

7. Voting Advice Applications

Andreas Ladner

Unsere Untersuchung bestätigt: Gewisse Wählende lassen sich bei ihrem Wahlentscheid von smartvote leiten und für eine Gruppe von Wählenden sind die Positionen der Kandidierenden auf dieser Website deutlich wichtiger als deren Parteizugehörigkeit. Aus demokratietheoretischer Perspektive stellt sich damit die Frage, ob smartvote ein neues Repräsentationsmodell fördert, bei dem die Gewählten zu Delegierten werden, die sich im Parlament an die auf smartvote abgegebenen «Wahlversprechen» zu halten haben und bei abweichendem Verhalten um eine Nichtwiederwahl fürchten müssen. Eine solche Entwicklung lässt sich jedoch bis anhin höchstens ansatzweise erkennen. Nach wie vor dominiert bei allen Benutzern das «freie Mandat» als ideales Vertretungsmodell. Auch kann nicht gezeigt werden, dass es unter den Jüngeren mehr Anhänger des Delegiertenmodells gibt und dass die «Wahlversprechen» der Kandidierenden überprüft und bei Nichteinhalten sanktioniert werden.

Während für die Kandidierenden smartvote ein wichtiges Instrument für den Wahlkampf geworden ist, zweifeln die Parteien teilweise am Nutzen und der Qualität dieser Website. Die Medien arbeiten häufig intensiv mit smartvote zusammen, nutzen die Angaben zu den politischen Positionen von Kandidierenden und Parteien und bedienen sich ihrer grafischen Darstellungsmöglichkeiten. Kritischere Artikel zu solchen Websites sind demgegenüber selten.

Mit smartvote verleihen die Informationstechnologien den Wahlen und dem Wählenden neue Impulse. Parteien und Kandidierende können ihre politischen Positionen umfassend präsentieren und die Wählenden können diese Information besser verarbeiten. Allerdings bieten solche Instrumente auch Gefahren. Ein manipulativer Einsatz könnte den Ausgang von Wahlen verzerren und sie haben das Potenzial, den Akt des Wählens zu verändern. Eine staatliche Regulierung ist im Moment aber nicht angezeigt. Wünschenswert sind dagegen eine bessere Information darüber, wie solche Websites funktionieren sowie eine kritische Auseinandersetzung mit ihren Implikationen und Folgen. Ähnlich wie bei anderen Informationsquellen im Vorfeld von Wahlen ist es wichtig, dass die Benutzerinnen und Benutzer wissen, wie damit umzugehen ist.

7.1 Theoretischer Hintergrund

7.1.1 Die Bedeutung von Voting Advice Applications

Charakteristisch für die neuen digitalen Informationstechnologien ist, dass sie neue Möglichkeiten schaffen, Personen und Akteure zu vernetzen. Damit werden sie auch für das Funktionieren demokratischer Prozesse bedeutungsvoll. Sie können beispielsweise die Mobilisierung und Organisation von Gleichgesinnten und partizipationswilligen Bürgerinnen und Bürgern erleichtern.¹ Etwas weniger spektakulär, aber nicht minder bedeutungsvoll sind die Möglichkeiten, Informationen zu verarbeiten und zugänglich zu machen. Diese Möglichkeiten können – so die Grundannahme dieser kleinen Untersuchung – einen Einfluss auf die demokratischen Prozesse haben und gewisse Grundprinzipien der liberalen repräsentativen Demokratien infrage stellen.

Verdeutlicht werden soll dies am Beispiel der VAAs. VAA steht für «Voting Advice Applications» oder auf Deutsch «Wahlhilfe-Websites». Solche Websites gewinnen zunehmend an Popularität und werden praktisch in allen Demokratien angeboten. In den Niederlanden geht man davon aus, dass gegen 40 % der Wählenden vor dem Wahlentscheid eine solche Website konsultieren. In der Schweiz nähert sich dieser Wert der 20-Prozent-Marke.² Bekanntestes Beispiel hierzulande ist die Website «smartvote», die auch im Zentrum dieser Untersuchung steht. Mit «vimentis» gibt es seit ein paar Jahren eine zweite Website, die allerdings deutlich weniger stark verbreitet ist.

Aufbau und Funktionsweise dieser Websites sind meistens identisch. Sie basieren auf einer Datenbank, in der die zur Wahl stehenden politischen Parteien und Kandidierenden mit ihrem politischen Profil erfasst sind. Erstellt wird dieses Profil aufgrund ihrer Einstellungen und Positionen zu politischen Sachfragen. Diese können aufgrund von Dokumenten (Wahlplattformen, Parteiprogrammen), Experteneinschätzungen oder durch Befragungen von Parteiverantwort-

¹ vgl. etwa Tilly (1978)

² vgl. Cedroni/Garzia (2010); Garzia/Marschall (2014); Ladner/Pianzola (2014)

lichen oder Kandidierenden ermittelt werden. Im Fall von smartvote werden sämtliche Kandidierenden einzeln befragt. Die Wählenden respektive die Benutzerinnen und Benutzer lassen sich – wenn sie auf eine solche Website gehen – ebenfalls ein politisches Profil erstellen. Dazu nehmen sie zu denselben politischen Issues und 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. So erhalten die berechneten Übereinstimmungslisten den Charakter von Wahlempfehlungen.

Angesichts der rasanten Verbreitung dieser Websites erstaunt es nicht, dass sich auch die Forschung für sie zu interessieren beginnt. Untersucht wurden bis anhin vor allem technische und methodische Aspekte³ sowie allfällige Auswirkungen dieser Websites auf die politische Partizipation und den Wahlentscheid. Dabei zeigte sich, dass der Aufbau der Websites, die Formulierung der Fragen und die zur Berechnung der Übereinstimmung verwendeten Algorithmen einen Einfluss auf die Wahlempfehlung haben.⁴ Auch lässt sich nachweisen, dass sich bestimmte Leute durch solche Websites zur Teilnahme an Wahlen motivieren lassen⁵ und dass sie das Wahlergebnis beeinflussen können.⁶

Welche Auswirkungen diese Websites auf demokratiethoretische Aspekte von Wahlen und Wählen haben, wurde bis anhin kaum thematisiert. Zur Schliessung dieser Lücke versucht diese Studie einen ersten Beitrag zu leisten. Dabei stehen folgende vier Themenbereiche im Vordergrund:

³ vgl. Walgrave/Nuytemans/Pepermans (2009); Germann et al. (2014)

⁴ vgl. Ladner/Pianzola (2014)

⁵ vgl. Ladner/Fivaz (2012)

⁶ vgl. Pianzola (2013)

- Welchen Einfluss besitzen Voting Advice Applications wie smartvote auf die politische Meinungs- und Willensbildung?
- Wie gehen politische Parteien, Kandidierende, Wählende und Medien mit VAAs um?
- Welchen Einfluss haben VAAs auf die politischen Auseinandersetzungen und den politischen Prozess (Kandidatenselektion, Kampagnenführung, Entscheidungsbildung)?
- Welches sind die Implikationen für das Funktionieren der Demokratie?

Mit Blick auf das technologische Potenzial, welches sich VAAs zunutze machen können, und vor dem Hintergrund des gewandelten politischen Verhaltens (nachlassende Parteibindungen, selektive Partizipation) und den sich verändernden politischen Auseinandersetzungen (Personalisierung, Mediatisierung und Nationalisierung der Politik) lassen sich eine ganze Reihe von Entwicklungen vermuten, welche durch diese Websites ausgelöst, gefördert und verstärkt werden können. Diese Entwicklungen betreffen nicht nur die Wählenden und ihren Wahlentscheid, sondern haben auch Auswirkungen auf die Parteien und Kandidierenden, die Medien und die demokratietheoretische Bedeutung der Wahlen selbst:

- Issues gewinnen gegenüber Parteiprogrammen und Ideologien an Bedeutung: VAAs basieren auf dem Prinzip des Issue-Votings. Es werden diejenigen Parteien und Kandidaten empfohlen, welche die grössten Übereinstimmungswerte bei Sachfragen aufweisen. Bisherige sind gegenüber Newcomern nicht mehr im Vorteil. Strategisches Wählen, bei dem – um das Ergebnis in eine bestimmte Richtung zu beeinflussen – die Stimme nicht derjenigen Person oder derjenigen Partei gegeben wird, die einem politisch am nächsten steht, rückt in den Hintergrund.
- Parteizugehörigkeit der Kandidierenden verliert an Bedeutung: Issue-Voting heisst auch, dass die Parteizugehörigkeit der Kandidaten sekundär wird. Es wird in erster Linie auf die Übereinstimmungswerte geschaut. Welcher Partei eine Kandidatin oder ein Kandidat angehört, wird unwichtig. Damit erhöhen sich auch die Wahlchancen von Kandidierenden von kleineren, unbekannteren Listen.
- Gewählte werden stärker auf ihre Wahlversprechen behaftet («delegates» anstelle von «trustees»): Die Positionsbezüge von Parteien und Kandidaten auf den VAAs werden als Wahlversprechen interpretiert. Mit geeigneten Tools kann das Verhalten der Gewählten in den Räten

überprüft werden (Monitoring). Abweichungen können sichtbar gemacht und von den Wählenden sanktioniert werden. Mandatsträger werden dazu gedrängt, ihre «Wahlversprechen» einzulösen. In der Tendenz werden die Gewählten zu Delegierten, die an ihre Versprechen gebunden sind.

- Parteien verlieren an Einfluss bei der Kandidatenselektion: Bis anhin kam dem Listenplatz eine grosse Bedeutung zu. Bei der Auswahl mithilfe von VAAs zählt einzig und allein der Übereinstimmungswert. Entsprechend wird der Listenplatz bedeutungslos und die Parteien verlieren die Möglichkeit, ihre Wunschkandidaten bevorzugt zu präsentieren.
- Parteien haben zunehmend Schwierigkeiten, ihre Kandidaten auf ein gemeinsames Programm zu verpflichten: Die einzelnen Kandidaten erhalten dank VAAs die Möglichkeiten, sich mit von der Parteilinie abweichenden Positionsbezügen zu profilieren und so für Wähler aus anderen politischen Lagern attraktiv zu werden. Dies erhöht die parteiinterne Heterogenität.
- Entstehung neuer «Communities of Interest» und «Communities of Action»: Die auf der Website erstellten politischen Profile können zur Vernetzung von Gleichgesinnten nutzbar gemacht werden. So entstehen neue Interessengemeinschaften, in denen über politische Fragen debattiert wird und konkrete Projekte lanciert werden.
- Anbieter von VAAs werden zu einem einflussreichen Akteur: Setzt sich die Erkenntnis durch, dass VAAs einen Einfluss auf die Wahlentscheidung haben,⁷ so wird man sich zunehmend für das Funktionieren dieser Wahlwebsites und für deren Anbieter und die von ihnen verfolgten Ziele interessieren. Es ist zu erwarten, dass auch versucht wird, auf die konkrete Gestaltung dieser Websites Einfluss zu nehmen.
- Berichterstattung über den Wahlkampf wird von den angebotenen Entscheidungshilfen vorstrukturiert: VAAs präsentieren ihre Ergebnisse mit verschiedenen Grafiktools (politische Landkarten, Spinnennetzdiagrammen). Diese enthalten normative Grundannahmen und verzerren die politische Komplexität. Das «Vermessen» von politischen Differenzen wird der Realität nur bedingt gerecht.

⁷ vgl. Pianzola (2013)

Die gesellschaftliche Relevanz dieser potenziellen Entwicklungsmuster wird stark davon abhängig sein, wie sich die Popularität dieser Websites entwickeln wird. Dabei ist zu vermuten, dass mit der geplanten Einführung des «vote électronique» die Zahl der Benutzer noch einmal sprunghaft ansteigen wird. Begibt man sich zum Wählen ins Internet, dann wird man sich dort auch die notwendigen Informationen über das Wahlangebot beschaffen wollen. Sollte es einmal so weit kommen, dass man die mit einer VAA getroffene Wahlentscheidung respektive die Liste von Kandidatinnen und Kandidaten, denen man die Stimme geben will, direkt in den elektronischen Wahlzettel übertragen kann, dann wird bald die Mehrheit der Wählenden zur Stimmabgabe eine solche Seite besuchen.⁸

In demokratieththeoretischer Hinsicht zentral ist jedoch vor allem die Frage, wie sich der Wahlakt und die Idee der politischen Repräsentation verändern werden. Während die Anhänger des klassischen liberalen Repräsentationsmodells davon ausgehen, dass die Gewählten im Parlament frei nach bestem Wissen und Gewissen entscheiden und nicht an ein Mandat gebunden sind,⁹ fordern die Vertreter eines basisdemokratischen, partizipativen Demokratiemodells, dass die Gewählten primär die Beschlüsse ihrer Wähler zu vertreten haben.¹⁰ Im ersten Fall nehmen die Gewählten als Treuhändler die Interessen ihre Wähler wahr, im zweiten Fall sind sie deren Delegierte. Jane Mansbridge spricht in diesem Zusammenhang von «promissory representation».¹¹ Die Kandidierenden machen den Wählenden Versprechen, die sie dann im Parlament einhalten wollen. Den Wählenden bleibt die Möglichkeit vorbehalten, das Nichteinhalten von Versprechen durch Nichtwiederwahl zu sanktionieren. Voraussetzung dafür ist, dass einerseits Wahlversprechen klar und deutlich geäußert und festgehalten werden und dass andererseits das Einhalten der Versprechen auch überprüft werden kann. Genau an dieser Stellen treten nun die VAAs und die neuen Technologien in Aktion. Smartvote veranlasst die Kandidierenden, ihre Positionen zu formulieren, und die neuen Technologien ermöglichen es, das Abstimm-

⁸ vgl. Ladner (2012)

⁹ vgl. dazu Burke (1854); Mill (1882)

¹⁰ vgl. z. B. Fox/Shotts (2009)

¹¹ Mansbridge (2003)

mungsverhalten der Parlamentarier systematisch zu überprüfen. Diese fördert – so die These – eine Entwicklung weg vom liberal-demokratischen Repräsentationsmodell.

7.1.2 Methodische Vorgehensweise

Zur Beantwortung der eingangs skizzierten Fragen und zur Überprüfung der postulierten Entwicklungen wurden folgende empirische Erhebungsschritte durchgeführt.

- Eine Onlinebefragung der Benutzerinnen und Benutzer von smartvote¹² anlässlich der Nationalratswahlen 2015;
- Eine Onlinebefragung der Kandidierenden bei den Nationalratswahlen 2015;
- Explorative Interviews mit Parteiverantwortlichen im Vorfeld der Nationalratswahlen 2015;
- Eine explorative Analyse der im Vorfeld der Nationalratswahlen 2015 publizierten Artikel zu smartvote.

Das Schwergewicht der Untersuchung liegt – getreu der Fragestellung – bei der Onlinebefragung der Benutzerinnen und Benutzern von smartvote. Die Befragung der Kandidierenden, die Interviews mit den Parteiverantwortlichen und die Analyse der Zeitungsartikel haben ergänzenden Charakter.

Bereits im April 2015 wurde im Sinne eines Pretests eine Onlinebefragung der Benutzerinnen und Benutzer von smartvote bei den kantonalen Wahlen 2015 in Zürich durchgeführt. Rund 800 Personen beteiligten sich an diesem Pretest, der

¹² Dass wir uns in diesem Projekt auf smartvote beschränken, hängt mit der um ein Vielfaches grösseren Bedeutung von smartvote im Vergleich zu Vimentis zusammen. Andere Webseiten wie zum Beispiel easyvote.ch sind für die Überprüfung unserer Fragestellung weniger geeignet.

es erlaubte, die verschiedenen Fragen auszutesten und den Fragebogen zu verbessern.

An der Onlinebefragung der Benutzerinnen und Benutzer von smartvote haben rund 10'400 Personen teilgenommen. So erfreulich diese hohe Zahl auch ist, so wenig darf sie darüber hinwegtäuschen, dass die Befragten in keinem Fall repräsentativ für die Wählenden und für die Benutzer von smartvote sind. In der Literatur spricht man von einem doppelten Self-selection-bias.¹³ Die Benutzer von smartvote unterscheiden sich sehr wahrscheinlich systematisch von den anderen Wählenden und diejenigen, welche sich an der Onlinebefragung beteiligt haben, unterscheiden sich sehr wahrscheinlich systematisch von den anderen Benutzern von smartvote. Diese möglichen Verzerrungen haben zur Folge, dass wir keine Aussagen über das Ausmass und die Bedeutung der festgestellten Unterschiede und Zusammenhänge machen können. Wir müssen uns mit der Feststellung begnügen, dass beobachtete Phänomene existieren.

Bei der Befragung der Kandidierenden bei den National- und Ständeratswahlen 2015 hingegen erfassen wir mit 1'657 Personen rund die Hälfte sämtlicher Kandidierenden. Ein solcher Anteil ist für Kandidatenbefragungen verhältnismässig hoch, und es kann davon ausgegangen werden, dass damit die Positionen der Gesamtheit der Kandidierenden verhältnismässig gut abgedeckt werden.

Ergänzend wurden mit acht Parteiverantwortlichen halbstandardisierte, explorative Interviews geführt. Bei den Parteiverantwortlichen handelte es sich um Parteipräsidenten, Parteisekretäre und Geschäftsführer von SVP, SP, FDP und GPS aus den Kantonen Bern und Vaud. Gefragt wurde beispielsweise, wie innerhalb der Partei mit smartvote umgegangen wird, ob den Kandidierenden mitgeteilt wird, wie sie bei den einzelnen Fragen zu antworten hätten und ob sich die Kandidierenden aufgrund von smartvote von der Parteilinie entfernen.

Mit Blick auf die mediale Berichterstattung zu smartvote interessierten uns vor allem allfällige kritische Artikel über diese Form der politischen Entscheidungs-

¹³ vgl. Pianzola (2014)

findung und Anzeichen dafür, dass die von smartvote angebotenen Informationen zu einer neuen Vermessung politischer Unterschiede führen würden.¹⁴

Die Ergebnisse unserer Untersuchung werden wie folgt dargestellt. Das Schwergewicht liegt wie erwähnt bei der Befragung der Wählenden/den Benutzern von smartvote. In einem ersten Schritt untersuchen wir Verbreitung und Nutzung des Tools. Danach fragen wir, ob smartvote den Wahlentscheid beeinflusst hat. Dies gibt uns eine Idee von der Bedeutung, die den VAAs heute bei Wahlen zukommt. In einem nächsten Schritt versuchen wir zu ermitteln, wie mit smartvote umgegangen wird. Dieser Teil gibt Antwort auf die Frage, ob smartvote das Potenzial hat, demokratische Prozesse zu verändern. Ergänzt werden die Erkenntnisse durch die Aussagen der Kandidierenden und der Verantwortlichen der Parteien sowie durch die Medienberichterstattung zu smartvote.

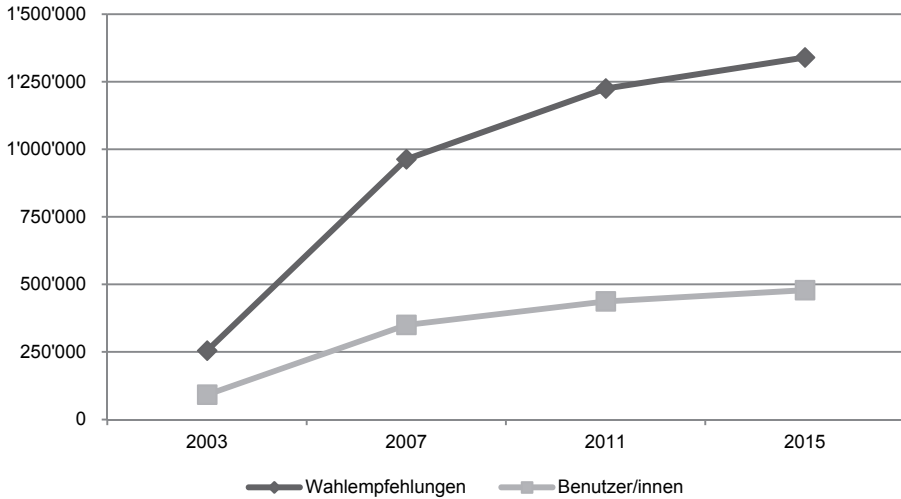
7.2 Nutzung und Verbreitung von smartvote

Smartvote hat in den zwölf Jahren seines Bestehens eine beachtliche Popularität erreicht. 2015 gingen insgesamt 2.56 Millionen Wahlberechtigte an die Urne. Von diesen haben rund 478'000 smartvote als Informationsquelle benutzt. Mit anderen Worten: Betrachtet man nur diejenigen Personen, die wirklich gewählt haben, so haben knapp 19 % oder fast jede/r fünfte Wähler/in diese Website konsultiert.¹⁵ Das ist ein Vielfaches davon, was alle anderen, gleich gelagerten Websites (vimentis.ch. easyvote.ch) zusammen erzielen.

Betrachtet man die Entwicklung über die Zeit hinweg, so zeigt sich, dass die Zahl der Benutzer seit 2003, als smartvote zum ersten Mal bei nationalen Wahlen angeboten wurde, vor allem in der Anfangsphase stark zugenommen hat (siehe Abbildung 48).

¹⁴ Für eine Zusammenstellung der Medienberichte zu smartvote siehe <https://www.smartvote.ch/report/index>.

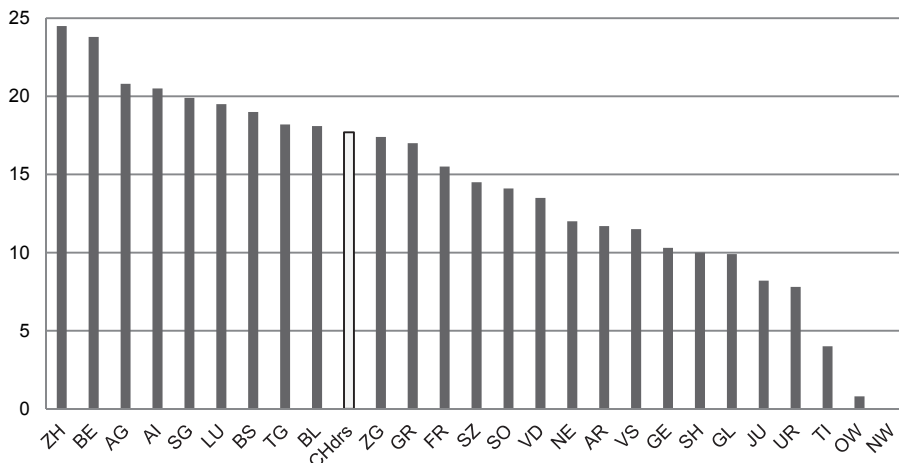
¹⁵ vgl. Fivaz (2015)



Quelle: Fivaz (2015)

Abbildung 48: *Anzahl Wahlempfehlungen und Anzahl Benutzer Nationalratswahlen*

Weiter lässt sich zeigen, dass smartvote nicht überall in gleichem Masse genutzt wird. Besonders gross ist der Anteil der Nutzer an den Wählenden in den Kantonen ZH und BE, in denen es auch zwischen einer grossen Zahl von Kandidierenden auszuwählen gilt (siehe Abbildung 49). In der Westschweiz ist smartvote etwas weniger verbreitet. Auch der Kanton Waadt liegt deutlich hinter kleineren Deutschschweizer Kantonen zurück. Allerdings gibt es immer auch kantons- oder wahl-spezifische Ausnahmen, wie sich an der unterschiedlichen Nutzungsintensität der beiden Halbkantone AR und AI zeigen lässt. In Appenzell-Innerrhoden erklärt sich die hohe Benutzungsintensität vermutlich dadurch, dass die Parteien dort eine deutlich geringere Rolle spielen und die Wählenden sich mit smartvote ein Bild machen wollen, welche politischen Anliegen die Kandidierenden vertreten.



CHdrs: Durchschnitt aller Kantonswerte

Quelle: Fivaz (2012)

Abbildung 49: Anteil der Wählenden, die smartvote benutzt haben, nach Kanton

Ein weiteres Indiz für die Bedeutung, die smartvote in der Zwischenzeit erhalten hat, ist der Anteil der Kandidierenden, die sich ein politisches Profil erstellen lassen. Waren es bei der ersten Ausgabe von smartvote rund die Hälfte der Kandidierenden, die mit einem smartvote-Profil auf der Website vertreten waren, so ist dieser Anteil für die Nationalratswahlen 2007 und 2011 auf rund 84 % gestiegen. Die absolute Zahl an Teilnehmenden hat sich dabei aufgrund des gewachsenen Kandidierendenangebots von 2'600 auf rund 2'900 erhöht.¹⁶ Bei den Wahlen 2015 lag die Zahl der Kandidierenden, die mit einem Profil auf smartvote vertreten waren, bei 3'205, wobei sich der Anteil an der Gesamtheit der Kandidierenden wiederum auf 84 % belief.¹⁷ Betrachtet man die fehlenden Namen, so sind es entweder Personen, die keine Aussichten auf Erfolg haben,

¹⁶ vgl. Siegenthaler (2013)

¹⁷ vgl. smartvote (2015)

respektive solche, die über einen genügend grossen Bekanntheitsgrad verfügen, sodass ihnen smartvote kaum zusätzliche Stimmen verschaffen kann oder muss.¹⁸

Die Partei- und Kampagnenverantwortlichen anerkennen zumindest zum Teil die Bedeutung von smartvote und empfehlen den Kandidierenden sich ein politisches Profil zu erstellen, respektive geben ihnen mehr oder weniger verpflichtende Empfehlungen ab, welche Positionen sie auf smartvote einnehmen sollen. Interessanterweise wird smartvote in der Deutschschweiz (untersucht haben wir den Kanton Bern) wichtiger genommen als in der Westschweiz (Kanton VD). Dies mag damit zusammenhängen, dass smartvote in der Deutschschweiz schon etwas länger bekannt ist. Allenfalls sehen zumindest gewisse Parteien in der Westschweiz smartvote auch als Konkurrenz zu den Parteiempfehlungen. Dass smartvote zu einer anderen Form des Wählens führen könnte, wird nicht thematisiert, man ist eher der Ansicht, dass die aufgeführten Issues der politischen Komplexität zu wenig gerecht werden.

Die Medien räumen smartvote in ihrer Berichterstattung zu den Wahlen viel Platz ein. Dies hängt teilweise auch damit zusammen, dass sie mit smartvote sogenannte Medienpartnerschaften eingegangen sind und gegen Bezahlung gewisse Auswertungen und Analysen erhalten. Im Vordergrund stehen vor allem das Vorstellen der politischen Profile von Parteien und Kandidierenden sowie Vergleiche zwischen direkten Konkurrenten. Nur am Rande finden sich Artikel, welche sich grundsätzlicher mit dem Funktionieren und der Funktion von smartvote respektive den abgegebenen Wahlempfehlungen auseinandersetzen. Nicht ganz von der Hand zu weisen ist der Vorwurf, dass die politischen Unterschiede heute verstärkt in Form von Spinnenprofilen (smartspider) wahrgenommen werden, welche das klassische Links-rechts-Schema ergänzen.

¹⁸ vgl. Ladner et al. (2008)

7.3 Befragung der Nutzer

7.3.1 Wer sind die Benutzer?

Benutzt wird smartvote in erster Linie von Jüngeren und besser gebildeten Männern. Unter den Benutzern von smartvote, die an unserer Befragung teilgenommen haben, beträgt der Frauenanteil etwas mehr als 30 %. Bezüglich der Altersstruktur zeigt sich, dass etwa zwei Drittel der Befragten jünger als 45 Jahre alt sind, während der diesbezügliche Anteil bei der Selects-Befragung, die eine repräsentative Abbildung der Schweizer Wählerinnen und Wähler widerspiegelt, lediglich bei einem Drittel liegt (siehe Tabelle 31).

Tabelle 31: Alter der smartvote-Benutzer (2015) im Vergleich

	2015	2011	2011 (selects)*
18–24	12.1	16	9
25–34	28.7	31	8
35–44	23.1	23	16
45–54	18.3	16	20
55–64	10.7	9	20
65–	7.1	5	28
N =	10'629	*	*

Quelle: NCCR Democracy, IP16 «smart-voting 2.0» für die Daten der smartvote-Benutzerinnen und Benutzer; Selects 2011 für die Daten der Wählerinnen und Wähler (vgl. Siegenthaler 2013).

Der Anteil der jüngeren smartvote-Benutzer in unserem Sample hat gegenüber 2011 leicht abgenommen, was wohl vor allem damit zusammenhängt, dass auch die smartvote-Benutzer der ersten Stunde etwas älter geworden sind. Und bei der Bildung bestätigt sich, dass mit einem Anteil von rund 60 % die Personen mit einem Hochschuldiplom etwa doppelt so stark vertreten sind, als dies in einem repräsentativen Querschnitt durch die Wählerschaft der Fall wäre. Insgesamt muss man daher davon ausgehen, dass es (noch?) nicht zu einer «Demokratisierung» dieser Auswahlhilfe gekommen ist. Es ist nach wie vor ein bestimmter Teil der Wählerschaft, der vor den Wahlen solche Websites konsultiert. Diese Personen sind zudem, auch das zeigen die Untersuchungen, stärker

an Politik interessiert als der durchschnittliche Wähler oder die durchschnittliche Wählerin.

7.3.2 Einfluss auf den Wahlentscheid von smartvote

Einfluss von smartvote wurde in verschiedensten Studien nachgewiesen und im internationalen Vergleich macht es zudem den Anschein, dass in der Schweiz der Einfluss von smartvote auf das Wahlverhalten eher grösser ist, was vor allem mit dem Wahlsystem, welches den Wählenden mit Panaschieren und Kumulieren relativ viele Entscheidungsmöglichkeiten anbietet, in Verbindung gebracht werden kann.¹⁹

Auch in der hier vorliegenden Untersuchung bestätigen die Befragten die bisher vorliegenden Ergebnisse. Gefragt nach der Bedeutung von smartvote für den Wahlentscheid, geben rund 45 % der Wählenden (N = 10'247) an, dass smartvote für sie wichtig war, und 33 % bezeichnen smartvote als «eher wichtig». Natürlich kann von diesen Zahlen nicht direkt auf die gesellschaftliche Bedeutung von smartvote respektive auf die Bedeutung von smartvote unter den Benutzern geschlossen werden, aber es kann doch davon ausgegangen werden, dass es zahlreiche Personen gibt, die smartvote ernst nehmen und als wichtig erachten.

Fragt man die Wählenden, wie sie mit den Empfehlungen von smartvote umgegangen sind, so gibt mit 14.2 % (N=9'702) nur ein kleiner Teil der Befragten an, dass sie die Wahlempfehlung eins zu eins übernommen hätten und lediglich 7 % geben an, dass sie aufgrund von smartvote eine andere Partei gewählt hätten. Rund 60 % machen hingegen geltend, dass sie aufgrund von smartvote ihren Wahlzettel gezielt modifiziert, das heisst panaschiert, kumuliert oder einzelne Kandidierende gestrichen hätten.

¹⁹ vgl. Ladner/Fivaz (2012); Pianzola (2013); Ladner/Pianzola (2014)

Die grössten Auswirkungen scheint smartvote bei den Befragten auf den Informationsstand zu haben, der ihnen für den Wahlentscheid zur Verfügung steht. Fast die Hälfte (N = 9'716) bestätigen dies (siehe Abbildung 50). Gegen 30 % machen auch geltend, dass smartvote sie auf Kandidierende aufmerksam gemacht hätte, die sie sonst nicht gewählt hätten. Weiter kann smartvote dazu führen, dass mit Familie, Freunden oder Arbeitskollegen mehr über Politik diskutiert wird, dass das Interesse an den Wahlen gestärkt wird und dass man sich neu bestimmten Sachfragen zuwendet, mit denen man sich sonst nicht beschäftigt hätte. Ein kleiner Teil gibt zudem an, dass smartvote sie motiviert hätte, überhaupt an den Wahlen teilzunehmen.

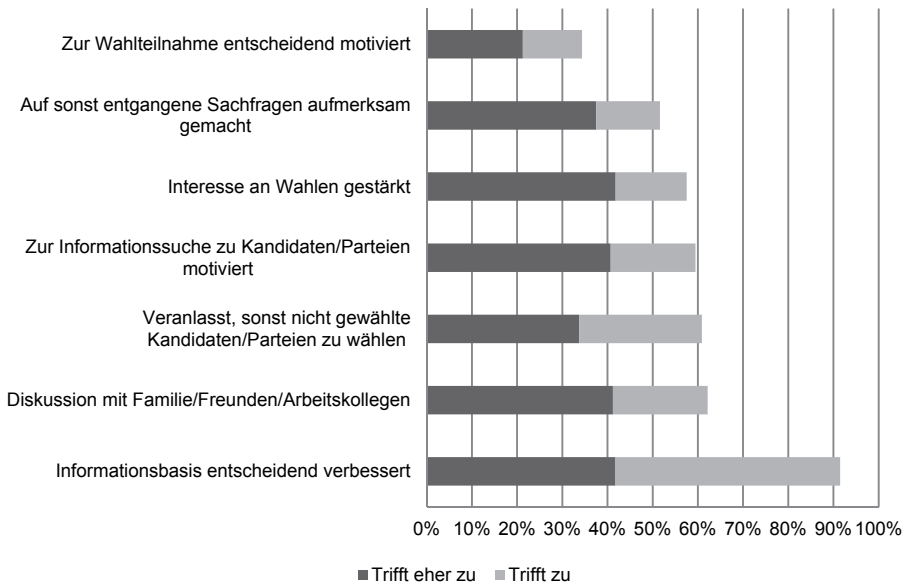


Abbildung 50: Was hat smartvote bei den Benutzern bewirkt?

7.3.3 Art des Wählens

Im Hinblick auf die eingangs formulierten Forschungsfragen und vor allem auch auf die möglichen demokratietheoretischen Implikationen interessiert nun in einem ersten Schritt, wieweit sich die Benutzer von smartvote in erster Linie an den von den Kandidierenden geäußerten Positionen orientieren (Issue-Voting) und dabei andere mögliche Entscheidungsmotive, wie beispielsweise Parteizugehörigkeit, Leistungsausweis und Bekanntheitsgrad, weniger intensiv berücksichtigen. In einem zweiten Schritt soll dann geprüft werden, ob mit dem Issue-Voting auch verstärkt die Vorstellung einhergeht, dass sich die Kandidierenden in jedem Fall an die auf smartvote geäußerten Positionsbezüge (Wahlversprechen) halten müssten (Promissory-voting). Dies wäre dann ein Indiz für eine Bevorzugung des «Delegate-Modells», welches in Konkurrenz zum umgebundenen Mandat steht, das auf einem grösseren Verständnis dafür basiert, dass Gewählte nach bestem Wissen und Gewissen entscheiden. Dabei wird nicht davon ausgegangen, dass VAAs alleine für diese Entwicklungen verantwortlich sind. Es wird lediglich angenommen, dass VAAs diese Entwicklung aufnehmen und allenfalls fördern. Leider erlaubt es die Untersuchungsanlage nicht, die postulierten Veränderungen über die Zeit hinweg zu analysieren. Auch kann nicht zwischen smartvote-Benutzern und solchen, die keine VAAs aufsuchen, unterschieden werden. Und schliesslich kann, da hier nicht mit einer repräsentativen Auswahl aus der Gesamtheit der Stimmberechtigten gearbeitet wird, nichts über eine allfällige Verbreitung der erwarteten Phänomene gesagt werden. Diesen Mängeln wird wie folgt entgegengetreten: Wir gehen davon aus, dass nicht alle Benutzer von smartvote aus denselben Gründen diese Website aufsuchen und in gleichem Masse davon überzeugt sind, dass die Wahlempfehlungen befolgt werden sollen. Wir unterscheiden deshalb auch unter den Benutzern von smartvote zwischen traditionellen Wählenden und smartvote-Wählenden. Die verstärkte Issue-Orientierung und die Erwartung, dass die Wählenden ihre Wahlversprechen auch halten, müssten nun bei den smartvote-Wählenden ausgeprägter sein. Nimmt inskünftig der Kreis der smartvote-Wählenden zu, so verändern sich damit auch die an die Wahlen geknüpften Erwartungen. Wie bedeutungsvoll diese Veränderungen insgesamt sein könnten, müsste aber mit einer repräsentativen Untersuchung geklärt werden.

7.3.4 Traditionell Wählende und smartvote-Wählende

Tatsächlich lässt sich zeigen, dass die Benutzer von smartvote ihren Wahlentscheid unterschiedlich begründen. Am wichtigsten sind gemäss den Antwortenden die Positionen der Kandidierenden auf smartvote, gefolgt von der Parteizugehörigkeit der Kandidierenden und der Wahlempfehlung von smartvote. Deutlich zurück liegen der Leistungsausweis und die Persönlichkeit der Kandidierenden und auch der Bisherigen-Status scheint erstaunlicherweise kaum von Bedeutung zu sein (siehe Tabelle 32). Auch bei diesen Aussagen gilt es, noch einmal zu erwähnen, dass es sich nicht um ein repräsentatives Sample handelt. Diejenigen, die smartvote benutzen und sich dann noch die Zeit nehmen, einen Fragebogen zu smartvote auszufüllen, stehen diesem Tool, so ist anzunehmen, deutlich positiver gegenüber als der restliche Teil der Bevölkerung. Auch sind sie wahrscheinlich insgesamt eher bereit, aufgrund der Ergebnisse von smartvote ihren Wahlentscheid zu ändern. Aber, und das ist für unsere Untersuchung entscheidend, nicht alle lassen sich bei ihrem Wahlentscheid in gleichem Masse von smartvote leiten. Unser Interesse gilt den unterschiedlichen Typen von Wählenden.

Tabelle 32: Bedeutung der verschiedenen Faktoren für den Wahlentscheid

	Unwichtig	Eher unwichtig	Eher wichtig	Wichtig	Total
Parteizugehörigkeit	4.8	16.9	39.5	38.9	100
Position zu Sachfragen (smartvote)	2.8	10.4	35.1	51.6	100
Bisherigen-Status/Bekanntheitsgrad	37.0	37.8	21.1	4.2	100
Pol. Leistungsausweis/Kompetenz	15.0	25.7	40.5	18.7	100
Persönlichkeit der Kandidierenden	16.1	26.5	42.2	15.2	100
Aussehen der Kandidierenden	70.4	23.5	5.4	0.7	100
Geschlecht der Kandidierenden	63.9	20.0	12.1	4.1	100
Ausbildung/Beruf der Kandidierenden	31.0	30.1	32.3	6.6	100
Alter der Kandidierenden	34.6	35.8	24.8	4.8	100
smartvote-Wahlempfehlung	9.8	15.0	39.1	36.1	100

N = 9'837

Aufgrund der Antworten bezüglich der ausschlaggebenden Faktoren für den Wahlentscheid lassen sich vier Gruppen von Wählenden (korrekter in unserem Fall: von Benutzern von smartvote) unterscheiden:

- Für etwas mehr als ein Viertel der Antwortenden ist die Parteizugehörigkeit der Kandidierenden wichtiger als die von ihnen bekundeten Positionen auf smartvote (siehe Tabelle 33).
- Knapp ein Viertel erachtet die Parteizugehörigkeit und die Positionen etwa gleichermassen wichtig.
- Für etwas weniger als ein Viertel sind die smartvote-Positionen wichtiger und
- etwas mehr als ein Viertel befolgt direkt die Wahlempfehlung von smartvote und misst ihr so eine besonders grosse Bedeutung zu.

Mit anderen Worten: Die so gebildete Variable unterscheidet zwischen den traditionellen Wählern auf der einen Seite und den smartvote-Wählern, welche aufgrund der Issue-Positionen der Kandidaten ihre Auswahl treffen, auf der anderen Seite. Dazwischen liegen mit denjenigen, für die die Positionen auf smartvote wichtiger sind, und denjenigen, für die die Positionen und die Parteizugehörigkeit wichtig sind, diejenigen Wählenden, die sich etwas weniger eindeutig festlegen wollen. Die extremsten Positionen hinsichtlich der Vorstellungen über die Bedeutung der Wahlen für die Demokratie und hinsichtlich des Verhaltens der Gewählten sind im Sinne unserer Hypothesen bei den smartvote-Wählenden zu erwarten.

Tabelle 33: *Letztlich ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid*

Ausschlaggebend für den Wahlentscheid	Prozentanteil
Parteizugehörigkeit ist wichtiger	27.7
gleich wichtig	23.7
Smartvote-Positionen sind wichtiger	22.3
Smartvote-Wahlempfehlung	26.3
Total	100.0

N = 9'473

Bevor wir uns diesen Unterschieden zuwenden, untersuchen wir zuerst, ob sich die Parteiwählenden und die smartvote-Wählenden hinsichtlich anderer Merkmale systematisch voneinander unterscheiden. Tabelle 34 zeigt, dass von den Frauen unter den Antwortenden die Parteizugehörigkeit der Kandidierenden eher etwas stärker gewichtet wird als von den Männern. Die Gruppe, welche die Wahlempfehlung von smartvote direkt befolgt, ist bei Männern und Frauen etwa gleich gross. Beim Alter gibt es ebenfalls Unterschiede, aber nicht in der erwarteten Form. Nicht zutreffend ist, dass mit zunehmendem Alter der Anteil der Wählenden, die ihren Wahlentscheid aufgrund der smartvote-Wahlempfehlung fällen, eindeutig abnimmt respektive der Anteil der Parteiwähler zunimmt. Und schliesslich lassen sich entsprechende Zusammenhänge auch nicht mit einer Zunahme des Bildungsgrades erkennen. Insgesamt sind also die Unterschiede nach Geschlecht, Alter und Bildung – auch wenn teilweise signifikant – nicht besonders markant. Die Bevorzugung der einen oder anderen Form des Wählens lässt sich mit soziodemografischen Variablen nicht abschliessend erklären.

Tabelle 34: Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Geschlecht, Alter und Bildung

	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung	N =	Sig.
Geschlecht						
Frauen	30.3%	25.0%	18.0%	26.8%	2'934	
Männer	26.5%	23.0%	24.1%	26.4%	6'285	.000
Alter						
–35	29.9%	22.2%	21.3%	26.6%	4'208	
35–55	25.9%	23.4%	21.8%	28.9%	3'578	
55–	25.5%	28.1%	26.0%	20.4%	1'379	.000
Bildung						
tief	26.9%	24.2%	23.8%	25.1%	910	
mittel	27.7%	23.1%	24.3%	25.0%	2'187	
hoch	27.7%	23.8%	21.2%	27.2%	6'042	n.s.

Nicht weiter erstaunlich ist die Feststellung, dass die Wählenden, die einer bestimmten Partei näherstehen, auch etwas häufiger der Ansicht sind, dass die Parteizugehörigkeit der Kandidierenden wichtiger ist als die von ihnen geäußerten Positionsbezüge auf smartvote (siehe Tabelle 35). Gegen 60 % der Benutzer ohne Parteibindungen erachten die smartvote-Positionen der Kandidierenden als wichtiger oder befolgen die Wahlempfehlung, während dies lediglich auf etwas mehr als 40 % der Benutzer, die einer Partei näherstehen, zutrifft.

Tabelle 35: Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Parteibindungen

Partei-bindungen	Parteizu-gehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung	N =	Sig.
Nein	20.8%	19.6%	27.9%	31.7%	3'454	
Ja	31.9%	26.0%	18.8%	23.3%	5'780	.000

7.3.5 Bedeutung von smartvote für den Wahlentscheid

Je nachdem, welches der ausschlaggebende Faktor für den Wahlentscheid ist, hat smartvote eine andere Bedeutung für die Benutzenden und es ändern sich die Gründe, weshalb die Website überhaupt aufgesucht wurde. Diejenigen, die smartvote als ausschlaggebend für ihren Wahlentscheid erachten, geben an, dass sie die Website besucht haben, weil sie nach einer Hilfestellung suchten (siehe Tabelle 36).

Für diese Benutzer ist auch smartvote respektive die von smartvote errechnete Wahlempfehlung deutlich wichtiger (siehe Tabelle 37). Bei den Parteiwählenden sind die entsprechenden Werte geringer und sie suchen die Website auf, weil sie sich informieren oder ihre bereits gefällte Wahlentscheidung überprüfen wollen.

Tabelle 36: *Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Gründe für die Benutzung von smartvote*

Weshalb haben Sie smartvote benutzt ...	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung
Ich suchte eine konkrete Hilfestellung für meine Wahlentscheidung	30.1%	33.2%	44.2%	73.3%
Ich wollte generell mehr über die Positionen der Parteien/Kandidierenden erfahren	24.5%	29.7%	34.2%	15.8%
Ich wollte meine bereits bestehende Wahlentscheidung überprüfen	35.1%	28.1%	16.1%	9.4%
Ich war neugierig und habe smartvote einfach mal ausprobiert	10.3%	9.0%	5.5%	1.4%
N =	2'485	2'175	2'051	2'424
Cramer-V = .225, sig. = .000				

Tabelle 37: *Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Bedeutung von smartvote für den Wahlentscheid*

Wie wichtig war smartvote für Ihren Wahlentscheid ...	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung
Wichtig	25.3%	29.4%	44.2%	86.0%
Eher wichtig	36.6%	44.9%	43.3%	12.9%
Eher unwichtig	30.1%	21.4%	10.7%	0.9%
Unwichtig	8.1%	4.3%	1.9%	0.2%
N =	2'568	2'206	2'456	9'301
Cramer-V = .309, sig. = .000				

Der unterschiedliche Stellenwert, den die Benutzer der Website zuschreiben, gepaart mit den unterschiedlichen Gründen, weshalb sie diese Website aufgesucht haben, führt letztlich auch – folgt man den Aussagen der Befragten – zu unterschiedlichen Verhaltensweisen. Diejenigen, welche smartvote als ausschlaggebend für ihren Wahlentscheid erachten, geben mit 27.4 % auch häufiger an, dass sie die Wahlempfehlung eins zu eins in die Urne legen (siehe Tabelle 38).

Tabelle 38: *Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Umgang mit der Wahlempfehlung von smartvote*

Umgang mit der smartvote-Empfehlung	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung entscheidet
Ich habe die smartvote-Wahlempfehlung 1:1 auf meinen Wahlzettel übertragen	7.0%	9.9%	9.1%	27.4%
Aufgrund der Wahlempfehlung habe ich eine andere Partei gewählt	7.3%	7.3%	7.1%	5.9%
Aufgrund der Wahlempfehlung habe ich meinen Wahlzettel gezielt angepasst (einzelne Kandidierende panaschiert, kumuliert oder gestrichen)	59.5%	64.3%	70.0%	59.0%
Andere Effekte	26.1%	18.5%	13.8%	7.7%
N =	2'329	2'075	2'009	2'440
Cramer-V = .163, sig. = .000				

Dass dieser Wert nicht noch höher liegt, könnte damit zusammenhängen, dass gerade in den grösseren Kantonen mit einer Vielzahl von Listen die Chancen deutlich grösser sind, dass auch Personen und Listen empfohlen werden, von denen viele Wählende noch nie etwas gehört haben. Diejenigen, die smartvote lediglich als wichtiger als die Parteizugehörigkeit erachten, geben demgegenüber am häufigsten (70.0 %) an, dass sie panaschieren.

Es zeigt sich also tatsächlich, dass die «eingefleischten Smartvoter» etwas anders mit den Wahlempfehlungen von smartvote umgehen als diejenigen, die noch über festere Parteibindungen verfügen. Dabei gilt es allerdings festzuhalten, dass diese Unterschiede nicht trennscharf sind, sondern lediglich in der Tendenz zum Ausdruck kommen. Die unterschiedlichen Einschätzungen der Bedeutung von smartvote führen nicht zwingend zu einem anderen Wahlverhalten, aber je nach Einschätzung kommt es häufiger vor, dass man die Kandidierenden aufgrund ihrer Parteizugehörigkeit oder aufgrund ihrer Issue-Positionen wählt.

In einem nächsten Schritt stellt sich nun die Frage, ob die unterschiedlichen Gruppen von Wählenden auch andere Erwartungen an die Gewählten haben. Insbesondere interessiert, wie eingangs erwähnt, ob die smartvote-Wählenden

eher der Ansicht sind, dass die Gewählten auch ihre «Wahlversprechen» halten sollen. Dies würde dann in demokratiethoretischer Perspektive einer Bevorzugung des Delegiertenmodells entsprechen.

7.3.6 Erwartungen an die Gewählten

In der Literatur gibt es leider keine klaren Hinweise darauf, wie bei den Wählenden die Präferenzen für das Delegiertenmodell respektive für das Treuhändermodell gemessen werden können. An dieser Stelle wird vorgeschlagen, den Weg über eine Art Umschreibung des ungebundenen Mandats zu wählen.²⁰ Auf der einen Seite steht demzufolge die Vorstellung, dass die Gewählten über einen gewissen politischen Spielraum verfügen und ihre Entscheidungen nach bestem Wissen und Gewissen zu treffen hätten («freies Mandat»), und auf der anderen Seite steht die Erwartung, dass die auf smartvote gemachten Versprechen (Positionsbezüge) auf jeden Fall einzuhalten sind («gebundenes Mandat»).

Die Antworten zeigen, dass rund drei Viertel der Ansicht sind, dass die Gewählten einen bestimmten Ermessensspielraum haben sollen («freies Mandat»). Erwartungsgemäss zeigt sich aber auch, dass Personen, für die smartvote wichtiger und für den Wahlentscheid ausschlaggebend ist, etwas häufiger der Ansicht sind, dass die Positionsbezüge einzuhalten sind (siehe Tabelle 39). Die Unterschiede sind signifikant (d. h. nicht zufällig), aber insgesamt mit rund 10 Prozentpunkten bei den Extremen relativ bescheiden. Auch Leute, die smartvote einen grossen Stellenwert einräumen und bereit sind, die Wahlempfehlung eins zu eins zu befolgen, möchten die Gewählten nicht ausschliesslich auf ihre auf smartvote geäusserten Positionsbezüge behaften.

²⁰ Direkt nach dem ungebundenen Mandat zu fragen, scheint nicht zielführend zu sein, da dieses verfassungsmässig garantiert ist.

Tabelle 39: *Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Erwartungen an die Gewählten (1)*

Wie sollen sich die Gewählten im Parlament verhalten?	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung entscheidet
Sie verfügen über einen politischen Spielraum und sollen nach bestem Wissen und Gewissen ihre Entscheidungen treffen.	81.3%	78.1%	73.9%	71.0%
Sie sollen die im Wahlkampf gemachten Versprechen (z. B. ihre Positionsbezüge auf smartvote) unter allen Umständen einhalten.	18.7%	21.9%	26.1%	29.0%
N =	2'557	2'176	2'051	2'432
Cramer-V = .095, sig. = .000				

In dieselbe Richtung weisen schliesslich auch zwei weitere Auswertungen. «Smartvoter» sind etwas häufiger der Ansicht, dass die auf smartvote gemachten Positionen «sehr verpflichtend» (siehe Tabelle 40) sind, und sie machen auch leicht häufiger geltend, dass sie Gewählte, die sich nicht an ihre Wahlversprechen halten, nicht wiederwählen würden (siehe Tabelle 41). Die Unterschiede sind aber auch hier sehr klein und diese Ansichten werden nicht einmal von allen Personen geteilt, welche ihren Wahlentscheid nach den Empfehlungen von smartvote richten.

Tabelle 40: *Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und Erwartungen an die Gewählten (2)*

Wie verpflichtend sind die Positionsbezüge auf smartvote?	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung entscheidet
Sehr verpflichtend	21.3%	24.4%	27.0%	38.0%
Eher verpflichtend	68.6%	67.7%	67.2%	57.9%
Eher nicht verpflichtend	7.9%	6.1%	4.7%	3.5%
Überhaupt nicht verpflichtend	2.2%	1.8%	1.1%	0.6%
N =	2'567	2'204	2'071	2'451
Cramer-V = .094, sig. = .000				

Entscheidend für Sanktionen ist, dass die Wählenden die Arbeit der gewählten Parlamentarierinnen und Parlamentarier in Bern auch aufmerksam verfolgen. Nur so können sie feststellen, ob sie ihre Wahlversprechen einhalten. Dies scheint, so hat unser Pretest gezeigt, nur beschränkt der Fall zu sein. Zudem sind es eher die an der Politik Interessierten, die einzelne Voten und Abstimmungen im Parlament verfolgen, und diese sind eher unter den Parteiwählern zu finden.

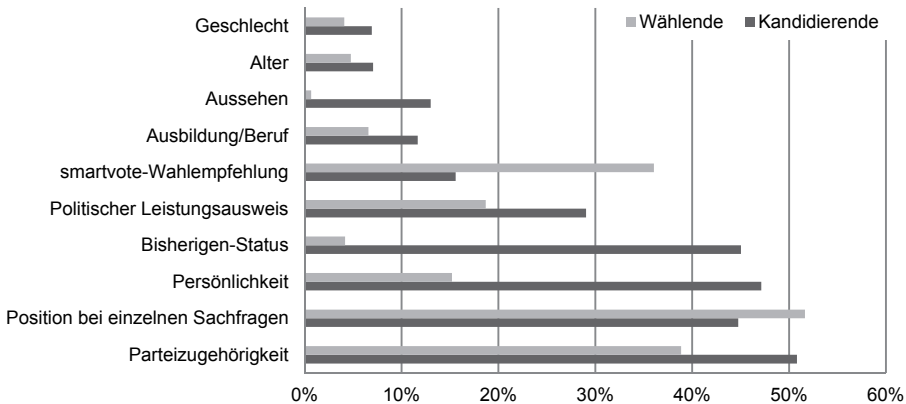
Tabelle 41: Ausschlaggebender Faktor für den Wahlentscheid und das Ergreifen von Sanktionen

Wie würden Sie reagieren, wenn die Gewählten ihre «Wahlversprechen» nicht einhalten?	Parteizugehörigkeit ist wichtiger	gleich wichtig	smartvote-Positionen sind wichtiger	smartvote-Wahlempfehlung entscheidet
Ich werde ihn/sie auf keinen Fall wiederwählen	8.8%	11.8%	13.6%	16.3%
Ich werde ihn/sie möglicherweise nicht wiederwählen	80.4%	81.5%	81.5%	79.8%
Ich werde ihn/sie dennoch wiederwählen	10.8%	6.7%	4.9%	3.9%
N =	2'537	2'181	2'058	2'438
Cramer-V = .094, sig. = .000				

7.4 Ergebnisse aus der Befragung der Kandidierenden

In einem nächsten Schritt wechseln wir die Perspektive und lassen die Kandidierenden zu Worte kommen. Hier interessiert uns, wieweit zwischen den Kandidierenden und den Wählenden Unterschiede hinsichtlich der Bedeutung der Positionen auf smartvote und dem gewünschten Verhalten der Gewählten im Parlament bestehen. Die Kandidierenden, die befragt wurden, gewichten die ausschlaggebenden Faktoren für den Wahlentscheid der Wählenden tatsächlich etwas anders als die Personen, die smartvote benutzen. Die Kandidierenden erachten die Parteizugehörigkeit sowie den «Bisherigen-Status», die Persönlichkeit und den politischen Leistungsausweis als deutlich wichtiger, während für die Wählenden (respektive die antwortenden Benutzer von smartvote)

die Positionen bei Sachfragen und die Wahlempfehlung wichtiger sind. Praktisch keine Differenzen gibt es demgegenüber bei der Frage nach dem «gebundenen Mandat». Auch bei den Kandidierenden beträgt der Anteil derjenigen, die der Ansicht sind, dass die Gewählten nach bestem Wissen und Gewissen die Interessen ihrer Wählerinnen und Wähler wahrnehmen sollten, rund drei Viertel (74.1 %, N = 1'546).



N_Wählende = 9'837; N_Kandidierende = 1'537

Abbildung 51: *Ausschlaggebende Faktoren für den Wahlentscheid (Anteil «wichtig»): Kandidierende und Wählende im Vergleich*

In dieselbe Richtung weist auch die Frage, wieweit die Kandidierenden die auf smartvote gemachten Positionsbezüge als verpflichtend erachten. Auch wenn die grosse Mehrheit der Kandidierenden diese als eher verpflichtend oder gar verpflichtend erachtet, so sind die Benutzer von smartvote noch etwas häufiger der Ansicht, dass dies der Fall ist (siehe Tabelle 42).

Tabelle 42: *Wie verpflichtend sind die auf smartvote geäußerten Positionsbezüge aus Sicht der Kandidierenden und aus Sicht der Wählenden?*

	Kandidierende	Wählende
Sehr verpflichtend	22.4%	27.7%
Eher verpflichtend	54.6%	65.2%
Eher nicht verpflichtend	17.7%	5.6%
Überhaupt nicht verpflichtend	5.3%	1.4%
N =	1'552	9'293

Dass die Kandidierenden die Positionsbezüge auf smartvote eher etwas unterschätzen oder zumindest in ihrer Bedeutung etwas herunterspielen, zeigt auch die nächste Frage. Die Benutzer sind etwas kritischer, was eine Wiederwahl von Kandidierenden anbelangt, sollten diese sich im Parlament nicht an ihre «Wahlversprechen» halten (siehe Tabelle 43). Dabei gilt es allerdings, ganz besonders zu berücksichtigen, dass es sich hier bei den Wählenden um einen bestimmten Teil der Wählerschaft handelt, der smartvote wahrscheinlich wichtiger nimmt als der/die Durchschnittswählende. Mehr als zwei Drittel (N = 1'561) sind zudem der Ansicht, dass die Wählenden eher ungenau verfolgen, was die Gewählten im Parlament entscheiden. Damit liegen sie gar nicht so falsch. Zumindest bestätigen dies auch die befragten Benutzer von smartvote.

Tabelle 43: *Werden Kandidierende, die sich nicht an ihre Positionsbezüge halten, wiedergewählt? Ansichten der Kandidierenden und Aussagen der Wählenden*

	Kandidierende	Wählende
Sie werden diese auf keinen Fall wiederwählen	6.4%	12.6%
Sie werden diese möglicherweise nicht wiederwählen	68.7%	80.8%
Sie werden diese dennoch wiederwählen	24.9%	6.7%
N =	1'552	9'214

Aus den Antworten der Kandidierenden kann geschlossen werden, dass sie noch etwas stärker dem traditionellen Bild der Wahlen, bei dem der Parteizugehörigkeit und dem politischen Leistungsausweis eine grössere Wichtigkeit zugemessen wird, verhaftet sind. Dass auch das Issue-Wählen (= Wählen aufgrund der auf smartvote geäusserten Positionsbezügen) eine gewisse Bedeutung haben kann, wird zwar anerkannt, ist aber etwas weniger stark verbreitet als unter den Wählenden.

7.5 Hauptbefunde

Unsere Untersuchung bestätigt frühere Befunde, dass smartvote einen verhältnismässig grossen Einfluss auf die Wahlen in der Schweiz hat.²¹ *Zumindest für einen Teil der Benutzer der Website beeinflusst die von smartvote auf der Basis der Issue-Positionen erstellte Wahlempfehlung den Wahlentscheid* (RQ10, erster Teil der Fragestellung). Auch die Kandidierenden messen smartvote eine grosse Bedeutung zu und in den Medien finden vor allem die politischen Profile der Kandidaten und Parteien und teilweise auch einzelne Positionen zu konkreten Sachfragen eine immer grössere Verbreitung. Interessanterweise sind die Parteiverantwortlichen in der Westschweiz (Kanton Waadt) deutlich weniger ausgeprägt der Ansicht, dass smartvote für die Wahlen wichtig ist, während in der Deutschschweiz (Kanton Bern) den Kandidierenden das Erstellen eines Profils auf smartvote vonseiten der Parteileitung empfohlen wird.

Bis anhin gibt es *kaum Anzeichen dafür, dass smartvote systematisch benutzt wird, um gewisse Wählersegmente anzusprechen oder die Kandidierenden auf eine einheitliche Linie zu verpflichten* (RQ10, zweiter Teil der Fragestellung). Die Parteien geben den Kandidierenden Empfehlungen ab, wie die einzelnen Fragen zu beantworten sind, aber es sind die Kandidierenden selbst, welche die Fragen beantworten. Dass die Antworten teilweise auf strategischen Überlegungen basieren, kann nicht ausgeschlossen werden, ist aber kein grosses Thema.

²¹ vgl. Ladner et al. (2010); Ladner (2012); Pianzola (2013)

Kampagnenführung und Kandidatenselektion der Parteien scheinen kaum von smartvote betroffen zu sein. Die Kandidierenden selbst schätzen smartvote grossmehrheitlich (hohe Beteiligung, positive Rückmeldung), wobei man hier anfügen muss, dass im Wahlkampf wahrscheinlich alle Möglichkeiten willkommen sind, zusätzliche Stimmen zu gewinnen. In der medialen Berichterstattung besonders populär sind die Möglichkeiten, zwischen den Parteien und Kandidierenden Vergleiche anzustellen und diese mit Diagrammen zu veranschaulichen. Der smartspider (Spinnendiagramm) tritt an die Stelle der Links-rechts-Achse und bildet die politische Realität differenzierter ab.

Der Vorwurf, dass smartvote zu einer verkürzten Betrachtung der für die Wahl entscheidenden Faktoren führt und dass nicht nur die politische Übereinstimmung, sondern auch andere Faktoren wichtig sind, kann nicht vollständig entkräftet werden. Dies ist aber in der Berichterstattung höchstens ein Randthema. Generell fehlt es an kritischen Auseinandersetzungen mit diesem neuen Instrument der politischen Entscheidungsfindung (siehe Kapitel 8).

Was die Benutzer von smartvote betrifft, so lässt sich in der Tat zeigen, dass ein bestimmter Anteil von Personen die Antworten der Kandidierenden auf smartvote wichtiger findet als die Parteizugehörigkeit (Bedeutungsverlust der Parteien). Diese Personen sind auch eher bereit, den Empfehlungen von smartvote zu folgen und ihre Wahllisten entsprechend anzupassen. Nicht nachweisen lässt sich hingegen, dass vor allem die Jüngeren den Wahlempfehlungen von smartvote eine grössere Bedeutung beimessen und sich kaum mehr an der Parteizugehörigkeit orientieren. Hier, wie bei allen Fragen, welche das Verhalten der Benutzer betreffen, gilt es anzufügen, dass wir es nicht mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung zu tun haben. Die Antwortenden interessieren sich – so ist anzunehmen – überdurchschnittlich stark für Politik und für solche Entscheidungshilfen wie smartvote.

Hinsichtlich der erwarteten Implikationen für das Funktionieren der Demokratie, die im Rahmen dieser Studie erstmals vertieft untersucht wurden, kann festgehalten werden, dass die Wählenden, welche sich in ihrem Wahlentscheid stärker an smartvote orientieren, ansatzweise eine etwas andere Vorstellung von der Rolle der Gewählten im Parlament und damit auch andere Erwartungen an ihre Repräsentanten haben. Die Unterschiede, zumindest unter den hier erfassten Personen, sind allerdings nicht besonders ausgeprägt. Dies mag unter anderem auch damit zusammenhängen, dass smartvote und unsere Onlinebefra-

gung die traditionellen Wähler weniger anspricht. Es gibt auf jeden Fall Anzeichen dafür, dass das Delegiertenmodell unter den smartvote-Wählenden größere Sympathien hat. Nicht zutreffend ist jedoch die Vorstellung, dass ein von den Wahlversprechen abweichendes Abstimmungsverhalten im Parlament unmittelbar zu negativen Sanktionen führt. Nicht völlig ausgeschlossen werden kann jedoch die Vermutung, dass eine noch stärkere Verbreitung von smartvote und ein einfacheres Monitoring des Abstimmungsverhaltens der Parlamentarierinnen und Parlamentarier den Trend zum Issue-Wählen und damit verbunden zum Delegiertenmodell mit entsprechenden Sanktionen fördern würde. Nach wie vor dominiert aber das freie Mandat. Versöhnend kann festgehalten werden, dass smartvote trotz einem gewissen Potenzial zur Förderung von «delegate model» und «promissory representation» bis anhin keine klare Abkehr vom liberalen Modell der repräsentativen Demokratie gebracht hat.

Als ein direktes Produkt der neuen Informationstechnologien verleiht smartvote den Wahlen und dem Wählen neue Impulse. Die Website ermöglicht Parteien und Kandidierenden, ihre politischen Positionen umfassend zu präsentieren, und die Wählenden können diese Information besser verarbeiten und mit ihren Präferenzen abgleichen. VAAs – das zeigen Studien in verschiedensten Ländern – können das Interesse an der Politik und letztlich auch die Teilnahme an Wahlen fördern. Natürlich bieten solche neuen Instrumente auch Gefahren. Ein manipulativer Einsatz könnte den Ausgang von Wahlen verzerren und sie haben das Potenzial, den Akt des Wählens zu verändern. Eine staatliche Regulierung dieser Websites ist im Moment allerdings nicht angezeigt. Wünschenswert sind dagegen eine bessere Information darüber, wie solche Websites funktionieren und was sie leisten können und was nicht sowie eine kritische Auseinandersetzung mit ihren Implikationen und Folgen. Ähnlich wie bei anderen Informationsquellen (politische Werbung, Studien, Wahlprogrammen etc.) im Vorfeld von Wahlen ist es wichtig, dass die Benutzerinnen und Benutzer wissen, was dahintersteckt und wie damit umzugehen ist. Zielführend in dieser Hinsicht sind zum Beispiel die von Wissenschaft und Anbietern gemeinsam aufgestellten Mindestanforderungen an solche Websites, wie sie in der «Lausanne Declaration on Voting Advice Applications» festgehalten sind (siehe Kapitel 8). Verlangt wird hier unter anderem, dass sowohl bezüglich der Anbieter wie auch bezüglich der Funktionsweise der Websites Transparenz geschaffen wird und dass die Benutzer über die Bedeutung der präsentierten Ergebnisse und die abgegebenen Wahlempfehlungen informiert werden.