

«Die Wählerinnen und Wähler lassen sich

MONTAGSINTERVIEW Der Berner Politikwissenschaftler Markus Freitag sagt, Politiker würden uns künftig vermehrt persönlich analysieren und passgenau ansprechen. Er glaubt aber nicht, dass wir dadurch manipulierbar werden.

Herr Freitag, wie stark beeinflusst unsere Persönlichkeit, wie wir abstimmen und wählen?

Markus Freitag: Der Einfluss der Persönlichkeit ist ähnlich stark wie derjenige anderer Faktoren wie Geschlecht, Wohnort, Alter, Bildungsstand und soziale Umwelt. Bisher berücksichtigte die Forschung den Charakter der Bürgerinnen und Bürger aber kaum.

Warum ist der Charakter so wichtig, dass Sie das Buch «Die Psyche des Politischen» schreiben wollten?

Wir leben in Zeiten einer zunehmenden Emotionalisierung der Politik und einer nachlassenden Prägung durch soziale Milieus. Die Individualisierung auf der Wählerseite wird von einer Personalisierung auf der Kandidierendenseite begleitet. Köpfe werden zunehmend wichtiger, die Bedeutung der Inhalte nimmt ab.

Was sind die grössten Erkenntnisse aus Ihrer Studie, bei der die Profile von 14 000 Schweizern ausgewertet wurden?

Die wichtigste Erkenntnis ist, dass es tatsächlich einen Zusammenhang gibt zwischen den politischen Einstellungen und Verhaltensweisen der Befragten und der Selbsteinschätzung ihrer Persönlichkeit. Wir haben dazu das sogenannte Ocean-Modell angewandt. Demnach gibt es fünf Hauptdimensionen der Persönlichkeit: Offenheit für neue Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, also Geselligkeit, Verträglichkeit, das heisst Kompromiss- und Hilfsbereitschaft, und Neurotizismus, sprich: emotionale Instabilität.

Gab es Überraschungen?

Eine Überraschung war beispielsweise, dass sich gewissenhafte Schweizer klar gegen eine Erhöhung des Rentenalters aussprechen. Da sich nahezu die Hälfte der Befragten diesen Charakterzug zuschreibt, wird es für eine solche Vorlage schwierig an der Urne. Es ist auch überraschend, dass sich die Deutschschweizer selber als extrovertierter einschätzen als die Tessiner.

Woran liegt das?

Unser Bild in der Schweiz des extrovertiert-lebenslustigen Italiener ist geprägt durch die Migration der 1960er/1970er-Jahre. Damals kamen aber vor allem Südtaliener. Vielleicht kann die Zurückhaltung der Tessiner auf ihren jahrhundertelangen Untertanen- und Minderheitenstatus zurückgeführt werden. Dazu ist das Tessin mit vielen kleinen Gemeinden stark ländlich-alpin geprägt.

Was kann man mit Ihren Erkenntnissen nun anfangen?

Wir können zeigen, wo es die Schweizerinnen und Schweizer aufgrund ihrer Charaktereigenschaften politisch hinzieht. Das mag für Parteien mitunter wichtig sein. Wer sich beispielsweise als besonders offen oder verträglich wahrnimmt, der tendiert nach links. Wer sich als extrovertiert oder als gewissenhaft betrachtet, fühlt sich eher auf der rechten Seite des politischen Spektrums zu Hause. Mit Blick auf Inhalte heisst das beispielsweise: Gewissenhafte und Extrovertierte sind eher gegen einen EU-Beitritt und für eine Begrenzung der Zuwanderung. Bei den Offenen und Verträglichen verhält es sich andersrum. Emotional instabile Menschen neigen im Übrigen zur SP und zur CVP.

Warum?

Weil Ängstliche wohl annehmen, dass Ihnen diese Parteien mit ihren Programmen vor unsicheren Entwicklungen eher Schutz bieten. Sei es durch die Betonung eines starken Wohlfahrtsstaats, durch die Gedanken der christlichen Soziallehre oder die Bedeutung der Familien.

Man glaubt doch, dass vor allem die Wähler der SVP Angst haben. Zum Beispiel davor, durch die Konkurrenz von Flüchtlingen den Job zu verlieren.

Besorgte und ängstliche Menschen sprechen sich nach unseren Auswertungen eher für eine Willkommenskultur aus. Das wirtschaftsliberale Credo von FDP und SVP auf den Fundamen-

«Es ist stark anzunehmen, dass politisches Microtargeting bereits im nächsten Wahlkampf 2019 eine Rolle spielen wird.»



Markus Freitag hat untersucht, wie Charakter und politische Einstellung zusammenhängen.

nicht so leicht manipulieren»

ten der Eigenverantwortung und Selbstständigkeit schreckt verunsicherte und ängstliche Menschen wohl tendenziell ab.

Gibt es einen Persönlichkeitstyp, der politisch besonders aktiv ist? Verträglichkeit und auch Neurotizismus sind einer politischen Beteiligung eher hinderlich. Menschen mit diesen Charakterzügen gehen Konflikten gern aus dem Weg und scheuen den Wettbewerb programmatischer Ideen. Die Offenen und Extrovertierten diskutieren hingegen besonders gern über Politik und sind politisch aktiv, egal, ob auf der Strasse, online oder an der Urne. Die Gewissenhaften wiederum wägen sorgsam ab, ob sie sich engagieren. Sie beteiligen sich eher an Abstimmungen als an Wahlen und meiden Proteste.

Stellen Sie die detaillierten Daten, die Sie erhoben haben, den Parteien zur Verfügung? Alle Erkenntnisse sind im Buch niedergeschrieben, und selbstverständlich wird niemand von der Lektüre ausgeschlossen. Die Daten der herangezogenen Schweizer Wahlstudie sind ebenfalls öffentlich zugänglich. Das sind aber selbstverständlich anonymisierte Daten, mit denen keinerlei Rückschlüsse möglich sind, wer befragt wurde und wer wie geantwortet hat.

Ende 2016 sorgte ein Artikel im «Magazin» des «Tages-Anzeigers» für Furore. Eine Firma namens Cambridge Analytica behauptete, sie habe mithilfe von Persönlichkeitsanalysen für die Wahl von US-Präsident Trump gesorgt. Was halten Sie davon? Der damalige Artikel sprach von einer Bombe. Er spielte auf die Möglichkeit an, dass man die Persönlichkeit der Wähler genau vermessen und diese dann zielgerichtet und themenspezifisch ansprechen kann. Schon bei der Wahl von Barack Obama 2008 gab es Anstrengungen dieses sogenannten politischen Microtargeting. Es gibt in meinen Augen aber bis heute keine stichfesten Belege dafür, dass derartige Vorgehensweisen Donald Trump zur Wahl verholfen haben. Wenn Sie so wollen: Ich habe mich jetzt an die Bombe herangetraut, um sie besser ergründen zu können.

«Ich habe mich jetzt an die Bombe herangetraut, um sie besser ergründen zu können.»



Nicht zuletzt, weil wir in der Schweiz mehr Informationen über diese Zusammenhänge benötigen.

Kann man Wähler mit passgenauer Ansprache manipulieren?

MARKUS FREITAG IM GESPRÄCH

Der Professor empfängt in seinem Büro am Berner **Institut für Politikwissenschaft**. Ganz in Schwarz gekleidet, wirkt Markus Freitag eher **wie ein hipper Werber**. Der 48-Jährige hat auf jeden Fall ein Gespür für brennende Themen: Gerade ist sein Buch «Die Psyche des Politischen» beim Verlag NZZ Libro erschienen. Dafür hat er zusammen mit seinem Team 14 000 Interviews mit Schweizerinnen und Schweizern ausgewertet. Er konnte bestimmten Persönlichkeitsprofilen bestimmte politi-



«Meine Gewissenhaftigkeit zieht mich in die konservative Ecke, aber durch meine Offenheit gefallen mir auch linke Positionen.»

Die Kenntnis über Persönlichkeitsmerkmale kann dazu verhelfen, passgenaue Botschaften zu versenden. Dasselbe passiert bei der Vermarktung von Produkten schon heute. Die andere Frage ist

sche Einstellungen und Verhaltensweisen zuordnen. **In der Schweiz hat dies so noch kein Wissenschaftler gemacht.**

Die Erkenntnisse im Buch sind naheliegend. In Zeiten, da sich viele davor fürchten, dass Daten über sie gesammelt werden und sie dadurch manipulierbar werden könnten, **trifft Freitag aber dennoch einen Nerv**. Das zeigen die vielen Medienanfragen, die er erhalten hat.

Der Wissenschaftler forscht vor allem zu den **politischen sowie sozialen Einstellungen und**

aber, ob diese Botschaften die Betroffenen auch mobilisieren. Das steht auf einem anderen Blatt. Gewissenhafte, aber auch Verträglichkeits- und Neurotische, die der Politik eher skeptisch gegen-

Verhaltensweisen in der Schweiz. Zudem hat er sich in mehreren Arbeiten mit dem Konzept des **sozialen Kapitals** beschäftigt. In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft, dem Migros-Kulturprozent und dem Bundesamt für Statistik leitet er die wissenschaftliche Dauerbeobachtung des freiwilligen Engagements in der Schweiz, den **Freiwilligen-Monitor Schweiz**.

Markus Freitag ist verheiratet, hat zwei Kinder und lebt in Zürich. *mjc*

überstehen, sind schwer zum politischen Handeln zu überreden. Dazu kommt, dass die Persönlichkeit vielschichtig ist. Die meisten von uns haben nicht nur einen dominanten Charakterzug, sondern verschiedene, die zusammenspielen. Jemand kann beispielsweise gewissenhaft und gleichzeitig verträglich sein. Welche Botschaft schicke ich dann, eine linke oder eine rechte?

Manipulation ist also zu komplex, um möglich zu sein?

Nicht nur das. Es gibt noch andere Elemente, die ihr im Weg stehen. So ist die Persönlichkeit nur ein Einflussfaktor. Es gibt auch unvorhergesehene äussere Umstände. Denken Sie beispielsweise an den Fukushima-Effekt. Der trug vielleicht dazu bei, dass Leute ihre ursprünglich angedachte Wahlentscheidung kurzfristig änderten. Das kann manipulativen Beeinflussungsversuchen ebenfalls einen Riegel vorschieben. Denselben Effekt haben eine gewisse Rationalität bei den Wählern sowie rechtliche Regulierungen. So wurde etwa im Vorfeld der französischen Wahlen verboten, die Datenbanken sozialer Medien zu Wahlkampfzwecken zu nutzen. Der Grund dafür waren datenschutzrechtliche Bedenken.

Würden Sie einer Partei helfen, die ihre Wähler durch Persönlichkeitsanalysen gezielter ansprechen möchte?

Ich sehe mich als Wissenschaftler in einer überparteilich aufklärenden und informierenden Rolle und weniger als beratender Parteistrategie oder Wahlkampfmanager.

Die Firma Cambridge Analytica sagt, sie habe den Charakter der Wähler anhand von Likes auf Facebook analysiert. Geht das?

Es gibt in der Tat wissenschaftliche Studien, die aufzeigen, dass die Auswertungen von Facebook-Likes unsere Vorlieben und Gewohnheiten treffsicherer vorhersagen als Freunde.

Werden wir in Zukunft vermehrt auf uns zugeschnittene politische Botschaften erhalten?

Es ist stark anzunehmen, dass politisches Microtargeting bereits im nächsten Wahlkampf 2019 eine Rolle spielen wird. Wir

lesen ja heute schon, dass sich Parteien in der Schweiz darin versuchen. Die FDP soll etwa in ihrer Kampagne gegen die Rentenreform Daten aus sozialen Medien sammeln. Bei den letzten nationalen Wahlen sorgte das Vorgehen der SP für Aufregung. Die Partei versuchte, über eine Telefonkampagne Wähler zu mobilisieren. Manche fanden das «unschweizerisch», weil Schweizer dafür zu introvertiert seien. Jetzt haben wir eine neue Stufe erreicht. An die Stelle des Telefons tritt vermehrt das Internet.

Beunruhigt Sie das?

Nein, bislang nicht. Aber es bedarf sicherlich Regelungen, unter welchen Rahmenbedingungen solch ein Vorgehen zulässig ist. Wir dürfen gespannt sein, was diesbezüglich in den nächsten Jahren passieren wird.

Ihre Analysen beruhen darauf, wie die Befragten ihre Persönlichkeit selbst einschätzen. Kann man dem überhaupt vertrauen?

Das ist natürlich eine Grundsatzfrage. Wer von uns gibt schon gern zu, dass er faul oder nervös ist. Es gibt aber Befunde aus der Psychologie, dass sich Menschen und ihnen nahestehende Personen ungefähr gleich einschätzen. Diese Selbsteinstufungen sind also nicht völlig verzerrt.

Meine Persönlichkeit oder mein Charakter, da Sie die Begriffe synonym verwenden, hängen doch auch von der Tagesform ab.

Die Persönlichkeitspsychologie nimmt an, dass die fünf Charaktermerkmale, die sogenannten Big Five, nicht von Situation zu Situation variieren. Sie verändern sich auch mit dem Alter kaum. Dazu wird vermutet, dass sie zu etwa 50 Prozent vererbt und genetisch vorgegeben sind. Dieses 5-Faktoren-Modell der Persönlichkeit, auf das ich mich in meinem Buch stütze, ist auf der ganzen Welt zu finden.

Stimmt Ihr eigenes Charakterprofil eigentlich mit Ihren politischen Vorstellungen überein?

Ich denke schon, auch wenn ich oft hin- und hergerissen bin. Meine Gewissenhaftigkeit zieht mich in die konservative Ecke, aber durch meine Offenheit gefallen mir auch linke Positionen.

Interview: Mirjam Comtesse