bestätigt unsere Studie die Forschung aus mehreren Ländern: Die Intensität und die Art der Mediennutzung, die sich in Newsrepertoires zeigen, spielen eine Rolle für das politische Leben (vgl. Wolfsfeld et al., 2016; Picone & Vandenplas, 2022; Strömbäck et al., 2018).

Die «News-Deprivierten», die in der Schweizer Stimmbevölkerung die grösste Gruppe ausmachen (31,3%), beteiligen sich deutlich seltener an Volksabstimmungen als die anderen Repertoireotypen und zeigen auch generell weniger Interesse an Politik sowie weniger Vertrauen in den Bundesrat. Die Unterversorgung mit Nachrichten geht also mit einem geringen Politikinteresse, einem geringeren Regierungsvertrauen und einer geringeren politischen Partizipation einher. Dennoch kann man nicht einfach sagen, dass je umfangreicher der Medienkonsum, desto höher die Stimmbeteiligung ist. Denn der Repertoiretyp der «Homeland Oriented», der zwar regelmässig, aber nicht oft Schweizer Medien nutzt, beteiligt sich regelmässig und stark. Dies zeigt, dass auch die Art des Medienkonsums wichtig ist, also welche Medien konkret und zu welchem Zweck im Alltag genutzt werden. Hier legen unsere Befunde nahe: Gruppen mit Newsrepertoires, die sich in erster Linie aus digitalen statt aus traditionellen Quellen zusammensetzen wie die «News-Deprivierten» oder die «Global Surfer» sowie der Typ «Old World Boulevard», bei dem Boulevardmedien überwiegen, zeichnen sich eher durch ein geringeres Politikinteresse und eine geringere Stimmbeteiligung aus. Natürlich zeigen sich in den Repertoireotypen auch soziodemografische Merkmale, die wiederum das Politikinteresse und die Stimmbeteiligung mit erklären. Ältere Personen fühlen sich stärker als jüngere Personen verpflichtet, sich zu informieren (vgl. Udris et al., 2022), und sie gehen auch öfter abstimmen. Vor diesem Hintergrund überraschen auch das geringe Politikinteresse und die geringe Stimmbeteiligung

«News-Deprivierte» haben öfter mit den «Herausforderern» und damit gegen die Position von Bundesrat und Parlament gestimmt.

fallen im direkten Vergleich mit den anderen Repertoireotypen auf mit dem einerseits geringsten Ja-Anteil beim Medienpaket (34%) und bei den Stempelabgaben (23%) und andererseits mit dem höchsten Ja-Anteil beim Tabakwerbeverbot (64%) und beim Tierversuchsverbot (27%). Das heisst, «News-Deprivierte» haben öfter mit den «Herausforderern» und damit gegen die Position von Bundesrat und Parlament gestimmt.

4 Fazit

Die vorliegende Studie konnte zum ersten Mal zwei Forschungsansätze kombinieren, die ein genaueres Bild von der Rolle der Mediennutzung bei Volksabstimmungen in der Schweiz zeichnen. Der methodische Ansatz, die Newsrepertoires von Mediennutzer:innen zu erfassen, wurde in Verbindung gebracht mit der etablierten VOX-Analyse, die die Einstellungen und das Verhalten von Schweizer Stimmberechtigten bei Volksabstimmungen untersucht. Wir haben dabei einen relativ typischen Abstimmungssonntag untersucht: Die vier Vorlagen

bei den «News-Deprivierten» nicht, da bei ihnen Junge viel stärker vertreten sind als bei anderen Repertoiretypen. Aber: Unsere Regressionsanalyse belegt, dass Newsrepertoires und damit der Umfang und die Art des Medienkonsums unabhängig von solchen soziodemografischen Unterschieden mit dem Politikinteresse zusammenhängen.

Mit unserem Ansatz konnten wir also zeigen, dass nicht nur soziodemografische Faktoren, sondern auch Newsrepertoires mit politischen Merkmalen wie dem Politikinteresse und mit der Stimmbeteiligung zusammenhängen; aber unsere Methode erlaubt keine Aussage zur Kausalität, also was wodurch beeinflusst wird. Die klassische «Huhn-Ei-Frage» zum Beispiel, ob das starke Interesse an Politik zu einem breiten Medienkonsum führt oder ob es der breite Medienkonsum ist, der das Interesse an Politik erhöht, kann mit dieser Studie nicht beantwortet werden. Es ist aber plausibel anzunehmen, dass wir hier insgesamt von einem Wechselspiel ausgehen können.

Aus der Perspektive der gesellschaftlichen Integration betrachtet, kann es jedenfalls ein Problem sein, wenn eine bestimmte Mediennutzung letztlich mit geringerer Partizipation zusammenhängt. In Deutschland zum Beispiel gibt es empirisch einige politische Kommunikationsmilieus mit tendenziell geringer Mediennutzung, die sich von der Politik abgehängt und von den Medien nicht repräsentiert fühlen (Kösters & Jandura, 2019). Falls das Ziel die Stärkung der politischen Partizipation sein soll, dann gilt es entsprechend, auch bei Fragen des Medienkonsums und der Medienkompetenz anzusetzen. Unsere Studie zeigt, dass in der Schweizer Stimmbevölkerung – wie auch in anderen Ländern (für Schweden vgl. Strömbäck et al., 2018) – dasjenige Repertoire mit der geringsten Mediennutzung («News-Deprivierte») gleichzeitig das am weitesten verbreitete Repertoire ist. Entsprechend müsste es um Lösungsstrategien gehen, besonders diese grosse Bevölkerungsgruppe vermehrt anzusprechen. Positiv ist: Die Resultate zeigen gleichzeitig auch, dass Repertoiretypen wie die «News-Deprivierten» nicht grundsätzlich der institutionalisierten Politik fernbleiben. Laut Eigenangaben nehmen «News-Deprivierte» an rund der Hälfte der Abstimmungen teil. Sie sind also «selektive Teilnehmer:innen» (vgl. Sciarini et al., 2016; Dermont, 2016), die sich unter Umständen

durchaus mobilisieren lassen und für bestimmte Vorlagen interessieren. Was diese Umstände begünstigt und ob eine bloss selektive Teilnahme bedeutet, dass solche Personen sich stärker von politischen Kampagnen beeinflussen lassen und dadurch möglicherweise weniger informierte Entscheidungen treffen, ist eine offene Frage (vgl. Kriesi, 2012).

Unsere Studie konnte schliesslich zeigen, dass sich die Repertoiretypen nicht nur darin unterscheiden, ob sie abstimmen, sondern auch, wie sie abstimmen. Zwar haben die Repertoiretypen bei den vier Vorlagen in der Regel nicht komplett anders abge-

Falls das Ziel die Stärkung der politischen Partizipation sein soll, dann gilt es entsprechend, auch bei Fragen des Medienkonsums und der Medienkompetenz anzusetzen.

stimmt als die Mehrheit, aber die Unterschiede in den Ja- und Nein-Anteilen sind teilweise markant. Über die vier Vorlagen hinweg fällt das Stimmverhalten besonders der «News-Deprivierten» auf. Denn sie haben von allen Repertoiretypen jeweils die geringsten oder höchsten Ja-Stimmenanteile und stimmen am meisten für die Herausforderer, also gegen die Position von Bundesrat und Parlament. Ob dies an den Inhalten der Vorlagen vom 13. Februar 2022 liegt oder auf tiefer liegende Muster bei der Meinungsbildung verweist (vgl. Longchamp, 2005), müssen zukünftige Analysen über mehr Abstimmungsvorlagen hinweg zeigen.

Literatur

Castro, L., Strömbäck, J., Esser, F., Van Aelst, P., Vreese, C. de, Aalberg, T., Cardenal, A. S., Corbu, N., Hopmann, D. N., Koc-Michalska, K., Matthes, J., Schemer, C., Sheaffer, T., Splendore, S., Stanyer, J., Stepińska, A., Štětka, V. & Theocharis, Y. (2021). Navigating High-choice European Political Information Environments: A Comparative Analysis of News User Profiles and Political Knowledge. *The International Journal of Press/Politics*, 15(4), 194016122110125. <https://doi.org/10.1177/19401612211012572>

Dermont, C. (2016). Taking Turns at the Ballot Box: Selective Participation as a New Perspective on Low Turnout. *Swiss Political Science Review*, 22(2), 213–231. <https://doi.org/10.1111/spsr.12194>

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. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.998220>

gfs.bern. (2022). *VOX-Analyse Februar 2022: Nachbefragung und Analyse zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 13. Februar 2022*. https://vox.gfsbern.ch/wp-content/uploads/2022/04/d_vox_schlussbericht_feb_2022_v2_def.pdf

Hasebrink, U. & Hepp, A. (2017). How to Research Cross-media Practices? Investigating Media Repertoires and Media Ensembles. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(4), 362–377. <https://doi.org/10.1177/1354856517700384>

Kösters, R. & Jandura, O. (2019). A Stratified and Segmented Citizenry? Identification of Political Milieus and Conditions for their Communicative Integration. *Javnost – The Public*, 26(1), 33–53. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1554845>

Kriesi, H. (2012). Conclusion. In H. Kriesi (Hrsg.), *Political Communication in Direct Democratic Campaigns: Enlightening or Manipulating?* (S. 225–243). Palgrave Macmillan.

Longchamp, C. (2005). Prädisposition, Disposition und Entscheidung: Meinungsbildung zu Volksabstimmungen. In P. Donges (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der Schweiz* (S. 197–213). Haupt Verlag.

Milic, T., Rousselot, B. & Vatter, A. (2014). *Handbuch der Abstimmungsforschung. Politik und Gesellschaft in der Schweiz. Bd. 2*. Neue Zürcher Zeitung.

Moeller, J., Vreese, C. de, Esser, F. & Kunz, R. (2014). Pathway to Political Participation: The Influence of Online and Offline News Media on Internal Efficacy and Turnout of First-Time Voters. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 689–700. <https://doi.org/10.1177/0002764213515220>

Ohme, J. (2019). When Digital Natives Enter the Electorate: Political Social Media Use among First-time Voters and its Effects on Campaign Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(2), 119–136. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1613279>

Picone, I. & Vandenplas, R. (2022). Windows to the World: Imagining Flemish News Audiences and Their Views on Society through the Lens of News Repertoires. *Digital Journalism*, 10(1), 87–108. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1972323>

Schneider, J. & Eisenegger, M. (2019). Der Bedeutungsverlust traditioneller Newsmedien und die Entstehung neuer Nutzungsmuster – wie die Digitalisierung Newsrepertoires verändert In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera* (S. 27–45). Schwabe. <https://doi.org/10.5167/UZH-177416>

Schneider, J. & Eisenegger, M. (2020). Mediennutzung und persönliche Themenagenda – wie das Newsrepertoire die Wahrnehmung von Kommunikationsereignissen prägt. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera* (S. 101–114). Schwabe. <https://doi.org/10.5167/UZH-197828>

Sciarini, P., Cappelletti, F., Goldberg, A. C. & Lanz, S. (2016). The Underexplored Species: Selective Participation in Direct Democratic Votes. *Swiss Political Science Review*, 22(1), 75–94. <https://doi.org/10.1111/spsr.12178>

Strömbäck, J., Falasca, K. & Kruikeimer, S. (2018). The Mix of Media Use Matters: Investigating the Effects of Individual News Repertoires on Offline and Online Political Participation. *Political Communication*, 35(3), 413–432. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1385549>

Udris, L. (2022). *Abstimmungsmonitor – Vorlagen vom 13. Februar 2022*. fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:05f25cf1-569f-4df8-ba02-141ce4d47d5c/Abstimmungsmonitor_Februar_2022.pdf

Udris, L., Rivière, M., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022. Länderbericht Schweiz*. fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:04d547fc-0fc3-42fc-bbf8-cee04a06ebcf/DNR_22_Schweiz.pdf

Vaccari, C. & Valeriani, A. (2018). Digital Political Talk and Political Participation: Comparing Established and Third Wave Democracies. *SAGE Open*, 8(2), 215824401878498. <https://doi.org/10.1177/2158244018784986>

Wolfsfeld, G., Yarchi, M. & Samuel-Azran, T. (2016). Political Information Repertoires and Political Participation. *New Media & Society*, 18(9), 2096–2115. <https://doi.org/10.1177/1461444815580413>

Copyright

fög - Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität Zürich

Kontakt

fög / Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich

kontakt@foeg.uzh.ch
+41 (0)44 635 21 11
www.foeg.uzh.ch
