

schwindet, je höher die Intensität der Kampagne ist. Da das Regierungslager in der Regel über mehr Mittel verfügt, müsste eigentlich der gegenteilige Effekt eintreten. Diesen Widerspruch erklärt Kriesi damit, dass die Intensität von Kampagnen höher ist, wenn ein enger Abstimmungsausgang erwartet wird. Dies löse einen Verstärkermechanismus aus, da die damit erhöhte Aufmerksamkeit die Kampagnenintensität aufseiten der Befürworter wie auch der Gegner weiter anfahe.⁵⁹⁵ Demnach ist die Kampagnenintensität nicht unmittelbare Ursache des Abstimmungsausgangs, sondern eher ein Indikator für die erwartete Knappheit des Abstimmungsergebnisses.

Zwischen der Richtungstendenz von Kampagnen und der Unterstützung der Haltung der Regierung in Abstimmungen zeigt sich nach Kriesi lediglich bei den Referenden ein Zusammenhang, nicht aber bei den Initiativen. Und zwar zeigt sich eine schwache Korrelation zwischen behördenunterstützender Kampagnenrichtung und Unterstützung der Behördenposition in der Abstimmung.⁵⁹⁶ Dieser Zusammenhang verschwindet allerdings, wenn die Eliteformation in Form der Mitte-Rechts-Parteienkoalition als Kontrollvariable eingeführt wird. Entscheidend für die Unterstützung der Behördenposition erweist sich somit nach Kriesi weder die Intensität einer Kampagne noch deren Richtung, sondern die Haltung der politischen Elite. Dabei ist bei den Initiativen in der Regel eine breite (Anti-)Koalition der politischen Elite vorhanden, sodass Initiativen in der Schweiz nur geringe Erfolgsaussichten haben. Bei den Referenden – obligatorischen wie auch fakultativen – erweist es sich als zentral, ob das Mitte-Rechts-Lager geschlossen oder gespalten auftritt. Ist es gespalten, kippt die Kampagnenrichtung gegen die Behörden, sodass mit zunehmender Intensität der Kampagne auch die Chancen steigen, dass eine Vorlage abgelehnt wird.

Um eine ähnliche Analyse in Liechtenstein durchzuführen, eignet sich die Methode mit der quantitativen und qualitativen Zählung von Inseraten nicht, da in Abstimmungskampagnen nur in Ausnahmefällen bezahlte Inserate aufgegeben werden. Die Medienlandschaft in Liechtenstein ist, wie bereits ausgeführt, weitgehend auf zwei Tageszeitungen

595 Kriesi 2007, S. 87f.

596 Kriesi 2007, S. 89f.