

Voting Advice Applications werden im Wahlkampf immer wichtiger. Es ist Zeit, dass wir uns darüber Gedanken machen*

A	Das Internet beeinflusst die Politik	91
B	Was sind <i>Voting Advice Applications</i> und wer macht sie?	92
C	Unterschiedliche Designs und unterschiedliche Methodik	95
D	Steigende Popularität	99
E	Wer benutzt diese Wahlhilfen?	101
F	Einfluss von VAAs auf das Wahlverhalten	102
G	Wahlhilfen und <i>E-Voting</i>	106
H	Schlussfolgerung und Ausblick	108

A. Das Internet beeinflusst die Politik

Man muss kein Prophet sein, um vorherzusehen, dass das Internet in den nächsten Jahren auch in der Politik weiter an Bedeutung gewinnen wird. Die Palette der Anwendungen reicht dabei von der einfachen Informationsvermittlung und Informationsbewirtschaftung über mobilisierungs- und partizipationsfördernde Anwendungen bis zu Formen der interaktiven und deliberativen Politikgestaltung. Auch im Hinblick auf Wahlen eröffnen sich den Parteien und Kandidierenden neue und vielversprechende Möglichkeiten, ihre

* Dieser Aufsatz führt die Ausführungen eines früher publizierten Artikels (LADNER, Andreas (2009). «Elektronisch wählen – smart wählen», in: Adrian VATTER, Frédéric VARONE und Fritz SAGER (Hrsg.). *Demokratie als Leidenschaft. Planung, Entscheidung und Vollzug in der schweizerischen Demokratie*. Bern: Haupt, S. 210.) fort und fasst Gedanken zusammen, die ich in unzähligen Vorträgen dargelegt habe. Zu den VAAs sind in den einschlägigen Journals bis anhin nur sehr wenige Studien publiziert worden. Deshalb finden sich in den Referenzen vor allem auch zahlreiche Konferenzbeiträge. Ein besonderer Dank geht an Joëlle Pianzola und Jan Fivaz, die nicht nur die Forschung über VAAs in der Schweiz vgerberoranbringen, sondern auch diesem Artikel wertvolle Anregungen beige-steuert haben.

Positionen bekannt zu machen, den Wahlkampf zu organisieren, Spenden zu sammeln und ihre Anhänger zu mobilisieren.¹ Ein besonderer Stellenwert kommt dabei den Online-Wahlhilfen, den sogenannten *Voting Advice Applications* zu. Sie haben zum Ziel, den Wählenden bei der Wahlentscheidung Orientierungshilfe zur Verfügung zu stellen. Mit www.smartvote.ch besteht auch der Schweiz eine breitgenutzte Online-Wahlhilfe. Angesichts der zunehmenden Bedeutung dieser Wahlhilfen lohnt es sich, sich Gedanken über ihr Funktionieren zu machen. Dies ist umso wichtiger, als mit der in Aussicht gestellten Einführung des elektronischen Wählens solche Applikationen einen absolut zentralen Platz bei der Wahlentscheidung einnehmen werden.

B. Was sind *Voting Advice Applications* und wer macht sie?

«*Voting Advice Applications*» (VAAs) sind Frage- und Antwort-Tools, welche den Wählenden aufzeigen, welche Partei ihren eigenen politischen Positionen am nächsten steht.² Sie basieren auf einer Datenbank, in der die zur Wahl stehenden politischen Parteien und Kandidierenden mit ihrem politischen Profil erfasst sind. Die Wählenden respektive die Benutzerinnen und Benutzer lassen sich zuerst ihr eigenes politisches Profil erstellen. Dazu nehmen sie zu einer Reihe politischer Fragen Stellung. Danach berechnet der Computer die Übereinstimmung zwischen ihrem Profil und den verschiedenen Profilen der Parteien oder Kandidierenden und zeigt an, wie gross die Gemeinsamkeiten sind. So erfährt der Benutzer, die Benutzerin, welche Parteien und welche Kandidierenden ihm bzw. ihr politisch am nächsten stehen. Wie man mit dieser Information umgeht, ist einem selbst überlassen. Impliziert ist jedoch die Vorstellung, dass sich die Wählenden in der Regel von Parteien und Kandidierenden vertreten lassen möchten, die ihnen politisch möglichst ähnlich sind.

Eine solche Form der Wahlentscheidung wird in der Literatur als «*Proximity Voting*» bezeichnet und mit dem räumlichen Politikmodell von Downs (1957) in Verbindung gebracht. Die Ermittlung der Übereinstimmung erfolgt meistens über die Einstellung zu politischen Sachfragen, weshalb häufig auch der Begriff «*Issue Voting*» verwendet wird. Dabei darf nicht vergessen werden, dass ein Wahlentscheid durchaus auch anders motiviert sein kann. Parteibindungen können grundsätzlicherer Natur sein und auf einer

¹ SCHWEITZER, Eva J. und Albrecht STEFFEN (Hrsg.) (2011). *Das Internet im Wahlkampf. Analysen zur Bundestagswahl 2009*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

² Abrufbar unter www.bpb.de/methodik/AN79O6,0,0,Wie_funktioniert_der_WahlOMat.html (zuletzt besucht am 17. April 2011).

bestimmten ideologischen Nähe beruhen, oder sie können über die Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe vermittelt werden. Zudem kann es durchaus auch Sinn machen, aus strategischen Überlegungen eine bestimmte Partei zu wählen oder sich nur für Parteien auszusprechen, die auf einer bestimmten Seite des politischen Spektrums positioniert sind (z.B. der Ansatz des «*Directional Voting*»³). Und schliesslich kann man, vor allem in einem politischen Aushandlungssystem wie der Schweiz, Parteien wählen wollen, die deutlich extremere Positionen einnehmen als man selbst einnimmt.⁴ Dies geschieht im Wissen darum, dass sich selten eine Partei vollumfänglich durchsetzt und der erzielte Kompromiss irgendwo in der Mitte zu liegen kommt.

Die bekannteste Wahlhilfe-Plattform in der Schweiz ist www.smartvote.ch. Mit Blick auf das Wahljahr 2011 hat smartvote durch www.vimentis.ch Konkurrenz erhalten. Solche Plattformen sind keine Schweizer Erfindung. Als Pionierland gelten die Niederlande, wo den Wählerinnen und Wählern mit dem «Stemwijzer» bereits 1989 eine erste Wahlhilfe – allerdings als Papierversion – zur Verfügung gestellt wurde. Auf die Print-Version folgte 1998 die erste Online-Version.⁵ Mittlerweile gibt es in den Niederlanden auch andere Wahlhilfen, wie z.B. «Kieskompas».⁶ Das Pendant in Deutschland ist der «Wahl-O-Mat»⁷, der seit den Bundestagswahlen 2002 im Einsatz ist und auch bei den entsprechenden Wahlen 2005 und 2009, sowie bei zahlreichen Landtagswahlen und den Europawahlen 2004 und 2009 verwendet wurde. Die «Wahlkabine»⁸ ist ein Projekt in Österreich, welches grosse Ähnlichkeiten mit smartvote aufweist, die «Cabina Elettorale»⁹ ein italienisches. «Who-Do-I-Vote-For» ist eine Plattform aus Grossbritannien, der «Doe De Stemtest» ein Produkt aus Belgien, welches 2003 erstmals eingesetzt wurde. Weitere solche Plattformen gibt oder gab es in Finnland, Luxemburg, Portugal, sowie auch in Bulgarien, Kanada, Türkei oder im Irak. Nicht in allen Ländern habe diese Angebote allerdings bis anhin eine gewisse Institutionalisierung erfahren und sind zu einer festen Begleiterscheinung der Wahlen geworden. Zu den etabliertesten Plattformen gehören der Stemwijzer, Wahl-

³ Vgl. RABINOWITZ, George and Stuart Elaine MACDONALD (1989). «A Directional Theory of Issue Voting», *American Political Science Review* 83: S. 93–121.

⁴ Vgl. KEDAR, Orit (2005): «When Moderate Voters Prefer Extreme Parties: Policy Balancing in Parliamentary Elections», *American Political Science Review* 99(2): S. 185–199; LEIMGRUBER, Philipp, Dominik HANGARTNER und Lucas LEEMANN (2010). «Comparing Candidates and Citizens in the Ideological Space», *Swiss Political Science Review* 16(3), S. 499–531.

⁵ Abrufbar unter www.stemwijzer.nl (zuletzt besucht am 19. September 2011).

⁶ Abrufbar unter www.kieskompas.nl/page/Home/1/en/content.html (zuletzt besucht am 11. April 2011).

⁷ Abrufbar unter www.wahl-o-mat.de (zuletzt besucht am 19. September 2011).

⁸ Abrufbar unter www.wahlkabine.at, (zuletzt besucht am 19. September 2011).

⁹ Abrufbar unter www.cabina-elettorale.it (zuletzt besucht am 19. September 2011), vgl. DE ROSA, Roberto (2010). «cabina-elettorale.it», in: Lorella CEDRONI and Diego GARZIA (eds.). *Voting Advice Applications in Europe. The State of the Art*. Napoli: ScriptaWeb, S. 187–198.

O-Mat, Kieskompass und smartvote, denen es auch gelungen ist, ihre Technologie und Methodik in andere Länder zu transferieren. Gestützt auf ihr Erscheinungsbild und ihre Methodik kann von drei VAA-Familien gesprochen werden:

- die Stembijzer-Familie mit dem niederländischen Stembijzer, dem deutschen Wahl-O-Mat, der 2002 von Stembijzer die Lizenz erworben hat, der österreichischen Wahlkabine, der italienischen Cabine elettorale, dem französischen Mon Vote à Moi und dem belgischen Doe De Stemtest,
- die Kieskompass-Familie, mit dem niederländischen Kieskompass, dem EU Profiler, dem kanadischen Vote Compass, der portugiesischen Bussola Eleitoral, dem türkischen Vote Compass und dem Electoral Compass in den Vereinigten Staaten, und
- die smartvote-Familie mit der Schweizer Version von smartvote, den daraus hervorgegangenen Versionen in Schottland, Bulgarien, Litauen und Luxemburg sowie der Politikkabine in Österreich.

Das Spezielle bei smartvote ist, dass sich diese Plattform auch für Wahlsysteme eignet, bei denen sich die Wählenden nicht nur zwischen Parteien, sondern auch zwischen einzelnen Kandidaten entscheiden können. Bei den Nationalratswahlen 2011 stehen in der Schweiz beispielsweise im Kanton Zürich 802 Kandidaten auf 30 Listen zur Auswahl, und die Wählenden haben die Möglichkeit, eine Liste von 34 Namen mit Personen aus unterschiedlichen Parteien zusammenzustellen. Auch können bestehende Parteilisten abgeändert werden, indem darauf Kandidierende aus anderen Parteien aufgeführt werden (Panaschieren) oder es können Kandidierende doppelt aufgeführt werden (Kumulieren). Wollen Wählende all diese Wahlmöglichkeiten auch vollständig ausschöpfen, benötigen sie umfassende Informationen. Beispielsweise müssen sie die politischen Positionen wenn nicht aller so doch von einer grossen Anzahl von Kandidierenden kennen. Ohne Online-Wahlhilfen wie smartvote ist dies kaum machbar.

Ursprünglich entstanden sind die VAAs im universitären Umfeld in den Abteilungen der Politik-, Parteien- und Wahlforschung. Im Laufe der Entwicklung haben sich auch staatliche Institutionen, vor allem aus dem Bereich der politischen Bildung, für solche Tools zu interessieren begonnen¹⁰ und es sind mehr oder weniger enge Partnerschaften mit den Medien entstanden. Was die eigentliche Trägerschaft anbelangt, so ist dies im

¹⁰ Vgl. FIVAZ, Jan and Giorgio NADIG, (2010). «Impact of Voting Advice Applications (VAAs) on Voter Turnout and Their Potential Use for Civic Education», *Policy & Internet* 2(4): S. 7.

Falle des Wahl-O-Mats mit der Bundeszentrale für politische Bildung der Staat. Hinter smartvote steht der nicht-gewinnorientierte Verein Politools und Kieskompass ist ein marktorientiertes Unternehmen. Der Stemwijzer ist nach wie vor im universitären Milieu beheimatet und wird vom Instituut voor Publiek en Politiek/IPPP angeboten.

Eine gewisse Nähe zur Wissenschaft und zur Forschung besteht also weiterhin und ist für die VAAs durchaus auch förderlich, da diese ihnen eine gewisse methodische und sachliche Legitimität gibt und sie auch bei der Weiterentwicklung von den Erkenntnissen der Forschung profitieren können. Das Projektteam, welches smartvote anbietet und betreut, setzt sich aus jungen Leuten zusammen, die von verschiedenen Universitäten und Fachhochschulen (Zürich, Lausanne, Bern und Winterthur) kommen. Mit der Wissenschaft besteht eine enge Zusammenarbeit durch die Mitarbeit in Forschungsprojekten.

Gemäss den unterschiedlichen Trägerschaften haben die verschiedenen VAAs auch unterschiedliche Geschäfts- und Finanzierungsmodelle. Sind sie nicht von einer staatlichen Institution finanziert, so kann das über die Medien oder allenfalls auch über Werbeeinnahmen geschehen. Die Finanzierung von smartvote setzt sich – gemäss eigenen Angaben – wie folgt zusammen: 25% werden durch Kandidierenden- und Parteienbeiträge gedeckt und etwas mehr als 25% durch Einnahmen aus Medienpartnerschaften. Weitere knapp 25% werden von Beiträgen, Spenden von Stiftungen, Sponsoren und Privatpersonen erbracht und schliesslich nochmals gegen 25% durch unentgeltliche Arbeit der Mitglieder des Projektteams. Ein durchschnittliches Jahresbudget, welches die Begleitung mehrerer Wahlen umfasst, beläuft sich auf etwa 320000 Franken.¹¹

C. Unterschiedliche Designs und unterschiedliche Methodik

Das Grundprinzip der VAAs ist immer dasselbe. Sie alle basieren auf einem Vergleich der politischen Positionen der Wählenden mit denjenigen der Kandidierenden und/oder Parteien. Einige sind einfacher aufgebaut und andere komplizierter. Bestimmte Wahlhilfplattformen beschränken sich auf rund 30 Fragen (EU Profiler), andere haben deutlich mehr. Smartvote 2011 gehört mit 75 Fragen zu den sehr ausführlichen VAAs, bietet aber auch eine Kurzversion mit 32 Fragen an.

¹¹ Abrufbar unter www.smartvote.ch/11_ch_nr/about/financing (zuletzt besucht am 13. September 2011).

C.1. Auswahl der Fragen/Issues, Antwortmöglichkeiten und Gewichtung

Von entscheidender Bedeutung für die Wahlempfehlung ist, so belegen wissenschaftliche Untersuchungen¹², die Auswahl der Issues, mithilfe derer die Übereinstimmung berechnet wird. Je nach Vorstellung über die relevanten politischen Dimensionen und den politischen Wettbewerb werden Fragen aus unterschiedlichen Themenbereichen und zu mehr oder weniger kontroversen Sachverhalten ausgewählt. Grundsätzlich muss davon ausgegangen werden, dass Auswahl und Formulierung von Fragen auch zu unterschiedlichen Wahlempfehlungen führen. Daraus entsteht schnell einmal der Vorwurf, dass über die gestellten Fragen das Resultat der Wahlempfehlung beeinflusst werden kann. Entsprechend gewinnen wissenschaftliche Erkenntnisse zur Issue-Selektion und zur Beschaffenheit des politischen Raums an Praxisrelevanz. Wichtig ist, dass die Fragen zwischen den Parteien differenzieren und dass sämtliche Parteien die Möglichkeit erhalten, ihre eigene politische Position darzustellen.

Weitere Unterscheidungsmerkmale sind, welche Antwortkriterien vorgesehen sind («stimme zu» und «lehne ab»), ob der Grad der Zustimmung erfasst wird («stimme zu», «stimme eher zu»), ob eine ambivalente Positionierung zugelassen wird («unentschieden») und ob auf die Beantwortung verzichtet werden kann («keine Meinung», «weiss nicht»). Zudem wird häufig auch die Möglichkeit vorgegeben, die einzelnen Fragen zu gewichten («besonders wichtig», «eher unwichtig») oder einzelne «Killerfragen», die einem besonders wichtig sind, auszuwählen. Gewichtung und «Killerfrage» ermöglichen es den Benutzerinnen und Benutzern, auf die Issue-Selektion einzuwirken.

Dem Issue-Auswahlprozess auf Seiten der Anbietenden kann der Auswahlprozess auf Seiten der Benutzenden gegenüber gestellt werden. In der Regel wird den Benutzerinnen und Benutzern die Entscheidung überlassen, welche Fragen sie beantworten möchten. Je mehr Fragen sie beantworten, desto genauer ist die Übereinstimmung. Sie können allerdings auch auf gewisse, für sie unwichtige Themenbereiche verzichten, und so selbst bestimmen, welche Politikdimensionen für sie relevant sind.

Beim Wahl-O-Mat-Thesen wird die Zielgruppe – gemäss Darstellung auf der Webseite¹³ – in die Auswahl der zu berücksichtigenden Issues und Thesen («politische Aussagen») miteinbezogen: Eine Gruppe von politisch interessierten Jung- und Erstwählenden aus Schule, Ausbildung und Hochschule ist massgeblich an der Erstellung

¹² WALGRAVE, Stefaan, Michiel NUYTEMANS and Koen PEPERMANS (2009). «Voting Aid Applications and the effects of statement selection», *West European Politics* 32(6): S. 1161–1180.

¹³ Abrufbar unter www.bpb.de/methodik/KZ6IKY,0,Fakten_zum_WahlOMat.html (zuletzt besucht am 29. August 2011).

der Thesen beteiligt. Ein Team von Politikwissenschaftlern, Sozialwissenschaftlerinnen, Statistikern und Pädagoginnen steht den Jugendlichen beratend zur Seite. Grundlage für die Thesen sind die Partei- und Wahlprogramme der Parteien sowie deren programmatische Aussagen. In einem ersten, dreitägigen Workshop entwickelt die Redaktion 150 bis 180 Thesen zu 6 politischen Themenfeldern (Bildung, Sicherheit, Finanzen, ...). Im zweiten Workshop, der in der Regel zwei Tage dauert, werden die Thesen feingeschliffen und nach inhaltlichen Kriterien auf 70 bis 80 Thesen reduziert. Diese Thesen beantworten die Parteien mit «stimmen zu», «neutral» und «stimmen nicht zu». Ausserdem liefern die Parteien meist noch ausführliche Begründungen, die ebenfalls im Wahl-O-Mat abrufbar sind. Im dritten Workshop findet die statistische Auswertung statt: Welche Thesen unterscheiden die Parteien am besten? Am Ende steht die finale Auswahl der 38 Thesen. Bei smartvote werden die Fragen von den Betreibern der Webseite ausgewählt, wobei sie sich aber auch die Meinung von Expertinnen und Experten und Parteiverantwortlichen anhören und in mehreren Sitzungen aus einem Katalog von über 100 Fragen die am besten geeigneten auswählen.

C.2. Positionierung der Kandidierenden und Parteien

Was die Bestimmung des politischen Profils der Kandidierenden und der Parteien anbelangt, so gibt es zwei unterschiedliche Ansätze. Entweder überlässt man es den Parteien und ihren Kandidierenden sich zu positionieren oder man übernimmt die politische Verortung selbst oder stützt sich auf die Meinung von Expertinnen und Experten ab. Hinter der ersten Position steht die Vorstellung, dass die Parteien selbst am besten in der Lage sind, sich zu positionieren. Dies ruft bei den Befürwortenden der zweiten Methode die Kritik hervor, dass die Parteien ein grosses Interesse daran haben, möglichst attraktiv zu erscheinen und von – ihrer Meinung nach – unpopulären Positionsbezügen zurückschrecken. Entsprechend sollte die Positionierung von neutralen Beobachtenden vorgenommen werden. Kieskompass versucht, die Position der Parteien aufgrund von Parteidokumenten (Parteiprogramme, Wahlplattformen) zu bestimmen und auch zu dokumentieren. Beim EU Profiler 2009¹⁴ für die Parlamentswahlen der Europäischen Union wurde eine Kombination der verschiedenen Methoden angewendet.¹⁵ Die Position der Parteien wurde zuerst auf der Basis von offiziellen Parteidokumenten

¹⁴ Abrufbar unter www.euprofiler.eu (zuletzt besucht am 17. November 2011).

¹⁵ Vgl. LADNER, Andreas, Gabriela FELDER, Stefani GERBER und Jan FIVAZ (2010). *Die politische Positionierung der europäischen Parteien im Vergleich. Eine Analyse der politischen Positionen der europäischen Parteien anlässlich der Wahlen des Europäischen Parlaments 2009 mit besonderer Berücksichtigung der Schweizer Parteien*. Chavannes-près-Renens: Cahier de l'IDHEAP Nr. 252.

ermittelt und danach wurden die Parteien gebeten, zu diesen Verortungen Stellung zunehmen. Allfällige Unterschiede wurden dann nachträglich bereinigt.

Will man, wie dies bei smartvote der Fall ist, sämtliche Kandidierenden berücksichtigen, so kommt man um eine Befragung nicht herum. Die Kandidierenden erhalten die Möglichkeit, die Fragen – so wie dies die Wählenden tun – online zu beantworten. Dies kann zu relativ unterschiedlichen Positionen innerhalb einer einzigen Partei führen. Die Parteien haben darauf reagiert und geben ihren Kandidierenden Empfehlungen ab, wie sie diese Fragen zu beantworten hätten.¹⁶ Aus strategischer Sicht entsteht für die Parteien allerdings ein «Trade off»: Einerseits möchten sie einen möglichst klaren und homogenen Auftritt und andererseits besteht die Möglichkeit, mit abweichenden Positionen in den Lagern der anderen Parteien Stimmen zu gewinnen.

C.3. Darstellung der Ergebnisse

Unterschiede gibt es auch in der Art und Weise wie die Ergebnisse präsentiert werden. Dazu werden verschiedene Darstellungsformen wie Balkendiagramme, Positionierung auf der Links-rechts-Achse, Positionierung in zweidimensionalen politischen Räumen¹⁷ oder Spinnennetzdiagramme mit einer ausgewählten Zahl an Politikbereichen verwendet. Diese Darstellungsformen sind vor allem auch für die Medien attraktiv, weil sie Differenzen zwischen den Parteien und Kandidierenden veranschaulichen und zeigen, wie gross die Übereinstimmung jeweils ist. Das Spiderdiagramm von smartvote enthält die Politikachsen «Offene Aussenpolitik», «Liberale Wirtschaftspolitik», «Restriktive Finanzpolitik», «Law & Order», «Restriktive Migrationspolitik», «Ausgebauter Umweltschutz», «Ausgebauter Sozialstaat» und «Liberale Gesellschaft».

C.4. Berechnung des Übereinstimmungswertes respektive der Wahlempfehlung

Auf der Basis der Übereinstimmung wird in der Regel die Wahlempfehlung in Form einer «Rangliste» erstellt. Der Art und Weise, wie der Übereinstimmungswert ermittelt wird, kommt eine grosse Bedeutung zu. So kommt es – wie die Studie von Louwerse/Rosema¹⁸

¹⁶ LADNER, Andreas, Daniel SCHWARZ und Jan FIVAZ (2008). *Die Positionierung der Nationalratskandidierenden 2007. Eine explorative Analyse der Antworten auf die Fragen der Online-Wahlhilfe smartvote*. Chavannes-près-Renens: Cahier de l'IDHEAP Nr. 243.

¹⁷ Z.B. im so genannten GAL-TAN-Ansatz. Dieser spannt einen politischen Raum anhand der beiden Achsen GAN (grün, alternativ, libéral) und TAN (traditionell, autoritär, nationalistisch) auf.

¹⁸ LOUWERSE, Tom and Martin ROSEMA (2011). *The Design Effects of Voting Advice Applications: Comparing Methods of Calculating Results*. Paper presented at the ECPR General Conference, 25–27 August 2011, University of Iceland, Reykjavik.

zeigt – beispielsweise darauf an, ob in einem ein-, zwei- oder mehrdimensionalem Raum nach der Partei gesucht wird, die dem Wählenden am nächsten steht, oder ob lediglich der Anteil der Fragen betrachtet wird, bei denen eine Übereinstimmung vorhanden ist. Auch ist es entscheidend, wie die Distanz gemessen wird. Dabei kann man sich zum Beispiel je nach Antwortkategorie an der vollständigen Übereinstimmung, an der einfachen Distanz (City Block) oder an der euklidischen Distanz orientieren.¹⁹

C.5. Kurzfazit: Keine einheitliche Methodik und viele offene Fragen

Die verschiedenen VAAs bewältigen die Anforderungen an Design und Methodik auf unterschiedliche Art und Weise. Beeinflusst die Methodik das Ergebnis und die Darstellung die Erkenntnis, so stellt sich natürlich die Frage nach «richtigen» oder «falschen» oder zumindest nach «guten» oder «schlechten» Wahlempfehlungen. Welche Issues sollen gewählt, wie sollen die Fragen formuliert und wie sollen die Übereinstimmungswerte berechnet und dargestellt werden? Hier besteht nach wie vor ein grosser Bedarf an wissenschaftlicher Expertise. Letztlich laufen die Diskussionen auf die Frage hinaus, ob es eine einzige richtige Methodik gibt oder ob es nicht anzustreben ist, dass verschiedene unterschiedliche Plattformen entstehen und die Wählenden die Möglichkeit haben, die Empfehlungen der verschiedenen Tools zu vergleichen.

D. Steigende Popularität

Die Bedeutung von VAAs ist in den letzten Jahren geradezu sprunghaft angestiegen.²⁰ Heute werden diese Applikationen in einer Vielzahl von Ländern von Millionen von Wählenden benutzt. Gemäss einer Umfrage von Walgrave et al.²¹ wurden in mehr als drei Viertel der von ihnen untersuchten Ländern internetbasierte Wahlhilfen angeboten. Besonders gross ist ihre Popularität in den Niederlanden, wo gemäss den Ausführungen

¹⁹ Entweder wird lediglich der Anteil der übereinstimmenden Positionen ausgewiesen oder es wird der durchschnittliche Unterschied über die Gesamtheit der Items berechnet. Bei der euklidischen Distanz wird die Wurzel aus der Summe der quadrierten Unterschiede gezogen, was zu einer stärkeren Gewichtung grösserer Differenzen führt.

²⁰ CEDRONI, Lorella und Diego GARZIA (eds.) (2010). *Voting Advice Applications in Europe. The State of the Art*. Napoli: ScriptaWeb, S. 9.

²¹ WALGRAVE, Stefaan, Peter van AELST und Michiel NUYTEMANS (2008). «Voting Advice Applications as new Campaign Players? The Electoral Effects of the «Do the Vote test» during the 2004 Region Elections in Belgium», in: David M. FARRELL and Ruediger SCHMITT-BECK (eds.) *Non Party Actors in Electoral Politics. The Role of Interest Groups and Independent Citizens in Contemporary Election Campaigns*. Baden-Baden: Nomos, S. 237–258.

von Garzia²² Stemwijzer schon im Jahr 2006 rund 4.7 Millionen Wahlempfehlungen ausstellte, was rund 40 Prozent der niederländischen Wählerschaft entspricht. Der Deutsche «Wahl-O-Mat» startete 2002 mit 3.7 Millionen Nutzungen, bei den Wahlen zum Deutschen Bundestag 2009 waren es 6.7 Millionen²³, das sind zwölf Prozent der Wahlberechtigten. Der Wert für smartvote in der Schweiz lag bei den Nationalratswahlen 2007 bei nahezu einer Million ausgestellten Wahlempfehlungen, was rund 20 Prozent der Wahlberechtigten entspricht. Bei diesen Zahlen gilt es allerdings zu berücksichtigen, dass sich manche Leute mehrere Wahlempfehlungen ausstellen lassen. In wissenschaftlichen Studien wird dann auch von rund 300'000 Benutzenden ausgegangen.²⁴ Bei einer Wahlbeteiligung von 2.37 Millionen²⁵ wären das dann etwas mehr als zwölf Prozent der Wählenden, oder bei einer Wahlbeteiligung von 48.3 Prozent knapp sechs Prozent der Wahlberechtigten. Eigene Berechnungen mit dem SELECTS-Datensatz für die Wahlen 2007 bestätigen diese Hochrechnungen.

Was die Gründe für die zunehmende Popularität dieser Online-Wahlhilfen anbelangt, so liegen diese sicher zuerst einmal in der wachsenden Bedeutung und Verbreitung des Internets. In praktisch sämtlichen Lebensbereichen holt man sich Rat im Internet, da ist es nahe liegend, dass man sich dort auch über die zu wählenden Parteien und Kandidaten informiert. Deutlich gewachsen ist zudem der Bekanntheitsgrad der Wahlhilfen selbst. Die Medien gehen Partnerschaften mit den Anbietern dieser Plattformen ein. Häufig werden die Tools direkt in die Online-Plattformen der Medien integriert, um den Lesern einen direkten Zugang zu ermöglichen. Auch die Berichterstattung über VAAs ist markant angestiegen. Dies hat mitunter damit zu tun, dass viele dieser Plattformen attraktive Visualisierungsformen anbieten, mit denen die unterschiedlichen politischen Positionierungen von Parteien und Kandidaten verdeutlicht werden können. Eine besondere Form von Unterstützung erhielt smartvote im Hinblick auf die Wahlen 2011. Am 4. Juli 2011 startete die Allgemeine Plakatgesellschaft AG (APG) eine schweizweite Plakatkampagne, welche die Wählenden zur Stimmabgabe motivieren sollte. Darauf werden diese aufgefordert, smartvote zu besuchen und die Kandidierenden zu entdecken, die am besten zu ihnen passen. smartvote musste sich für diese Aktion lediglich an den

²² GARZIA, Diego (2010). «The Effects of VAAs on Users' Voting Behaviour», in: Lorella CEDRONI and Diego GARZIA (eds.). 2010. *Voting Advice Applications in Europe. The State of the Art*. Napoli: ScriptaWeb, S. 14.

²³ Vgl. MARSCHALL, Stefan and Martin SCHULTZE (2011). *The Impact of Voting Advice Applications on Electoral Behavior – The Case of the 2009 German Federal Elections*. Paper presented at the ECPR General Conference, 25–27 August 2011, University of Iceland, Reykjavik, S. 3.

²⁴ LADNER, 2009: S. 210.

²⁵ Abrufbar unter www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/17/02/blank/data/04/03.html (zuletzt besucht am 17. November 2011).

Druckkosten beteiligen. Der um ein Vielfaches höhere Werbewert wurde von der APG getragen, die so ihr staatsbürgerliches Engagement zur Schau stellen konnte.

Ein weiterer Grund für die wachsende Bedeutung dieser Tools kann darin gesehen werden, dass sie einem sich ändernden Wahlverhalten entgegen kommen. Gemäss den Erkenntnissen der Wahlforschung reduzieren die Wählenden die Komplexität der Politik mit Hilfe von *Cues* and *Shortcuts*.²⁶ Als alte und traditionelle Fingerzeige und Abkürzungen galten in früheren Jahren die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe, wie zum Beispiel der Arbeiterschaft oder der Katholiken, und die – häufig über die Familien vermittelte – Nähe zu politischen Parteien. Seit den 1970er-Jahren haben die bis dazumal relativ stabilen sozialen *Cleavages* an Bedeutung verloren²⁷, was zu einem individuellerem Wahlverhalten geführt hat, welches sich stärker an politischen Präferenzen, am Leistungsausweis und am Erscheinungsbild von Kandidaten und Parteien orientiert.²⁸ Mit dem Auflösen der Parteibindungen steigt auch der Anteil der potentiellen Wechselwählenden. Die neuen Wahlplattformen nehmen diese Entwicklung direkt auf. Sie basieren auf der Idee, dass die Wählenden keine festen vorgefassten Parteibindungen haben, sondern bereit sind, ihren Wahlentscheid von einer systematischen Überprüfung der Übereinstimmung ihrer politischen Präferenzen mit denjenigen der zu Wahl stehenden Parteien und Kandidierenden abhängig zu machen.

E. Wer benutzt diese Wahlhilfen?

Die Frage nach dem Benutzerkreis solcher Wahlhilfen ist bedeutsam, wenn es um die Bestimmung ihrer Reichweite geht. Welche Personenkreise werden überhaupt erreicht und wie gross ist der *digital divide*? Darüber hinaus interessiert der Benutzerkreis auch wenn es darum geht, ob auf der Basis von Daten dieser Plattformen auch allgemeingültige Aussagen über die Wählerschaft gemacht werden können.

Männer sind nicht nur bei den Wählenden – bei den Nationalratswahlen 2007 lag der Anteil der Männer an den Wählenden beispielsweise bei 55 Prozent²⁹ – übervertreten,

²⁶ DALTON, Russell J. and Martin P. WATTENBERG (1993). «The Not so Simple Act of Voting», in: A. W. FINIFTER (ed.). *Political Science. The State of the Discipline II*. Washington: The American Political Science Association, S. 193.

²⁷ Vgl. z.B. FRANKLIN, Mark N., Thomas T. MACKIE and Henry VALEN (1992). *Electoral change. Responses to evolving social and attitudinal structures in Western societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

²⁸ Vgl. DALTON, Russell J. (1996). «Comparative Politics: Micro-Behavioural Perspectives», in: Robert E. GOODIN and Hans-Dieter KLINGEMANN (eds.) *A New Handbook of Political Science*. New York: Oxford University Press, S. 346.

²⁹ LUTZ, Georg (2008): *Eidgenössische Wahlen 2007. Wahlteilnahme und Wahlentscheid*. Lausanne: Selects – FORS, S. 8.

sondern ganz eindeutig auch bei den Benutzenden von «smartvote»: Rund zwei Drittel der User, die sich auch an den Umfragen beteiligt haben, sind männlichen Geschlechts. Überhaupt gibt es grosse Gemeinsamkeiten zwischen den Usern des Internets und den Benutzenden dieser Online-Wahlhilfe-Plattformen. Jüngere und besser gebildete Personen sind ebenfalls übervertreten: Häufiger wird smartvote von 18- bis 40-jährigen benutzt, rund 40 Prozent haben einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss, und über 35 Prozent geben an, über ein monatliches Bruttohaushaltseinkommen von mehr als 10'000 Franken zu verfügen. Vergleicht man diese Zahlen mit den 2003 erhobenen Werten, so lässt sich eine gewisse «Demokratisierung» feststellen, wobei die «digitalen Unterschiede» aber nach wie vor beträchtlich bleiben.

Was die Parteisympathien anbelangt, so ist die Linke unter den Benutzenden von smartvote bedeutend stärker vertreten. Über 28.9 Prozent gaben 2007 an, bei den Nationalratswahlen die SP gewählt zu haben. Unter den Usern, die an der Befragung teilgenommen haben, wäre die SP die stärkste Partei geworden, gefolgt von den Grünen, der FDP und der SVP. Die smartvote-Anteile liegen bei SP und Grünen rund acht Prozent höher als bei den Wahlen selbst. Der Anteil der SVP-Sympathisierenden liegt mehr als 17 Prozentpunkte tiefer.

Das sozio-demographische und das politische Profil der Benutzerinnen und Benutzer sind also keinesfalls repräsentativ. Entsprechend stellt sich die Frage, ob aufgrund der geäusserten politischen Präferenzen oder auf der Basis von Umfragen bei den Benutzenden Wahlprognosen abgegeben werden können. Im Jahr 2007 gaben 42 der Benutzer an, 2003 die SP gewählt zu haben, aber nur etwas weniger als 30 Prozent wollten 2007 SP wählen. In Tat und Wahrheit ist der Wählerstimmenanteil der SP zwischen 2003 und 2007 von 23.3 auf 19.5 Prozent zurückgegangen. Aufgrund der Angaben der smartvote-Benutzenden waren Verluste der SP vorhersehbar. Auch bei der FDP hätte man mit den erhaltenen Angaben die Verluste und bei Grünen und CVP die Gewinne richtig vorhersagen können. Bei der CVP waren die Wahlgewinne allerdings minimal und bei der SVP lief die Entwicklung in die andere Richtung. Bei den Benutzenden hatte die Partei an Popularität eingebüsst und bei den Wählenden ist das Gegenteil eingetroffen. Dennoch können wahrscheinlich in Zukunft auf diese Art und Weise Modelle entwickelt werden, die mit den üblichen Prognosemodellen Schritt halten können.

F. Einfluss von VAAs auf das Wahlverhalten

Angesichts der steigenden Bedeutung dieser Webseiten wird auch die Frage immer wichtiger, in welchem Masse sie das Verhalten der Wählenden beeinflussen. Hier lassen

sich drei Fragestellungen unterscheiden³⁰: a) Der Einfluss auf die Art und Weise, wie die Wählenden sich Informationen über die Wahlen und die zu wählenden Parteien beschaffen und damit umgehen, b) die Auswirkungen auf die Teilnahme an Wahlen und schliesslich c) allfällige Auswirkungen auf den Wahlentscheid.

Effekte bezüglich der ersten Fragestellung, die als kognitive Effekte bezeichnet werden können³¹, wurden beispielsweise von Marschall und Schmidt mit Hilfe eines Surveys untersucht.³² Die Autoren kommen zum Schluss, dass gegen 60 Prozent der Befragten motiviert wurden, nach der Benutzung der Webseite noch mehr Informationen über die Wahlen zu suchen und gegen 70 Prozent gaben an, dass sie mit Familienmitgliedern und Freunden über die Wahlempfehlungen sprechen werden.³³ Auch für die Schweiz liegen vergleichbare Werte vor: Gegen 50 Prozent der Benutzenden gaben bei den Nationalratswahlen 2007 an, dass smartvote sie veranlasst hatte, sich mehr Informationen über politische Fragen zu beschaffen, rund 55 Prozent haben sich, angeregt durch smartvote, noch zusätzlich über die Parteien und Kandidierenden informiert, und bei zwischen 60 und 70 Prozent hat die Benutzung zu weiteren Diskussionen über das Wahlangebot und über politische Fragen geführt.³⁴ Grundsätzlich kann also festgehalten werden, dass diese Tools – zumindest bei den Benutzerinnen und Benutzern – das politische Interesse und das politische Wissen erhöhen, was aus demokratietheoretischer Perspektive eine wichtige Voraussetzung für die Wahrnehmung politischer Rechte ist.

Eine weitere Frage, die sich in diesem Untersuchungsbereich stellt, betrifft die Art und Weise, wie der Wahlentscheid gefällt wird. VAAs legen – wie bereits angemerkt – den Fokus auf die Übereinstimmung der politischen Positionen der Wählenden mit den politischen Positionen der Kandidierenden und Parteien. Damit fördern oder zumindest unterstützen sie den Trend Richtung *Issue voting*. Dies ist nicht die einzige Form des Wählens. Aus strategischen Gründen können beispielsweise auch Kandidierende oder Parteien bevorzugt werden, die extremere Positionen einnehmen, oder man konzentriert sich auf solche, die sich im Parlament bereits bewährt haben.

³⁰ Vgl. dazu GARCIA, 2010: S. 23.

³¹ GARCIA, 2010: S. 23.

³² MARSCHALL, Stefan and Christian K. SCHMIDT (2010). «The impact of voting indicators: The case of the germanwahl-o-mat», in: Lorella CEDRONI und Diego GARZIA (eds.). *Voting Advice Applications in Europe. The State of the Art*. Napoli: ScriptaWeb, S. 65–90.

³³ MARSCHALL/SCHMIDT, 2010: S. 83.

³⁴ LADNER, Andreas and Joëlle PIANZOLA (2010). «Do Voting Advice Applications Have an Effect on Electoral Participation and Voter Turnout? Evidence from the 2007 Swiss Federal Elections», in: Efthimios TAMBOURIS, Anne MACINTOSH und Olivier GLASSEY (eds.). *Electronic Participation*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer: S. 219.

Welches sind die Auswirkungen der VAAs auf die Wahlbeteiligung? Hat smartvote die Benutzerinnen und Benutzer motiviert, an den Wahlen teilzunehmen, was ja eigentlich auch zu den Absichten der Betreiber von smartvote gehört? Wenn man den Antworten aus der Befragung glauben darf, so trifft das zumindest für 15 Prozent der Befragten zu. Betrachtet man diejenigen, die 2003 nicht gewählt haben aber bereits wählen durften, sind es sogar 41 Prozent, was darauf hindeutet, dass smartvote die Wahlbeteiligung, wahrscheinlich vor allem bei den Jüngeren fördert. Da die Benutzenden von smartvote keinesfalls repräsentativ für die Gesamtheit der Wählenden sind, kann aus diesen Angaben nur geschlossen werden, dass smartvote Auswirkungen hat. Wie gross diese aber sind, bleibt aufgrund dieser Befragungsdaten unklar. Vorsichtig geschätzte Hochrechnungen lassen vermuten, dass smartvote bei den Nationalratswahlen 2007 die Wahlbeteiligung zwischen 0.6 und einem Prozent gesteigert hat.³⁵ Dass VAAs die Wahlbeteiligung fördern, kann offenbar auch am Beispiel des Wahl-O-Mats nachgewiesen werden.³⁶

Aus Sicht der Parteien und der Kandidierenden von grösstem Interesse ist schliesslich die Frage, ob solche Webseiten allenfalls Auswirkungen auf den Ausgang der Wahlen haben. Stützt man sich wiederum auf die Befragung der Benutzerinnen und Benutzer ab, so scheint es durchaus plausibel, dass die Benutzung der Webseite zu Stimmverschiebungen geführt hat.³⁷ Rund 70 Prozent der Befragten geben an, dass smartvote sie in ihrem Wahlverhalten beeinflusst hat³⁸. Dieser Wert liegt deutlich höher als bei Studien aus Deutschland, Belgien³⁹ und den Niederlanden. Besonders häufig beeinflusst wurden, so lässt sich weiter zeigen, die jüngeren Benutzerinnen und Benutzer, was auch nicht weiter erstaunt, da bei ihnen die Parteienbindungen in der Regel noch weniger ausgeprägt sind. Fragt man nach der Art und Weise der Beeinflussung, so geben rund 60 Prozent der Beeinflussten an, dass sie Kandidierende von anderen Listen auf ihre Wahlliste aufgenommen hätten (Panaschieren), und nahezu 70 Prozent machen geltend, dass sie Parteien oder Kandidierende gewählt hätten, für die sie sonst nicht gestimmt hätten. Etwa ein Drittel der Beeinflussten haben aufgrund von smartvote bestimmte

³⁵ LADNER/PIANZOLA, 2010: S. 220.

³⁶ Vgl. MARSCHALL/SCHULTZE, 2011.

³⁷ Vgl. LADNER, Andreas, Gabriela FELDER und Jan FIVAZ (2010). «More than toys? A first assessment of voting advice applications in Switzerland», in: Lorella CEDRONI und Diego GARZIA (eds.). *Voting Advice Applications in Europe. The State of the Art*. CIVIS s.n.c/Scriptaweb – Napoli: S. 113ff.

³⁸ LADNER, Andreas, Jan FIVAZ und Joëlle PIANZOLA (2010b). *Impact of Voting Advice Applications on Voters' Decision-Making*. Paper presented at the Conference «Internet, Politics, Policy 2010: An Impact Assessment», 16–17 September 2011 at the Oxford Internet Institute (OII), University of Oxford, S. 10ff.

³⁹ WALGRAVE, Stefaan, Peter van AELST und Michiel NUYTEMANS (2008): «Do the Vote Test»: The Electoral Effects of a Popular Vote Advice Application at the 2004 Belgian Elections», *Acta Politica* 43: S. 50–70.

Kandidierende oder Parteien nicht mehr gewählt. Offenbar, so sagen die Benutzerinnen und Benutzer, hat smartvote Auswirkungen auf ihr Wahlverhalten, allerdings wird das Ergebnis in der Regel nicht einfach übernommen. Lediglich 15 Prozent geben an, einfach die Liste der Kandidierenden mit den höchsten Übereinstimmungswerten auf die freie Wahlliste übertragen zu haben.

Wiederum stellt sich natürlich die Frage, wie repräsentativ die Antworten der Befragten sind und ob man den Antworten überhaupt Glauben schenken darf. Der empirischen Evidenz, die auf klare Auswirkungen der VAAs auf das Wahlverhalten hindeutet, haften beachtliche methodologische Schwierigkeiten an. Es handelt sich in keinem Fall um repräsentative Stichproben aufgrund derer auf die Gesamtheit der VAA-Benutzer oder gar der Stimmberechtigten geschlossen werden kann. Bei den Benutzenden solcher Webseiten handelt es sich um einen bestimmten – in der Regel stärker an der Politik oder an der Benutzung des Internets interessierten – Kreis der Wahlberechtigten, und auch bei den Antwortenden der verschiedenen Befragungen unter den Benutzenden, handelt es sich wiederum nicht um einen repräsentativen Ausschnitt sämtlicher Benutzerinnen und Benutzern.

Solche Verzerrungen sind vor allem dann von Bedeutung, wenn man vor dem Hintergrund einer steigenden Verbreitung etwas über die effektiven Auswirkungen des Tools auf den Wahlausgang sagen will. So kann zwar davon ausgegangen werden, dass Auswirkungen vorhanden sind (schon wenn aufgrund von smartvote 100 Leute eine andere Partei wählen, kann das wahlentscheidend sein), über das genaue Ausmass der Auswirkungen ist es aber bedeutend schwieriger genaue Aussagen zu machen. Mit komplizierten statistischen Modellen («Heckman selection models») kann versucht werden, die Auswahl-Verzerrungseffekte zu kontrollieren.⁴⁰ Die vorläufigen Ergebnisse zeigen, dass die Effekte durch Befragungen aufgrund der Selbst-Selektion der Teilnehmer überschätzt werden, dass sie aber bestehen bleiben.

Ein zweiter Problemkreis betrifft Fragen der Glaubwürdigkeit und der Kausalität. Es könnte ja sein, dass die Befragten lediglich angeben, dass smartvote sie beeinflusst hat und dass sie die Unwahrheit gesagt haben. Dieses Problem ist im Prinzip sämtlichen Umfragen inhärent. Und auch wenn sie nachweislich eine andere Partei gewählt haben, so kann – selbst wenn sie das geltend machen – nicht mit Sicherheit gefolgert werden, dass

⁴⁰ VASSIL, Kristian (2011). *Role of Self Selection in Estimating the Effects of Voting Advice Applications: Empirical Evidence on the Basis of Swiss smartvote Data*. Paper presented at the ECPR General Conference, 25–27 August 2011, University of Iceland, Reykjavik; PIANZOLA, Joëlle und Andreas LADNER (2011). *Tackling Self-Selection into Treatment and Self-Selection into the Sample Biases in VAA Research*. Paper presented at the 6th ECPR General Conference, 25–27 August 2011, University of Iceland, Reykjavik.

smartvote dafür verantwortlich war. Es könnte ja auch sein, dass sie ihr Wahlverhalten auch geändert hätten, wenn sie smartvote nicht benutzt hätten. Der einzige Weg hier zu verlässlicheren Angaben zu kommen dürfte über kontrollierte Experimente führen.

Der Versuch, die Auswirkungen auf der Basis des Wahlergebnisses zu messen, führt ebenfalls zu keinen befriedigenden Erkenntnissen. Es lässt sich zwar zeigen, dass Kandidierende, welche bei den «smartvote»-Benutzenden besonders populär waren, auch bei den Wahlen gut abgeschnitten und relativ viele Panaschierstimmen erhalten haben. Es gibt allerdings auch Kandidierende, die bei den Übereinstimmungswerten weiter hinten lagen und trotzdem gute Wahlergebnisse erzielt haben.⁴¹

Insgesamt, so kann hier festgehalten werden, besteht im Bereich der Auswirkungen noch weiterhin ein beträchtlicher Forschungsbedarf. Da schon die Verschiebung von wenigen Wählerstimmen Auswirkungen auf das Wahlergebnis haben kann, ist die Annahme, dass VAAs das Wahlergebnis beeinflussen, mit grosser Sicherheit richtig, wie gross diese Beeinflussung aber ist und wie konstant diese Effekte sind, kann heute noch kaum bestimmt werden. Angesichts der grösseren Popularität von smartvote unter den Wählenden aus der Mitte und auf der linken Seite des politischen Spektrums, erscheint die Annahme nicht unplausibel, dass bei den Nationalratswahlen 2007 vor allem die Grünliberalen von smartvote profitieren konnten.

G. Wahlhilfen und *E-Voting*

Parallel zur Herausbildung der VAAs findet in der Schweiz seit der Jahrtausendwende eine weitere Entwicklung statt, die sich ebenfalls die Möglichkeiten des Internets zu Nutzen macht. Die Schweiz soll nicht nur bei der direkten, sondern auch bei der elektronischen Demokratie eine weltweit führende Rolle einnehmen, liess der Bundesrat anfangs 2002 verlauten: «Mit der Einführung des «Vote électronique» [E-Voting, AL] könnte die Schweiz auf dem Gebiet der elektronischen Demokratie eine Vorreiterrolle im internationalen Bereich wahrnehmen. Ihr praktisches Beispiel könnte zeigen, dass die neuen elektronischen Möglichkeiten auch in grossräumigeren staatlichen Gebilden, insbesondere auch in supranationalen Organisationen, die Einführung von Elementen der direkten Demokratie erleichtern und fördern könnten.»⁴²

⁴¹ PIANZOLA, Joëlle and Andreas LADNER (2011). *Does VAA popularity pay off? smartvote users preferred candidates and their results in the 2007 Swiss federal elections*. Paper presented at the 4th International Conference ABSP «Être gouverné au 21e siècle», 20–22 April 2011, Brussels.

⁴² Bericht des Bundesrates über den Vote électronique. Chancen, Risiken und Machbarkeit elektronischer Ausübung politischer Rechte vom 9. Januar 2002.

Nach einer ersten Etappe mit Pilotversuchen in den drei Kantonen Genf, Neuenburg und Zürich, die in enger Zusammenarbeit mit dem Bund durchgeführt und von ihm auch finanziell unterstützt wurden, hat sich der Bundesrat am 31. Mai 2006 für eine schrittweise und risikobewusste Einführung des Vote électronique ausgesprochen.⁴³ Die Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Pilotphase und die Vorschläge über das weitere Vorgehen wurden zusammen mit Änderungen des Bundesgesetzes über die politischen Rechte der Auslandschweizer, die ebenfalls Vorkehrungen mit Blick auf das elektronische Abstimmen beinhalteten, von den Räten in den Jahren 2006/2007 behandelt und fanden eine gute Aufnahme.

Mit dem Inkrafttreten der Gesetzes- und Verordnungsänderungen zu den politischen Rechten am 1. Januar 2008 begann die erweiterte Versuchsphase. Die neuen Normen sehen zur Hauptsache folgendes vor:⁴⁴

- Weitere Kantone können sich an Versuchen mit dem Vote électronique beteiligen,⁴⁵ nach fünf pannenfreien und erfolgreichen Versuchen kann ein Kanton den Bundesrat um eine erweiterte Bewilligung für Versuche mit dem Vote électronique ersuchen.
- Für die Zeit 2007–2011 bleibt die Zahl der elektronisch Abstimmenden auf 10 Prozent der Wählerschaft beschränkt. Bei obligatorischen Referenden, bei denen auch das Ständemehr entscheidend ist, dürfen zusätzlich nicht mehr als 20 Prozent der betroffenen kantonalen Elektorate über den Vote électronique abstimmen können.
- Es werden die Voraussetzungen für einen funktionstüchtigen Einbezug der Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer in Versuche mit dem Vote électronique geschaffen. Zu diesem Zweck werden zunächst die Stimmregister für Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer kantonsweise harmonisiert.

Auch wenn das Ganze etwas gemächlicher vonstatten geht als ursprünglich geplant, so ist es auf die Nationalratswahlen 2011 zu einer entscheidenden Weichenstellung gekommen. Erstmals werden rund 22'000 Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer der Kantone Basel-Stadt, St. Gallen, Graubünden und Aargau elektronisch wählen können. Es handelt sich um den ersten Versuch mit Wahlen auf Bundesebene und damit

⁴³ Bericht des Bundesrates über die Pilotprojekte zum Vote électronique vom 31. Mai 2006.

⁴⁴ Abrufbar unter www.bk.admin.ch/themen/pore/evoting/index.html (zuletzt besucht am 15. September 2011).

⁴⁵ Der Bundesrat hat am 24.11.2010 entschieden, dass an der Volksabstimmung vom 13. Februar 2011 in 12 Kantonen «Vote électronique»-Versuche durchgeführt werden.

um eine wichtige neue Etappe. Die Bundeskanzlei hat sich zudem zum Ziel gesetzt, dass 2015 eine Mehrheit der Auslandschweizer Stimmberechtigten elektronisch an Wahlen auf Bundesebene teilnehmen kann.

Die Einführung des elektronischen Wählens wird den Online-Wahlhilfen zum grossen Durchbruch verhelfen. Kann man erst einmal elektronisch wählen, so dürfte rasch die Forderung aufkommen, dass auch der Auswahlprozess (erleichtert durch «smartvote» oder andere Online-Instrumente) mit dem Wahlprozess (Vote électronique) verknüpft wird. Die elektronische Wählplattform bietet die Möglichkeit an, eine Parteiliste auszuwählen und nachträglich zu modifizieren (Kumulieren und Panaschieren) oder eine freie Liste mit Kandidatennamen zu füllen. Genau diese Möglichkeit kann auch von smartvote und anderen Wahlhilfen angeboten werden. Der grosse Unterschied ist aber, dass sie noch zusätzlich eine Hilfestellung anbieten, wie die Parteien und Kandidierenden ausgewählt werden können. Hier finden sich nicht nur sämtliche Informationen zu den Parteien und Kandidierenden, sondern auch die Möglichkeit, ihre politischen Profile zu studieren und zu vergleichen.

Offen bleibt eigentlich nur noch die Frage, ob die Wählenden die Liste der Online-Wahlhilfe «von Hand» in die offizielle Wahlliste des Vote électronique übertragen sollen, oder ob sie dies per Copy-Paste-Funktion tun können. Am einfachsten wäre aber natürlich, wenn sie direkt mit ein paar Klicks von der Auswahl zu Wahl schreiten könnten. Alles andere scheint wenig Sinn zu machen. Wenn man über das Internet seine Ferienreise gefunden hat, so möchte man diese dann auch nicht schriftlich bestellen oder gar persönlich in einem Reisebüro vorbei gehen müssen, sondern man erwartet zu Recht, dass die Buchung sogleich online vorgenommen werden kann. Einerseits arbeiten Bund und Kantone daran, den Vote électronique zu realisieren und andererseits stellen unabhängige Anbieter wie smartvote die Möglichkeit zur Verfügung, informiert und einfach auszuwählen. Irgendwann müssen sich die beiden Angebote treffen.

Die Möglichkeit der elektronischen Stimmabgabe würde mit Sicherheit die Popularität von smartvote und ähnlich gelagerten Seiten explosionsartig steigern. Sehr wahrscheinlich ist auch, dass die Wahlbeteiligung – wie dies von den Anhängern des E-Votings gewünscht wird – dank den zusätzlichen Auswahlhilfe-Möglichkeiten, die übrigens noch in verschiedene Richtungen weiterentwickelt werden können, stärker zunehmen wird, als wenn lediglich das elektronische Wählen auf «traditionelle» Weise eingeführt würde. Die Auswahlhilfen schaffen den wirklichen Mehrwert. Kann man die mit Hilfe einer Online-Wahlhilfe zusammengestellte Wahlentscheidung direkt elektronisch übermitteln

und damit auch wählen, so wird in kurzer Zeit die Mehrheit der Wählenden mit Hilfe von VAAs ihre Stimmen abgeben.

H. Schlussfolgerung und Ausblick

Wahlhilfeplattformen sind heute ein fester Begleiter von Wahlen geworden. Mit ihrer steigenden Bedeutung wird es immer wichtiger, dass wir uns Gedanken über ihr Funktionieren und über ihre Auswirkungen auf die Wahlentscheidung und die politischen Auseinandersetzungen machen. Bieten diese Wahlhilfen in Zukunft einmal die Möglichkeit, von der Auswahl direkt zur Wahl zu schreiten, das heisst mit ein paar wenigen Klicks die Wählerstimmen elektronisch abzugeben, so werden sie in kurzer Zeit von der Mehrheit der Wählenden benutzt werden.

Falls einem dies zu schnell und zu weit geht und das Vertrauen in die Technologie fehlt, so kann man sich auch eine Zwischenlösung vorstellen.⁴⁶ Was wäre, wenn man die mit Hilfe eines VAAs zusammengestellte Wahlliste ausdrucken und dann brieflich zustellen könnte? Auch dies würde die Popularität und damit die Bedeutung der VAAs extrem steigern. Dem steht heute einzig im Wege, dass die offiziellen Wahllisten verwendet werden müssen und dass Abänderungen handschriftlich zu geschehen haben.

Die Verknüpfung des elektronischen Wählens mit Wahlhilfe-Seiten würde nicht nur die Wahlbeteiligung erhöhen, sondern sie würde dem Staat auch die Möglichkeit eröffnen, den Anbietern von solchen Online-Wahlhilfen gewisse Auflagen zu machen. Solche Auflagen könnten etwa Transparenzforderungen und keine diskriminierenden Aufnahmekriterien gegenüber Kandidierenden und Parteien beinhalten.

Natürlich gibt es noch eine Reihe von Fragezeichen. Da Design und Methodik einen nicht unwesentlichen Einfluss auf die Wahlempfehlung haben, entsteht schnell einmal der Vorwurf, dass bestimmte Parteien bevorzugt und andere benachteiligt werden, oder, was noch viel schwerer wiegt, dass die Wählenden manipuliert werden können. Entsprechend besteht ein grosser Forschungsbedarf, was das Funktionieren dieser Wahlhilfen anbelangt und dazu, welche Auswirkungen Design und Methodik auf die Wahlempfehlung haben. Welche und wie viele Issues müssen berücksichtigt werden, wie müssen die Fragen formuliert werden und wie soll die Übereinstimmung ermittelt werden?

Es ist kaum davon auszugehen, dass man sich in Zukunft auf eine einzige, richtige Methode und die zu stellenden Fragen einigen wird. Gefordert werden muss aber von

⁴⁶ Vgl. RÜTSCHÉ, Bernhard (2008). «On-line voting assistance tools and democracy», *Bibliothek zur Zeitschrift für Schweizerisches Recht*. Beiheft. Basel 2008/47.

Seiten der Anbieter eine absolute Transparenz, was ihre Methodik anbelangt, und sie sollten auch offenlegen, welche theoretischen Vorstellungen hinter der Wahlhilfe stecken und welche Form des Wählens mit der Wahlempfehlung gefördert wird. Es wäre zu wünschen, dass die Wählenden zwischen unterschiedlichen VAAs auswählen können.

Gefordert sind aber auch die Benutzenden. Sie müssen wissen, wie mit diesen Tools umzugehen ist und was die erteilten Ratschläge genau bedeuten. Eine möglichst hohe Übereinstimmung auf den Issue-Präferenzen ist nur einer von mehreren Gründen, die zu einem Wahlentscheid führen können. Eine weitere Frage ist beispielsweise, ob diese Person reelle Chancen hat gewählt zu werden: Soll man beispielsweise einer Person, die auf einer Auslandschweizer-Liste kandidiert und mit der man dasselbe politische Profil teilt, die Stimme geben, obwohl sie überhaupt keine Chancen hat gewählt zu werden, oder bevorzugt man eine Person mit einem etwas tieferen Übereinstimmungswert aber deutlich besseren Wahlchancen? Zudem kann man sich auch aus strategischen Gründen für bestimmte Parteien entscheiden, ohne dass man ihr ganzes Programm unterschreiben will.

Schliesslich sind von einer stärkeren Benutzung von VAAs auch tieferegreifende Auswirkungen auf das Wählen und die Politik zu erwarten. Es kann davon ausgegangen werden, dass die individuellen Positionsbezüge der Kandidierenden an Bedeutung gewinnen werden. Dabei werden sich möglicherweise ambitionierte Kandidierende stärker nach wahlstrategischen Überlegungen positionieren und versuchen, mit ihren Antworten zusätzliche Panaschierstimmen zu gewinnen. Auch die Parteileitungen werden sich überlegen müssen, wie sie mit der Gesamtheit ihrer Kandidierenden in Erscheinung treten wollen, wie homogen beispielsweise der Auftritt sein muss.

Da smartvote den Kandidierenden eine neue und vor allem auch sehr breite Plattform bietet, sich persönlich zu präsentieren, stellt sich die Frage, welche Bedeutung der Parteizugehörigkeit in Zukunft noch zukommen wird. Einmal angenommen, alle Wählenden würden mit Hilfe entsprechender Plattformen wählen, so käme es kaum noch darauf an, auf welchem Listenplatz jemand aufgestellt ist und möglicherweise würde auch schon ein Komitee genügen, welches die Kandidatur ermöglichte. Damit würden die Parteien eine ihrer letzten Monopolstellungen, nämlich die Kontrolle über den Zugang zu politischen Ämtern, verlieren.

Und beginnen die Leute einmal damit, sich vor allem elektronisch an der Politik zu beteiligen, so wird man in kurzer Zeit neue Möglichkeiten und Anwendungsbereiche entdecken.⁴⁷ «Mypolitics.ch» heisst vielleicht in Zukunft mein persönliches Online-Portal

⁴⁷ Vgl. dazu auch LADNER, 2009: S. 220.

zu allen meinen politischen Geschäften. Hier habe ich mein politisches Profil abgespeichert, welches ich für alle zukünftigen Wahlen verwenden kann und auf dessen Basis mir Initiativen und Referenden unterbreitet werden, die ich elektronisch unterschreiben kann. Natürlich kann ich mein Profil auch immer wieder abändern. Auf der Seite befindet sich zudem mein Archiv über meine bisherigen politischen Tätigkeiten. Ich werde laufend aufdatiert über die Aktivitäten von Parteien, Politikerinnen und Politikern, die mich besonders interessieren und kontrolliere, ob die Gewählten auch wirklich das tun, was sie versprochen haben.