

Der US-Präsidentschaftswahlkampf 2000 vor der heißen Phase

Kampf um das Weiße Haus

Wolfram Brunner

Der aktuelle Präsidentschaftswahlkampf in den USA scheint spannender zu werden als viele bisherige Rennen um das höchste politische Amt in den Vereinigten Staaten. Fast alle politischen Kommentatoren sind sich darüber einig, dass es nach dem derzeitigen Stand der Dinge am 7. November einen knappen Wahlausgang geben wird. Als Kandidaten der Demokratischen beziehungsweise der Republikanischen Partei werden Vizepräsident Al Gore und der texanische Gouverneur George W. Bush gegeneinander antreten, die im letzten Monat auf den Nationalkonventen ihrer Parteien nominiert worden sind.

Der Präsidentschaftswahlkampf steht kurz vor dem Beginn einer neuen Phase. Der August gilt in den USA traditionell als „convention period“. Diese Phase trennt die Sommerpause von der heißen Wahlkampfphase, die in der Regel Anfang September nach dem „Labor Day“ (in diesem Jahr am 4. September) beginnt. Der Übergang von der „convention period“ zur „hot phase“ soll Anlass sein, die bisherigen Entwicklungen im Präsidentschaftswahlkampf zu skizzieren.

Stimmungen und Wahlprognosen

In diesem Wahljahr hat sich die politische Stimmung für die beiden Hauptkontra-

ten Gore und Bush bereits mehrmals gewandelt. Zu Beginn des Jahres war Bush klarer Favorit in den Meinungsumfragen. Dieses Stimmungsbild veränderte sich im Verlauf des Vorwahlkampfes deutlich. Der unerwartet spannende und kontroverse Wettbewerb um die republikanische Nominierung zwischen Bush und John McCain sowie der überraschend klar zu Gunsten Gores ablaufende demokratische Vorwahlkampf führten zu Stimmungseinbußen auf Seiten des Texaners und zu Gewinnen für den Vizepräsidenten. In den Monaten April bis Juli hat das politische Stimmungsbarometer freilich wieder zu Gunsten Bushs umgeschlagen. In den letzten Umfragen vor den Parteikonventen lag er deutlich vor Gore bei etwa fünfzig Prozent; der Vizepräsident erhielt nur etwa vierzig Prozent. Damit galt der texanische Gouverneur ganz klar als Gewinner der „post-primary period“. Die Ernennung des ehemaligen Verteidigungsministers Dick Cheney zum Vizepräsidentenskandidaten sowie der erfolgreich verlaufene Parteitag der Republikaner haben Bush nur vorübergehend weiteren Auftrieb gegeben. Dem Konkurrenten Gore gelang es durch die Auswahl des angesehenen Senators Joseph Lieberman aus Connecticut zum „running mate“ sowie durch einen ebenfalls gelungenen Parteitag, den Stimmungs-

Kampf um das Weiße Haus

vorsprung des texanischen Gouverneurs wettzumachen.

Die in den Medien veröffentlichten Stimmungswerte für die Präsidentschaftskandidaten müssen allerdings generell mit Vorsicht behandelt werden. Denn bei der Wahl des US-Präsidenten ist nicht die Zahl der absoluten Wählerstimmen entscheidend, sondern die Stimmen des Wahlmännerkollegiums. Es geht für die Kandidaten also nicht darum, überall gute Stimmung für sich zu schaffen, sondern vor allem um die Stimmung in den bevölkerungsreichen und damit wahlmännerstarken Bundesländern. Mit den Wahlmännerstimmen der zehn bevölkerungsreichsten Staaten kann ein Kandidat bereits 257 der 270 Stimmen erlangen, die für eine Mehrheit in dem 538 Wahlmänner umfassenden Kollegium notwendig sind.

Aktuelle Stimmungen und Trends

Bei einer nach Bundesstaaten getrennten Betrachtung der politischen Stimmungslage ergibt sich derzeit noch ein Vorteil für Bush. Viele der größten Staaten sind jedoch umkämpft. Bush wird auf jeden Fall seinen Heimatstaat Texas gewinnen und wahrscheinlich auch Florida, wo sein Bruder Jeb Bush als Gouverneur amtiert. Gore kann hingegen auf New York und vielleicht auch auf Kalifornien zählen. Florida und Kalifornien gelten allerdings jeweils als unsicher; und die übrigen „big shots“ werden klar als „battlegrounds“ geführt: Zu ihnen zählen im Osten Pennsylvania und New Jersey, im Mittleren Westen Illinois, Ohio, Michigan, Indiana, Missouri, Wisconsin, Iowa, im Süden North Carolina und Georgia und im Westen Washington.

Für den Präsidentschaftswahlkampf 2000 sind vor allem zwei aktuelle Trends zu nen-

nen. Zum einen geht es um das Thema „soft money“ und die damit finanzierten „issue ads“. Das Wahljahr 2000 ist einmal mehr ein Jahr der Rekorde, was das Fundraising und den Kostenaspekt der Wahlkämpfe angeht. George W. Bush zum Beispiel hat bis Juli dieses Jahres etwa 85 Millionen Dollar an Spenden eingesammelt und 80 Millionen Dollar ausgegeben. 1996 waren Bill Clinton und Bob Dole bis zu diesem Zeitpunkt noch mit jeweils etwa vierzig Millionen Dollar ausgekommen – einem Betrag, den auch Al Gore bisher ausgegeben hat. Nicht nur die Kandidaten selbst, auch die Parteien haben seit 1999 Rekordsummen eingenommen: Die nationalen Parteikomitees der Republikanischen Partei haben bis April dieses Jahres etwa 179 Millionen Dollar an streng regulierten Spenden („hard money“) und 86 Millionen Dollar an weich regulierten Spenden („soft money“) eingesammelt; bei der Demokratischen Partei waren es 104 Millionen beziehungsweise 77 Millionen Dollar. „Soft money“ kann nur von Parteien, Interessengruppen oder Unternehmen – und nicht von Kandidaten selbst – eingenommen werden und sollte ursprünglich nur für Parteaufbaumaßnahmen, Wählerinformation, -registrierung und -mobilisierung am Wahltag genutzt werden. Daher waren weder das Einsammeln noch das Ausgeben dieses Geldes limitiert. 1996 jedoch begann die Demokratische Partei das „soft money“ auch für Fernsehwerbung einzusetzen. Dies wird von der Gesetzeslage gedeckt, solange die mit „soft money“ finanzierte Fernsehwerbung nicht ausdrücklich zur Wahl- oder Nichtwahl eines Kandidaten aufruft. Folglich werden solche Werbespots – die so genannten „issue ads“ – in diesem Wahljahr nun massenhaft eingesetzt.

„Internet campaigning“ ist der zweite aktuelle Trend im diesjährigen Wahlkampf. Seit

1994 werden Internet-Homepages im US-Wahlkampf eingesetzt, aber erst seit den Erfolgen eines Jesse Ventura bei der Gouverneurswahl in Minnesota 1998 und ganz besonders seit den diesjährigen Vorwahlerfolgen von John McCain, Steve Forbes und Bill Bradley beim Einsatz des Internet in Wahlkampagnen ist die Euphorie über das neue Medium vollends ausgebrochen. Allerdings muss betont werden, dass das Internet als klassisches Überzeugungsmedium noch wenig geeignet ist. Die große Masse der politisch häufig desinteressierten Wechselwähler wird über Internetseiten ebenso wenig erreicht wie die große Masse der treuesten Wähler und Geldgeber, bei denen es sich nicht selten um Senioren handelt. Aber das Internet bietet wenigstens die Möglichkeit, eine Klientel anzusprechen, mit der auch die Politik in den USA ihre Schwierigkeiten hat: die Jugend und junge – häufig hoch gebildete und besser verdienende – Berufstätige.

Noch kann das Internet nicht auf die traditionellen Medien verzichten. Denn die Webpage eines Kandidaten ist nur dann erfolgreich, wenn ein Kandidat über die klassischen Medien Begeisterung für sich erzeugt oder wenn eine Kampagne massiv in den traditionellen Medien für ihre Homepage wirbt. Erfolgreich eingesetzt wurde das Internet in diesem Jahr bisher vor allem in drei Bereichen: beim Fundraising, bei der Rekrutierung, Organisation und Mobilisierung von freiwilligen Helfern sowie im Bereich der Medienarbeit.

Unmittelbar nach dem Ende der entscheidenden Vorwahlen Mitte März schien George W. Bush deutlich angeschlagener zu sein als sein Rivale Al Gore. In der harten Auseinandersetzung mit John McCain musste er sich im politischen Spektrum weiter rechts positionieren, als er ursprünglich

geplant hatte. Viele politische Kommentatoren prophezeiten ihm damals für den Hauptwahlkampf einen schwierigen und steinigen Weg zurück in die politische Mitte. Gemeistert hat Bush diesen Weg am Ende sehr leicht und mit großer Bravour.

Strategien und Images

Dass der texanische Gouverneur als Gewinner der „post-primary period“ gilt, liegt nicht zuletzt an taktischen Fehlern seines Konkurrenten. Denn die Gore-Kampagne ruhte sich nach den Vorwahlen auf ihren Lorbeeren aus und plante bereits für die Hauptwahlkampfphase ab August, ohne für die Zwischenzeit von April bis Juli ein klares strategisches Konzept zu haben.

Demgegenüber startete Bush sofort mit seiner Reise zurück zum moderaten Republikanismus, den er sich durch seinen zentralen Slogan vom *compassionate conservatism* auf den Schild geschrieben hatte. Die Bush-Kampagne nahm sich ein Beispiel an der Kampagne John McCains, der in seinem Wahlkampfbus permanent von Journalisten umgeben war, und änderte ihre Medienarbeit deutlich: Die Beziehungen zu Journalisten wurden offener und freundlicher, und Bush begann, sich als „Mr. Accessibility“ zu propagieren und „mit den Medien zu schmusen“ („schmoozing with the press“). Auch nahm die Häufigkeit seiner Pressekonferenzen deutlich zu.

Diese Pressekonferenzen waren der Grundpfeiler eines durchdachten Themenmanagement der Bush-Kampagne. Regelmäßig präsentierte der texanische Gouverneur neue Politikinitiativen, und zwar durchaus in Themenfeldern, die bisher eher von demokratischen Kandidaten besetzt wurden, etwa in der Bildungs- oder Sozialpolitik. Dadurch positionierte er sich in drei

erlei Hinsicht: als moderater Republikaner (*compassionate conservatism*), als politischer Reformer (*reformer with results*) und als Staatsmann von nationaler Statur. Die Gore-Kampagne hatte dieser Strategie im April und Mai nichts entgegenzusetzen. Sie wurde durch die ständigen Initiativen Bushs in die Defensive gedrängt.

Gore versuchte Bushs Vorschläge in Details zu zerlegen und ihre Nichtmachbarkeit oder die damit verbundenen Risiken aufzuzeigen. Diese im Vorwahlkampf gegenüber Bill Bradley erfolgreich angewandte Methode wirkte diesmal nicht. Bush ließ sich nicht auf Details ein, und die Öffentlichkeit war ebenfalls noch nicht an Detaildiskussionen interessiert, so dass Gores Attacken lediglich als negativ und destruktiv erschienen. Allerdings konzentrierte Gore seine eigenen Initiativen in dieser Zeit auch auf regionale Wahlkampfereignisse und Einzelinterviews mit Lokaljournalisten, während er das „feeding“ der nationalen Medien vernachlässigte und über Wochen hinweg keine großen Pressekonferenzen abhielt. Erst seit Anfang Juni ist der Vizepräsident umgeschwenkt und versucht nun auch auf nationaler Ebene stärker eigene Positivakzente zu setzen.

Alles in allem hat Bush bisher eher eine präsidentielle Strategie gefahren als Gore. Der Texaner betont seine moderaten Ansichten, seine positiven Politikansätze und seine Überparteilichkeit. Entsprechend wurde auch der republikanische Parteitag inszeniert, der bewusst einen neuen Republikanismus mit Herz und sozialer Schlagseite propagierte. Demgegenüber wird Gore von der Bush-Kampagne als negativ und parteilich sowie als Mann ohne Überzeugungen und als Marionette der Meinungsforschung und Focus-Gruppen dargestellt. Der Vizepräsident wird zudem mit den Skandalen der

Clinton-Regierung verknüpft. Dies ist umso leichter, als Gore im Wahlkampf 1996 an einer rechtlich nicht korrekten Fundraising-Aktion in einem buddhistischen Kloster in Kalifornien teilgenommen hat, was ihm im Verlauf des Wahlkampfs noch einige Probleme bereiten könnte.

Bush will solchen Skandalen ein Ende machen und wieder *honor and dignity* ins Weiße Haus bringen. Hier propagiert er das „Time-for-a-change“-Motiv, während er eine Wahl des Vizepräsidenten als dritte Legislaturperiode der Clinton-Gore-Regierung zu diskreditieren versucht. Die positive Wirtschafts- und Haushaltslage wird von der Bush-Kampagne als ein Resultat der „hard working Americans“ sowie der Notenbankpolitik interpretiert und nicht als Leistung der Clinton-Regierung.

Für Al Gore hingegen sind die extrem gute ökonomische Situation, die Erfolge bei der Haushaltskonsolidierung und die relativ große Zufriedenheit der US-Bürger zentrale Wahlargumente. Seinen Strategiewechsel Anfang Juni stellte er dementsprechend unter das Motto *prosperity and progress*. Er selbst propagiert sich damit als Garant von Wohlstand, Stabilität und noch weiter gehenden Verbesserungen. Allerdings folgen die Amerikaner bisher eher der Situationsdeutung Bushs und führen die guten Zeiten lieber auf den populären Notenbankchef Alan Greenspan oder die boomende „Dot-com“-Industrie zurück. Und da der Vizepräsident in der politischen Stimmung noch immer hinter Bush zurückliegt, kommt er nicht umhin, die politischen Ideen des texanischen Gouverneurs weiterhin als nicht finanzierbar und als Sicherheitsrisiko – vor allem für das Sozialversicherungssystem – zu attackieren. Darüber hinaus versuchte er in den letzten Wochen unter Rückgriff auf klassische Argumentationsmuster der

Demokratischen Partei, Bush als Marionette des Großkapitals, insbesondere der texanischen Ölindustrie, hinzustellen – ein Ansatz, der durch die Wahl Cheneys zum „running mate“ noch mehr Angriffsfläche erhalten hat. Denn dieser ist zwar ein bekannter und erfahrener Politiker, der gerade die außen- und sicherheitspolitische Unerfahrenheit des texanischen Gouverneurs wettmachen kann. Er hat aber auch ein sehr konservatives – und damit für Gore leicht angreifbares – Abstimmungsverhalten im Kongress vorzuweisen und war zuletzt als schwerreicher Manager eines Ölkonzerns in Texas tätig. Inwieweit Gores Attacken tatsächlich die gewünschte Wirkung entfalten und nicht negativ auf ihn selbst zurückfallen, bleibt abzuwarten. Für den texanischen Gouverneur jedenfalls sind sie nur ein weiterer Beleg für die negativen Absichten und Bösartigkeit Gores. Bush selber verpackt negative Attacken gegen Gore übrigens in Witz und Humor, gibt seinen Widersacher immer wieder der Lächerlichkeit preis und ist damit offenbar äußerst erfolgreich.

Überhaupt wird Gores Rückstand in den Meinungsumfragen vor allem auf sein Imageproblem zurückgeführt, das er bisher auch nach mehrmaligem Strategiewechsel nicht beheben konnte. Der Vizepräsident gilt zwar als intelligent, kompetent und erfahren, zugleich aber wird er auch als beserwischer und wenig sympathisch angesehen. Bush dagegen wird nicht nur als besserer politischer Führer, sondern auch als sympathisch und volksnah eingeschätzt. Das wichtige *connecting with people*, in dem Bill Clinton als unbestrittener Meister gilt, ist eher eine Sache Bushs, während Gore häufig kontrolliert, steif und distanziert erscheint. Noch problematischer für Gore ist vielleicht die Tatsache, dass er im Gegen-

satz zu Bush ein massives Glaubwürdigkeitsproblem hat. Viele US-Bürger trauen dem Vizepräsidenten einfach nicht über den Weg – nicht zuletzt aufgrund seiner häufigen Positionswechsel in politischen Sachfragen und der potenziellen Verstrickungen in Skandale der Clinton-Regierung. Allerdings wird Gores Auswahl des Vizepräsidentenkandidaten allgemein als geschickter Schachzug interpretiert, durch den er aus dem Schatten Clintons hervorgetreten ist. Denn Joseph Lieberman spricht durch seine konservativen Einstellungen nicht nur republikanische Wähler an. Er gilt auch als durch und durch integrierter Politiker und war der erste Demokrat, der Clinton öffentlich in der Lewinsky-Affäre kritisiert hat. Es bleibt abzuwarten, ob Gore die auch ihn selbst betreffende Clinton-Müdigkeit vieler Wähler am Ende überwinden und sich als eigen- und vollwertiger Präsidentschaftskandidat profilieren kann.

Themen und Positionen

Die Themen und Positionen der beiden Präsidentschaftskandidaten werden in den nächsten Wochen noch stärker ins Zentrum des allgemeinen Interesses rücken. Dabei existiert in diesem Wahljahr eine einmalige Situation, denn erstmals kann in einem Wahlkampf über die Verteilung eines Haushaltsüberschusses, der über die nächsten zehn Jahre auf etwa zwei Billionen Dollar geschätzt wird, gestritten werden. Für die Bürger bleiben dennoch die bereits seit vielen Jahren an der Spitze der Prioritätenrangskala stehenden Themen Bildung, Gesundheitswesen, Sozialversicherung und Steuern entscheidend.

Auch wenn Gore und Bush moderate oder zentristische Kandidaten sind, wurden die unterschiedlichen Politikansätze der bei-

den Kandidaten bereits in den letzten Monaten deutlich: Der Demokrat Al Gore steht für eine leichte Senkung der Steuerlast in Höhe von etwa 300 bis 500 Milliarden Dollar über die nächsten zehn Jahre. Durch diese vorsichtige Entlastung kann ein Teil des Haushaltsüberschusses für den Abbau von Staatsschulden sowie die Ausweitung staatlicher Förderprogramme in den Bereichen Bildung, Gesundheitswesen und Sozialversicherung genutzt werden.

Der Republikaner Bush hingegen propagiert eine stärkere Steuersenkung, die in den nächsten zehn Jahren etwa 800 bis tausend Milliarden Dollar kosten würde. Er befürwortet eine Dezentralisierung staatlicher Aufgaben und die Förderung von Teilprivatisierungen im Sozialbereich und im Bildungssystem.

Vor allem die Reform des Sozialversicherungswesens ist in den vergangenen Monaten – nicht zuletzt anlässlich der Initiative Bushs – diskutiert worden. Ähnlich wie auch in Deutschland ist das gesamte System aufgrund demographischer Veränderungen reformbedürftig. Die hundertprozentige Zahlungsfähigkeit von „social security“ ist nach dem jetzigen Stand der Dinge nur bis zum Jahr 2037 gewährleistet. Von da an werden sich Defizite ergeben.

Gore will das System grundsätzlich erhalten, wobei es durch zusätzliche staatliche Mittel gesichert werden soll. Diese Mittel werden frei, wenn ein Teil der jetzigen Überschüsse aus dem Haushalt und der „social security“ zur Rückzahlung der Staatsverschuldung (etwa 3,5 Billionen Dollar) und damit zur Senkung der Zinsschuld genutzt wird. Weitere Mittel sollen zur Förderung der privaten Altersvorsorge eingesetzt werden, die aber außerhalb des bestehenden Sozialversicherungssystems angesiedelt sein soll.

Demgegenüber will Bush mit den derzeitigen Überschüssen aus der Sozialversicherung die Teilprivatisierung des Systems finanzieren. Nach diesem Modell sollen die US-Bürger einen Teil ihrer bisherigen Sozialabgaben für private Vorsorge verwenden und in Gewinn bringende Anlagen – etwa in den Aktienmarkt – investieren.

Auch in den übrigen Politikfeldern zeigen sich Unterschiede zwischen Gore und Bush. Ins Bildungswesen wollen zwar beide Kandidaten mehr Geld stecken, um die Qualität von Lehrern und Lehre zu erhöhen. Bush zeigt sich dabei aber weniger generös und will stattdessen die Autonomie und den Gestaltungsspielraum der Bundesstaaten und der Gemeinden erhöhen. Zudem will Bush den Eltern mehr Freiheiten bei der Auswahl der Schule geben und Gutscheine – so genannte „vouchers“ – an bedürftige Eltern verteilen, damit diese ihre Kinder an teurere Privatschulen schicken können.

Der Umweltschutz ist vor allem ein Thema Al Gores, der Bush und die relativ schlechte Umweltsituation in Texas scharf angreift. In den Bereichen Waffenkontrolle und Abtreibung besetzt Gore (inzwischen) ebenfalls die eindeutig „linkeren“ Positionen. Im Gegensatz zu früher propagiert er eine merkliche Verschärfung der Schusswaffenkontrolle, während Bush auf eine konsequentere Anwendung bestehender Gesetze sowie bessere Aufklärung und Erziehung setzt. In der Abtreibungsfrage spricht sich Gore für das freie Recht auf Schwangerschaftsabbruch aus. Bush hält sich in diesem Bereich eher bedeckt. Er unterstützt allerdings die konservative Initiative zum verfassungsmäßigen Verbot von Abtreibungen.

Beim Thema Todesstrafe existieren kaum Unterschiede zwischen den beiden Kontra-

henten. Ebenso wie die Mehrheit der Bevölkerung gelten sowohl Gore als auch Bush als Befürworter, sodass die umstrittenen Exekutionen in Texas wahrscheinlich kein größeres Problem für den Gouverneur in den kommenden Wahlkampfwochen werden. Weniger drastische Differenzen zeigen sich ebenfalls in den Bereichen Außen- und Sicherheitspolitik.

Insgesamt haben sich sowohl Gore als auch Bush für die verschiedenen Politikfelder mit bekannten Experten als Beratern umgeben. Vor allem Bush betont diesen Rückgriff auf anerkannte Persönlichkeiten, um sich als Politiker ohne Erfahrung auf der nationalen und internationalen Ebene vor dem Vorwurf zu schützen, ein politisches Leichtgewicht zu sein. Dies gilt insbesondere für die Außen- und Sicherheitspolitik. Bushs Chefberaterin für diesen Bereich ist Condoleezza Rice, eine bekannte und geachtete Stanford-Professorin und ehemaliges Mitglied des Nationalen Sicherheitsrates unter George Bush Senior. Unterstützt wird er darüber hinaus von seinem Vizekandidaten Cheney, vom ehemaligen Außenminister George Shultz sowie dem beliebten ehemaligen Chef des US-Generalstabs Colin Powell.

„Air wars“ und „ground wars“

In den kommenden Wochen steht die heiße Phase des US-Präsidentschaftswahlkampfes bevor. Für diese Zeit haben Gore und Bush durch öffentliche Wahlkampffinanzierung jeweils etwa achzig Millionen Dollar zur Verfügung. Die Kandidaten und ihre Parteien werden durch massiven Einsatz von Ressourcen in Form von Geld, Menschen und Material um die Themen- und Deutungs-

hoheit kämpfen und sowohl über Medienberichterstattung, TV- und Radio-Spots („air war“) als auch über massenhafte Mailing-, Telefon- und Hausbesuchsaktionen („ground war“) die entscheidenden Schlachten schlagen. Eine besondere Herausforderung für Gore und Bush werden im Oktober die großen Fernsehdebatten sein, in denen die Kandidaten direkt aufeinander treffen. Da Gore als guter Debattierer gilt, wird hier allgemein ein „Sieg“ des Vizepräsidenten erwartet.

Die Bush-Kampagne bemüht sich nicht, diesen Vermutungen entgegenzutreten. Im Gegenteil: Durch Understatement im Vorfeld sollen die bei einem unverhofft guten Abschneiden des Texaners zu erwartenden Positiveffekte potenziert werden.

Fraglich ist noch, ob die Präsidentschaftskandidaten kleinerer Parteien an den Debatten teilnehmen werden. Der relativ große Erfolg von Ross Perot bei den letzten beiden Präsidentschaftswahlen, bei denen er vor allem Stimmen aus dem republikanischen Lager abschöpfte, ist Gore und Bush in lebhafter Erinnerung. In diesem Jahr freilich werden beide Hauptkontrahenten – sowohl von rechts als auch von links – in die Zange genommen. Der konservative Pat Buchanan tritt als Kandidat der Reformpartei an, der bekannte „Verbraucheranwalt“ Ralph Nader als Kandidat der Grünen. Nach den aktuellen Umfragen stellt dabei Nader für Gore eine größere Gefahr dar als Buchanan für Bush. Speziell in Kalifornien könnte Nader Gore entscheidende Stimmen abnehmen, was zu einem dortigen und damit auch zu einem Gesamtsieg des texanischen Gouverneurs führen könnte. Im amerikanischen Wahlkampf stehen spannende Wochen bevor.