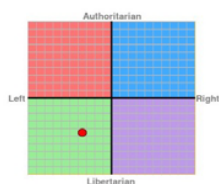


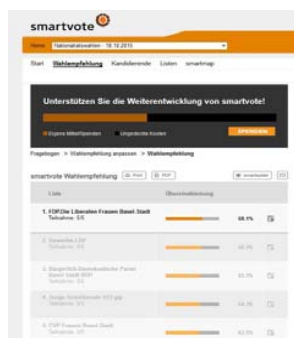
Landeszentrale für politische Bildung
 Baden-Württemberg
 - Außenstelle Freiburg -
 Dr. Michael Wehner/Thomas Waldvogel
 Bertoldstraße 55
 D-79098 Freiburg
 Fon: +49 761 20773-77
 Fax: +49 761 20773-99
 www.lpb.bwue.de
 www.lpb-freiburg.de
 Email: michael.wehner@lpb.bwl.de



Your Political Compass
 Economic Left/Right: -3.5
 Social Libertarian/Authoritarian: -4.56



Quelle: Screenshots



„Voting Advice Applications (VAA) haben seit ihrer Etablierung um die Jahrtausendwende einen internationalen Siegeszug erlebt. Allein der Wahl-O-Mat wurde seit seiner Einführung in Deutschland bei der Bundestagswahl 2002 etwa 47 Millionen (Stand Juli 2016) Mal genutzt. Der Beitrag diskutiert am Beispiel des Wahl-O-Mat zur Landtagswahl 2016 in Baden-Württemberg sowohl die Chancen als auch Problembereiche des erfolgreichsten Produktes der politischen Bildung. Trotz vielfältiger Herausforderungen versprechen VAAs die Informationskosten einer Wahlentscheidung zu senken und einer rationalen Urteilsbildung des (Wahl-)Bürgers den Weg zu bereiten. Millionen von Menschen bieten sie einen niedrighwelligen Zugang zu einem wichtigen Informationsangebot der politischen Bildung und gelten damit zurecht im Zeitalter der Online-Vergleichsportale als „Killerapplikation“ der politischen Bildung.“

So wie sich der Verbraucher zum Nutzer gewandelt hat, der weiterhin Preise vergleicht, aber dann auch das Image eines Unternehmens studiert, womöglich die Produktionsbedingungen kennen möchte und in jedem Punkt einen personalisierten Service erwartet – so schauen sich die Wähler nun auch die politische Performance an. ... Reduktion auf Funktionen, die mir wirklich etwas bringen. Überprüfbare Versprechen. Der Wähler erwartet keine Weltrettungspläne, keine Erlösungsgeschichten, die gültig sein sollten bis in die entferntesten Winkel des Sonnensystems, sondern Vorschläge und Ideen, die für ein zu wählendes Parlament in der ihm gegebenen Zeit realisierbar sind. (Minkmar 2016)

Easy Voting Tools in der politischen Bildung

Kaffee oder Tee. Vegan oder Vegetarisch. Adidas oder Nike. Apple oder Samsung. Auto oder Bahn. 20 000 Entscheidungen treffen wir täglich. Die Entscheidungsgesellschaft mit ihren schier unendlichen Optionen verlangt von uns mannigfache, oft zeitintensive Kauf- und Wahlentscheidungen und auch die Demokratie mit ihren vielfältigen Partizipationsmöglichkeiten setzt eine lebenslange rationale Urteilsbildung des sich (wahl-) entscheidenden Bürgers voraus. Seit 1998 in Holland und 2002 in der Bundesrepublik gibt es mit dem „StemWijzer“ und dem „Wahl-O-Mat“ eine Voting Advice Application (VAA) die verspricht, die Informationskosten einer Wahlentscheidung für die Bürgerinnen und Bürger zu senken. Der Siegeszug dieser Online-Tools, die sich durchaus in Anzahl der Thesen und Antwortmöglichkeiten, Gewichtung sowie Ergebnispräsentation unterscheiden, ist in erster Linie ein europäisches Phänomen, doch allmählich verbreiten sich diese Angebote der politischen Bildung nicht nur in Nordamerika, Australien, sondern z.B. auch in Nordafrika (<http://www.tunivote.net/>). Gemessen an den Nutzerzahlen sind vor allem smartvote aus der Schweiz und VoteMatch UK aus Großbritannien als sehr erfolgreiche VAAs zu erwähnen (vgl. <https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/wahl-o-mat/links/>).

Der Wahl-O-Mat und die Landtagswahl 2016 in Baden-Württemberg

Der Wahl-O-Mat ist das erfolgreichste Produkt der politischen Bildung seit ihrer institutionalisierten Gründung 1952 auf Bundes- und 1972 auf Landesebene in Baden-Württemberg. Wenn auch nicht unumstritten, ist der Wahl-O-Mat das, was die Informationen zur politischen Bildung im Printbereich darstellen: das mehr oder weniger einzige identifizierbare Marken- und Massenprodukt, das die Träger politischer Bildung im öffentlichen Auftrag kennen. Im Unterschied zu vielen anderen Angeboten der politischen Bildung (Publikationen, Seminare) ist die Nachfrage auf dem (Online-) Markt der Orientierungs- und Entscheidungshilfen sehr groß und muss nicht erst mit intensiven Werbemaßnahmen und Pressemitteilungen geweckt werden. Der Wahl-O-Mat hat in der Gruppe seiner hochgebildeten, politikinteressierten, jüngeren Kernzielgruppe Kultstatus. Er ist ein Aushängeschild, das den meisten Wahlberechtigten mittlerweile in der Republik

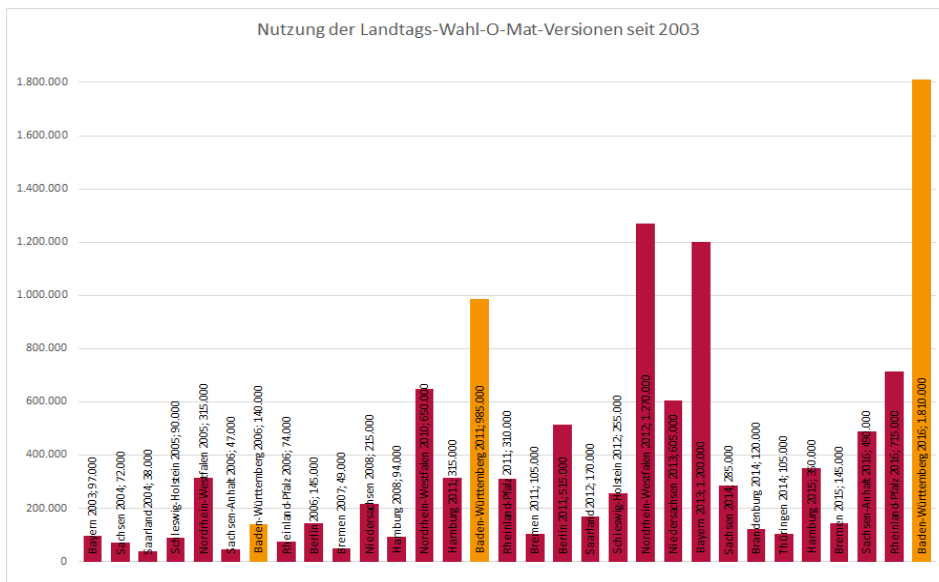
bekannt sein dürfte. Der Namen des Tools hat sogar Eingang in den Duden gefunden.
(<http://www.duden.de/suchen/dudenonline/Wahl-O-Mat>).

„Bislang bietet kein anderes Web-Tool einen ähnlich guten und ausgewogenen Überblick über die Positionen verschiedener Parteien zu den entscheidenden Themen eines Wahlkampfes.“ (Rothe 2012).

Eine relativ hohe Zahl von 38 Thesen gewährleistet eine ausreichende Unterscheidbarkeit der Parteien. Sie können vom User je nach subjektiver Bedeutsamkeit auch noch einmal stärker gewichtet werden. Die Tool-Thesen zur Wahl in Baden-Württemberg wurden von jugendlichen Redakteuren gemeinsam mit der LpB-Außenstelle Freiburg, der Bundeszentrale sowie mit Journalisten und Politikwissenschaftlern in einem mehrtägigen Workshop entwickelt. Die Parteien positionierten sich dann zu den Aussagen, autorisierten ihre Antworten und lieferten schließlich eine kurze inhaltliche Begründung für ihre Entscheidungen (vgl. Mikulic 2016 zum „making of“ des Wahl-O-Mat BW).

Seit der Einführung bei der Bundestagswahl 2002 wurde das Tool bisher etwa 47 Millionen (Stand Juli 2016) Mal genutzt. Den Einzelrekord erzielte der Wahl-O-Mat bei der Bundestagswahl 2013 mit 13,3 Mio. Nutzern. Lokale und nationale Medien fungieren als offizielle Kooperationspartner oder verlinken auf das Angebot. Mit wachsender Bekanntheit und Etablierung des Tools einerseits und offenen Wahlausgängen andererseits, verstärkt sich dann auch das Interesse einzelner Nutzerinnen und Nutzer, zumal wenn Leitmedien wie Spiegel online oder sueddeutsche.de als Partner auftreten oder gar ihre Berichterstattung dem Wahl-O-Mat widmen.

Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung

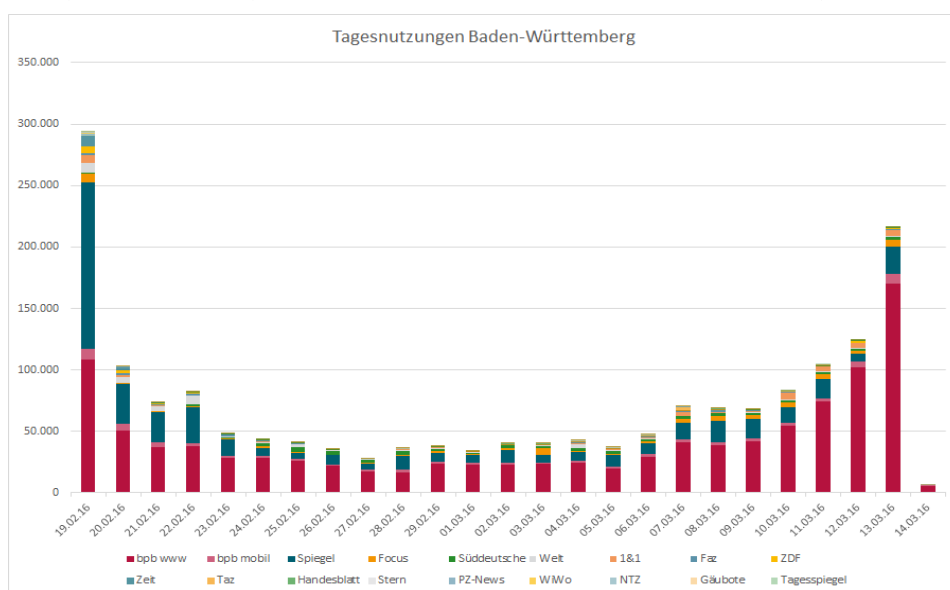


Laut Auswertungen der Bundeszentrale macht der Wahl-O-Mat 85 Prozent der Nutzer Spaß. Rund 40 Prozent der Wahl-O-Mat-Nutzerinnen und Nutzer sind jünger als 30 Jahre. Mehr als die Hälfte der Nutzer fühlt sich vom Wahl-O-Mat zu weiterer politischer Information motiviert. Zwei Drittel der Nutzer wollen über den Wahl-O-Mat mit Freunden, Kollegen oder der Familie sprechen. Über die Hälfte der Nutzer wird durch den Wahl-O-Mat motiviert, sich weiter über die Themen und Parteien zu informieren (Bundeszentrale für politische Bildung 2014).

Ungefähr fünf Prozent der Nutzer werden durch den Wahl-O-Mat motiviert zu wählen, obwohl sie das nicht geplant hatten. Die Generalsekretärin der CDU Baden-Württemberg, Kathrin Schütz, meinte dazu treffend; „Wenn fünf Prozent der Nutzer sagen, dass sie wählen gehen wollen, obwohl sie das nicht vorhatten, ist das Angebot sehr relevant.“ (Soboll 2016)

Von (Landtags-)Wahl zu (Landtags-)Wahl erfährt das Tool steigende „Umsatzzahlen“ und Rekordzusprüche. So auch bei den Landtagswahlen in Baden-Württemberg. Waren es im Jahr 2006 lediglich 140 000 Menschen, die den Wahl-O-Mat in Baden-Württemberg nutzten, konnte diese Zahl 2011 bereits versiebenfacht werden (985000). 2016 haben 1,81 Mio. Userinnen und User - und damit im Prinzip etwa jede vierte Wählerin oder jeder vierter Wähler - bei der letzten Landtagswahl in Baden-Württemberg den Wahlomat gemacht. Das ist

neuer Länderrekord, dem ganz sicher die 2016 noch einmal gestiegene Wahlbeteiligung (70,4%) zugutekam und der allerdings wohl nur bis zur Landtagswahl im Mai 2017 in Nordrhein-Westfalen Bestand haben wird. Innerhalb von zwei Wochen nach seiner Freischaltung hatte der Wahl-O-Mat in Baden-Württemberg bereits die Marke von einer Million Nutzern erreicht. Schon am ersten Tag, an dem er online ging, nutzten fast 300 000 Interessierte das Internetangebot. Den zweithäufigsten Tageszuspruch erfuhr der WOM dann am eigentlichen Wahltag mit deutlich mehr als 200 000 Userinnen und Usern (vgl. Grafik).



Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung

Dies unterstreicht auch die Verantwortung und Verpflichtung, die die Wahl-O-Mat-Macher mittlerweile gegenüber Wählerinnen und Wählern, aber auch Parteien gegenüber haben.

Als didaktisch-methodisches Werkzeug der politischen Bildung wurde der Wahl-O-Mat BW auch in der schulischen und außerschulischen Bildungsarbeit eingesetzt. Speziell entwickelte (Veranstaltungs-) Formate für den Unterricht in Kombination mit Elementen aus Rollen- und Planspielen bringen „Noch-Nicht“- und Erstwählern das Serviceangebot der Zentralen politischer Bildung in Schulen näher (z.B. Engel 2016). Mobile Teams der Landeszentrale für politische Bildung spielten den Wahl-O-Mat mit Interessierten auf Tablets in Supermärkten,

der Straßenbahn oder im Stadion beim Bundesligaspiel des SC Freiburg gegen den 1.FC Kaiserslautern (vgl. Frahm 2016).

Der Wahl-O-Mat: Wahlempfehlung für Populisten, Entmündigung von Jungwählern?

Seit einer Entscheidung des Verwaltungsgerichts München aus dem Jahr 2008 können alle Parteien am Wahl-O-Mat teilnehmen, die bei einer Wahl antreten. Diese Möglichkeit besteht auch für Parteien, die vom Verfassungsschutz als extremistisch eingestuft werden.

Durchschnittlich benötigen Userinnen und User etwa 10 Minuten, um sich durch die 38 Thesen des Wahlomats zu klicken und ihre politische Einstellung mit der von Parteien abzugleichen. Verleitet also der Wahl-O-Mat im schlimmsten Fall in nicht einmal 10 Minuten zu einer extremistischen Wahlentscheidung? Seit der Einführung des Tools wird darüber diskutiert, ob der Wahl-O-Mat politische Bewertungen verkürzt und die simplifizierten Thesen politische Einstellungen und Urteile verfälschen und damit vor allem Jungwählerinnen und Jungwähler zu populistischen oder extremistischen Wahlentscheidungen verführen.

Der Extremismus- oder Populismus-Bias ist nicht unbegründet. Michal (2012), einer der schärfsten Kritiker des Onlinetools, weist darauf hin, dass populistische und/oder extremistische Parteien ihre Wahlaussagen gezielt als Wunschkataloge anlegen und quasi mit Versprechen die User ködern, „also opportunistisch frisieren, dass sie Inhalte als taktisches Mittel einsetzen. Dass sie „Übereinstimmungen“ gezielt konstruieren. Das ist vermutlich der Grund, warum der Wahl-O-Mat – ganz egal, wie die Menschen antworten – ungewöhnlich häufig Splitterparteien auf die vorderen Plätze katapultiert.“

Ein Korrektiv für Produzenten wie Konsumenten bilden hierbei die Begründungen, in denen die Parteien ihre Positionierung zu den einzelnen Thesen näher ausführen. Auch im Controlling-Prozess während der Erstellung des Wahl-O-Mat zur Landtagswahl in Baden Württemberg 2016 mussten bei 8 der 20 berücksichtigten Parteien Widersprüche zwischen Positionierung und Thesenbegründung angemahnt werden, wenngleich sich hier kein systematischer Opportunismus beobachten ließ, sondern das Fehlverhalten einem zufälligen Muster zu folgen schien.

Auch von Nutzerseite kommen vereinzelt Rückmeldungen und Beschwerden zu vermeintlich irrtümlichen Übereinstimmungen mit entsprechenden Parteien. Die folgende Rückmeldung ist typisch für eine solche (Fehl-)Einschätzung:

„Nachdem meine Tochter berichtet hat, dass ihr Ergebnis und das eines Freundes nach dem Durchlaufen des Wahl-O-Mat zu einem krassen Ergebnis geführt hat (REP, AfD, NPD o.ä.), habe ich jetzt auch mal einen Test gemacht. Ich darf Ihnen sagen, dass wir alle Akademiker sind, uns die Umwelt aber auch eine freiheitlich soziale Gesellschaft mit einer sozialen Marktwirtschaft wichtig ist. Mir wurden die REP vorgeschlagen, gefolgt von den Piraten und auf dem 4. Platz NPD – ich bin entsetzt! Was für ein schlechtes Tool. Die gute Absicht ist bei einer solch schlechten Umsetzung gefährdet. Steuergelder verschwendet. Sie sollten das sofort aus dem Netz nehmen, wenn Ihnen an einer seriösen Unterstützung gelegen ist.“
(Mail an die Außenstelle Freiburg der Landeszentrale für politische Bildung vom 2. März 2016, 16:29 Uhr)

Auch der Vorwurf, dass neben populistischen Thesen auch unklare Formulierungen (z.B. keine Mietpreisbremse) und Thesen mit geringer politischer Bedeutung ein falsches Bild der Landespolitik zeichnen, ist ja durchaus zutreffend.

Wenn auch ausgeschlossen werden kann, dass der Wahl-O-Mat seine Nutzer zu Neonazis werden lässt, so wird weitaus häufiger der Vorwurf erhoben, der Computer nehme einem die Wahlentscheidung ab. Die Bundeszentrale verweist in all ihren Publikationen und Internetseiten darauf, dass das Wahl-O-Mat Ergebnis keine Wahlempfehlung sein soll.

Da der Wahl-O-Mat - allerdings im Unterschied zu neueren Tools wie dem „Wahlhelfer“ des Mannheimer Morgens - die Kandidatenfrage nicht berücksichtigt und angesichts abnehmender Parteidentifikation die Themenorientierung für die Wahlentscheidung bedeutsamer wird, könnte eben doch mancher User versucht sein, das automatisierte Verfahren des Thesen-Parteien-Programmabgleichs für bare Münze zu nehmen und der Versuchung zu erliegen, seine Wahlentscheidung vom Ausgang des Wahl-O-Mat-Ergebnisses abhängig zu machen. Die Argumentation Marschalls, dass der Wahl-O-Mat einen Effekt auf die Wahlbeteiligung habe, gilt durchaus auch für einen möglichen Einfluss des Wahl-O-Mat-Ergebnisses auf individuelle Wahlentscheidungen: „Der Wahl-O-Mat senkt für eine issue-orientierte Wahlentscheidung die "Kosten", sich sachorientiert mit Parteiprogrammen

auseinanderzusetzen und diese mit den eigenen Positionen abzugleichen: Zunächst erleichtert er die Informationsrecherche und bereitet Fragestellungen, die in Parteiprogrammen oder in der politischen Diskussion zu finden sind, in einer - so der Anspruch der Thesenentwicklung - verständlichen Art auf. Der Wahl-O-Mat nimmt schließlich auf der Grundlage der Antworten zu einer Reihe von Issues einen komfortablen, einfachen und daher für den User leicht nachvollziehbaren Vergleich zwischen den eigenen Positionen und den Programmen der Parteien vor. Senkt der Wahl-O-Mat die Informationskosten und gibt er Orientierung für die Wahlentscheidung, müsste er auch einen Effekt auf die Wahlbeteiligung haben. Die Bereitschaft, zur Wahl zu gehen, sollte folglich durch die Wahl-O-Mat-Nutzung erhöht werden.“ (Marschall 2011)

Andererseits ist kaum davon auszugehen, dass die vom Tool gelieferte Prozentzahl der individuellen Übereinstimmung mit den ausgewählten Programmthesen dazu führt, dass man sich die Wahlbeteiligung und Wahlentscheidung von den Servern der Bundes- und Landeszentrale abnehmen lässt, zumal 80% der Tool-Nutzer politisch interessiert sind und bereits eine ausgeprägte Parteiorientierung haben. Die prozentualen Unterschiede im Parteienvergleich sind zudem oft so gering, dass es mir für mein Wahlverhalten kaum weiterhilft zu wissen, dass meine Ergebnisse zu 77% mit Partei A und zu 72% mit Partei B übereinstimmen.

Wenn aber „Wahlprogramme so unverständlich wie eine Doktorarbeit“ (Brettschneider et al 2016) sind, bietet der Wahl-O-Mat die Möglichkeit einer verständlichen Leseprobe. Neben den Übereinstimmungswerten bieten hierbei vor allem die häufig wenig beachteten Thesenbegründungen der Parteien einen Einblick in deren Programmatik und Argumentationsweise. Diese mosaikhaften Einblicke in parteipolitische Weltbilder sinnhaft zusammenzufügen, mit der eigenen Weltanschauung zu vergleichen, Kon- und Dissonanzen zu identifizieren, kann und will der Wahl-O-Mat nicht leisten. Dies obliegt dem User, sofern er als Politikkonsument einen weiteren DemokratiehORIZONT entwickeln möchte, als es der Wirkmechanismus von (Informations-)Kosten, (Politik-)Angebot und (Wähler-)Nachfrage postuliert.

Der Wahlomat verschafft exemplarisch, aber eben nur exemplarisch, eine vergleichende Übersicht durch die Programmschungel der einzelnen Parteien. Dabei ist zu bedenken, dass der Natur des Wahl-O-Mat eine Tendenz innewohnt, Unterschiede zwischen den Parteien „überzubetonen“. Bewusst werden im Redaktionsprozess zwischen den Parteien

diskriminierende Thesen bevorzugt, um dem Nutzer eine auf den 38 Thesen basierende Unterscheidbarkeit zu gewährleisten. Eine bei 20 berücksichtigten Parteien im Wahl-O-Mat zur Landtagswahl in Baden Württemberg nicht zu unterschätzende Herausforderung, die zu einer Verzerrung zwischen einzelnen Parteienpaaren führen kann.

Es gilt also nach wie vor, den Computer aus- und den Verstand einzuschalten, denn die individuelle Wahlentscheidung ist mehr als ein einfacher Algorithmus. Letzterer spielt in den VAAs eine zentrale Rolle: Dasselbe Eingabeverhalten kann je nach gewählter Berechnungsmethode zu sehr unterschiedlichen Ergebnissen führen (Louwerse/Rosema 2014). Das Design einer Voting Advice Application hat also nicht nur bei der Thesenauswahl (Walgavre et al 2009), sondern auch bei der Auswertung einen nicht zu vernachlässigenden Effekt auf den „Match“ zwischen Wähler und Partei (Gemenis 2013). Und auch eine begründete Interpretation des Ergebnisses, ob als Spinnennetz, Prozentangabe, eindimensionale rechts-links-Skala oder mehrdimensionaler Politikraum stellt hohe Anforderungen an den Nutzer.

Es zeigt sich: Die Nutzung des Wahl-O-Mat ist voraussetzungsvoll. Für eine adäquate Nutzung sollte der User über eine ausgeprägte Analyse-, Entscheidungs- und Urteilskompetenz verfügen, denn der Wahl-O-Mat ist durchaus komplexer als es auf den ersten Blick scheint. Es ist eine zentrale Aufgabe der politischen Bildung die Nutzung von VAAs mit unterschiedlichen Angeboten intensiv zu begleiten.

Alles in allem liefert der Wahl-O-Mat ein sehr zuverlässiges Ergebnis der programmatischen Nähe bzw. Übereinstimmung eines Nutzers zu einer bestimmten Partei. Darüber hinaus ermöglicht das Tool es auch, Ähnlichkeiten und Unterschiede sämtlicher im Wahl-O-Mat vertretenen Parteien zu berechnen und die gängige Stammtischparole „Die sind doch alle gleich“ zu entkräften (vgl. Wagschal 2014). Die bundesdeutsche Parteienlandschaft ist alles andere als alternativlos.

Auch wenn in Teilen von CDU und SPD immer noch Bedenken gegenüber dem Tool bestehen und befürchtet wird, dass vor allem radikale und populistische Parteien von einfachen Thesen profitieren und Zustimmung erfahren (wie z.B. die Abschiebung von Asylbewerbern, Wohngeld nur für Deutsche, Ausbildungsplatzgarantie oder (Grund)-

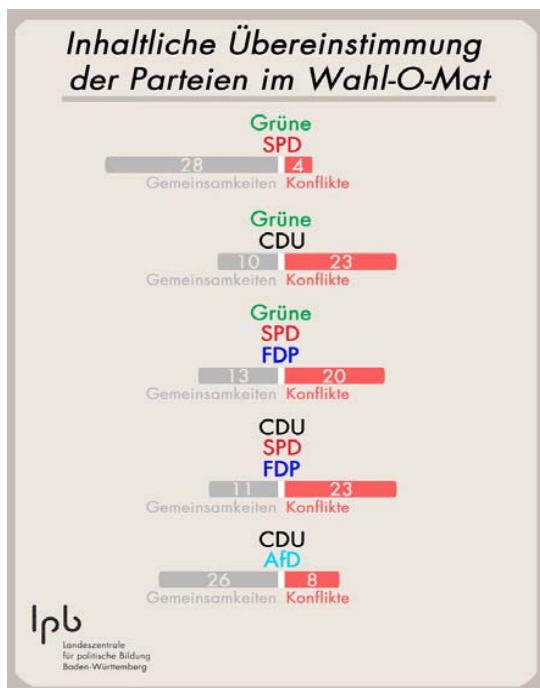
Steuersenkung), hat allein die millionenfache Nutzungszahl zu einer erhöhten Akzeptanz bei den politischen Entscheidungsträgern geführt.

Bedauerlicherweise wird es aber 2016 wie bereits schon 2011 in Mecklenburg-Vorpommern keinen Wahl-O-Mat geben (vgl. Korfmacher 2016), während in Hessen die Parteien ihre Verweigerungshaltung aufgegeben haben und zur Wahl 2018 das Tool mit Thesen, Antworten und Begründungen bespielen werden.

Dabei ist der Wahl-O-Mat aber auch das hilfreiche Tool für die immer größer werdende Zahl volatiler Spät- und Wechselwähler. Laut Infratest dimap erfolgte die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 2013 bei 15% der Befragten am Wahlsonntag, bei 17% in den letzten Tagen und bei 20% in den letzten Wochen (<http://wahl.tagesschau.de/wahlen/2013-09-22-BT-DE/umfrage-mobilisierung.shtml>). Dies korrespondiert durchaus auch mit den Nutzungszahlen des Wahl-O-Mat, denn am eigentlichen Wahltag, dem 13.03.2016, erfolgten über 10% aller Zugriffe.

Mittlerweile erfüllt der Wahl-O-Mat noch ganz andere Funktionen und wird von Politikern, Politologen und Journalisten als Analysetool zur Abgleichung inhaltlicher Präferenzen, Schnittmengen und Übereinstimmungen von einzelnen Parteien genutzt. Die Thesen aus den jeweiligen Parteiprogrammen ermöglichen sogar auch eine Synopse möglicher Koalitionsoptionen und Überschneidungen.

So wird aus dem Wahl-O-Mat ein Koal-O-Mat, der allerdings auch schnell zeigt, dass politikwissenschaftliche Theorie und politische Wirklichkeit weit auseinanderklaffen. Die Grafik in der Anlage zeigt z.B. deutlich, wie groß die Übereinstimmungen von CDU und AfD sind, wenn man ausschließlich die Wahl-O-Mat Thesen als Grundlage für die inhaltlichen Schnittmengen von Parteien nimmt, auch wenn eine solche Koalitionsmöglichkeit derzeit alles andere als realpolitisch sinnvoll erscheint. Auch bei den neuen grün-schwarzen Koalitionären in Baden-Württemberg zeigte sich gerade einmal bei 10 von 38 Wahl-O-Mat Thesen eine Übereinstimmung (26%). Beide Parteien wiesen z.B. bei Themen wie der Residenzpflicht für Asylbewerber oder der Mietpreisbremse hohe Unvereinbarkeiten auf und fanden dennoch zu ihrer „Vernunftthe“ (vgl. Stecker/Däubler 2016).



Quelle: Landeszentrale für politische

Bildung Baden-Württemberg, Außenstelle Freiburg

Fazit: der Wahl-O-Mat als politisches Vergleichsportal

Voting Advice Applications sind nicht der Königsweg zur Festlegung der eigenen Wahlentscheidung des urteilsfähigen Bürgers. Die spezifischen Interessen der Macher (welche Organisation ist Anbieter der VAA, wie kommt die Auswahl der Fragen bzw. Thesen zustande und wer entscheidet schlussendlich darüber?) und der „Politikanbieter“ (z.B. sind die Antworten der Parteien programmatische Wahrheit oder Werbung?) sollten von den Nutzerinnen und Nutzern immer kritisch hinterfragt werden. Nicht alle Anbieter von VAAs machen schließlich ihre Auswertungsalgorithmen öffentlich. Die in „objektiven Zahlen“ angebotenen „mathematischen Ergebnisse“ dürfen nicht zu einer unreflektierten Übernahme der „Resultate“ führen und in Konsequenz dazu verleiten, andere Informationsquellen zu vernachlässigen.

Der Wahl-O-Mat und seine jeweiligen nationalen Ausprägungen in anderen Ländern bieten allerdings Millionen von Menschen einen niedrigschwiligen Zugang zu einem wichtigen

Informationsangebot der politischen Bildung. Insofern ist es nicht übertrieben, VAAs als „Killerapplikation“ der politischen Bildung zu bezeichnen.

Parteiprogramme sind sicherlich keine Produkte im eigentlichen Sinne, die mit ein paar Mausklicks ge- und verkauft werden. Es geht um Demokratie, Teilhabe und die Urteilsfähigkeit von Bürgerinnen und Bürgern, die für ein Gemeinwesen wichtiger sind als jede Kaufentscheidung.

Im Zeitalter des Online Shoppings greifen allerdings immer mehr Menschen zu digitalen Vergleichs- und Preisportalen, um (mitunter von Anbietern oder „gekauften“ Produktbewertern gefakte) Orientierungshilfen für ihre (Konsum-) Entscheidungen zu erhalten. Diese Informationen sind leicht zu finden und zu bedienen, liefern interessante Bewertungen, erlauben Vergleichsmöglichkeiten und sparen Zeit. Aus einem Markt an Anbietern mit unterschiedlichen Angeboten bietet mir das Polit-Portal die übersichtliche Möglichkeit, das für mich passende auszuwählen. Die Benutzung des Wahl-O-Mat ist eine rationale und zweckorientierte Verhaltensweise von partizipationswilligen Bürgerinnen und Bürgern. Weder ihre Kauf- noch Wahlentscheidung kann ihnen aber von der Webseite www.guenstiger.de, www.ideal.de oder eben www.wahlomat.de abgenommen werden. Um im akzelerativen Diktum der Zeit zu formulieren: Der Wahl-O-Mat ist das Fast-Food-Produkt für den schnellen Demokratie-Konsumenten, sozusagen der jederzeit verfügbare schnellgastronomische Premium-Politburger. Ein politisches Massen-Grundnahrungsmittel, das manche satt macht, ohne ihre Informations- und Lernkosten zu hoch werden zu lassen und bei anderen erst den Appetit auf eine ausführliche und diskursive politische Bildung a la carte weckt.

Vor allem die „Generation Wahl-O-Mat“ trifft ihre Entscheidungen „pragmatischer, themenspezifischer und situationsabhängiger als die noch stärker weltanschaulich gebundenen Älteren. „Wahl-O-Mat statt Weltanschauung“ – so navigiert sich die jüngere Generation heute eher gegenwartsorientiert durch die Angebotsvielfalt der Politik.... Politische Meinungsbildung, Orientierung und Entscheidungen erfolgen eher kurzfristig und werden stärker geprägt von momentanen Eindrücken und tagesaktuellen Diskussionen im Netz, in Fernsehduellen, Talkshows und anderen Angeboten der Komplexitätsreduzierung. Relativ kurz vor der Wahl werden die „Angebote“ der Parteien gescannt und man wählt als „Nachfrager“ dann pragmatisch das, was in der Gesamtschau den eigenen Bedürfnissen am

weitesten entgegenkommt – eine Art „Supermarktmentalität“ dominiert die politische Meinungsbildung vieler junger Menschen in der Generation Wahl-O-Mat.“
(Vehrkamp 2014, 16f.)

Der Wahl-O-Mat steigert das politische Interesse (meist von bereits Interessierten), regt zur Diskussion und Beteiligung an. Seine Begleitmedien (z.B. Unterrichtsmaterialien) und Begleitformate (z.B. Wahl-O-Mat on tour) werden zahlreich genutzt. Er zeigt die Unterschiede zwischen den Parteien; zumindest bei den (oft zugespitzten) sogenannten Wahlprogrammen, die mitunter besonders in Zeiten schwieriger Regierungsbildungen selten 1:1 in Koalitionsverträge überführt werden können.

Emotionalisierung, Personalisierung, Skandalisierung und Dramatisierung erleben die Bürgerinnen und Bürger im Wahlkampf zuhauf. Der größte Vorteil des Wahl-O-Mat liegt vermutlich darin, dass er eine einfache und schnelle Grundlage liefert, sich mit Sachfragen und Inhalten von Wahlprogrammen auseinanderzusetzen. Der Wahl-O-Mat ist kein politischer „Toyboy“ oder ein einfaches Online-Spiel wie es die Bundeszentrale - wohl in absichtlicher Relativierung der hohen politischen Relevanz - selbst so etikettiert, sondern ein bedeutsames rationales und zweckorientiertes Informations- und Orientierungstool, das bei der Durchführung auch noch Spaß macht und Lernfreude bereitet.

Die weltweite Verbreitung der Voting Advice Applications und die rasant wachsenden Zugriffszahlen zeigen, dass hier ein niedrighschwelliges Angebot der politischen Bildung es geschafft hat, eine millionenfache Nachfrage zu generieren. Diese Erfolgsgeschichte gilt es trotz berechtigter Einwände zu nutzen. In der Schweiz, Finnland und den Niederlanden benutzen bereits bis zu 40% des Elektorats eine VAA bevor sie ihr Stimmrecht ausüben. Die hohe Akzeptanz und Relevanz sind ein Beleg dafür, dass auf dieses Angebot nicht mehr verzichtet werden sollte. Auch nicht in Mecklenburg-Vorpommern.

Literatur

Brettschneider, Frank/Thomas, Claudia/Haseloff, Anikar/ Haug, Oliver:
Wahlprogramm-Check 2016 - Die Wahlprogramme zu den Landtagswahlen 2016 in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt im Vergleichstest, März 2016,
https://www.uni-hohenheim.de/uploads/media/Wahlprogramm-Check_BW_SA_RLP_2016.pdf
Bundeszentrale für politische Bildung: Die Wirkung des Wahl-O-Mat, vom 22.1.2014

Engel, Christian: Alter, wer lagert bei uns Atommüll? Vom 08.03.2016,
<http://www.badische-zeitung.de/loerrach/alter-wer-lagert-bei-uns-atommuell--119311625.html>

Frahm, Daniela: Wahl-O-Mat Aktion beim Heimspiel soll bei SC-Fans Lust aufs Wählen machen vom 29.02.2016, <http://www.badische-zeitung.de/freiburg/wahl-o-mat-aktion-beim-heimspiel-soll-bei-sc-fans-lust-aufs-waehlen-machen--118901221.html>

Garzia, Diego/Marschall, Stefan: Voting Advice Applications Under Review: The State of Research, in: International Journal of Electronic Governance (IJEG) 3/4, Special Issue: Voting Advice Applications and the State of the Art: Theory, Practice and Comparative, 2012

Garzia, Diego/Marschall, Stefan (Hrsg.): Matching Voters with Parties and Candidates. Voting Advice Applications in a Comparative Perspective, Colchester/UK: ECPR Press, 2014

Gemenis, Kosta: Estimating parties' policy positions through voting advice applications: Some methodological considerations in: Acta Politica, 48 (3), 268 – 295, 2013.

Korfmacher, Carsten: CDU und SPD verhindern Wahl-O-Mat in MV vom 28.05.2016,
<http://www.nordkurier.de/mecklenburg-vorpommern/angst-vor-dem-buerger-wieder-kein-wahl-o-mat-in-mv-2622827505.html>

Louwerse, Tom/Rosema, Martin: The design effects of voting advice applications: Comparing methods of calculating matches, in: Acta Politica, 49 (3), 286 – 312, 2014.

Marschall Stefan: Wahlen, Wähler, Wahl-O-Mat vom 24.01.2011,
<http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/45378/wahlen-waehler-wahl-o-mat?p=all#footnodeid13-13>

Marschall, Stefan: Profiling Users, in: Garzia, Diego/Marschall, Stefan (Hrsg.): Matching Voters with Parties and Candidates. Voting Advice Applications in a Comparative Perspective, Colchester/UK: ECPR Press, S. 93-104. 2014

Marschall, Stefan/Israel, Jonas: Toy or Tool? Der Wahl-O-Mat als hybrides Angebot der politischen Bildung, in: Gesellschaft Wirtschaft Politik 63(3), S. 365-378, 2014

Minkmar, Nils: Endlich mal was los, in: Der Spiegel 12/2016, 136f., Hamburg 2016

Mikulcic Marja: Danach noch das eigene Hirn einschalten, in: Schwarzwälder Bote vom 07.03.2016)

Rothe, Julie/Michal, Wolfgang: Der Wahl-O-Mat: Digitale Hilfe bei der Wahlentscheidung?, vom 30.03.2012, <http://politik-digital.de/netzstandpunkte/der-wahl-o-mat-digitale-hilfe-bei-der-wahlentscheidung-46346/>

Soboll, Dorothea: Der Wahl-O-Mat für Baden-Württemberg ist online, <http://www.badische-zeitung.de/suedwest-1/der-wahl-o-mat-fuer-baden-wuerttemberg-ist-online--118358704.html> vom 19.02.2016,

Stecker, Christian/Däubler, Thomas: Koal-O-Mat: Ein Vergleich der programmatischen Schnittmengen möglicher Koalitionen nach den Landtagswahlen in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt, vom 15.03.2016,
<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2016-03/regierungsbildung-landtagswahlen-koalition-wahl-o-mat/komplettansicht>

Varadinová, Kamila: The use of Voting Advice Applications is on the rise, but their ability to shift votes and shape views is still unclear vom 30/09/2014,
<http://www.democraticaudit.com/?p=8317>

Vehrkamp Robert, et al.: Generation Wahl-O-Mat. Fünf Befunde zur Zukunftsfähigkeit der Demokratie im demographischen Wandel, Gütersloh 2014

Wagschal Uwe: Alle gleich? Programmatische Unterschiede der Parteien in der Analyse, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Heft 4, S. 782-801, 2014

Walgrave, Stefaan/Nuytemans, Michiel/Pepermans, Koen: Voting aid applications and the effects of statement selection, in: West European Politics; 32(6), 1161 – 1180, 2009.

Feldfunktion geändert

Autor

Dr. Michael Wehner ist Leiter der Außenstelle Freiburg der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg und Lehrbeauftragter am Seminar für wissenschaftliche Politik der Universität Freiburg. Er studierte in Freiburg Politikwissenschaft und Geschichte und promovierte über die Auswirkungen des veränderten Medien- und Kommunikationsverhaltens auf die politische Bildung und die Ansprache der Bürgerinnen und Bürgern. Er ist Herausgeber des Buches „Der historische Machtwechsel: Grün-Rot in Baden-Württemberg“, Baden-Baden 2013.