

Konrad-Adenauer-Stiftung  
Außenstelle Washington

POLITISCHE BERICHTERSTATTUNG  
NOVEMBER 2003

**1992 die Zweite? – Amerikas Wahlkampfmanager  
wollen 1992 wiederholen oder vermeiden**

Franz-Josef Reuter  
Kristin Vorpahl

Washington am 5. November 2003

Konrad-Adenauer-Stiftung  
Außenstelle Washington  
2005 Massachusetts Avenue, NW  
Washington, DC 20036  
USA

Tel. 202-986-9460  
Fax. 202-986-9458  
info@kasusa.org  
<http://www.kasusa.org>  
<http://www.kas.de>

## **1992 die Zweite?**

### **Amerikas Wahlkampfmanager wollen 1992 wiederholen oder vermeiden**

Einige Wochen lang war die kalifornische Öffentlichkeit voll und ganz auf den Abwahl-Wahlkampf in Kalifornien konzentriert. Dabei hat sich im Kampf um das Weiße Haus einiges getan (siehe auch [http://www.kas.de/db\\_files/dokumente/7\\_dokument\\_dok\\_pdf\\_2181\\_1.pdf](http://www.kas.de/db_files/dokumente/7_dokument_dok_pdf_2181_1.pdf)). Präsident George Bushs Umfragewerte sind auf 44 Prozent gesunken; Floridas Senator Bob Graham ist aus dem Rennen ausgestiegen. General Wesley Clark, jüngster Neuzugang unter den Demokratischen Bewerbern, muss sich gleich zu Anfang um die Neuorganisation seiner Kampagne sorgen – sein Manager Donnie Fowler hat ihm den Rücken gekehrt. Frank Watkins, lange Zeit darum bemüht, Al Sharptons Wahlkampf in Gang zu bringen, hat aufgegeben. Aus dem Camp von Massachusetts Senator John Kerry drängen immer wieder Gerüchte, dass sein Wahlkampfmanager Jim Jordan bald seinen Platz zu räumen habe. Nur bei Howard Dean, Vermonts früherem Gouverneur, scheint alles wie am Schnürchen zu laufen. Viele Analysten halten Dean die Re-Politisierung Amerikas zugute und doch wollen alle, Republikaner wie Demokraten, von „Clinton-Gore 1992“ lernen.

### **Spende ist nicht gleich Spende**

Wenn Joseph Lieberman, Senator für Connecticut und Demokratischer Präsidentschaftskandidat, auf Spendensammeltour ist, fühlen sich Beobachter an Präsident George Bush erinnert oder in längst vergangene Zeiten zurückversetzt. In solchen Momenten versammeln sich wohlbetuchte ältere Herrschaften in erstklassigen Restaurants, beklatschen den Spendensammler und reichen ihm und seinen Helfern am Ausgang prall gefüllte Umschläge. Auf diese Weise konnte der Senator im letzten Quartal \$3,6 Millionen einnehmen – \$400.000 weniger als geplant, aber genauso viel, wie er in den vergangenen drei Monaten ausgegeben hat. Seit Januar hat Lieberman \$11,8 Millionen an Spenden von seinen Unterstützern erhalten. Eigentlich ein recht stattliches Sümmchen, dafür, dass das Internet in Liebermans Wahlkampf keine Rolle spielt. Natürlich haben auch Liebermans Berater im Rennen um das Rennen ins Weiße Haus versucht, auf den „Meet-Up“-Zug aufzuspringen. Ohne Erfolg. Über das Internet organisierte „Meet-Ups“, Treffen von Anhängern, mussten bislang immer wieder abgesagt werden, weil niemand kommen wollte. Ganz anders ist das bei Howard Dean. Der frühere Gouverneur von Vermont hat mittlerweile einen wahren Popstarstatus erreicht. Anfangs noch von seinen Mitstreitern um die Nominierung als Präsidentschaftskandidat belächelt, flößt er nun selbst dem fest im Sattel sitzenden George Bush Unbehagen ein. Deans Kampagne hat die amerikanische Wahlkampfführung schon jetzt

revolutioniert. Joe Trippi, der sie steuert, gilt als brillanter Stratege und ist auf dem besten Weg, ebenso berühmt zu werden wie James Carville oder George Stephanopolous, Bill Clintons Leute aus dem sagenumwobenen „War Room“. Trippi, der schon 1988 Richard Gephardts Wahlkampfmanager war, steht zwei „Kriegsräumen“ vor: einem virtuellen und einem realen. Das geniale Moment dieser Strategie: Der virtuelle Wahlkampf überträgt sich bislang auf den wirklichen. Deans Anhänger verabreden sich über das Internet, bevor sie sich treffen, um mit Aktionen ihren Kandidaten praktisch zu unterstützen. Und sie spenden. Kleine Summen zwar, aber in diesen Fall höhlt steter Tropfen den Stein. Fast \$15 Millionen hat der Arzt aus Vermont in den vergangenen drei Monaten eingenommen; \$25,4 Millionen seit Anfang des Jahres. Zumindest was das Wahlkampfbudget angeht, ist Dean damit der *Frontrunner* der Demokraten. John Kerry, Senator für Massachusetts und einst natürlicher Demokratischer Herausforderer von George Bush, konnte gerade \$4 Millionen an Spenden eintreiben und kommt insgesamt auf \$20 Millionen. General Wesley Clark, der seine Kandidatur erst Mitte September bekannt gegeben hatte, hat innerhalb nur eines halben Monats \$3,5 Millionen erhalten. Richard Gephardt, Abgeordneter aus Missouri, hat \$3,8 Millionen eingenommen und kommt damit auf insgesamt \$13,6 Millionen. Das Wahlkampfbudget von Senator John Edwards aus North Carolina hat sich im letzten Quartal um \$2,6 Millionen auf \$13,6 Millionen erhöht. Der Abgeordnete Dennis Kucinich aus Ohio hat \$1,7 Millionen Spenden bekommen und sein Budget damit verdoppelt. Carol Moseley Braun und der Prediger Al Sharpton liegen im Spendenfeld mit \$125.000 bzw. \$121.000 in den vergangenen drei Monaten weit zurück.

Einer fehlt bereits im dicht gedrängten Kandidatenfeld: Floridas Senator Bob Graham hat aufgegeben. Vor den Augen der Fernsehnation erklärte er CNNs Talkmaster Larry King: „Ich habe für mich selbst erkannt, dass ich nicht wählbar bin.“ Grahams Schritt dürfte nicht überraschen. Von Anfang an glaubten viele, dass sich Graham mit seiner Kandidatur als *Running Mate* und damit für das Amt des Vizepräsidenten ins Gespräch bringen wollte.

Eine eben erschienene Studie des überparteilichen Campaign Finance Institute zeigt, dass mit Howard Dean erstmals ein wohl-finanzierter Kandidat antritt, der nicht von großen Geldgaben (über \$1000) abhängig ist. Nur 22 Prozent von Deans Spendern haben mehr als \$1000 an die Wahlkampfzentrale nach Burlington überwiesen; 54 Prozent der bisher insgesamt \$25 Millionen summieren sich aus Kleinspenden von bis zu \$200. Bei den anderen Demokraten sieht das Verhältnis große zu kleine Spenden so aus: Wesley Clark – 45:35; John Edwards – 88:1; Richard Gephardt – 78:8; John Kerry – 77:11; Joseph Lieberman – 78:6.

Spenden für Präsident Bush waren bislang zu 85 Prozent größer als \$1000; 10 Prozent waren Kleinspenden.

### **Spendenstatistik der Demokraten**

	Insgesamt (in Mio. Dollar)	3. Quartal 2003 (in Mio. Dollar)
<b>Howard Dean</b>	25,4	15,0
<b>John Kerry</b>	20,0	4,0
<b>Richard Gephardt</b>	13,6	3,8
<b>John Edwards</b>	13,6	2,6
<b>Joseph Lieberman</b>	11,8	3,6
<b>Wesley Clark*</b>	3,5	3,5*
<b>Denis Kucinich</b>	3,4	1,7
<b>Al Sharpton</b>	0,34	0,12
<b>Carol Moseley-Braun</b>	0,28	0,12

Quelle: [www.tray.com](http://www.tray.com)

\*seit Mitte September 2003

### **Unbeständige Beliebtheitsskala**

Jeden Monat führt ein anderer Demokrat das Feld an. Meist mit geringem Abstand auf seine Konkurrenten. Im Oktober ist es einer Umfrage im Auftrag von *Fox News* zufolge ([www.pollingreport.com](http://www.pollingreport.com)) General Wesley Clark, dem 13 Prozent der Wähler ihre Stimme in der Vorwahl geben würden. Ende September, als Clark seine Kandidatur ankündigte, hätte er gar 20 Prozent erhalten. Anfang August führte John Kerry mit 17 Prozent, von Januar bis August hätten sich die meisten Befragten für Joe Lieberman ausgesprochen: 29 Prozent im Januar, danach pendelten die Werte zwischen 15 und 18 Prozent. Im Februar hatte Richard Gephardt Lieberman kurzzeitig als den in den Umfragen führenden Demokraten abgelöst. Das Muster war das gleiche wie bei Clark: Im Moment der Kandidaturankündigung ist jeder Bewerber stark, da er sich ein paar Tage lang in der Aufmerksamkeit der Presse sonnen kann. Noch immer geht es für alle Demokratischen Bewerber um *name recognition*, darum, dass die Wähler sie überhaupt wahrnehmen. Die nächste Umfrage dürfte Clarks Anfangserfolge berichtigen. Clarks Nähe zu den Republikanern übertrifft die des „Handtaschen-Republikaners“ Lieberman bei Weitem. Und gerade an der Bush-Administration scheidet sich die öffentliche Meinung. Zwei Punkte kommen hier ins Spiel: Noch gibt es keinen Demokratischen Herausforderer, auf den sich alle Gegner Bushs mit Spenden und Wahlkampf

konzentrieren können. Und es ist unklar, ob der Präsident sowohl die Situation im Irak in den wenigen verbleibenden Monaten in den Griff bekommen kann. Hinzu kommt, dass viele Analysten bezweifeln, dass sich der wirtschaftliche Aufschwung des letzten Quartals fortsetzen wird.

### **Bush-Cheney 2004 gleich Bush- Quayle 1992?**

Zur bevorstehenden Wahl kommen aus Präsident Bushs Wahlkampfteam allerdings bislang nur beschwichtigende Worte. Das Rennen dauere noch lange, erklären seine Berater. Die Zahlen widersprechen dieser Ansicht. Quasi im Vorbeigehen konnte Bush \$83,9 Millionen für seine Wahlkampfkasse sammeln. Auf der Ausgabenseite wird deutlich, dass sich „BC2004“, wie sich die Wiederwahlkampagne für Bush und seinen Stellvertreter Dick Cheney getauft hat, gerade erst warm läuft. Zahlreiche Republikanische Meinungsforscher – zu den prominentesten gehören Matthew Dowd, Linda DiVall, Ed Goetas und Frederick T. Steeper – stehen auf der Gehaltsliste von BC2004, ebenso wie Internetberater und schmückendes Beiwerk für Fundraising-Veranstaltungen. Weil niemand in den Vorwahlen gegen ihn antritt, kann sich der amtierende Präsident auf die heißen Wahlkampfmonate Juni bis November konzentrieren. Das heißt: Während die Demokraten fast all ihr Geld im Vorwahlkampf ausgeben werden, kann Bush in Ruhe Spenden sammeln. Bis zum Ende des Sommers 2004 will er mehr als \$175 Millionen ausgeben, um für seinen Verbleib im Amt zu werben. Davon hat BC2004 bislang \$14 Millionen aufgewendet. \$875.000 davon gingen an Mark McKinnon, den Medienfachmann des Präsidenten, was nichts anderes bedeutet, als dass allmählich vor allem Fernsehwerbespots gedreht und Werbezeiten bei den Sendern gebucht werden. Zum Vergleich: Auf der Sollseite von Howard Dean, dem Demokratischen Kandidaten mit dem größten Ausgabenkonto, stehen \$8,8 Millionen.

Bushs Wiederwahlkampf werde kein Zuckerschlecken, glaubt Wahlkampfmanager Ken Mehlman zu. Im Gegenteil: Ähnlich wie bei der letzten Wahl bereite sich auf ein Kopf-an-Kopf-Rennen vor. Die Wiederwahlwerte des Präsidenten sind in den vergangenen Wochen bis auf 44 Prozent gesunken, nachdem sie lange Zeit in Rekordhöhen von bis zu 90 Prozent verweilt hatten. Ein heikles Thema für Bush und seine Herausforderer war die Abstimmung über die Bereitstellung von \$87 Milliarden für den Wiederaufbau des Iraks und die amerikanischen Truppen. Die Senatoren Kerry und Edwards haben gegen Bushs Gesetz gestimmt – und damit nach Meinung vieler Beobachter den Anti-Kriegskurs von Howard Dean eingeschlagen. Mit ihrer Stimme im Senat hatten Kerry und Edwards den Präsidenten im Oktober 2002 autorisiert, gegen Irak in den Krieg zu ziehen. Dean hatte sich mit seiner

Anti-Kriegsrhetorik in die Herzen vieler Demokraten geredet, während Lieberman Bushs Politik überall zu verteidigen wusste. Nun steht Kerry in der Öffentlichkeit als Opportunist dar. Erst habe er den Schlamassel mit eingebrockt, jetzt wolle er nicht zahlen. Für Karl Rowe, Bushs *Mastermind*, gilt es nun, Dean ernst zu nehmen. Die aktuellen politischen Koordinaten ähneln denen von 1991/92 sehr:

Vor 12 Jahren, nach einem erfolgreichen Sieg gegen Saddam Hussein, hatte George Bush *Senior* seine Truppen schnell aus dem Irak zurückholen können. Bush *Senior* hatte sich damals Zustimmungsraten von 90 Prozent erfreut. Sein Sohn konnte den Krieg ohne große Widerstände führen, weil seine Umfragewerte nach 9/11 konstant hoch waren. Seitdem sinkt seine Popularität jedoch – bisher sind weder Massenvernichtungswaffen noch Bin Laden noch Saddam Hussein in amerikanischen Hände gefallen. Stattdessen sterben beinahe täglich US-Soldaten Soldaten im Irak.

Die wirtschaftliche Entwicklung in Amerika stagniert, wenn auch auf hohem Niveau. Frank Newport, bekannter Meinungsforscher bei Gallup, geht davon aus, dass nicht Terrorismus, sondern „Wirtschaft Thema Nr. 1 im Wahlkampf sein wird“.

Das Feld der Demokratischen Herausforderer ist ähnlich bevölkert wie 1992 – mit einer wichtigen Lehre: 1991 hatten acht Demokraten kandidiert. Je mehr Herausforderer ein Präsident hat, desto schwieriger ist es, auf politische Angriffe zu reagieren. Wer die Nominierung der Demokraten beim Parteitag im Juli 2004 in Boston gewinnt, der bestimmt die Agenda. George H.W. Bush war nicht auf Clintons Sieg vorbereitet gewesen, weil er sich gerade wegen seiner hohen Zustimmungsraten (70 Prozent im Juli 1991) sicher auf dem Präsidentenstuhl fühlte. Republikanische Politiker und Politikberater wissen um die Achillesverse der *Overconfidence*, des allzu hohen Vertrauens. Deans Erfolg gegenüber bleiben sie dennoch gelassen. „Demokraten laufen vor allem auf einer Pessimismusplattform“, sagt die Pressereferentin des Republican National Committee, Christine Iverson. Das stimmt vor allem für Dean, der das meiste Geld einnimmt und sich der ungeteilten Aufmerksamkeit der Medien erfreuen kann. Iverson und auch gemäßigte Demokraten glauben, Dean sei viel zu links, als dass er die Stimmen moderater Demokraten für sich gewinnen könnte. Ob sich diese Einstellung bewahrheiten wird, falls Dean die Nominierung erhalten sollte, ist sehr zweifelhaft.

### **Clintons Schatten**

Solange allerdings halten sich Demokraten und Republikanern gleichermaßen an die Faustregel: Von Clinton lernen heißt siegen lernen. Beide Parteien erwartet ein ähnlich

knappes Ergebnis wie im Jahr 2000. Darauf reagieren Bushs Wahlkampfstrategen mit Clintons 1995er Strategie: soviel Geld wie möglich, so wenig Zeitaufwand wie nötig. Den Demokraten wird spätestens nach den Vorwahlen das Geld ausgegangen sein, dann kann Bush Millionen für Eigenwerbung ausgeben. Aber nicht nur Geld soll eine Rolle spielen.

Eine Weisheit kennen alle Kandidaten: Im Wahlkampf ist Organisation das A und O. Clintons Kampagne gilt den meisten Demokraten als nachahmenswertes Vorbild, und so verwundert es nicht, dass viele Leuten des Mannes aus Arkansas heute wieder im Demokratischen Lager um Stimmen kämpfen. Von Clark heißt es, dass er ein Clinton-Mann ist; mancher Zeitungsartikel macht glauben, dass sich hinter Clarks Kandidatur ein Clinton'sches Schattenkabinett versteckt hält. Es stimmt, dass viele von Clarks Personal-Stab auch schon für den letzten Demokratischen Präsidenten gearbeitet hatten. Aber das gilt für die Kampagnen der Parteifreunde ebenso.

### **Die Herren Wahlkampfmanager**

In der Welt der Demokraten ist Jim Jordan schon viel herumgekommen. Ein paar Monate Pressesprecher hier, ein paar Monate politischer Direktor da und dann noch ein paar Monate Komitee-Mitarbeiter dort. Von Januar bis Mai 1999 hat Jordan als Kommunikationsdirektor für Senator John Kerry gearbeitet. Jetzt leitet er dessen Wahlkampagne. Die ist bislang alles andere als warm gelaufen, weshalb es immer wieder Gerüchte gibt, dass Jordans Tage bei Kerry gezählt seien. Kerry holt zwar zunehmend neue, hoch bezahlte Berater an Bord, doch bislang hat seine Kampagne nur noch mehr gelähmt.

Craig Smith dirigiert den Wahlkampf von Joe Lieberman. Smith arbeitete schon für Clinton, als dieser noch Gouverneur von Arkansas war. 1992 und 1996 war Smith einer von Clintons wichtigsten Wahlkampfhelfern. Während dessen erster Regierungszeit diente Smith als politischer Direktor des Democratic National Committee; im Weißen Haus beriet er den Präsidenten auf verschiedenen Posten. Lieberman und Smith kennen sich schon seit Al Gores Bewerbung um die Präsidentschaft 2000, als Smith die Organisation von Washington aus leitete.

Joe Trippi, Howard Deans Chef-Organisator, ist auf dem besten Weg, ein politischer Superstar zu werden. Sein Internet-Enthusiasmus gilt Beobachtern und Strategen als genialer Schachzug im Wettbewerb um die Wählerstimmen. Trippi und Dean arbeiten schon lange zusammen; Trippi war Deans Medienberater während seiner fünf Gouverneurswahlkämpfe in Vermont. Doch sein erster Präsidentschaftswahlkampf ist dies nicht. Auch Edward Kennedy, Walter Mondale, Gary Hart und Richard Gephardt hat er schon seine Dienste geleistet.

Die Grasswurzel-demokratische Strategie, die Howard Dean an die Spitze der Umfragewerte befördert hat, hätte eigentlich aus dem Lager von John Edwards kommen müssen. Edwards Wahlkampfmanager ist Nick Baldick, der Direktor der Dewey Square Group, einer Organisation, die auf basisdemokratische Ansätze in politischen Strategien spezialisiert ist. Baldick hatte Al Gores Wahlkampf in New Hampshire geleitet und auch Clinton zweimal ins Weiße Haus geholfen.

Pleiten und Pannen regieren Clarks Kandidatur. Sein Manager Donnie Fowler hatte bereits nach drei Wochen wieder gekündigt, weil er sich und die Internetaktivisten, die Clarks Kandidatur lange und bedächtig mithilfe des weltweiten Netzes vorbereitet hatten, durch Clarks politische *message* verhöhnt sah. Clarks Wahlkampf konzentriert sich, trotz Hauptsitz in Arkansas, auf Washington. Nachdem Graham aus dem Rennen um die Nominierung ausgestiegen war, hat Clark einen Großteil der Wahlkampforganisation – Räumlichkeiten und Personal – des Senators aus Florida übernommen.

Es ist Richard Gephardt's zweiter Versuch, Amerikas Präsident zu werden. Wie Al Gore war Gephardt schon 1988 angetreten. Damals hatte er für großes Aufsehen gesorgt, als er die wichtige Iowa-Vorwahl gewann. Zu seinen Organisatoren gehörte neben George Stephanopoulos auch Steve Murphy. Murphy ist einer der bekanntesten amerikanischen *Spin Doctors* und hat Politikberatung zum Hauptberuf gemacht; er ist Mitbegründer und Miteigentümer von Murphy Putnam Media. Die Firma ist überaus erfolgreich, wenn es darum geht, dass Demokraten einen Wahlkampf gewinnen wollen. 2002 hat kein Kandidat verloren, der von Murphy Putnam Media beraten wurde.

Hinter Bushs Wiederwahlkampagne steht Karl Rove, Bushs politischer Vordenker und eine der umstrittensten Figuren im amerikanischen Politikgeschäft. Wahlkampfmanager ist Ken Mehlman. Für George Bush beschreitet Ken Mehlman einen ähnlichen Weg wie einst Craig Smith für Al Gore. Bis vor kurzem arbeitete Mehlman noch als politischer Direktor im Weißen Haus; gearbeitet hat der Anwalt schon für viele Amtsinhaber und Kandidaten – für Bush 1992 und Bob Dole 1996. Allerdings ohne Erfolg.