

Dietmar Herz: Politik auf amerikanisch

In den USA schon Alltag, in Europa im Kommen:
Die Medien übernehmen Aufgaben der Parteien

Die These von der „Amerikanisierung“ des Wahlkampfes bezog sich zunächst auf Großbritannien. Als sich der britische Wahlkampf im Frühjahr 1997 entwickelte, hieß es, Blair hätte viel von Clinton gelernt, er führe einen „amerikanischen“ Wahlkampf und - tiefergehend - die gesamte englische Politik werde sich infolgedessen „amerikanisieren“. Diese Feststellung ist keineswegs neu: Bereits im Jahr 1987 hatten Beobachter die Wahlkampfstrategien von Margaret Thatcher und Neil Kinnock als amerikanisch bezeichnet - sie stellten mit deutlicher Mißbilligung ein „vollständiges Eindringen amerikanischer (politischer) Verkaufstechniken“ fest. Politische Inhalte würden, so hieß es, „wie ein neues Waschmittel verkauft“.

Der Vorwurf wurde seither zahllose Male wiederholt, so eben auch 1997. Nun mischte sich allerdings in die These von der „Amerikanisierung“ häufig ein Unterton der Bewunderung. Blairs Wahlkampftechnik wurde als Teil eines umfassenden Wandels der Politik gesehen, wegen ihrer Effizienz gefeiert und zur Nachahmung empfohlen. Von Blair lernen, heiße siegen lernen - und seitdem wird auch in Deutschland von der Notwendigkeit oder der Gefahr der „Amerikanisierung“ gesprochen, auch hier beileibe nicht zum ersten Mal, aber nunmehr nicht als Beobachtung, sondern als politisches Argument.

Für die Diskussion über Wahlkämpfe sind zwei Aspekte des Phänomens „Amerikanisierung“ von besonderem Gewicht. Zum einen ist die Aufhebung der Trennung von Politik und Privatem gemeint. Zuletzt hätten dies die Auseinandersetzungen um Clintons Sexualleben und andere Affären gezeigt, so die Anhänger dieser These. Gemeint ist aber auch „Entpolitisierung“: Schröder wolle mit „Luftballons“ die Wahl gewinnen, sagen seine Kritiker.

Gibt es diese „Amerikanisierung“ wirklich? Was bedeutet der Begriff? Was können deutsche Wahlkämpfer von Clinton und Blair lernen?

Zunächst: „Amerikanisierung“ ist ein europäischer Begriff. Er kennzeichnet europäische Vorstellungen von amerikanischer Politik und ist insofern Ausdruck der hiesigen politischen Kultur. Das ist wichtig, denn der Politikbegriff der europäischen politischen Klasse ist nicht derselbe wie in den USA. Dort kommt der Politik eine andere, erweiterte Bedeutung zu. Sie wird als Kampf um Macht und sozialen Aufstieg verstanden, in dem ideologische Faktoren (das unterschiedliche Verständnis von sozialer Gerechtigkeit) und „klassische“ Politik (wie außenpolitische Positionen) zwar eine Rolle spielen, allerdings stets bezogen auf eine konkrete Person. Diese Person schafft sich ihr Programm und die diesem zugrundeliegende Ideologie. Jeder Kandidat ist jeweils im politischen Sinn ein Neuanfang. Dies ist nicht unpolitisch, unterscheidet sich jedoch klar von Vorstellungen in Europa, wo der Kandidat Repräsentant einer politischen

Richtung ist, die er vertreten muß und allenfalls modifizieren kann.

Ein Zweites kommt hinzu: Soweit sich eine Gesellschaft überhaupt für Politik interessiert, sind die USA in viel höherem Maße „politisiert“ als die meisten europäischen Staaten. Die Gründe hierfür liegen neben dem weiter gefaßten Politikbegriff auch in der politischen Kultur: Amerikanische Politik ist plebiszitär und lokal orientiert, wobei sich das plebiszitäre Element auf die Auswahl von Personen, nicht aber auf die Entscheidung über Sachfragen bezieht (anders als etwa in der Schweiz). „Lokal“ bedeutet, daß die meisten dieser Wahlen in geographisch kleinen Gebieten (boroughs und counties) stattfinden. Die Wähler können über die Zusammensetzung der Schulbehörde, wichtige Funktionsträger der Strafverfolgungsbehörden und der Richterschaft entscheiden. Hinzu kommen die kommunale Selbstverwaltung und die Spitze der Exekutive in den Einzelstaaten (der Gouverneur) und der Union (der Präsident). Die legislative Gewalt, in den Staaten wie in der Union ein Zweikammersystem, wird ebenfalls direkt gewählt.

Sämtliche Wahlen sind Persönlichkeitswahlen, die Parteibindung spielt eine untergeordnete Rolle. Im Zusammenspiel von Legislative und Exekutive wird dann eine Vielzahl anderer politischer und administrativer Positionen besetzt. In keinem politischen System sind die Bürger häufiger aufgerufen, mittels Wahl personelle Entscheidungen zu treffen. Ein solches System führt zu einer Konzentration auf Einzelfragen (bezogen auf das zur Wahl stehende Amt) sowie auf das Programm und die Person des jeweiligen Kandidaten. Die Vielzahl von Wahlen macht ein kohärentes politisches Programm einer Partei, mit dem sie bei all diesen Wahlen auftreten könnte, unmöglich. Die durch die beiden großen Parteien bestimmte ideologische Grundrichtung tritt deshalb in den Hintergrund. Amerikanische Politik ist in hohem Maße „fragmentarisch“, sie zerfällt in die Aktivitäten einer Vielzahl von Organisationen und Institutionen.

Fazit: Die politische Kultur der USA ist nicht mit der europäischen Gesellschaften und Staaten zu vergleichen. Auch in Großbritannien gibt es keine den USA vergleichbaren politischen Institutionen, keine ähnliche demographische Entwicklung und ein von den USA höchst unterschiedliches Parteiensystem, das dem deutschen ähnlicher ist als dem amerikanischen.

Dies alles in Rechnung gestellt, läßt sich trotz der Unterschiede aus den amerikanischen Erfahrungen einiges lernen: Die Grundelemente moderner Wahlkämpfe sind schließlich in den USA geschaffen worden. Einige dieser Methoden - beileibe nicht alle - sind vom politischen System unabhängig und daher übertragbar. Es gibt Entwicklungen auf sozialem und technischem Gebiet, die in den USA bereits fortgeschritten sind, in Zukunft aber auch in europäischen

Gesellschaften in Erscheinung treten werden. So ist die Übernahme amerikanischer technologischer Entwicklungen (im Bereich der Kommunikationstechnologie und zuvor des industriellen Sektors) eine Form der „Amerikanisierung“, wie sie Max Weber definiert hatte. Dazu zählen bei Wahlkämpfen die Dominanz der Kommunikationstechnik und die damit eng verbundene Wirkung der Medien. Das bedeutet jedoch nicht automatisch die Übernahme politischer oder kultureller Vorstellungen.

So ist etwa die Fixierung auf Personen in Europa nichts Neues (Beispiel dafür sind in Deutschland Adenauer, Brandt, Schmidt gegen Strauß, Kohl; in Frankreich de Gaulle, Mitterrand; in Großbritannien Churchill, Wilson, Thatcher, Blair). Verstärkt wird diese Konzentration auf Personen dadurch, daß die Bindung an eine bestimmte Partei abnimmt. Damit nähern sich die alten weltanschaulichen Parteien Europas den amerikanischen Parteien an, die lediglich eine Grundorientierung bieten. Das Profil der Partei ist weniger ausgeprägt; die Idee der „Volkspartei“ nahm diese Entwicklung bereits vorweg. Auch dies ist keine „Amerikanisierung“!

Die durch den Einsatz moderner Kommunikationstechnologie entstehenden hohen Wahlkampfkosten verstärken (in den USA) den Einfluß von Interessengruppen, die die Kandidaten finanziell unterstützen. Noch einmal verstärkt wird der Einfluß durch die finanzielle und organisatorische Schwäche der Parteien. Der Wahlkampf wird aus diesen Gründen zunehmend von professionellen Beratern und Organisationen geführt - sie treten an die Stelle von Parteiaktivisten. Zunächst bestimmten diese Berater, wie ein Programm „zu verkaufen“ ist. In jüngster Zeit nehmen sie aber auch verstärkt Einfluß auf die Inhalte der Politik.

In Europa übernehmen viele Wahlkampfberater Elemente amerikanischer Strategien; sie sind aber nach wie vor in einen ideologischen Kontext eingebunden. In Großbritannien wäre Peter Mandelson, in Deutschland Bodo Hombach zu nennen. Selbstverständlich würden beide nicht für ihren „ideologischen Gegner“ arbeiten. Im Zentrum der Wahlkampfmethoden steht die Vermittlung der Politik durch die berühmten spin doctors, Experten, deren Aufgabe es ist, der Öffentlichkeit die jeweilige Politik zu vermitteln. Das geschieht meist über die Medien und verstärkt so deren Rolle, insbesondere die des Fernsehens, das Kandidaten bekannt macht und ihnen ein Forum zur Darstellung ihrer politischen Ziele bietet. Ein wenig erinnert das an die Figur des Zauberlehr-

lings: Die Politik benutzt die Medien, um ihre Wähler zu erreichen, die klassische Parteiarbeit tritt immer mehr in den Hintergrund. Die Medien werden dadurch zeitweise unersetzlich und übernehmen schließlich die Aufgabe der Parteistruktur. Sie vermitteln zwischen den Bürgern und der Politik und treten an die Stelle der Parteien und Verbände, die bisher diese Rollen ausfüllten. Diese Entwicklung ist in den USA bereits abgeschlossen, in Europa ist sie noch im Gange.

Das politische System Deutschlands wie Großbritanniens basiert aber nach wie vor auf Parteien, auch wenn die Medien bereits viele von deren Funktionen übernehmen. Parteifunktionäre besetzen noch immer fast alle staatlichen Funktionen und Ämter bis weit in die Beamtenschaft hinein. Die Parteien behalten vorerst ihre Funktion als Vermittler - wenn auch in einem eingeschränkten Maße. Wir sind aber auf dem Weg zur Mediendemokratie. Langfristig werden die Medien die Parteien ersetzen.

Aus der Entwicklung industrialisierter, liberaldemokratisch organisierter Staaten ergibt sich eine weitere Vergleichsmöglichkeit zwischen den USA und Europa. Sie betrifft das genuin „politische“ Problem - die Notwendigkeit, eine Mehrheit für die eigene Politik zu gewinnen. Diese Mehrheit wurde (und wird) an einem soziologisch bestimmbar Ort gesucht: der „radikalen“ oder „neuen“ Mitte. Clinton und Blair haben aus dieser Notwendigkeit die Konsequenz gezogen, ihre Parteien beziehungsweise deren Weltanschauungen, zu verlassen und sozusagen „neu“ zu gründen. Beide „neuen“ Parteien machten dann die Anliegen der entscheidenden Wählergruppe zu ihrem eigentlichen Programm. Dies war in den USA relativ einfach, in England erforderte es die Umgestaltung der Labour Party.

Parallel zur Reform der Labour Party setzte Blair seine spin doctors ein, und er vertraute auf Umfragen. Dies ist jedoch weniger ein Beispiel für die „Amerikanisierung“ des Wahlkampfes als vielmehr die Folge einer sich grundsätzlich verändernden Politik. Parteipolitik im herkömmlichen Sinn nähert sich ihrem Ende. Einige der alten Aufgaben der Parteien werden die Medien übernehmen - wohl oder übel.

Dietmar Herz ist Professor für politische Wissenschaft an der Universität Bonn