

APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 28. November 2021

Zwischenstand vom 18.11.2021

Anja Heidelberger und Marc Bühlmann, 18.11.2021

Impressum

Herausgeber

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

Danksagung

Die Autorin und der Autor der vorliegenden Studie bedanken sich beim APS-Team für die aufwändige Sicherstellung und Codierung der Zeitungsartikel und Inserate: Marco Ackermann, Amando Ammann, Mathias Buchwalder, Bernadette Flückiger, Karin Frick, Marlène Gerber, Giada Gianola, Elia Heer, Sarah Kuhn, Diane Porcellana, Hans-Peter Schaub, Joëlle Schneuwly, Karel Ziehli und Guillaume Zumofen.

Bevorzugte Zitierweise

Heidelberger, Anja und Marc Bühlmann (2021). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 28. November 2021. Zwischenstand vom 18.11.2021. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Auswertung von Année Politique Suisse zu den Abstimmungen vom 28. November 2021, elf Tage vor dem Urnengang, zeigt eine knapp unterdurchschnittlich starke Kampagne zur Änderung des Covid-19-Gesetzes in den Inseratespalten, wobei die ablehnenden Inserate deutlich dominieren. Zeitgleich warben Bund und Kantone jedoch mit der Inseratekampagne zur Nationalen Impfwoche für die Covid-19-Impfung. Darin blieb zwar das Covid-19-Gesetz unerwähnt, dennoch ist es möglich, dass die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger diese Inserate im Zusammenhang mit der Abstimmung wahrgenommen haben. Die Anzahl dieser Impfinserate ist mit derjenigen der Inserate gegen die Gesetzesänderung vergleichbar, jedoch sind sie im Durchschnitt flächenmässig deutlich grösser als Letztere. Kaum Aufmerksamkeit erhielten die beiden Initiativen, die Justiz- und die Pflegeinitiative, in den Inseratespalten.

Auch die Analyse der Berichterstattung in den Medien zeigt ein deutliches Ungleichgewicht zwischen den Vorlagen. Der Anteil Artikel in den Printmedien zum Thema «Justiz» und «Pflegepersonal» ist deutlich geringer als jener zum Thema «Covid-19». Noch nie seit 2017 wurde im Vorfeld einer nationalen Abstimmung so häufig über ein Thema berichtet wie vor dem Referendum zur Änderung des Covid-19-Gesetzes. Freilich scheint diese Häufung nicht in erster Linie dem Referendum, sondern vor allem dem Pandemieverlauf geschuldet. Während bei den beiden Initiativen die Berichterstattung in den letzten acht Wochen umfassender war als im Vergleichszeitpunkt vor einem Jahr – die mediale Themenkonjunktur wird hier typischerweise von der direktdemokratischen Agenda getrieben –, ist dies beim Thema Covid nicht der Fall. Hier folgt die mediale Aufmerksamkeit in eindrücklicher Manier den Fallzahlen.

ANALYSE DER INSERATE SOWIE DER BERICHTERSTATTUNG DURCH ANNÉE POLITIQUE SUISSE

Seit 2013 untersucht Année Politique Suisse an der Universität Bern die Kampagnentätigkeit im Vorfeld eidgenössischer Abstimmungen. Konkret werden Zeitungsinserte aus 51 Printmedien während acht Wochen vor dem Abstimmungstermin gesammelt und analysiert. Die bisher zwischen 2013 und 2021 erfassten 83 Inseratekampagnen können miteinander verglichen werden.

Anfang 2019 hat Année Politique Suisse den Fokus von den Inseraten auf die redaktionelle Berichterstattung in den Zeitungen erweitert. Grundlage dazu bietet die Zeitungsausschnittsdokumentation, die Année Politique Suisse seit 1965 pflegt: Aus 35 Tages- und Wochenzeitungen werden alle Zeitungsartikel mit Bezug zur Schweizer Politik nach einem ausgeklügelten, rund 250 Themen umfassenden System klassiert (ca. 500 Artikel pro Woche). Damit lassen sich der Einfluss der direkten Demokratie auf die redaktionelle Themenkonjunktur und die Schwerpunktsetzung der Printmedien aufzeigen.

Beide Analysen wurden für die am 28. November 2021 zur Abstimmung stehenden Vorlagen durchgeführt: für die Volksinitiativen «Bestimmung der Bundesrichterinnen und Bundesrichter im Losverfahren (Justiz-Initiative)» und «Für eine starke Pflege (Pflegeinitiative)» sowie für das fakultative Referendum zur Änderung des Covid-19-Gesetzes.

Spezielle Kampagne zur Änderung des Covid-19-Gesetzes

DIE IMPFINSERATE MACHEN
DIE ÄNDERUNG DES
COVID-19-GESETZES
ZU EINEM SPEZIALFALL

Die Inseratekampagne zur Änderung des Covid-19-Gesetzes stellt in der mittlerweile neunjährigen Analysetätigkeit von APS einen Spezialfall dar. So finden sich zwar einerseits wie üblich Pro-, Contra- und neutrale Inserate, welche den Urnengang bewerben – ihre Anzahl ist in Abbildung 1 rot abgetragen und beträgt insgesamt 231. Damit ist die Kampagne zur Gesetzesänderung im Vergleich mit den übrigen Kampagnen seit 2013 knapp unterdurchschnittlich stark. Deutlich stärker ist sie jedoch im Vergleich zur Kampagne zum Covid-19-Gesetz im Juni 2021;¹ damals lag die Anzahl Inserate bei 47, wobei diese Kampagne deutlich im Schatten derjenigen zum CO2-Gesetz und zu den Agrarinitiativen stand.

Bezüglich der aktuellen Kampagne zur Änderung des Covid-19-Gesetzes muss jedoch ein zusätzlicher Aspekt beachtet werden: Zeitgleich wurden nämlich die Inserate von Bund und Kantonen zur Nationalen Impfwoche – wir nennen sie in der Folge «Impf-inserate» – geschaltet. Diese erwähnen zwar die Abstimmung vom 28. November nicht, dennoch ist es möglich, dass sie von den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern im Zusammenhang mit der Abstimmung wahrgenommen wurden. Werden diese Inserate ebenfalls berücksichtigt, erhöht sich die Anzahl Inserate, die im Untersuchungszeitraum mit Covid-19 im Zusammenhang stehen, auf 451 (der graue Balken in Abbildung 1). Dieser Wert liegt nun deutlich über dem Durchschnitt aller bisherigen Abstimmungskampagnen.

SCHWACHE BIS SEHR SCHWACHE
KAMPAGNE ZU DEN INITIATIVEN

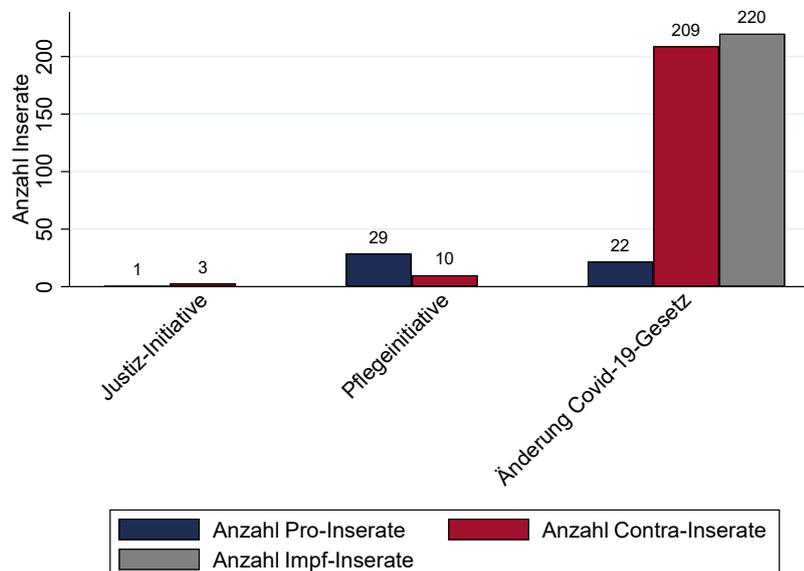
Deutlich im Schatten der Änderung des Covid-19-Gesetzes stehen die Kampagnen zu den beiden Volksinitiativen: Zur Pflegeinitiative wurden 39 Inserate geschaltet, womit sich die Vorlage im untersten Viertel der bisherigen Vorlagen befindet. Sie erhielt damit in den Inseratespalten ähnlich wenig Aufmerksamkeit wie das Covid-19-Gesetz im Juni 2021 oder wie die Ehe für alle im September 2021.

Die Justiz-Initiative stellt seit 2013 in den von uns untersuchten Zeitungen die am zweitschwächsten beworbene Vorlage dar: Nur 4 Inserate wurden hierzu publiziert. Weniger Inserate wies nur die Initiative für eine Volkswahl des Bundesrates von 2013 auf, zu der wir kein einziges Inserat gezählt hatten.

¹ Beim Epidemienengesetz, über das im September 2013 abgestimmt wurde, erschienen insgesamt lediglich 18 Inserate.

Vergleich der Anzahl Inserate der Pro- und Contra-Lager

ABB. 2: ANZAHL PRO-, CONTRA- UND IMPF-INSERATE (STICHTAG: 11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



ÄHNLICHE ANZAHL CONTRA-INSERATE UND IMPFINSERATE, ABER UNTERSCHIEDLICHE GRÖSSE

Was sich in Abbildung 1 abzeichnet, wird in Abbildung 2 noch etwas deutlicher: Zwar überwiegen die Inserate der Gegnerinnen und Gegner der Änderung des Covid-19-Gesetzes mit 209 Inseraten gegenüber denjenigen der Befürwortenden (22 Inserate) überaus deutlich. Übertroffen wird die Anzahl Contra-Inserate, die in diesen acht Wochen vor Abstimmungstermin publiziert wurden, jedoch von den zeitgleich veröffentlichten «Impfinserate»: So erschienen in demselben Zeitraum mit 220 Inseraten mehr Inserate, die Werbung für die Nationale Impfwoche oder für kantonale Impfbusse machten, als Inserate gegen die Gesetzesänderung.² Unterschiedlich sind die Inserate der Gegnerinnen und Gegner der Gesetzesänderung und die Impfinserate nicht nur betreffend Inhalt, sondern auch bezüglich ihrer durchschnittlichen Grösse: Erstere messen durchschnittlich etwa 28 Prozent einer ganzen Zeitungsseite, Letztere fast 90 Prozent.

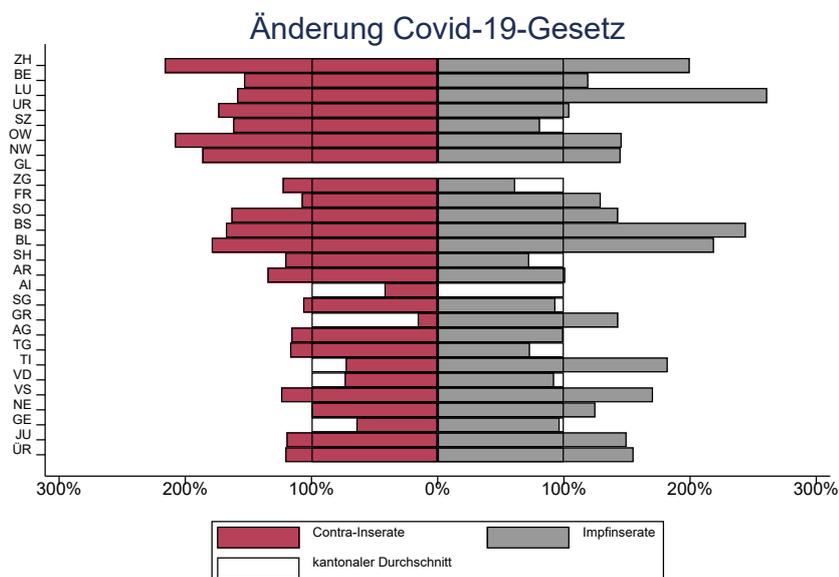
ZWEI DRITTEL BEFÜRWORDENDE INSERATE ZUR PFLEGEINITIATIVE – KEINE EXPLIZITE ABLEHNUNG DURCH DIE GEGNERINNEN UND GEGNER

Bei der Pflegeinitiative überwiegt die Anzahl befürwortende Inserate – diese betragen etwa zwei Drittel aller Inserate. Bemerkenswert ist bei dieser Kampagne, dass selbst die gegnerischen Inserate die Initiative für einmal ausdrücklich befürworteten, ihr aber den indirekten Gegenvorschlag vorzuziehen.

² Auch während den acht Wochen vor der Juni-Abstimmung gab es 8 Inserate, die für eine Impfung warben.

Regionalität der Kampagnen

ABB. 3: ANTEIL CONTRA- UND IMPF-
INSERATE ZUR ÄNDERUNG DES
COVID-19-GESETZES (STICHTAG:
11 TAGE VOR ABSTIMMUNGSTERMIN)



Lesebeispiel: 100% entspricht der durchschnittlichen Anzahl Inserate in diesem Kanton zu einer Vorlage seit 2013. Im Kanton Zürich war die Contra-Kampagne somit mehr als doppelt so stark (216%) wie eine durchschnittliche Kampagne in demselben Kanton (100%), während die Impfkampagne genau doppelt so stark war wie eine durchschnittliche Abstimmungskampagne (200%).

Anmerkung: Die Werte für Glarus fehlen aufgrund eines Codierproblems.

REGIONALE UNTERSCHIEDE BEI DEN INITIATIVEN

Abbildung 3 zeigt Unterschiede in der Contra-Kampagne zur Änderung des Covid-19-Gesetzes zwischen den Sprachregionen auf: In den Deutschschweizer Kantonen wurde verglichen mit den bisherigen Kampagnen deutlich stärker gegen die Gesetzesänderung geworben als in der Romandie oder im Tessin. Ein ähnlicher Sprachgraben zeigte sich 2013 im Abstimmungsverhalten zum Epidemienengesetz, das in der Deutschschweiz bei den Stimmenden auf mehr Skepsis stiess als in der lateinischen Schweiz. Keine systematischen Unterschiede sieht man hingegen zwischen eher städtischen und eher ländlichen Kantonen.³

³ Die Werte für Glarus fehlen aufgrund eines Codierproblems.

Umfang der Zeitungsberichterstattung

DIE APS-ANALYSE DER
ZEITUNGSBERICHTERSTATTUNG

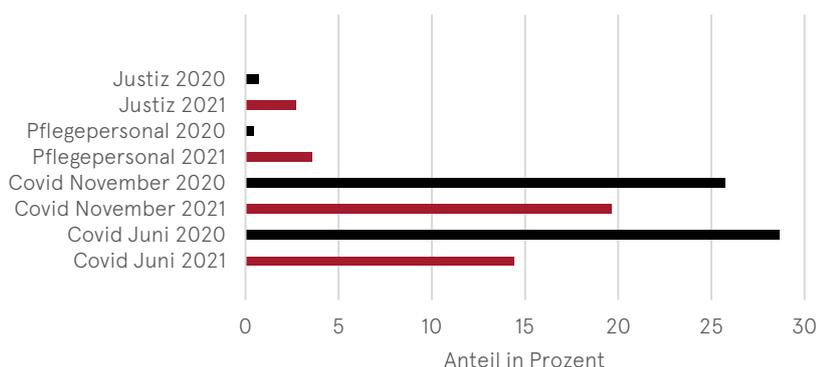
Seit 2019 publiziert APS neben dem Inseratevolumen auch den Umfang der printmedialen Berichterstattung zu den einzelnen Vorlagen in den acht Wochen vor dem Urnengang (4. Oktober bis 17. November 2021). Dabei interessiert vor allem auch der Vergleich der printmedialen Themenkonjunktur im gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor (5. Oktober bis 18. November 2020): Wurde über Covid-, Pflege- oder Justizfragen in den Wochen vor der aktuellen Abstimmung häufiger berichtet als vor einem Jahr? Wie stark ist der Einfluss der direkten Demokratie auf die Medienberichterstattung? Und ist dieser Einfluss bei allen Abstimmungsthemen ähnlich stark?

DIREKTE DEMOKRATIE ALS
TREIBERIN DER MEDIENKONJUNKTUR

Medien spielen in der Schweiz insbesondere vor eidgenössischen Abstimmungen eine wichtige Rolle, weil sie Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit bieten, sich über einen Abstimmungsgegenstand zu informieren. Wie bedeutend diese Rolle ist, zeigt sich in Umfragen, in denen mehr als vier Fünftel aller Stimmenden angeben, Zeitungsartikel für ihre Meinungsbildung heranzuziehen (Milic et al. 2014: 301).

Medien beeinflussen den Meinungsbildungsprozess. Dabei spielt nicht nur die Tonalität⁴ eine Rolle (vgl. dazu die Auswertungen des fög; aktuell: Udris 2021), sondern auch die Menge an Artikeln. Eine hohe Zahl an Artikeln dürfte dabei ein Indikator für die Virulenz einer Diskussion über ein Abstimmungsthema sein. Stehen mehrere Vorlagen zur Abstimmung, entscheiden die Medien auch mit, über welche Vorlage am stärksten diskutiert wird.

ABB. 4: ANTEIL ZEITUNGSBERICHTE AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGSBERICHTE (5.10.-18.11.2020 UND 4.10. BIS 17.11.2021; 20.4.-3.6. UND 19.4.-2.6.)



UNTERDURCHSCHNITTliche
BERICHTERSTATTUNG ZU
DEN INITIATIVEN

Seit 2017 werden in den von APS zur Analyse herangezogenen Printmedien im Schnitt fast 5 Prozent aller Medienberichte, die in den acht Wochen vor einer Abstimmung zur Schweizer Politik verfasst werden, dem Thema einer anstehenden Abstimmungsvorlage gewidmet (vgl. Tabelle 1 unten).

Diesen Wert erreichen die beiden aktuell zur Abstimmung stehenden Volksinitiativen im Untersuchungszeitraum bei weitem nicht. Lediglich 2.7 Prozent aller Printmedien-Artikel zur Schweizer Politik thematisierten die Justiz im Allgemeinen oder Gerichte im Speziellen (Abbildung 4). Das ist zwar rund viermal mehr als im Vergleichszeitraum vor einem Jahr, für eine Initiative aber dennoch ein geringer Wert. Lediglich die Hornkuh-Initiative (2.4%; 2018), die Kriegsgeschäfte-Initiative (2.1%; 2020) und die Initiative «für mehr bezahlbare Wohnungen» (2.5%; 2020) erhielten seit 2017 noch weniger Aufmerksamkeit.

⁴ Das Fög (2021) berichtet, dass die Tonalität zum Covid-Gesetz und zur Pflegeinitiative etwas positiver war als im Vergleich mit bisherigen Abstimmungen seit 2018, die Tonalität zur Justizinitiative hingegen eher negativ.

Etwas besser, aber im Vergleich mit allen Vorlagen immer noch unterdurchschnittlich schneidet das Thema «Pflegepersonal» ab, unter das wir die Pflegeinitiative subsumieren. Seit dem 4. Oktober berichten immerhin 3.6 Prozent aller Printmedienartikel zur Schweizer Politik über Pflegepersonal – eine Versiebenfachung der Aufmerksamkeit für dieses Thema im Vergleich zu demselben Zeitraum vor einem Jahr.

STÄRKSTE BISHER GEMESSENE
BERICHTERSTATTUNG ZU COVID

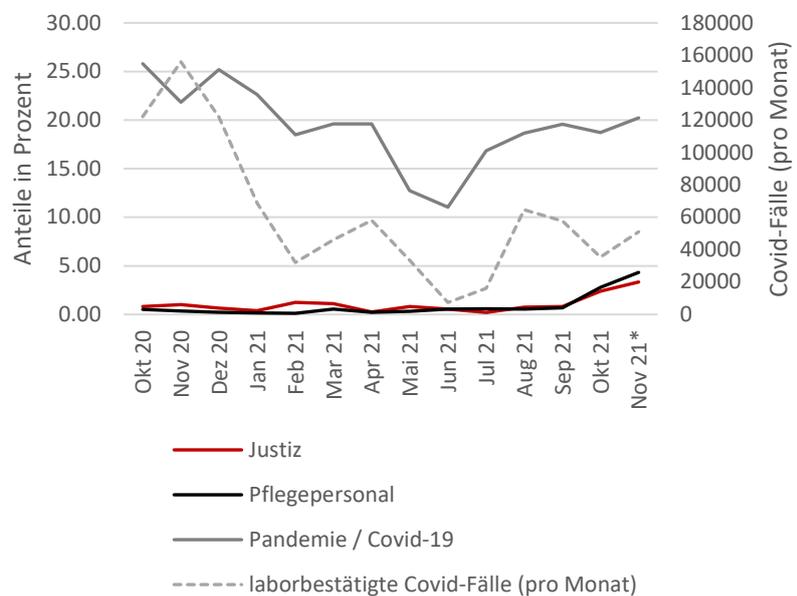
Die vergleichsweise geringe mediale Aufmerksamkeit für die beiden Initiativen dürfte dem Thema «Epidemien, Pandemien, Impfwesen» geschuldet sein, unter dem wir Artikel zu Covid-19 ablegen. Hierzu wurden in den letzten Wochen fast 20 Prozent aller Zeitungsinserate verfasst. Noch nie seit 2017 wurde im Vorfeld einer Abstimmung derart viel über ein Thema berichtet. Freilich sind nicht alle Printmedienbeiträge zu diesem Thema dem Referendum gegen die Änderung des Covid-19-Gesetzes gewidmet. Die Berichterstattung über dieses Thema – ganz egal, ob es Berichte über Demonstrationen von Massnahmegegner:innen oder über die nationale Impfwoche sind – dürften allerdings Meinungsbildung und Mobilisierung zur Änderung des Covid-19-Gesetzes beeinflussen.

Dass die printmediale Themenkonjunktur im Falle von Covid-19 vor allem vom Pandemieverlauf und nicht so sehr von der direkten Demokratie getrieben werden dürfte, zeigt der Vergleich mit dem Zeitraum vor einem Jahr, als mitten in der zweiten Welle sogar mehr als jeder vierte Printmedienartikel dem Thema Covid gewidmet war.

MEHR AUFMERKSAMKEIT FÜR COVID
IM NOVEMBER ALS IM JUNI 2021

Interessant ist zudem der Vergleich mit der Medienberichterstattung zur Pandemie im Juni dieses Jahres, als über das erste Covid-Referendum abgestimmt wurde: Damals berichtete die Printpresse in 14.4 Prozent aller Artikel über die Pandemie, die damals wieder stark abgeflaut war. Auch damals zeigte sich aufgrund des Verlaufs von Covid-19 eine geringere Medienaufmerksamkeit als noch ein Jahr zuvor (vgl. auch Abbildung 4 oben).

ABB. 5: ANTEIL ZEITUNGSBERICHTE
AN DER GESAMTZAHL ALLER ZEITUNGS-
BERICHTE PRO MONAT (NOV 19 BIS NOV
21)



Die Bedeutung von Kontext und direkter Demokratie für die Zeitungsberichterstattung zeigt sich eindrücklich, wenn ein längerer Zeitverlauf der Berichterstattung zu den Themen der anstehenden Vorlagen betrachtet wird. In Abbildung 5 wird ersichtlich, wie die anstehenden Abstimmungen bei den Themen «Justiz» und «Pflegepersonal» eine Hausse bezüglich Medienaufmerksamkeit bedeuten. Die Konjunktur der printmedialen Berichterstattung zum Thema «Pandemie bzw. Covid-19» scheint allerdings eher dem Verlauf der Pandemiewellen zu folgen.⁵ Im Juni 2021, also vor dem

⁵ Quelle der Daten zu den Pandemiewellen: <https://www.covid19.admin.ch/de/overview> [abgerufen am 18.11.2021]

ersten Referendum, sank die Medienberichterstattung zu diesem Thema und auch vor der neuerlichen Abstimmung in einigen Tagen erreicht sie nicht die Spitzenwerte vom Frühling 2020, als teilweise gar jeder dritte Artikel zur Schweizer Politik in den Printmedien Covid-19 zum Inhalt hatte.

TABELLE 1: ANTEIL ZEITUNGSARTIKEL PRO THEMA EINER ABSTIMMUNGSVORLAGE IN PROZENT

Abgestimmt	Vorlage	Anteil (%)	Zeitraum der Erhebung	
12.02.17	erleichterte Einbürgerung	2.3	12.12.16	29.01.17
	NAF	3.2		
	Unternehmenssteuerreform III	10.6		
21.05.17	Energiegesetz	9.4	20.03.17	07.05.17
24.09.17	Ernährungssicherheit	1.4	24.07.17	10.09.17
	Altersvorsorge 2020 / Zusatzfinanzierung*	8.6		
04.03.18	Finanzordnung 2021	0.5	1.01.18	18.02.18
	No-Billag-Initiative	13.9		
10.06.18	Vollgeld-Initiative	2.7	9.04.18	27.05.18
	Geldspielgesetz	3.5		
23.09.18	BB Velowege	2.6	23.07.18	09.09.18
	Ernährungssouveränität / Fair-Food*	3.8		
25.11.18	Hornkuh-Initiative	2.4	24.09.18	11.11.18
	Selbstbestimmungsinitiative	5.3		
	Sozialdetektive	2.6		
10.02.19	Zersiedelungsinitiative	3.1	10.12.18	27.01.19
19.05.19	STAF	6.0	18.03.19	05.05.19
	Waffenrichtlinie	4.6		
09.02.20	Wohninitiative	2.5	09.12.19	26.01.20
	Diskriminierungsverbot	4.2		
27.09.20	Begrenzungsinitiative	6.6	27.07.20	13.09.20
	Jagdgesetz	2.5		
	Kinderabzüge	1.1		
	Vaterschaftsurlaub	2.5		
	Kampfflugzeuge	2.9		
29.11.20	Konzernverantwortungsinitiative	7.53	5.10.20	18.11.20
	Finanzierungsverbot Kriegsmaterial	2.05		
07.03.21	Verhüllungsverbot	4.64	11.1.21	24.2.21
	Elektronische Identifizierungsdienste	2.57		
	Abkommen mit Indonesien	2.01		
13.06.21	Pestizidinitiative	3.93	19.04.21	02.06.21
	Trinkwasserinitiative	3.64		
	Co2-Gesetz	7.54		
	Bekämpfung von Terrorismus	2.78		
26.09.21	Covid-19-Gesetz	14.42	02.08.21	15.09.21
	Ehe für alle	5.28		
	99%-Initiative	3.66		
28.11.21	Änderung des Covid-19-Gesetzes	19.68	04.10.21	17.11.21
	Justiz-Initiative	2.72		
	Pflegeinitiative	3.56		
Durchschnitt		4.93		

* zwei Vorlagen mit dem gleichen politischen Thema.

Literatur

LITERATURVERZEICHNIS

BAG (2021): Covid-19 Schweiz. Informationen zur aktuellen Lage, Stand 18. November 2021. <https://www.covid19.admin.ch/de/overview> [abgerufen am 18.11.2021].

Golder, Lukas, Martina Mousson, Tobias Keller, Aaron Venetz, Laura Salathe, Camil Estermann und Daniel Bohn (2021). VOX-Analyse Juni 2021. Nachbefragung und Analyse zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 13. Juni 2021. Bern: gfs.

Heidelberger, Anja und Marc Bühlmann (2021). APS- Zeitungs- und Inserateanalyse zu den Abstimmungen vom 13. Juni 2021. Zwischenstand vom 3.6.2021. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern.

Milic, Thomas, Bianca Rousselot und Adrian Vatter (2014). Handbuch der Abstimmungsforschung. Zürich: NZZ.

Udris, Linards (2021). Abstimmungsmonitor zu den Vorlagen vom 28. November 2021 –Zwischenbericht. Zürich: fög. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:4efc1be0-2eb3-4adc-b7e2-c06eff0a21fe/Abstimmungsmonitor_ZB_November_2021.pdf

Erfasste Pressetitel

AUSWAHL DER PRESSETITEL

In der vorliegenden Analyse wurden 51 respektive 35 Pressetitel berücksichtigt. Neben den wichtigsten überregionalen Presseerzeugnissen wurde für jeden Kanton mindestens eine Zeitung ausgewählt, wobei die Auflagenstärke (gemäss WEMF 2015) als Selektionskriterium diente. Insgesamt 42 Publikationen wurden jeweils einem Kanton zugeordnet, während 7 Pressetitel einen überregionalen Charakter aufweisen.

TABELLE A.1
ERFASSTE PRESSETITEL

	Titel	Sprachregion	Kanton/Region	Ausgabe/Woche
ÜBERREGIONALE TAGESPRESSE	Neue Zürcher Zeitung	Deutschschweiz	überregional	6
	Le Temps	Romandie	überregional	6
REGIONALPRESSE	Aargauer Zeitung	Deutschschweiz	AG	6
	Appenzeller Zeitung	Deutschschweiz	AR	6
	Appenzeller Volksfreund	Deutschschweiz	AI	4
	Basler Zeitung	Deutschschweiz	BS	6
	Basellandschaftliche Zeitung	Deutschschweiz	BL	6
	Berner Zeitung	Deutschschweiz	BE	6
	Bote der Urschweiz	Deutschschweiz	SZ	6
	Bund, Der	Deutschschweiz	BE	6
	Neue Luzerner Zeitung	Deutschschweiz	LU	6
	Neue Nidwaldner Zeitung	Deutschschweiz	NW	6
	Neue Obwaldner Zeitung	Deutschschweiz	OW	6
	Neue Urner Zeitung	Deutschschweiz	UR	6
	Neue Zuger Zeitung	Deutschschweiz	ZG	6
	Schaffhauser Nachrichten	Deutschschweiz	SH	6
	Solothurner Zeitung	Deutschschweiz	SO	6
	St. Galler Tagblatt	Deutschschweiz	SG	6
	Südostschweiz, Die (Glarus)	Deutschschweiz	GL	6
	Südostschweiz, Die (Graubünden)	Deutschschweiz	GR	6
	Tages-Anzeiger	Deutschschweiz	ZH	6
	Thurgauer Zeitung	Deutschschweiz	TG	6
Walliser Bote	Deutschschweiz	VS	6*	

	24 heures	Romandie	VD	6
	L'Express	Romandie	NE	6
	Liberté, La	Romandie	FR	6
	Nouvelliste, Le	Romandie	VS	6
	Quotidien Jurassien, Le	Romandie	JU	6
	Tribune de Genève	Romandie	GE	6
	Corriere del Ticino	Ital. Schweiz	TI	6
	Regione Ticino, La	Ital. Schweiz	TI	6*
BOULEVARDPRESSE	Blick	Deutschschweiz	überregional	6
GRATISZEITUNGEN	20 Minuten (Basel)	Deutschschweiz	BS	5*
	20 Minuten (Bern)	Deutschschweiz	BE	5*
	20 Minuten (Luzern)	Deutschschweiz	LU	5*
	20 Minuten (St. Gallen)	Deutschschweiz	SG	5*
	20 Minuten (Zürich)	Deutschschweiz	ZH	5*
	20 minutes (Genève)	Romandie	GE	5*
	20 minutes (Lausanne)	Romandie	VD	5*
	20 minuti (Ticino)	Ital. Schweiz	TI	5*
SONNTAGSPRESSE	Ostschweiz am Sonntag	Deutschschweiz	SG	1
	SonntagsBlick	Deutschschweiz	überregional	1
	Sonntagszeitung	Deutschschweiz	überregional	1
	NZZ am Sonntag	Deutschschweiz	überregional	1*
	Zentralschweiz am Sonntag (Luzern)	Deutschschweiz	LU	1*
	Zentralschweiz am Sonntag (Zug)	Deutschschweiz	ZG	1*
	Le Matin Dimanche	Romandie	überregional	1*
	La Domenica	Ital. Schweiz	TI	1*
	Mattino della Domenica, Il	Ital. Schweiz	TI	1*
WOCHENPRESSE	Weltwoche	Deutschschweiz	überregional	1
	WOZ Die Wochenzeitung	Deutschschweiz	überregional	1

* nur Codierung der Inserate, nicht aber der Zeitungsberichte