



Die gekauften Kandidaten?

Endspurt bei den US-Kongresswahlen 2010

NIELS ANNEN
Oktober 2010

- Wengleich die Umfragen auf eine Niederlage der Demokraten bei den Wahlen zum US-Kongress am 2. November hindeuten, ist mit knappen Ergebnissen zu rechnen. In vielen Wahlkreisen liegen Demokraten und Republikaner nahezu gleichauf.
- Die Kandidatur um einen Sitz im US-Kongress ist ein kostspieliges Unterfangen: Parteien, Lobbyisten, Verbände und Gewerkschaften gaben in diesem Wahlkampf bereits mehr als 3,5 Milliarden Dollar für die Unterstützung von Kandidaten aus.
- Die Finanzierung von US-Wahlkämpfen ist von einer Fülle an Möglichkeiten geprägt, die verschiedenen rechtlichen Regeln unterliegen. Kandidaten werben selbst Gelder ein, politische Komitees können Spenden zugunsten von Kandidaten sammeln, zentrale Kampagnenkomitees der Parteien dienen als Finanzierungsquelle und externe politische Gruppierungen, die steuerbegünstigt sind, können ebenfalls zum Wahlkampf beisteuern.
- Die gesetzliche Regulierung und Begrenzung der Wahlkampffinanzierung bleibt weiterhin ein ungelöstes Problem. Verschärft wurde es durch eine Grundsatzentscheidung des Obersten Gerichtshofs Anfang 2010. Mit seinem *Citizens United*-Urteil erlaubte er externen politischen Gruppen, unbegrenzt Geld für Wahlkämpfe auszugeben. Zudem muss die Herkunft der Spenden nicht offengelegt werden.
- Die Entscheidung des Gerichtshofs pervertiert den Gedanken der Chancengleichheit und untergräbt das Vertrauen in das politische System. Eine Gesetzesänderung ist jedoch auf kurze Sicht unwahrscheinlich.

Der Wahlkampf in den USA geht in seine entscheidende Runde. Und obwohl die Demokraten allen Umfragen nach weiterhin mit deutlichen Verlusten rechnen müssen, verzeichnen demokratische Strategen in wichtigen Kongresswahlkreisen eine gestiegene Mobilisierungsfähigkeit. Ein Grund für den unerwarteten Aufwind ist ausgerechnet derjenige, den viele Beobachter als die größte Bürde für demokratische Kandidaten ausgemacht hatten: Präsident Barack Obama. Denn obwohl die Zustimmungswerte von Obama weiterhin unter 50% verharren, ist er noch immer der beliebteste aktive Politiker auf der nationalen Bühne. Seit einigen Tagen nun reist Obama fast täglich durch das Land, um für Kandidaten seiner Partei zu werben und beweist dabei, dass er noch immer die Massen mobilisieren kann, so wie jüngst bei einer Kundgebung auf dem Campus der Universität von Ohio, wo Obama vor 35.000 Anhängern sprach.

Knappe Ergebnisse

Zwar führen die Republikaner klar in allen landesweiten Umfragen, aber aufgrund des Mehrheitswahlrechts sind diese Umfragen von nur geringem Wert, denn in vielen Wahlkreisen liegen die Kontrahenten der Demokraten und Republikaner nahezu gleich. Am 2. November ist daher mit hauchdünnen Ergebnissen zu rechnen. Dass dabei auch Rennen in einstmals «sicher» geglaubten Wahlkreisen als *toss up*, also offen gelten, verleiht dem Wahlkampf eine besondere Brisanz. Wie im Rennen um den Senatorenposten in Wisconsin, wo der liberale Amtsinhaber Russ Feingold überraschend gegen seinen republikanischen Gegenkandidaten zurückliegt, sind es meistens Demokraten, die um ihre Sitze fürchten müssen. Aber die Welle von radikalen *Tea Party*-Kandidaten, die während der Vorwahlen über die *Grand Old Party* hineingebrochen ist, hat auch die Ausgangslage in einigen bislang sicher geglaubten republikanischen Staaten verändert. Das beste Beispiel hierfür ist Kentucky, wo der Demokrat Jim Conway überraschend mit dem *Tea Party*-Liebling Rand Paul gleichauf liegt.

US-Wahlkampf – ein Milliardengeschäft

Je knapper die Umfragen ausfallen, desto erbitterter wird der Wahlkampf geführt. Und ohne eine gut gefüllte Kriegskasse hat kein Kandidat eine Chance auf einen Sitz im Kongress, denn im Vergleich zu Deutschland, ist die Kandidatur um einen Sitz im Parlament ein kostspieliges Unterfangen. Wahlkampf ist

in den USA inzwischen zu einem Milliardengeschäft geworden. Die Internetplattform «Opensecrets.com» hat errechnet, dass Parteien, Lobbyisten, Verbände und Gewerkschaften zusammen in diesem Wahlkampf bereits über 3,5 Milliarden Dollar ausgegeben haben. Eine schier unvorstellbare Summe für die deutsche Politik, in der die großen Parteien in einem Bundestagswahlkampf kaum mehr als 20 Millionen veranschlagen müssen.

Ein weiterer Unterschied zu Deutschland ist, dass Kandidaten beider Parteien sich nicht darauf verlassen können, von ihrer Partei finanziell oder organisatorisch nennenswert unterstützt zu werden. Da die Parteien in den USA eher lose Zusammenschlüsse sind und nicht lokal straff organisiert, muss ein Kandidat seine eigene Organisation aufbauen und finanzieren. Ohne Spenden und das freiwillige Engagement seiner Anhänger ist eine Kampagne von Anfang an zum Scheitern verurteilt. Folgerichtig verbringen Kandidaten einen großen Teil ihrer Zeit mit Fundraising.

Fundraising I: Die Kandidaten

Die Finanzierung von US-Wahlkämpfen ist auch deswegen kompliziert, weil es eine Fülle von Finanzierungsmöglichkeiten gibt, bei denen unterschiedliche rechtliche Regeln zu beachten sind. Zunächst kann jeder Kandidat selbst Geld sammeln und dies für seinen Wahlkampf ausgeben, was entsprechend kenntlich gemacht werden muss. «I approve this message» – der Hinweis am Ende eines jeden Werbespots, dass der jeweilige Kandidat den Inhalt abgesegnet hat, ist inzwischen schon fast in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen.

Fundraising II: Political Action Committees

Darüber hinaus ist es nicht unüblich, dass prominente Kandidaten die in «sicheren» Wahlkreisen antreten, Geld von ihren *Political Action Committees* (PAC) an andere Kandidaten ihrer Partei weiterreichen. Ein gutes Beispiel hierfür ist Michelle Bachmann aus Minnesota. Frau Bachmann ist als Gründerin der *Tea Party*-Fraktion im Kongress zu einer gewissen Berühmtheit gelangt und da sie ohne einen Gegenkandidaten wieder aufgestellt worden ist, konnte sie mit einem Teil ihres Geldes Gleichgesinnte in anderen Rennen unterstützen. Auch Politiker, die selber gar nicht zur Wahl stehen, aber eigene PACs aufgebaut haben, können mit ihrem Geld Einfluss nehmen. Das prominenteste Beispiel ist

Sarah Palin, die mit ihrem *PAC* landesweit Kandidaten der *Tea Party* unterstützt. Aber auch andere potentielle Präsidentschaftskandidaten wie Mike Huckabee oder Mitt Romney nutzen die Zwischenwahlen, um ihre Wahlkampfkassen zu füllen und gleichzeitig Geld an Kandidaten zu verteilen, die sie für aussichtsreich halten oder denen sie ideologisch nahestehen. Natürlich werden diese Ausgaben immer auch mit dem Hintergedanken gemacht, Verbündete für ihre eigenen Ambitionen zu gewinnen.

Fundraising III: Campaign Committees

Sowohl die Demokratische als auch die Republikanische Partei organisieren einen großen Teil ihres Wahlkampfes über ihre *Campaign Committees* für das Repräsentantenhaus und den Senat, die jeweils von einem Kongressabgeordneten bzw. einem Senator geleitet werden. Diese Komitees sind eine weitere potentielle Finanzierungsquelle für Kandidaten vor Ort. Die Entscheidung, in welchem Teil des Landes das zur Verfügung stehende Geld eingesetzt wird, wird dabei zentral in Washington getroffen. Das gilt auch für die Mittel, die die Parteivorstände – das *Democratic National Committee* und das *Republican National Committee* – mobilisieren. Dabei werden zum Teil zentral produzierte, meist aber eigens für das jeweilige Rennen gedrehte Spots eingesetzt. Eine Entscheidung des *Democratic Congressional Campaign Committees* oder des *Republican Congressional Campaign Committees* kann ein Rennen durchaus nachhaltig beeinflussen, weil Entzug oder Bereitstellung von Mitteln immer auch Auskunft über die Einschätzung eines lokalen Rennens durch die Parteiführung geben. Zieht sich die Partei zurück, ist der Schaden häufig nicht nur finanziell, sondern auch politisch für einen Kandidaten schwer zu verkraften.

Fundraising IV: Externe Politische Gruppen

Neben den Kandidaten und den Parteien sowie ihren jeweiligen Kampagnen-Komitees ist es seit einigen Jahren üblich, dass externe politische Gruppen eigene Kampagnen beisteuern. Berühmt geworden ist diese Praxis im Präsidentschaftswahlkampf 2004, als eine Gruppe, die sich *Swift Boat Veterans for Truth* nannte, mit einem von Lügen gespickten Spot die Wahlchancen von John Kerry regelrecht versenkte. Beiden Parteien nahestehende Gruppen haben seitdem mit viel Geld in Wahlkämpfe eingegriffen, wobei die Aktivitäten mit den jeweiligen Kandidaten nicht koordiniert werden

dürfen. Während republikanische Kandidaten meist von Unternehmen oder Verbänden unterstützt werden, spielen bei den Demokraten Gewerkschaften eine wichtige Rolle. Unabhängige Beiträge können durchaus ein wertvoller Beitrag für einen Wahlkampf sein, sie sind aber manchmal auch ein unkalkulierbarer Faktor, da sie eine Wahlkampfstrategie gehörig durcheinander bringen können.

Neben aktiven Politikern greifen immer häufiger auch politische *power broker* wie Karl Rove in das Geschehen ein. Rove, der als Berater von Präsident George W. Bush zu zweifelhafter Berühmtheit gelangt ist, attackiert die Demokraten als Kommentator von *FOX News* und ist gleichzeitig mit seiner Organisation *American Crossroads* ein wichtiger Finanzier der Republikaner. Für die Zwischenwahlen, so berichtet die *Washington Post*, hat sich Rove eine Marke von 250 Millionen Dollar zum Ziel gesetzt, die er für einen Sieg seiner Partei einsetzen will.

Spenden ohne Limit und Transparenz

Seit vielen Jahren bemühen sich Politiker beider Parteien, die explodierenden Kosten der Wahlkampffinanzierung per Gesetz zu reduzieren, meist ohne durchschlagenden Erfolg. Das sogenannte McCain/Feingold-Gesetz, benannt nach dem Republikanischen Senator John McCain und seinem Demokratischen Kollegen Russ Feingold, hatte zuletzt die Möglichkeit von Lobbyverbänden beschnitten, in den Wochen vor einer Wahl direkt in den Wahlkampf einzugreifen. Doch der Oberste Gerichtshof in Washington hat Anfang 2010 in einem Grundsatzurteil nicht nur diesen Teil von McCain/Feingold relativiert, sondern die Begrenzung der Wahlkampffinanzierung fast vollkommen aufgehoben. Eine obskure Vereinigung, die sich *Citizens United* nennt, hatte sich bei ihrer Klage auf das Recht auf freie Meinungsäußerung berufen und von der konservativen Mehrheit im Gericht Recht bekommen. Die neuen Regeln erlauben nun steuerbefreiten sogenannten «527-Gruppen» wie *Citizens United*, bis zum Wahltag unbegrenzt Geld für Wahlpropaganda auszugeben. Darüber hinaus müssen diese noch nicht einmal über die Herkunft des Geldes Auskunft geben und können unbegrenzt Spenden von Einzelpersonen und Unternehmen sammeln.

In ungewohnt scharfer Form hatte Präsident Obama das *Citizens United*-Urteil während seiner Rede zur Lage der

Nation 2010 verurteilt. Die Richter, die traditionell in der ersten Reihe des Kongresses Platz genommen hatten, wirkten dabei im Fokus der Kameras selbst eher wie Angeklagte. Die Episode war schnell vergessen, aber die wahre Bedeutung des Urteils wird den meisten US-Bürgern erst in diesen Tagen richtig bewusst, da ungezählte Spots von «527-Gruppen» die Fernsehschirme überfluten.

Die amerikanische Presse hat in den vergangenen Wochen wiederholt aus Wahlkreisen berichtet, die wie aus dem Nichts mit negativen Spots über Demokratische Kandidaten überschwemmt wurden. Wer wirklich hinter Gruppen wie *Americans for Jobsecurity*, *Citizens against Government Waste* oder *Americans for Prosperity* steht, bleibt dabei meist im Dunkeln. Häufig bestehen diese Gruppen aus nicht viel mehr als einer Website und einem Postfach. Die Wähler haben so keine Möglichkeit herauszufinden, wer da in ihrem Wahlkreis versucht, Einfluss auf ihr Stimmverhalten zu nehmen. Wie die *Huffington Post* berichtet, hat z.B. eine Gruppierung namens *Ending Spending Fund* 600.000 Dollar in Werbespots gegen den Demokratischen Mehrheitsführer im Senat, Harry Reid, in Nevada investiert. Hinter dem ominösen Fund steht, auch das ist nicht illegal, nur ein einziger Geldgeber: Joe Ricketts, ein Unternehmer, dem unter anderem der Baseball-Verein *Chicago Cubs* gehört. Der einzige Grund dafür, dass der Name von Ricketts bekannt geworden ist, ist Ricketts selbst, der aus seinem Engagement kein Geheimnis machen wollte. Rechtlich wäre er zu dieser Offenlegung nicht verpflichtet gewesen.

Besonders aktiv ist in diesem Wahlkampf die amerikanische Handelskammer. Das *Chamber of Commerce* hat nach Angaben von *Think Progress*, einer den Demokraten nahestehenden Website, in der laufenden Kampagne bereits mehr als 75 Millionen Dollar für über 8.000 Negativ-Spots gegen Demokratische Kandidaten ausgegeben und ist dadurch nun selbst zum Thema des Wahlkampfes geworden. Da die Kammer nach der neuen Rechtslage ihre Spender ebenfalls nicht veröffentlichen muss, sind in den letzten Wochen Vorwürfe laut geworden, dass ausländische Unternehmen oder Regierungen über Spenden an Niederlassungen der Kammer im Ausland Einfluss auf die amerikanische Politik nehmen würden. Das *Chamber of Commerce* hat Vorwürfe von *Think Progress* und dem Weißen Haus zurückgewiesen. Dennoch bleibt ein bitterer Nachgeschmack,

insbesondere weil unter den Finanziers auch Unternehmen wie *AIG* sind, die während der Finanzkrise mit Steuergeldern gerettet worden sind.

Das Ende der Chancengleichheit

Wie groß der Einfluss anonymer Geldquellen auf den Wahlausgang sein wird, ist schwer abschätzbar. Aber gerade in einem System, in dem Kampagnen auf millionenschwere Beiträge zur Finanzierung ihrer Wahlkämpfe angewiesen sind, ist Transparenz wichtiger denn je, um das Vertrauen in das politische System nicht vollends zu untergraben. Die Entscheidung des Obersten Gerichtshofes Spenden für politische Interessen mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung gleichzusetzen, pervertiert den Gedanken der Chancengleichheit. Die gute Nachricht indes ist, dass nach allen Umfragen die amerikanischen Wähler dies genauso sehen. Bleibt die Frage, ob der neu gewählte Kongress die Kraft findet, das Gesetz entsprechend zu ändern.



Über den Autor

Niels Annen ist *Non-Resident Fellow* am *German Marshall Fund of the United States*. Er ist Mitglied im SPD-Parteivorstand und war von 2005 bis 2009 Mitglied des Deutschen Bundestages. Von 2001 bis 2004 war er Bundesvorsitzender der Jusos.

Impressum

Friedrich-Ebert-Stiftung
Referat Westliche Industrieländer | Abteilung Internationaler Dialog
Hiroshimastr. 28 | 10785 Berlin | Deutschland

Verantwortlich:
Anne Seyffert
Leiterin des Referats Westliche Industrieländer

Tel.: ++49-30-269-35-7736 | Fax: ++49-30-269-35-9249
www.fes.de/international/wil | www.fesdc.org

Kontakt:
ID-INFO-WIL@fes.de

Das FES-Büro in Washington, DC

Zentrales Ziel der Arbeit des Büros ist die Förderung des transatlantischen Dialogs im Sinne sozialdemokratischer Werte und Ideen. Mit unseren Programmen wollen wir deutsche und europäische Debatten mit US-amerikanischen und kanadischen verknüpfen. Darüber hinaus liegt es in unserem Interesse, Partner und Entscheidungsträger aus dritten Regionen in einen Dialog einzubinden, um Ideen und Lösungsansätze für gemeinsame Herausforderungen zu entwickeln. Zu diesen Regionen und Ländern gehören der Nahe und Mittlere Osten, Afghanistan, Russland und die Türkei.

Ein weiteres wichtiges Element unserer Arbeit ist der Aufbau und die Pflege von transatlantischen Netzwerken zwischen politischen Entscheidungsträgern, Vertretern von Think Tanks, Universitäten, Gewerkschaften sowie zivilgesellschaftlichen Organisationen. Die inhaltlichen Projektschwerpunkte des Büros liegen in den Bereichen Demokratieförderung und Konflikttransformation, Abrüstung und Nichtverbreitung von Atomwaffen, Minderheiten und Integration, Energie- und Klimapolitik sowie Arbeits- und Wirtschaftsbeziehungen.