

Marcus Kreutz

**Marco Althaus (Hrsg.),** *Kampagne! Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*, 2. Auflage, Münster 2001: LIT Verlag, 390 Seiten, 20,90 Euro.  
**Birgit Oldopp,** *Auf dem Weg ins Parlament. Auswahl und Wahlkampffinanzierung der Kandidaten in Deutschland, Kanada und den USA*, Frankfurt/Main 2001: Campus Verlag, 384 Seiten, 39,90 Euro.

Politische Kommentatoren aller Couleur sind der einhelligen Auffassung, dass es im diesjährigen Wahlkampf ein enges Kopf-an-Kopf-Rennen der beiden unterschiedlichen politischen Lager geben wird. Der im Herbst letzten Jahres noch sicher erscheinende erneute Sieg einer von der SPD angeführten Koalition ist durch zahlreiche politische Skandale immer unsicherer geworden. Die Auflösungs- und Abnutzungserscheinungen der Regierung werden durch Stichworte wie die V-Mann-Affäre im Zuge des NPD-Verbotsverfahrens, verfassungs-

rechtlich bedenkliche Finanztricks bei der Beschaffung von Bundeswehrtransport-Airbussen, ein annähernd gegen null tendierendes Wirtschaftswachstum, die stetig hohe Arbeitslosenzahl im Verbund mit geschönten Vermittlungsstatistiken durch die Bundesanstalt für Arbeit sowie den fast abgeschickten „blauen Brief“ aus Brüssel überdeutlich. Die skandalöse Spendenpraxis der Kölner SPD trägt das ihrige zu der demoskopischen Pattsituation bei. Im Gegenzug erfährt die CDU/CSU nach der Nominierung Edmund Stoibers zum Kanzlerkandidaten einen schon seit geraumer Zeit nicht mehr erlebten Höhenflug in den Umfragewerten der Institute für Demoskopie. Ob diese Stimmung jedoch bis zum 22. September anhält, ist mehr als fraglich. Verantwortlich für diese Unsicherheit ist die Tatsache, dass politische Zyklen extrem schnell aufeinander folgen. Welche Themen in der heißen Phase des Wahlkampfs – etwa drei

bis vier Wochen vor dem Wahltermin – von der Bevölkerung als prioritär angesehen werden, entzieht sich weitgehend der seriösen Planung. Umso größere Bedeutung kommt der Wahlkampfstrategie zu. Sie ist es, die den Parteien die Botschaft ihres Wahlkampfes vorgibt. Doch wie entwickelt man eine Botschaft, wie vermittelt man sie? Und schließlich: Welche Personengruppen sind für die Botschaft empfänglich? All diesen Fragen geht das Buch von Marco Althaus in aller Ausführlichkeit nach. Dabei kommt dem Werk zugute, dass die Autoren des Sammelbandes fast durchweg Praktiker des Wahlkampfes sind. Aufgrund der Vielzahl der Beiträge sollen im Folgenden nur einige wenige exemplarisch vorgestellt werden:

Erhellend sind vor allem die Ausführungen des Herausgebers Marco Althaus, die dieser im ersten Beitrag des Werkes mit dem Titel *Strategien für Kampagnen* macht. Der Autor stellt kurz und

knapp die Aussagen großer Strategen dar. Dabei schlägt er den Bogen von dem preußischen General Carl von Clausewitz über den florentinischen Diplomaten und Historiker des späten fünfzehnten und des frühen sechzehnten Jahrhunderts Niccolò Machiavelli bis zu dem chinesischen Militärberater und Philosophen Sun Tsu, der vor 2500 Jahren in China seine Wirkungsstätte hatte.

## Die Spieltheorie

Darüber hinaus führt Althaus die Bedeutung der so genannten Spieltheorie für die Entscheidungslehre im Rahmen politischer Auseinandersetzungen aus. Gerade die in den zwanziger Jahren des letzten Jahrhunderts von deutschen und amerikanischen Mathematikern entwickelte Spieltheorie hat in den letzten Jahrzehnten bei der strategischen Planung von Wahlkämpfen eine immer größere Relevanz entwickelt. Schlaglichtartig zusammengefasst kann man sagen, dass es sich bei der Spieltheorie um ein Konzept handelt, mit dem eine Situation gegenseitiger Abhängigkeit durch das Aufspüren einer so genannten „dominanten Strategie“ aufgelöst werden soll. Dabei ist unter einer Situation gegenseitiger Abhängigkeit eine Konstellation

zu verstehen, in der die Folgen einer Entscheidung von den Entscheidungen der anderen in der Situation befindlichen Akteure abhängt. Es entsteht ein Zirkelschluss, in dem alle Teilnehmer denken: „Ich denke, dass mein Gegner denkt, dass ich denke...“ Bei der Auflösung dieses Zirkelschlusses hilft die Spieltheorie dadurch, dass sie durch eine Analyse der entscheidungsleitenden Präferenzen der Akteure eine „dominante Strategie“ erkennt. Unter einer dominanten Strategie ist dabei eine Abfolge von Handlungen zu verstehen, die besser ist als alle anderen Möglichkeiten, völlig unabhängig davon, was der Gegner an Aktivität entfaltet. Auch wenn die Spieltheorie mit vielen Formeln und einem oft abschreckenden Fachjargon arbeitet, stellt sie dennoch ein ernst zu nehmendes Wahlkampfinstrument dar, dessen Anwendung bei Kenntnis der Inhalte im folgenden Wahlkampf sicherlich anschaulich verfolgt werden kann.

## Gegnerbeobachtung

Einem weiteren wichtigen Aspekt politischer Kampagnen widmet sich Vito Cecere der so genannten Gegnerbeobachtung oder auch *opposition research*. Dieser Aspekt einer Auseinandersetzung mit dem politischen Konkurrenten

kommt aus den USA. In Europa ist dieser Aspekt des Wahlkampfes durch die Dominanz großer organisierter Parteien bis vor kurzem eher vernachlässigt worden. Doch mit der immer stärkeren Personalisierung einer Kampagne kommt diesem Bereich ebenfalls größere Bedeutung zu. Cecere stellt begrüßenswert klar fest, dass es sich bei der *opposition research* nicht um eine illegitime oder anstößige Verhaltensweise handelt, die mit Begriffen wie Spionage, unlauteres Mittel oder Schmutzkampagne belegt werden darf. Vielmehr handelt es sich um ein legitimes Mittel der Informationsbeschaffung über die Gegenseite, welches die Transparenz der politischen Auseinandersetzung erhöhen kann. Dies setzt jedoch nach Cecere voraus, dass es sich bei den Maßnahmen, die aufgrund der Gegnerbeobachtung veranlasst werden, um solche handelt, die (a) der Wahrheit entsprechen und jederzeit verifizierbar sind, (b) ausschließlich öffentliche und allgemein zugängliche Informationen nutzen und (c) diese Informationen auf politische Relevanz zielen. Eine Vernachlässigung dieser überprüfbaren Kriterien erhöht die Gefahr einer Diffamierungskampagne, die den Persönlichkeitsschutz des

Gegners tangiert. Cecere stellt im weiteren Verlauf seiner Darstellung ausführlich die Instrumente der Gegnerbeobachtung vor, die die so genannte „Kampa“ der SPD im Wahlkampf des Jahres 1998 angewandt hat. Dieser Teil des Beitrages ist äußerst aufschlussreich und sollte daher von jedem Akteur des politischen Wahlkampfes aufmerksam gelesen werden.

### Effektivität

Schließlich ist noch exemplarisch der Beitrag von Martin Gerster hervorzuheben, der sich mit erfolgreichen Kampagnen auf der lokalen Politikebene befasst. Denn Professionalisierung des Wahlkampfes ist nicht nur an einen großen und kostenintensiven Wahlkampfapparat geknüpft. Politische Auseinandersetzungen können nämlich auch mit einem kleinen Etat effektiv geführt werden. Gerster stellt zahlreiche Mittel vor, wie man trotz eines kleinen finanziellen Spielraums, weniger oder gar keines Freiwilligen sowie geringer Erfahrung im Umgang mit den Medien einen erfolgreichen Wahlkampf im eigenen heimischen Sprengel organisieren kann. Der Autor gibt zum Beispiel praktische Hinweise zum Aufbau eines Presseverteilers, für das

Sammeln von Spenden sowie für das Gewinnen und den Einsatz von freiwilligen Helfern. Beherzigt man die Hilfestellungen, die Gerster gibt, so kann man mit Fug und Recht behaupten, vor dem Gegenkandidaten einen Vorsprung in der Wählergunst erlangt zu haben, der bei Befolgung der Ratschläge der anderen Autoren in den Wahlsieg münden kann.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass es sich um ein äußerst hilf- und aufschlussreiches Kompendium handelt, welches für die Schärfung der kritischen Verfolgung des kommenden Wahlkampfes hervorragende Dienste leistet. Aber auch der praktische Nutzen für jeden, der in einer Auseinandersetzung politischen Inhaltes verstrickt ist, kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Jedem politisch Interessierten, der hinter die glatte Fassade der Wahlkämpfe blicken möchte, ist dieses Buch zu empfehlen.

Die Parteispendenskandale der letzten Zeit geben weiterhin Anlass, auf ein anderes Buch aufmerksam zu machen, welches im Zuge des kommenden Wahlkampfes tiefere Einblicke und Reflexionen über die Herkunft und Verwendung der Finanzmittel der Kandidaten ermöglicht. Denn durch die

aktuellen Entwicklungen hat der Gemeinplatz, dass Wahlkämpfe Geld kosten, eine neue und ungeahnte Brisanz erfahren. Der spezielle Code, dem sich Parteien unterworfen sehen und der darin besteht, dass sie ihre Ziele und Wertvorstellungen nur durchsetzen können, wenn sie an der Staatsmacht partizipieren, diese Teilhabe aber nur mit einem enormen finanziellen Aufwand erreichbar ist, nötigt die Parteien, nach immer neuen Geldquellen Ausschau zu halten.

### Wahlkampffinanzierung

Das Werk Birgit Oldopps mit dem Titel *Auf dem Weg ins Parlament – Auswahl und Wahlkampffinanzierung der Kandidaten in Deutschland, Kanada und den USA* stellt die Dissertation dar, die die Verfasserin im Jahre 2000 der politikwissenschaftlichen Fakultät der Universität Hamburg vorgelegt hat und die durch die Aufnahme in das Verlagsprogramm eines auf ein breiteres Publikum abzielenden Verlages einer erfreulicherweise größeren Öffentlichkeit nunmehr zugänglich gemacht wird. Die Arbeit hat den großen Vorzug, einen internationalen Vergleich hinsichtlich der Herkunft der Geldquellen der Parteien zu unternehmen. Dieser Inhalt des Werkes ist seinem Titel

unschwer zu entnehmen. Es tritt mit dem Forschungsinteresse an, die politische Chancengleichheit der Wahlbewerber im politischen Wettbewerb im Hinblick auf ihre finanzielle Potenz zu beleuchten. Der Schwerpunkt der Betrachtung liegt dabei auf der Untersuchung der Zugangsmöglichkeiten geneigter Bürger zu den Bundesparlamenten, so dass Betrachtungen auf kommunaler beziehungsweise Länderebene außer Betracht bleiben. Die Verfasserin hat sich für ihre komparative Arbeit auf die Bundeswahlen in den USA vom 8. November 1994, in Deutschland vom 16. Oktober 1994 sowie in Kanada vom 25. Oktober 1993 beschränkt.

Zunächst ist festzuhalten, dass sich die Autorin gerade für Deutschland einem nahezu unüberwindbaren Hindernis gegenüberübersah. Denn Forschungsmaterial zu diesem Thema gab es in Deutschland nahezu überhaupt nicht. Für die USA und Kanada gilt dieser Befund nicht. In den USA gibt zum Beispiel die Federal Election Commission regelmäßig einen Bericht heraus, dem man die Herkunft und Verwendung der Finanzen, die den dortigen Kandidaten zur Verfügung stehen, entnehmen kann. Zwar sind auch in diesen Be-

richten fehlinterpretationen enthalten, doch stellen sie eine Basis dar, die in Deutschland völlig fehlt. Obgleich die deutschen Parteien in ihrem Rechenschaftsbericht die Höhe und die Herkunft von Parteispenden offen legen müssen, fehlt eine ähnliche Verpflichtung für die einzelnen Kandidaten in Deutschland völlig. Eine Parallelnorm findet sich im Parteiengesetz an keiner Stelle.

Anders in Kanada: Dort gibt es für die einzelnen Kandidaten die Verpflichtung, einen eigenen Rechenschaftsbericht abzugeben. Dieser wird seit 1997 ins Internet gestellt. Solch hohe Finanztransparenz ist für die hiesigen Gegebenheiten wünschenswert, liegt aber wohl noch in weiter Ferne. Um dieses Defizit an Daten und Fakten zu kompensieren, griff die Verfasserin auf Instrumente der empirischen Sozialforschung zurück und startete für ihre Untersuchung eine schriftliche Anfrage unter den Bundestagsabgeordneten der dreizehnten Legislaturperiode. Abgesehen davon, dass sich an dieser Erhebung bedauerlicherweise lediglich 23,7 Prozent aller Abgeordneten beteiligten, ist ergänzend festzuhalten, dass auch das auf diesem Wege zusammengetragene Zahlenmaterial nicht

besonders aussagekräftig ist, da die gewonnenen Daten sich nicht auf Mandatsaspiranten bezogen. Denn die Wahlbewerber, die noch nicht einen Sitz im Bundestag erlangt hatten, konnten aus einsichtigen Gründen eben nicht nach Höhe und Herkunft ihrer finanziellen Mittel befragt werden. In diesem Zusammenhang ist aber darauf hinzuweisen, dass die weit verbreitete Vorstellung falsch ist, die Parteien würden den Wahlkampf ihrer Kandidaten allein finanzieren. Dies ist bei weitem nicht so. So berichtet Birgit Oldopp davon, dass ein Erstbewerber für ein Bundestagsmandat seinen Wahlkampf dadurch finanziert hat, dass er selbst einen Kredit in Höhe von 65 000 D-Mark aufgenommen hat. Aus welcher Quelle Oldopp diese Information bezogen hat, bleibt jedoch leider unklar.

Die Arbeit zeichnet sich aber nicht nur durch ein überaus hohes Maß an Materialdichte aus, welche durch zahlreiche und umfangreiche Tabellen und Grafiken untermauert wird. Der Verfasserin gelingt es auch in vorzüglicher Weise, die demokratietheoretischen und praktischen Auswirkungen der überwiegenden Eigenfinanzierung der Kandidaten zu beleuchten. So wird völlig zu Recht festge-

stellt, dass Parteien, die einen neuen Kandidaten für eine Wahl aufstellen müssen, sich mit aller Wahrscheinlichkeit eher für einen solchen entscheiden werden, der selbst über nennenswertes Eigenkapital verfügt, das er auch bereit ist einzusetzen, als für einen Kandidaten, der überwiegend oder gar vollständig auf finanzielle Wahlkampfunterstützung durch die Partei angewiesen ist. Dies wiederum führt dazu, dass generell immer mehr die monetäre Situation von geeigneten Kandidaten für die Aufstellung ausschlaggebend sein wird. Andere Kriterien wie berufliche Qualifikation, persönliche Überzeugungskraft oder Verwurzelung im Wahlkreis drohen dabei unweigerlich ins Hintertreffen zu geraten. Vor diesem Hintergrund bekommen so genannte finanzielle Zugangssperren, also par-

teiinterne Absprachen in den zuständigen Gremien, dass ausschließlich diejenigen Kandidaten in die nähere Wahl einer Aufstellung kommen, die auch fähig und bereit sind, einen eigenen finanziellen Beitrag zum Wahlkampf beizusteuern, eine völlig andere Dimension. Zieht man wettbewerbstheoretische Überlegungen heran, muss man demnach zu dem Schluss kommen, dass mit der Zeit eine Verkrustung des bundespolitischen Personals eintritt. Denn wenn die Kandidaten, die bereits ein Mandat im Bundestag errungen haben, durch die Rücklage von Mitteln während der Legislaturperiode die Möglichkeit erhalten, ihren Wahlkampf finanziell gut auszustatten, wird es für neue Kandidaten, die diese Möglichkeit nicht haben und auch sonst nicht über beträchtliche und liquide Eigenmittel

verfügen, enorm schwer, einen Sitz im Bundestag ernsthaft anzutreten. Die jahrzehntelange Etablierung des immer gleichen bundespolitischen Personals ist zwangsläufig die Folge. Ob diese Minimierung des parteiinternen politischen Wettbewerbs durch eine größere Professionalisierung der aktiven Politiker angemessen kompensiert wird, ist eine Frage, die zur Beantwortung weiterer Forschung bedarf.

Als Fazit bleibt festzuhalten, dass es sich bei dem Werk Oldopps um eine materialreiche und trotz der zahlreichen statistischen Tabellen um eine anregend zu lesende Arbeit handelt, die auf der Basis empirischen Zahlenmaterials den Blick auf die tatsächliche oder vermeintliche chronische finanzielle Unterversorgung der Parteien und der Kandidaten lenkt.

### Der alte Drang

*„Hätte Schröder einfach sein damaliges Versprechen, ‚nicht alles anders, aber vieles besser machen‘ zu wollen, ernst genommen, stünde er heute anders da.*

*Tatsächlich aber haben die Sozialdemokraten – und noch mehr die Grünen – ihren Wahlsieg umgedeutet in einen angeblichen Wählerauftrag zur Verwirklichung eines rot-grünen Projekts. Deklaratorisch blieben sie zwar dabei, dass die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit und die Haushaltskonsolidierung Vorrang hätten, unter der Hand jedoch brach sich auf breiter Front der alte sozialdemokratische Drang zur Gesellschaftsveränderung Bahn. Ökosteuer, Energiepolitik, Staatsbürgerschaftsrecht, Hochschulpolitik, Partnerschaftsrecht, Verbraucherschutz, Justizreform, Einwanderungsrecht – im Vollgefühl seiner Gestaltungsmacht und ohne Rücksicht auf Verluste tobte sich der rot-grüne Reformeifer auf allen erreichbaren Spielwiesen aus.“*

Stefan Dietrich am 25. Juni 2002 in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*