

Online-Wahlhilfe «smartvote»: Eine Idee verändert die Schweizer Politik

Anfänglich belächelt, hat sich die Online-Wahlhilfe zu einem wichtigen Instrument gemausert – für die Wählenden zur Meinungsbildung, für die Kandidierenden zur Positionierung.

Von Daniel Schwarz

Es gibt noch ein zweites, etwas bescheideneres Jubiläum, das im Jahr 2011 die Berner Politikwissenschaftsszene feiert: Vor genau zehn Jahren wurde die Idee der Online-Wahlhilfeplattform «smartvote» erstmals publik gemacht. Ein Artikel im Tages-Anzeiger vom 25. Juni 2001 von Professor Andreas Ladner, welcher damals am IPW der Universität Bern lehrte, bildete den Auftakt zu einer zweijährigen Entwicklungsphase, die vor den Eidgenössischen Wahlen 2003 zur Publikation der Webseite *www.smartvote.ch* führte. Während die Online-Wahlhilfe heute fast schon zum festen Inventar jeder grösseren Wahl auf kommunaler, kantonaler oder nationaler Stufe gehört – bei den Projektleitern gehen jeweils enttäuschte Reaktionen aus der Wählerschaft ein, wenn der Service für einmal nicht zur Verfügung steht –, überwog in der Anfangszeit die Skepsis in den Parteien, bei den Behördenvertretern und nicht zuletzt innerhalb der Politikwissenschaft: Ist die Wahlhilfe wirklich politisch neutral? Könnten vielleicht die Wahlen «verfälscht» werden? Sind die Daten tatsächlich brauchbar für die Forschung?

Vom Feierabendprojekt zur etablierten Wahlhilfe

Viele nahmen «smartvote» nicht wirklich ernst und taten es als blosser Mode-

erscheinung ab. Der damalige SVP-Parteipräsident bezeichnete «smartvote» in einem «20 Minuten»-Interview als «Mist». Von Beginn an hatte es die Wahlhilfe schwer, da sie nie ein offizielles Projekt der Universität Bern oder einer anderen Hochschule war. Auch verfügten die Projektmitarbeitenden lange Zeit über keine eigenen Büros. In bester schweizerischer Manier handelte es sich um ein im Milizsystem organisiertes, dezentral ausgeführtes Feierabendprojekt: Im Jahrhundertssommer 2003 klebten die Beteiligten abends zu Hause die Briefmarken auf die Couverts an die Kandidierenden.

Ab 2004, nach dem Erfolg bei den Eidgenössischen Wahlen 2003, wurde das Projekt in den neu gegründeten Trägerverein namens «Politools» überführt. Seit 2005 besteht zwischen Politools und dem Kompetenzzentrum für Public Management (KPM) der Universität Bern eine formelle Zusammenarbeit. Die Universität bietet teilweise Unterstützung bei der benötigten Infrastruktur, etwa beim Hosting und mit Büroplätzen. Den weitaus grössten Teil der Kosten – Personal, Soft- und Hardware-Anschaffungen oder Telefon- und Druckkosten – trägt der Verein nach wie vor selbst. Im Jahr 2008 wurde, im Hinblick auf den Aufbau eines Standbeins in der Romandie, eine ähnliche Kooperation

auch mit dem Institut de hautes études en administration publique (IDHEAP) der Universität Lausanne eingegangen, wobei «smartvote» aus Lausanne zusätzlich eine direkte finanzielle Unterstützung erhält. Wie sich die Lage nach 2012 präsentiert, ist zurzeit noch völlig offen.

Dienstleistung und Forschungsdaten

Das «smartvote»-Projekt war nie lukrativ, die finanzielle Zukunft stets unsicher. Das Projekt existiert nur dank jährlich Hunderten Stunden unentgeltlicher Arbeit der Vereinsmitglieder. Was von den Einnahmen, welche hauptsächlich von Medienpartnern, Parteien, Förderstiftungen und einzelnen privaten Spenden stammen, nach einer Wahl übrig bleibt, wird vollumfänglich in die inhaltliche und technische Weiterentwicklung der Wahlhilfe sowie in die Realisierung neuer Projektideen gesteckt. Im Aufbau befinden sich zurzeit eine Informationshilfe für Volksabstimmungen sowie das «smartmonitor»-Projekt, welches sich dem politischen Verhalten von Nationalrätinnen und Ständeräten widmet. Geld ist es nicht, was die «smartvote»-Betreiber lockt. Vielmehr ist es die ideale Verbindung von Allgemein- und Forschungsnutzen: Ein Projekt mit konkretem Nutzen für die politisch interessierte Bevölkerung und die poli-

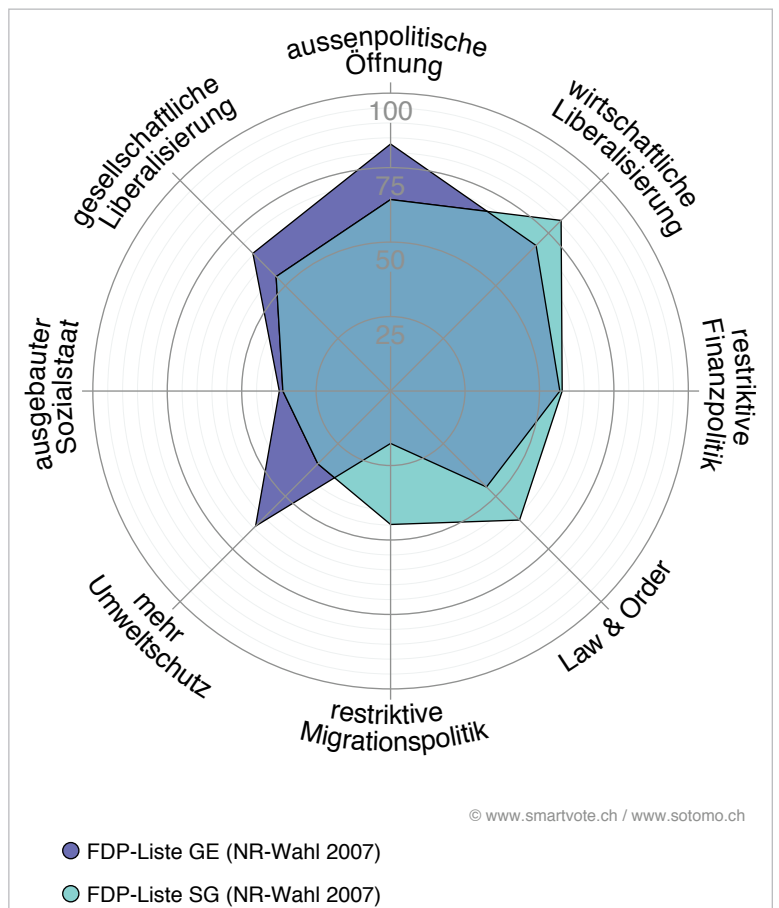


Abb. 1: Unterschiedliche «smartvote»-Profile der FDP in Genf und St. Gallen (Nationalratswahl 2007).

tische Bildung an Schulen, das gleichzeitig wertvolle Daten für die Wahl-, Parlaments- und Parteienforschung generiert. Denn aus politologischer Perspektive ist «smartvote» nichts anderes als eine periodische Befragung von Kandidierenden aller Parteien zu ihren politischen Positionen und Werthaltungen. Dies schafft neues Wissen und vermittelt ein ziemlich genaues Bild der Schweizer Parteienlandschaft und ihrer Veränderungen über die Zeit, fein aufgliedert bis auf die Ebene der Kantone und einzelnen Städte hinunter. Unterschiedliche Werthaltungen zwischen den Kantonal-sektionen ein und derselben Partei (siehe Abb. 1, FDP in GE und SG) oder nach Parteispaltungen (siehe Abb. 2, SVP und BDP) werden so auf einen Blick sichtbar.

Mehr als eine Internet-Spielerei

Hätte die Internet-Wahlhilfe nicht von Anfang an einem derart grossen Bedürfnis der Wahlberechtigten entsprochen, wären Medien, Kandidierende und Parteien kaum für eine Beteiligung zu gewinnen gewesen. Dies wird in der Tabelle (siehe Seite 22) exemplarisch für die Eidgenössischen Wahlen 2003/07 sowie die Berner Grossratswahlen 2006/10 dargestellt. Gemäss der repräsentativen Nachwahlbefragung «Selects 2007» haben vor vier Jahren rund 15 Prozent der tatsächlich Wählenden

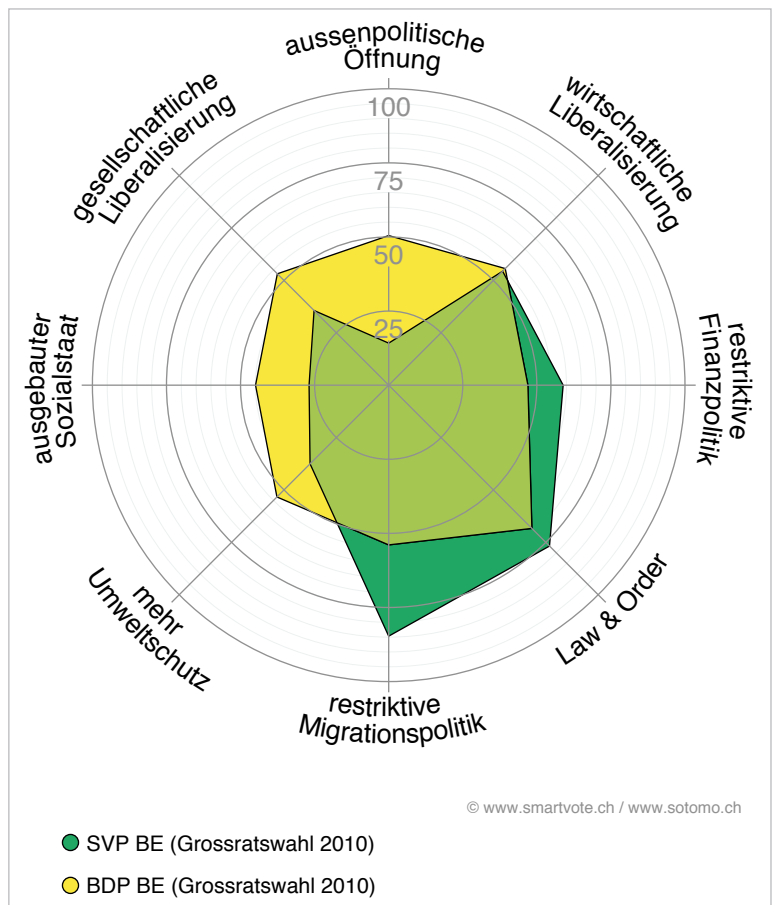


Abb. 2: Unterschiedliche «smartvote»-Profile von SVP und BDP (Grossratswahl Kanton Bern 2010).

	Nationalratswahl		Grossratswahl Kt. BE	
	2003	2007	2006	2010
Anzahl «smartvote»-Wahlempfehlungen	255 000	963 000	36 000	45 000
Registrierte Kandidierende	50 %	84 %	63 %	76 %

Zunahme der «smartvote»-Nutzung durch Wählerschaft und Kandidierende.

«smartvote» als Entscheidungshilfe benutzt. Die Teilnahme- und Nutzungszahlen werden in den kommenden Jahren nicht mehr derart anwachsen können; das öffentliche Interesse an Transparenz der politischen Positionen und das Bedürfnis nach einer Konkretisierung von Wahlprogrammen wird aber bestehen bleiben. Die beachtliche Nutzung und die Medienpräsenz der Online-Wahlhilfe haben die Parteiverantwortlichen zum Umdenken bewogen. Kaum einer betrachtet heutzutage «smartvote» als kurzlebige Internet-Spielerei. Das Bedürfnis in der Wählerschaft ist ausgewiesen. Und auch die Kandidierenden sehen die Plattform zunehmend als nützliches Tool zur eigenen Profilierung. So wurde etwa im Februar 2011 auf der Internet-Video-Website «YouTube» mit der Ähnlichkeit des «smartvote»-Profils der SP-Ständeratskandidatin Wyss zu demjenigen der ehemaligen Ständerätin Sommaruga geworben.

Die Nachteile der Spinnennetze

Doch es gibt auch Schattenseiten: Die Omnipräsenz der grafischen Visualisierungen, insbesondere die «smartspider»-Grafik zur Positionierung in acht Themenbereichen, hat ihre Nachteile. Die eigentliche Funktion der Plattform liegt in der Wahlhilfe, das heisst im direkten Vergleich der eigenen Antworten mit demjenigen aller teilnehmenden Kandidierenden. Die grafischen Auswertungen

waren zu Beginn lediglich als optische Attraktivitätssteigerung gedacht. Denn nicht alle Fragen finden jeweils Eingang in die Grafiken, und deren methodisch korrekte Interpretation ist weniger trivial, als es auf den ersten Blick scheint. Immer wieder wurden die Medien darauf hingewiesen, mehr Gewicht den Antworten auf die Einzelfragen beizumessen, anstatt zu stark auf Spinnennetzgrafiken und Positionskarten zu fokussieren. Darüber hinaus sollten Direktvergleiche grafischer Auswertungen aus unterschiedlichen Wahlen tunlichst vermieden werden, da der zugrunde liegende Fragebogen jeweils an die aktuelle Wahl angepasst wird. Leider ist heute festzustellen, dass selbst seriöse Medien kein allzu grosses Interesse an methodischer Korrektheit haben, wenn eine tolle Story winkt. Dies fällt am Ende auf die «smartvote»-Betreiber zurück und nährt ungerechtfertigte Zweifel an der Qualität des Instruments.

Je länger die Online-Wahlhilfe existiert, desto häufiger könnte es zu solch handgestrickten Vergleichen sowohl seitens der Medien als auch der Parteien und Kandidierenden kommen. Dies zu verhindern ist unter der Prämisse einer Plattform mit öffentlich zugänglicher Information beinahe aussichtslos. Inzwischen kommt es sogar vor, dass sich Kandidierende – oftmals über die Medien – beschwerten, weil ihr neues grafisches Profil nicht mehr exakt demjenigen von vor vier Jahren entspricht. So

geschehen im Vorfeld der diesjährigen Wahlen in den Berner Ständerat und die Zürcher Regierung. Doch die «smartvote»-Auswertung war nicht plötzlich «falsch» – genauso wenig, wie sie vier Jahre davor «richtig» war –, sondern die Kandidierenden hatten lediglich einen anderen, auf die vorliegende Wahl spezifisch angepassten Fragebogen ausgefüllt. Zudem soll es vorkommen, dass sich Politiker in Majorzwahlen mehrheitsfähiger präsentieren als bei Proporzwahlen.

Doch zurück zu den Anfängen der «smartvote»-Idee. Der eingangs erwähnte Zeitungsartikel stellte ein sehr treffendes allgemeines Kürzel für Wahlhilfe-Webseiten vor: CSI-Sites. Dies allerdings nicht in Anlehnung an die «Crime Scene Investigation»-Serien – soweit ist es in Schweizer Wahlkämpfen noch nicht gekommen – sondern als Abkürzung für den etwas sperrigen Ausdruck «Candidate Selection Inducer Sites». Dieser setzte sich nicht durch. Dafür spricht man heute nur noch von «smartvoting». Eine stärkere Anbindung von «smartvote» an die Universität Bern würde dafür sorgen, dass dies auch in Zukunft so bleibt.

Kontakt: Dr. Daniel Schwarz, Institut für Politikwissenschaft und Präsident des Vereins «Politools», daniel.schwarz@smartvote.ch