








Soziale Medien als Gefahr oder Chance der Partizipation










Lukas Golder, Co-Leiter

Digitalisierung in der direkten Demokratie der Schweiz

Chancen

-  Herrschafts- und hindernisfreier Diskurs
-  Integrationskraft ins politischen System
-  präzisere Kommunikation
-  Tradition in politischer Meinungsbildung und Rechtsprechung
-  Bevölkerung zeigt sich resilient gegenüber Falschinformationen
-  neue Betätigungsfelder für Intermediäre
-  zunehmendes Verantwortungsgefühl bei Plattformbetreibern

Risiken

-  Misinformation und Desinformation
-  Echokammern
-  Wegfall traditioneller Gatekeepingfunktion Massenmedien
-  Social Media ist kein Abbild der Bevölkerung oder Politik
-  Social Media als Geschäftsmodell, Datenschutz
-  Überlastung politisches System, Unterschrift-Gatekeeper
-  technische Sicherheit

Medienwandel & Kampagnen

The Hybrid Media System (Andrew Chadwick 2013)

«The new media system exhibits chaos, nonlinearity, and disintegration but also surprising new patterns of integration.»

Alte Logik

- Kanäle: TV, Radio, Zeitungen
- Kennzeichen
- Medien als neutrale Kanäle der Politikbeobachtung
- Top-down Kommunikation mit entsprechender Meinungsführung

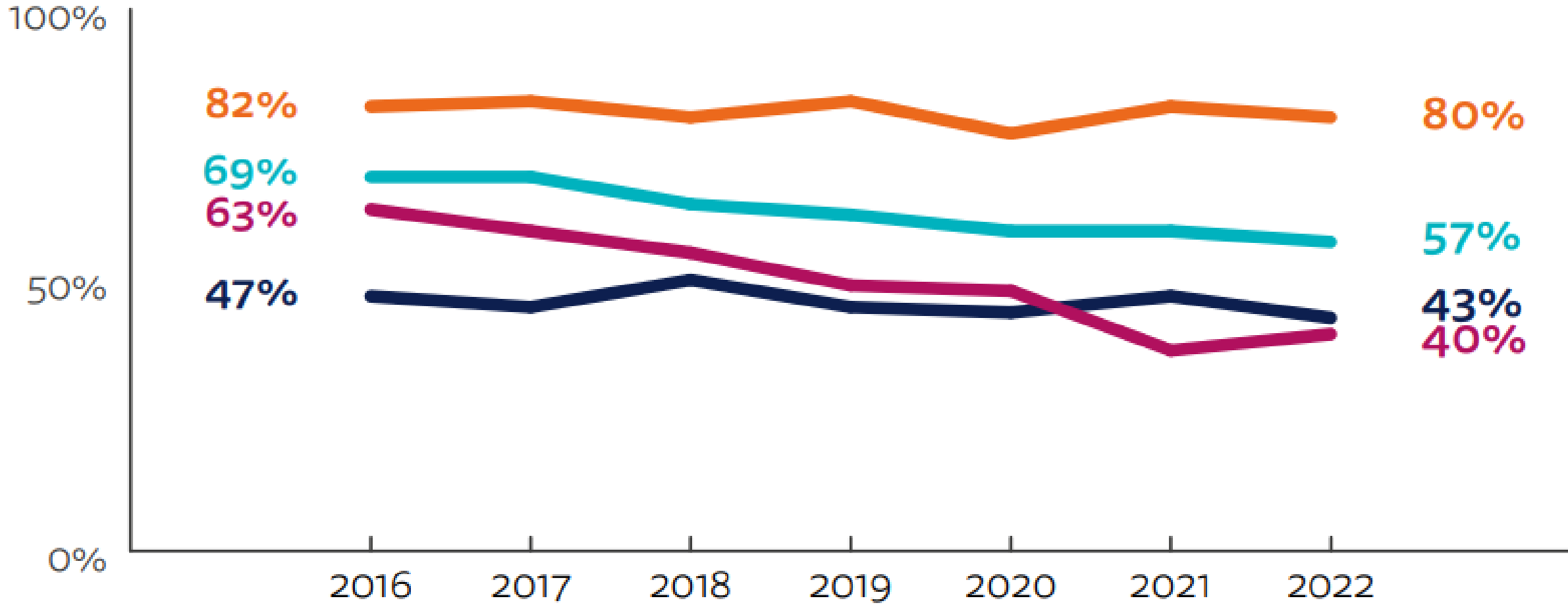
Neue Logik

- Kanäle: Soziale Medien
- Kennzeichen
 - Pluralisierung der Akteure
 - Medien mit parteiischem Standpunkt
 - Bottom-up Kommunikation mit neuen Meinungsführern
 - Ereignisse / Ereignisbezogenheit

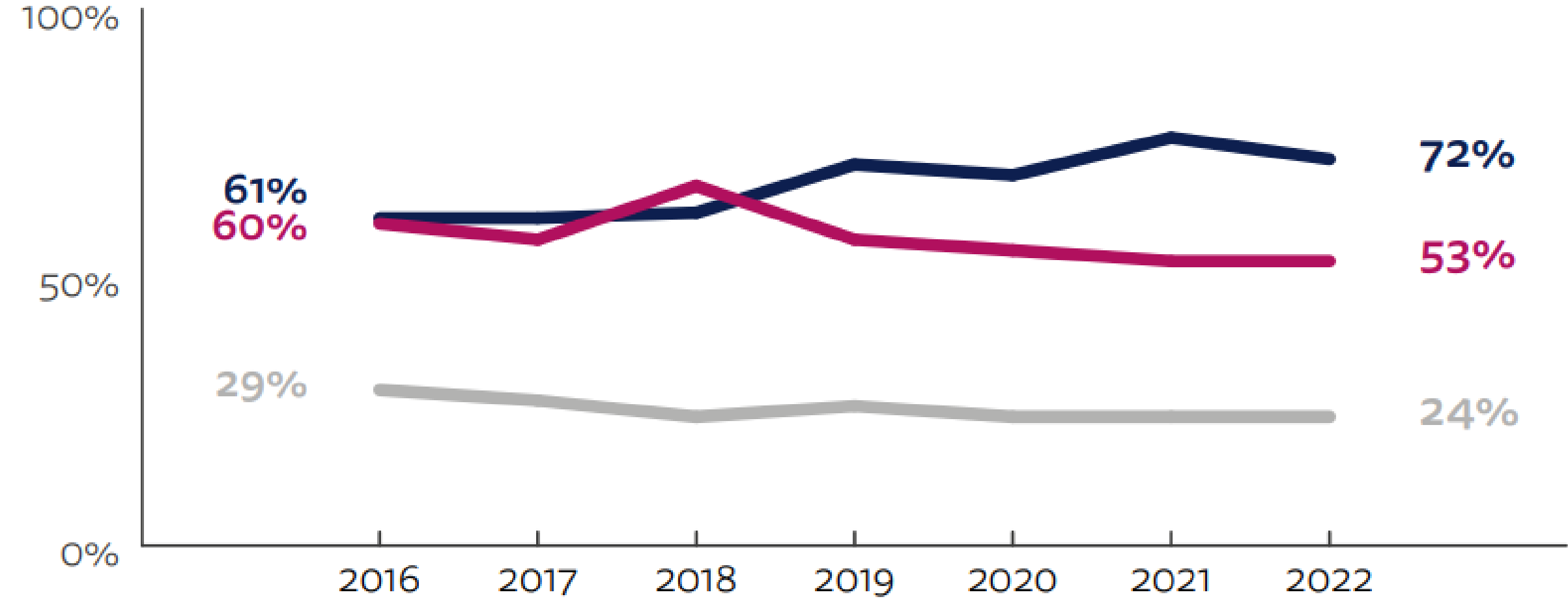
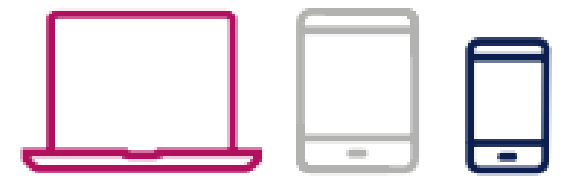
Interaktionen
zwischen
alt und neu

SOURCES OF NEWS 2016-22

- Online (incl. social media)
- TV
- Social media
- Print



DEVICES FOR NEWS 2016-22*



TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News		For All
1	WhatsApp	30%	(-)	76%
2	Facebook	27%	(-)	54%
3	YouTube	24%	(-)	63%
4	Instagram	15%	(+2)	42%
5	Facebook Messenger	8%	(-)	27%
6	LinkedIn	7%	(+1)	21%

Mediennutzung für die Abstimmungen vom 13. Juni 2021

% Teilnehmende

Informationskanäle	Nutzungsanteil in %	Nutzungsintensität Mittelwert
Artikel in Zeitungen	84	6.3
Das Bundesbüchlein	84	6.4
Abstimmungssendungen am Fernsehen	75	6
News-Seiten im Internet	70	5.3
Abstimmungssendungen am Radio	65	5.3
Leserbriefe in Zeitungen oder Leserkommentare in Internetforen	60	4.7
Abstimmungszeitungen oder Flyers	60	4.5
Inserate in Zeitungen	57	4
Strassenplakate	56	3.7
Meinungsumfragen	53	4.1
Kommentare auf Online-Nachrichtenportalen	46	4.4
Mitteilungen am Arbeitsplatz	44	4.3
Filme und Videoclips im Internet zum Beispiel auf Youtube	40	3.9
Soziale Medien wie Facebook, Twitter oder Instagram	36	4
VoteInfo-App vom Bund	30	5

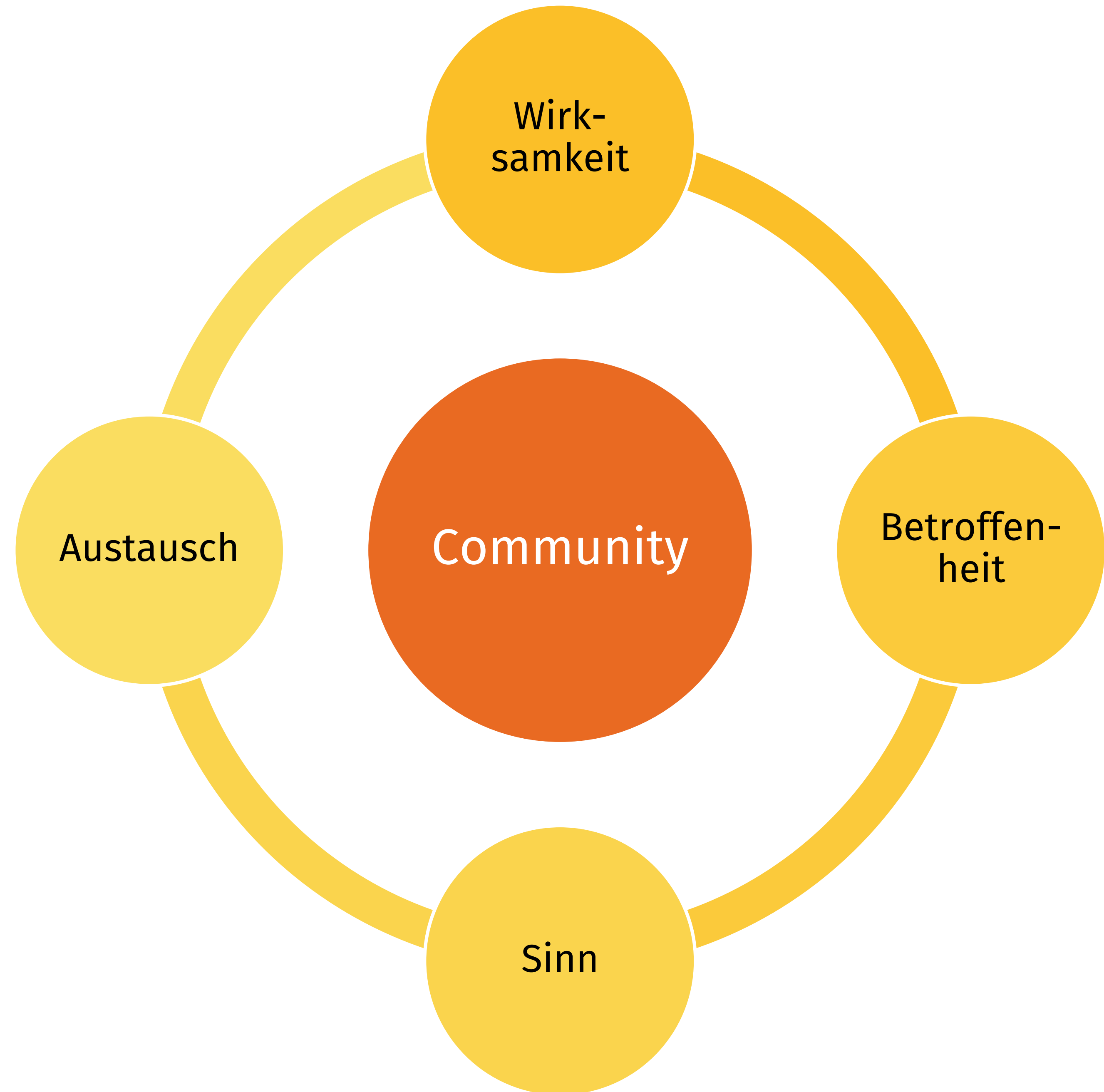
Mittlere Beteiligungen bei eidg. Volksabstimmungen seit 1971



1971 1973 1975 1977 1979 1981 1983 1985 1987 1989 1991 1993 1995 1997 1999 2001 2003 2005 2007 2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021

Tiefere Netzwerkkosten nutzen

Faktoren beim Community-Building



Erfolgsquoten der Opposition

	Pandemie	Nach Pandemie	Leg. 19-23	2000-2019	1971-2019
Erfolgsquote Referenden	46%	17%	35%	26%	28%
Erfolgsquote Initiativen	27%	0%	23%	11%	9%
Total Oppositionserfolg	38%	14%	30%	18%	21%

Anteil erfolgreiche Referenden und Initiativen gegen die Behörden

Die Dreifach-Niederlage des Bundesrats hat ihre Gründe

Nein zum Mediengesetz, Nein zum Erlass der Emissionsabgabe, Ja zur Tabakinitiative: Der Landesregierung fällt es zunehmend schwer, Abstimmungen zu gewinnen. Weshalb?

Christina Neuhaus

[Hören](#)
[Merken](#)
[Drucken](#)
[Teilen](#)



Und nun? Die Abstimmungsergebnisse werden im Bundesrat noch zu reden geben. Von links: Guy Parmelin, Karin Keller-Sutter, Simonetta Sommaruga und Alain Berset an einer Medienkonferenz im März 2020.

Alessandro Della Valle / Keystone

Quelle: BFS, swissvotes, eigene Berechnungen

Typische Fünffach- Nein-Stimmende Juni 2021

Bivariate Auswertung verschiedener Variablen

Fünffach-Nein-Stimmende (10%)

- Selbständigerwerbende mit tieferer Bildung (und skeptischer Haltung gegenüber der Befragung)
- Selbsteinstufung als «rechtsausser» (+11 Ppt) oder SVP-Sympathisierende (+4 Ppt) respektive andere Partei (+8 Ppt)
- Geringes Vertrauen in den Bundesrat (+20 Ppt), das Parlament, in die Medien, Wissenschaft, Umweltverbände, BAG, Polizei etc.
- Hohes Vertrauen in die Bauern und «Freunde der Verfassung» (+14 Ppt)
- Kein Interesse an Politik (+19 Ppt) und (+19 Ppt) informiert sich «nie» über Politik
- Wertehaltung: Traditionen statt «Zeitgeist», weniger Macht dem Bund, mehr Eigenverantwortung (resp. weniger Solidarität), mehr Wettbewerb, weniger Digitalisierung etc.

Dalli Dalli - Demokratie



Integration ins demokratische System



Neue Vertrauensmotoren

Neue Berührungspunkte verlangen nach mehr politischer Bildung und neuen permanenten Methoden, um Vertrauen aufzubauen.



Neuer, digitaler Gesellschaftsvertrag

Kohärenz, Integration und (digitale) Reputation zur Stärkung demokratischer, wissenschaftlicher und wirtschaftlicher Werte.



Neue Plattformen

Medien und Plattformen verbinden sich zu Milieus mit eigenen Mediengesetzlichkeiten

«Fehler sind etwas sehr Gefährliches in der Schweiz»

Nils Nielsen, 10. Oktober 2022, NZZ



Lukas Golder

Co-Leiter

✉ lukas.golder@gfsbern.ch

☎ 031 311 62 10

gfs.bern ag | Effingerstrasse 14 | 3011 Bern

 **gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.