

## Hintergrund & Debatte

# Die Seele des Wählers

Gewissenhafte Menschen wählen bürgerlich, offene Menschen links, besorgte bevorzugen die CVP. Der Politologe Markus Freitag zeigt auf, wie unsere Persönlichkeit Entscheidungen beeinflusst.

Beat Metzler

Pessimisten sehen das Ende der Demokratie nahen, Wahlkämpfer träumen von perfekten Kampagnen. Ihre Ängste und Hoffnungen sind aus dem gleichen Stoff gemacht: «Mikrotargeting» oder «Profiling» heisst die Methode.

Sie geht ganz einfach. Menschen hinterlassen unzählige Spuren auf Social-Media-Profilen und im restlichen Internet. Beschafft man sich alle diese Daten, sollte man bei jedem Menschen darauf schliessen können, welche politische Position er bevorzugt. Das Internet weiss schon lange, was für Musik oder welche Hotels wir mögen. Das soll bald auch für den politischen Geschmack gelten.

Wer Wahlen gewinnen möchte, müsste dann nur noch möglichst viele Gleichgesinnte identifizieren und sie zum Urnengang motivieren. Damit siegte nicht jene Seite, welche die besten Argumente hat. Sondern jene Seite, welche die besseren Daten sammelt. Der Wahlkampf würde sich aus dem öffentlichen Raum in abgeschottete Social-Media-Parallelwelten verschieben.

Auf diese Weise soll die britische Firma Cambridge Analytica die Wahl von Donald Trump und die Brexit-Abstimmung beeinflusst haben. Die Wirksamkeit ihres Eingreifens bleibt allerdings bis heute umstritten.

### So vernünftig sind wir nicht

Profiling-Methoden gehen davon aus, dass sich das politische Verhalten von Wählern vorhersagen lässt. Diese Annahme stärkt auch das neue Buch des in Bern lehrenden Politikwissenschaftlers Markus Freitag. Er hat untersucht, wie der Charakter unser politisches Handeln beeinflusst.

Viele Menschen glauben, dass sie jene Parteien wählen, deren Argumente nach langem Abwägen am meisten überzeugen. Doch so vernünftig funktionieren wir nicht. Zahlreiche Faktoren beeinflussen, wie wir denken: Geschlecht, Reichtum, Religion, Alter, Wohnort, Beruf, Bildungsstand. Das alles wirkt mit, wenn wir nach der überzeugendsten Position suchen. Daher stimmen Mitglieder der gleichen Gesellschaftsgruppe oft gleich ab.

Das tun sie aber nicht immer. Selbst wenn Menschen in derselben Umgebung leben und eine ähnliche Herkunft aufweisen, haben sie nicht zwangsweise die gleiche Meinung. Darum gibt es SVP-Sympathisanten im Zürcher Arbeiterkreis 4 und SP-Fans in Beggingen SH. Ein Grund für diese Abweichungen liege in den unterschiedlichen Persönlichkeiten der Wähler, sagt Markus Freitag. Bisher hätten Politikwissenschaftler vor allem den Einfluss äusserer Umstände untersucht. Er hat sich stattdessen nach innen gewandt, «in die Seele des Wählers» geschaut.

Hinter diesem Ansatz lauert eine uralte philosophische Streitfrage: Sind wir so, wie wir sind, weil wir so auf die Welt kamen? Oder hat unsere Geschichte uns zu dem gemacht, was wir sind?

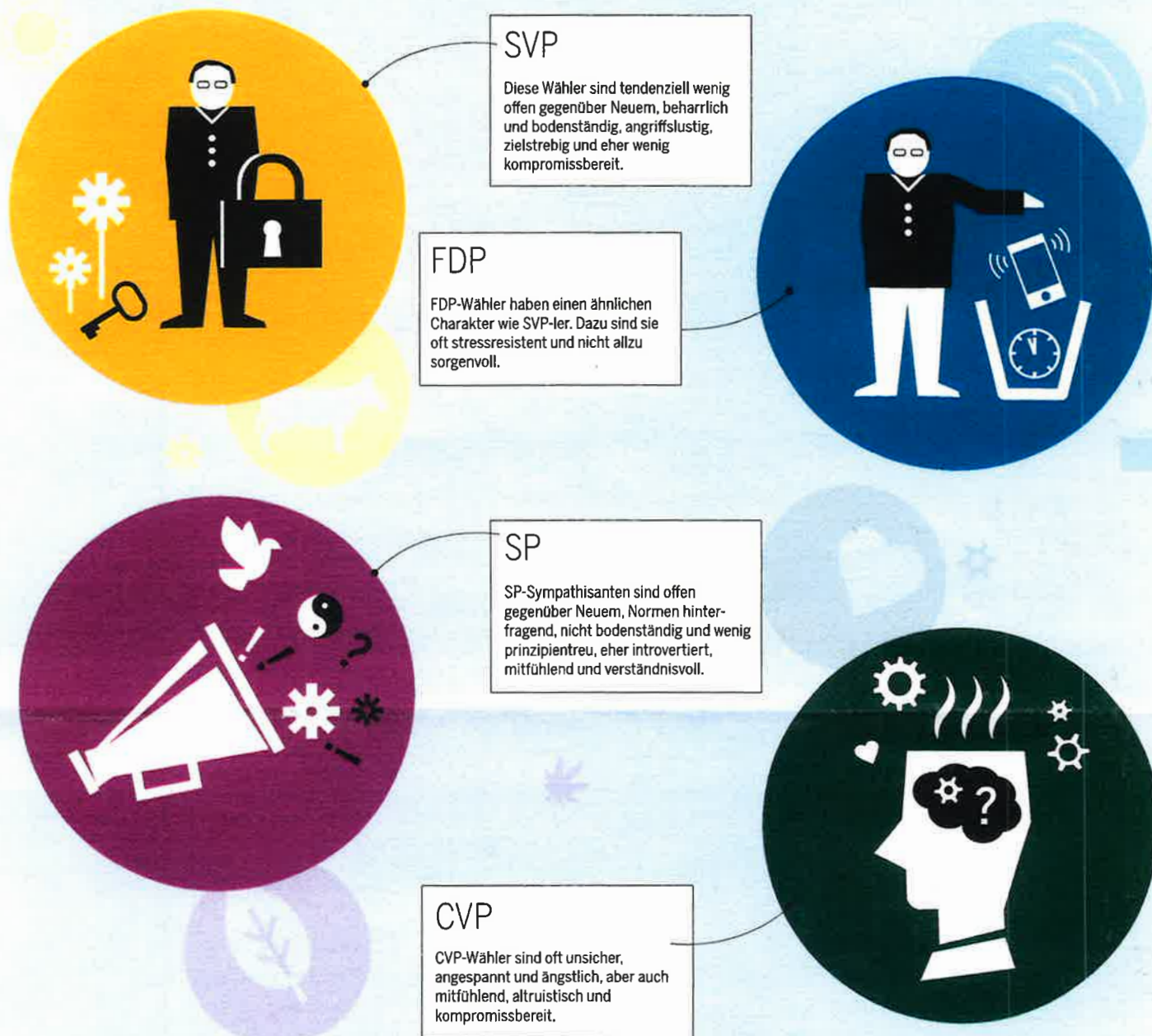
Laut Freitag hat die Wissenschaft diese Frage mittlerweile entschieden - vor allem über gross angelegte Studien mit Zwillingen. Die Antwort klingt wie ein gutschweizerischer Kompromiss: Beides stimmt. «Die Gene formen etwa die Hälfte unseres Charakters. Die zweite Hälfte übernimmt dann das Leben», sagt Freitag.

Seine Untersuchung zielt auf den angeborenen Kern, der über lange Zeit gleich bleibt und sich nur sehr langsam verändert. Diesen Kern beschreibt die Persönlichkeitspsychologie heute meistens mit dem Big-Five-Modell, das die Persönlichkeit aller Menschen anhand von fünf «Dimensionen» zu fassen versucht. Diese lauten: Offenheit (Wie empfänglich ist man für Unbekanntes?), Gewissenhaftigkeit (Wie penibel ist man?), Extraversion (Wie leutselig?), Verträglichkeit (Wie liebenswürdig und kollegial ist man?) und fünfens Neurotizismus (Wie empfindlich und zaghaft?). «Kennst man die Antwort auf diese Fragen, entsteht eine relativ präzise Landkarte der Persönlichkeit», sagt Freitag.

Kritiker halten den Ansatz für zu vage. Sie gehören allerdings zu einer Minderheit. Die Big Five bilden eines der Lieblingsthemen der angewandten Psychologie. Personalabteilungen arbeiten mit dem Modell. Marketingspezialisten ebenso. Es gibt Forschungen dazu, welche Persönlichkeitstypen welche Art von Cola trinken, welchen Beruf sie wählen oder was für Müeslisorten sie bevorzugen. «Nur der Einfluss der Big Five auf die Politik wurde relativ lange nicht beachtet», sagt Freitag.

Er hat dies nun für die Schweiz nachgeholt. In vier Studien bat er Wählerinnen und Wähler mit

### Wählersteckbriefe nach Parteien



TA-Grafik brä, kmh

einem standardisierten 15-Fragen-Test um eine Selbsteinschätzung ihres Charakters. Gleichzeitig fragte er nach ihren politischen Positionen und Verhaltensweisen. Rund 14 000 Schweizerinnen und Schweizer machten mit. Erfreulich für Freitag war: Die vier Umfragen ergaben alle relativ ähnliche Resultate. «Das Big-Five-Modell wurde unabhängig von der Politikwissenschaft entwickelt. Es hat mich erstaunt, wie deutlich es auf politisches Denken durchschlägt.»

### Wähler können auch anders entscheiden als berechnet.

Erschütterndes hat Markus Freitag jedoch nicht herausgefunden. Seine Forschung untermauert eher gängige Vorstellungen. Zum Beispiel: Rund die Hälfte aller Schweizer schätzt sich selber als gründlich, effizient und fleissig ein. 40 Prozent beschreiben sich als bescheiden, mitfühlend und warmherzig. Nur ein Viertel hält sich selber für offen gegenüber neuen Erfahrungen, noch weniger finden, sie seien extrovertiert oder verunsichert. Kurz: Die Schweizer bilden ein seriöses, zurückhaltendes Volk, das Traditionen schätzt. Ein weiterer Befund von Freitag lautet: Städter sehen sich selber eher als offene Menschen, Landbewohner bevorzugen das Bekannte und Bewährte.

Auch der Zusammenhang zwischen Persönlichkeit und (Partei-)Vorlieben entspricht dem, was die meisten wohl vermutet hätten. SVP-Wähler sehen sich selber als beharrlich und bodenständig, domi-

nant, durchsetzungsfähig und scheuen keinen Konflikt. FDP-Sympathisanten haben einen ähnlichen Charakter. Die FDP wirke darüber hinaus vor allem auf stabile Menschen anziehend, sagt Freitag. Wer sich verunsichert oder unwohl fühle, meide den Freisinn. Denn dieser pocht auf die Leistung jedes Einzelnen und Konkurrenzdenken.

Die SP wird laut Freitag von neugierigen Menschen gewählt, die Neues ausprobieren und andere Lebensstile spannend finden. Sie sind gleichzeitig eher introvertiert, mitfühlend und kompromissbereit. Grüne Wählerinnen weisen ein ähnliches Persönlichkeitsprofil auf. CVP-Wähler sind oft besorgt, aber auch mitfühlend, altruistisch und kompromissbereit. Die «Links und nett»-Kampagne der SVP traf also nicht ganz daneben.

«Wenn ich die Big-Five-Merkmale von jemandem kenne, kann ich mir ein Bild seiner politischen Vorlieben machen», sagt Freitag. Dabei handle es sich aber nur um Wahrscheinlichkeiten. Es gebe auch gewissenhafte Menschen, die für die SP stimmten, oder Neugierige, die mit der SVP sympathisierten. Dazu kommt, dass sich die politischen Auswirkungen der Big Five teilweise ausgleichen. So kann jemand gewissenhaft sein (also eher rechts) und gleichzeitig einfühlend (eher links). Zudem prägen Lebenssituation und Herkunft politische Ansichten genauso stark wie der Charakter. So ergeben sich komplexe Wechselwirkungen.

Diese Unschärfe hindert Marketingfirmen wie Cambridge Analytica nicht daran, aufgrund von Persönlichkeitsprofilen die Wahlwerbung auf jede Person zuzuschneiden.

Für ernsthafte Anzeichen einer digital gelenkten Demokratie, in der Milliarden riesige Datensätze kaufen und damit Wahlen gewinnen, fehlen laut

Freitag bisher glaubwürdige Belege. «Es ist sehr aufwendig, Wähler in ihrer charakterlichen Vielschichtigkeit genau zu identifizieren und dann auch zu mobilisieren.» Ob jemand an einem Sonntagmorgen an die Urne gehe, hänge von vielen schwer kontrollierbaren Umständen ab. Im Notfall könnten Staaten digitale Beeinflussungsmethoden auch verbieten, sagt Freitag. Frankreich zum Beispiel hat dies vor der diesjährigen Präsidentschaftswahl getan.

### Argumente können Meinungen ändern

Dank der steigenden Menge an verfügbaren Daten wissen Politologen immer besser, wer wie stimmt. Das führt zu einem Grundsatzproblem: Je genauer sich die Meinungen der Wähler berechnen lassen, desto überflüssiger scheint jede politische Debatte zu werden. Denn warum soll man noch streiten, wenn die Meinungen sowieso schon feststehen?

An den politischen Polen treffe dieser Einwand teilweise zu, sagt Freitag. So sei es kaum möglich, eine ideologisch gefestigte SPlerin von einer SVP-Initiative zu überzeugen. «Aber: Innerhalb des linken und des rechten Spektrums können Argumente durchaus Verschiebungen bewirken. Und die Mitte bleibt umkämpft.» Politische Debatten würden die Leute auch dazu bewegen, abstimmen zu gehen; oder sie davon abhalten.

Ausserdem wird immer ein Rest an Unberechenbarkeit überleben. Selbst eine rundum vermessene Wählerin kann sich völlig anders entscheiden, als alle Modelle dies vorausskalkuliert haben. Dieser unbeständige Rest heisst Freiheit.

Markus Freitag: Die Psyche des Politischen. NZZ Libro, 2017. 250 S., 36 Fr.