

weist auf den relativen Stellenwert einzelner Variablengruppen und erlaubt – zusammen mit den zuvor präsentierten Analysen – Rückschlüsse auf Einflussbeziehungen zwischen den Variablenblöcken.

Wenn man zunächst nur die linke Spalte der Tabelle 40 in Augenschein nimmt, so wird unmittelbar deutlich, dass Prädispositionen und Kognitionen den grössten Teil der Varianz im individuellen Stimmverhalten aufklären. Allein das «Kognitionsmodell» (6) erklärt 73 Prozent der Varianz in der abhängigen Variablen. Es zeigt, dass die Bürger derjenigen Seite zugestimmt haben, deren Argumente sie (per saldo) für die richtigen hielten. Ausserdem hatte das Framing einen starken direkten Effekt auf das Stimmverhalten: Wer den Volksentscheid als Vertrauensabstimmung wahrnahm, der stimmte für die Vorlage des Fürstenhauses, wer sie als Sachentscheidung wahrnahm, stimmte dagegen. Erstaunlich auch, dass weder Faktenwissen noch Cue-Wissen für das Stimmverhalten von Bedeutung waren. Ob jemand wusste, worum es ging und wer hinter der Entscheidung stand, war für das individuelle Verhalten irrelevant. Das «Prädispositionsmodell» (4) ist ebenfalls ausgesprochen erklärungskräftig. Für sich genommen, lässt sich mit ihm über 60 Prozent in der Varianz des Stimmverhaltens aufklären. Dabei zeigen die Koeffizienten, dass tatsächlich eher von einer Vertrauensabstimmung über das Fürstenhaus als von einer direktdemokratischen Sachabstimmung auszugehen ist. Das Vertrauen in Person und Institution des Fürsten ist der mit Abstand stärkste Prädiktor im Prädispositionsmodell wie übrigens auch im Gesamtmodell. Einstellungen zu den Institutionen der Monarchie und der Demokratie haben insoweit die Abstimmung entschieden. Wer den demokratischen Institutionen vertraute, sprach sich tendenziell eher gegen die Initiative aus, wer der Institution Monarchie vertraute, war dafür. Die eher monarchienah eingestufte Regierung löste im Falle von Regierungsvertrauen ebenfalls Unterstützung der monarchischen Position aus. Auch Parteiloyalitäten und grundlegende Wertorientierungen hatten signifikante mittelstarke und direkte Effekte auf die Stimmabgabe. Demgegenüber zeigt das «Kommunikationsmodell» (5), dass von der öffentlichen Kommunikation so gut wie keine direkten Effekte auf den Stimmentscheid ausgingen. Das gilt vor allem für die Kampagnenkommunikation und die Berichterstattung der Landeszeitungen. Deren Nutzung als Informationsquelle im Abstimmungskampf war für die Richtung des Abstimmungsverhaltens unerheblich. Wenn überhaupt, so gingen von der interpersonalen Kom-