

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Prozess

Faire Abstimmungskampagnen (Pa.Iv. 03.436)

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Bühlmann, Marc
Hirter, Hans
Hohl, Sabine
Mosimann, Andrea

Bevorzugte Zitierweise

Bühlmann, Marc; Hirter, Hans; Hohl, Sabine; Mosimann, Andrea 2025. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Faire Abstimmungskampagnen (Pa.lv. 03.436), 2005 – 2010*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 18.04.2025.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Grundlagen der Staatsordnung	1
Institutionen und Volksrechte	1
Wahl- und Abstimmungsverfahren	1
Bildung, Kultur und Medien	2
Medien	2
Radio und Fernsehen	2

Abkürzungsverzeichnis

SPK-NR	Staatspolitische Kommission des Nationalrats
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
SBB	Schweizerische Bundesbahnen
CVP	Christlichdemokratische Volkspartei
SVP	Schweizerische Volkspartei
FDP	Freie Demokratische Partei
SPS	Sozialdemokratische Partei Schweiz

CIP-CN	Commission des institutions politiques du Conseil national
SSR	Société suisse de radiodiffusion
CFF	Chemins de fer fédéraux suisses
PDC	Parti démocrate-chrétien
UDC	Union démocratique du centre
PLR	Parti Libéraux-Radicaux
PSS	Parti Socialiste Suisse

Allgemeine Chronik

Grundlagen der Staatsordnung

Institutionen und Volksrechte

Wahl- und Abstimmungsverfahren

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE
DATUM: 01.03.2005
HANS HIRTER

Der Nationalrat hatte im Jahr 2002 eine parlamentarische Initiative Stamm (cvp, LU) (99.427) für mehr **Fairness in Abstimmungskampagnen** nicht weiter verfolgt. Ein Jahr später hatte Andreas Gross (sp, ZH) eine parlamentarische Initiative eingereicht, welche in allgemeiner Form gesetzliche Vorschriften für möglichst faire Abstimmungskampagnen verlangte. Zudem sollten Vorkehrungen getroffen werden, dass die politischen Parteien in der Meinungsbildung eine wichtige Rolle spielen können. Mit dieser zweiten Forderung nahm er, in abgewandelter Form, sein Anliegen für die Offenlegung von Kampagnenfinanzierungen wieder auf, das von der SPK und im Jahr 2004 auch vom Nationalrat abgelehnt worden war (99.430). Die Mehrheit der SPK des Nationalrats unterstützte den Vorstoss Gross. Dabei schien ihr insbesondere die Einräumung von Sendezeit für die Parteien in Radio und Fernsehen ein gangbares Mittel zur Stärkung der Position der Parteien in den Abstimmungskampagnen zu sein. Das Plenum gab der Initiative gegen den Widerstand der SVP Folge. Keinen Erfolg hatte im Nationalrat dagegen eine von der SP und den Grünen unterstützte parlamentarische Initiative Rechsteiner (sp, BS) (03.434). Diese hatte verlangt, dass sich mehrheitlich im öffentlichen Besitz befindende Unternehmen, sowie durch Zwangsabgaben finanzierte (z.B. Krankenkassen) oder für die Grundversorgung der Bevölkerung wichtige private Firmen nicht mehr an Abstimmungskampagnen beteiligen dürfen.¹

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE
DATUM: 24.11.2009
HANS HIRTER

Die SPK des Nationalrats publizierte einen Vorschlag zur Umsetzung der parlamentarischen Initiative Gross (sp, ZH) für **fairere Abstimmungskampagnen**, welcher der Rat 2005 Folge gegeben hatte. Eine Subkommission der SPK hatte dabei verschiedene Möglichkeiten untersucht. Die Verhandlungen mit der SBB über die Möglichkeit, in den grossen Bahnhöfen Gratisplakatierflächen anzubieten, brachten einige konkrete Resultate. So wird in Zukunft ein Plakat mit dem Parolenspiegel der nationalen Parteien gratis in grossen SBB-Bahnhöfen ausgehängt werden. Die für die Meinungsbildung als viel wichtiger eingestuft elektronischen Medien waren hingegen zu keinen Konzessionen bereit. Die Radio- und Fernsehanstalt SRG lehnte es ab, den Parteien freiwillig Sendezeit für die **Gratisausstrahlung von politischer Werbung** einzuräumen. Ihrer Ansicht nach sind die bestehenden redaktionellen politischen Sendegefässe zur Meinungsbildung durchaus ausreichend. Trotzdem verfolgte die SPK-NR diese Idee der Gratiswerbepots für Parteien weiter und arbeitete Grundlagen für eine gesetzliche Verpflichtung der SRG aus. In der im Spätherbst 2007 durchgeführten Vernehmlassung äusserten sich SP und CVP positiv, die FDP skeptisch und die SVP ablehnend; negativ fielen auch die Rückmeldungen der meisten Interessenverbände aus. Die Kritiker bemängelten insbesondere, dass mit diesen kurzen Werbespots der Parteien die Aussagen noch plakativer und die Diskussion noch oberflächlicher würde. Im Mai des Berichtsjahres stellte sich die SPK mit 14 zu 8 Stimmen hinter den Antrag, den Parteien mit Fraktionsstatus und den Initiativ- und Referendumskomitees im Fernsehen und im Radio während den Kampagnen gratis Werbezeit einzuräumen. Damit soll das zum Teil erhebliche Ungleichgewicht bei der bezahlten Abstimmungswerbung für bestimmte Anliegen ausgeglichen werden. Es soll auch vermieden werden, dass bei Themen, bei denen sich weder Parteien noch breit abgestützte Interessenverbände finanziell engagieren wollen, kaum Werbung für einen Parlamentsbeschluss gemacht wird. Dass dies geschehen kann, hatte sich beispielsweise bei der Volksabstimmung über die neue Bundesverfassung im Jahr 1999 gezeigt, als die Befürworter keine Mittel für Inserate oder Plakate einsetzen wollten und damit Kleinstparteien und intransparente kleine Gruppen einen unangemessenen Einfluss nehmen konnten. Formal soll auf Gesetzesstufe (Radio- und Fernsehgesetz resp. Gesetz über die politischen Rechte) der Grundsatz der Gratiswerbung für politische Anliegen eingeführt und die dazu berechtigten Parteien und Gruppierungen bezeichnet werden; die konkreten Ausführungsdetails sollen anschliessend in einer speziellen Verordnung der Bundesversammlung geregelt werden.

Der Bundesrat sah in seiner ausführlichen Stellungnahme Schwachpunkte sowohl beim Grundsatz als auch bei der konkreten Umsetzung der vorgeschlagenen Neuerung. Da diese zudem einen massiven Eingriff in die Programmfreiheit der Radio- und

Fernsehveranstalter bedeuten würde, beantragte er Rückweisung. **Im Nationalrat** hatten die Vorschläge der SPK **keine Chance**: er entschied sich gegen die Stimmen der SP und der Grünen für Nichteintreten.²

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 08.10.2010
MARC BÜHLMANN

Nach dem Erfolg der SVP-Ausschaffungsinitiative und dem Misserfolg der SP-Steuerinitiative am 28. November, lancierte die SP noch einmal die Diskussion um den Einfluss von Geld auf Abstimmungskampagnen. Noch 2009 war ein Vorschlag der Staatspolitischen Kommission des Nationalrats für die Gewährleistung von **faireren Abstimmungskampagnen** bereits an der Eintretenshürde gescheitert. Die Partei beklagte insbesondere die ungleichen Kampagnenbudgets und wies darauf hin, dass bereits die Transparenz der Ausgaben für eine ausgeglichene Wahrnehmung der Kampagnen durch die Stimmbürgerschaft hilfreich sein würde.³

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Radio und Fernsehen

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE
DATUM: 27.08.2007
ANDREA MOSIMANN

Damit die Bevölkerung künftig vor Urnengängen besser informiert und mobilisiert werden könnte, sollen **Parteien und Abstimmungskomitees vor eidgenössischen Abstimmungen gratis Werbezeit** erhalten. Die Spots von maximal 30 Sekunden Länge und einer Gesamtdauer von höchstens drei Minuten pro Tag und Medium sollen vom fünftletzten bis zum zweitletzten Samstag vor eidgenössischen Abstimmungen ausgestrahlt werden. Die Staatspolitische Kommission des Nationalrats (SPK-NR) schickte eine entsprechende Vorlage in die Vernehmlassung.⁴

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE
DATUM: 25.04.2008
ANDREA MOSIMANN

Die Staatspolitische Kommission des Nationalrats (SPK-NR) hatte 2007 Vorschläge zur **Verbesserung von Information und Mobilisierung der Bevölkerung vor Wahlen und Abstimmungen** in die Vernehmlassung geschickt. Im April wurden die Ergebnisse dieser Konsultation veröffentlicht. Bei der SP, der CVP und den Grünen kamen die Vorschläge gut an. Seitens der SVP und der FDP regte sich hingegen Widerstand. Während die SVP die Vorlage komplett ablehnte, unterstützte die FDP zwar die Grundanliegen des Vorhabens. Sie wandte aber ein, dass Gratis-Werbespots die politische Polarisierung sowie die Tendenz grob vereinfachender Botschaften begünstigen könnten.⁵

PARLAMENTARISCHE INITIATIVE
DATUM: 24.11.2009
SABINE HOHL

Der Nationalrat trat auf eine parlamentarische Initiative von Andreas Gross (sp, ZH), in der die **Einführung von Gratis-Meinungsspots von Parteien im Fernsehen und Radio** im Vorfeld von Abstimmungen gefordert wurde, nicht ein. Die Staatspolitische Kommission des Nationalrates (SPK-NR) hatte den Vorschlag befürwortet, der Bundesrat dagegen Nichteintreten empfohlen. Gross wollte die Rolle der Parteien bei der Meinungsbildung stärken und einen Ausgleich für die unterschiedlichen finanziellen Möglichkeiten der politischen Gruppierungen schaffen. Als Gegenargument wurde angeführt, dass die kurzen Werbespots eine «Schlagwortpolitik» fördern würden. Zudem wurde bezweifelt, ob die vorgesehene Vorschrift, dass «unzutreffende Tatsachenbehauptungen» in den Spots nicht zulässig sein sollten, sinnvoll angewandt werden könnte.⁶

1) AB NR, 2005, S. 24 ff.; AB NR, 2005, S. 39 ff.

2) BBl, 2009, S. 5833 ff. und 5885 ff. (BR); AB NR, 2009, S. 1870 ff.; TA, 12.5.09.

3) SN, 2.10.10; WOZ, 2.10.10; TA, 4.10.10; SZ, 8.10.10.

4) NZZ, 1.9.07.; Pa.Iv. 03.436 (Vorentwurf SPK-NR)

5) BaZ, 24.4.08; LT, 25.4.08.

6) AB NR, 2009, S. 1870 ff.; NZZ, 25.11.09.