

All Politics Is Local – die US-Präsidentschaftswahl 2012

„Weimarer Rendez-vous mit der Geschichte: Nachbarschaften“

Zum Referat von Prof. Dr. Michael Dreyer (Politikwissenschaft, FSU Jena)

Von Anett Scheeren

Die Vereinigten Staaten von Amerika, eine Nation auf einer Fläche von ca. 9629000 Quadratkilometern, von 314 Millionen Menschen unterschiedlichster Ethnizitäten, mit jedoch nur zwei dominanten politischen Parteien, wählt ihren Präsidenten und die ganze Welt schaut hin. Auch in den deutschen Medien wurde wochenlang intensiv über die US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen berichtet, denn auch heute gilt noch der Ausspruch: „When America sneezes, the world catches a cold.“

Angespornt durch das allgemeine Interesse beschäftigte sich der Vortrag von Prof. Dr. Michael Dreyer von der FSU Jena am 17. November 2012 im Rahmen des Geschichtsfests „Weimarer Rendez-vous“ mit den Präsidentschaftswahlen in den USA. Hauptaugenmerk lag dabei auf dem berühmten Ausspruch des ehemaligen Sprechers des US-Repräsentantenhauses Tip O’Neill: „All politics is local.“ O’Neill fasste damit eines der wichtigsten Prinzipien der amerikanischen Politik zusammen, nämlich dass der Erfolg eines Politikers in direkter Verbindung steht mit dessen Fähigkeit, seine Wählerschaft zu verstehen und zu beeinflussen, zum Teil auf kleinster lokaler Ebene. Politiker, so O’Neill, müssen sich den einfachen, alltäglichen Anliegen ihrer Wähler zuwenden um gewählt zu werden und es sind gerade diese persönlichen Probleme und eben nicht die großen, weniger fassbaren Ideen, für die sich die Wähler interessieren.

„Die Interessen und Sorgen der Wähler stehen, bei lokalen wie auch bei nationalen Wahlen, immer im Vordergrund der Wahlkampagnen“, so Dreyer. Sogar bei Parlaments- und Präsidentschaftswahlen ist es äußerst selten, dass nationale Themen die Wahlen beherrschen. Besonders verständlich gemacht wurde dies durch eine Zahl von Statistiken und demographischen Karten, anhand derer die Lokalität und die Verortung der politischen

Interessen der US-Wähler illustriert wurden. Hier wurde auch eine beeindruckende Tendenz klar, die Bill Bishop in seinem Buch „The Big Sort: Why the Clustering of Like-Minded America is Tearing Us Apart“ feststellte. Vergleiche man Karten der USA zu den Wahlen 1976 (Jimmy Carter) und 2004 (George W. Bush) nach den politischen Mehrheiten in den Staaten und Counties, so wird offensichtlich, dass sich Amerika immer mehr durch Binnenmigration segregiert und als Folge dessen Republikaner und Demokraten oft einfach nicht mehr zusammen wohnen und Kontakt miteinander haben. Dies wird auch reflektiert in den politischen Programmen der zwei Parteien, die sich immer weiter voneinander entfernen und fast schon verschiedene Pole des politischen Spektrums verkörpern. Nachbarschaft von Menschen unterschiedlicher politischer Ansichten und damit Kommunikation zwischen den Lagern wird somit immer weniger, was noch verschlimmert wird durch parteiische TV-Sender wie Fox News und MSNBC, die Informationen zugunsten einer politischen Richtung zuschneiden und somit die Fronten noch mehr verhärten und nationalen Konsens erschweren.

Diese demographische und politische Entwicklung spiegelte sich auch im Wahlkampf der letzten Monate deutlich wieder. Vor Allem in den so genannten „Swing-States“, die traditionell keine eindeutige politische Richtung haben, wurde das Prinzip der lokalen Interessen bis aufs Äußerste praktiziert. In Staaten wie New Hampshire und Iowa gingen die Kandidaten der beiden Parteien wochenlang von Diner zu Diner, Kneipe zu Kneipe und führten ihren Wahlkampf auf lokaler Ebene. Was man leicht spöttisch „politisches Klinkenputzen“ oder in Amerika auch „shaking hands and kissing babies“ nennen könnte ist exemplarisch, ein Mikrokosmos, für die Wahlkampfstrategien der Präsidentschaftskandidaten. Denn, wie schon erwähnt, ist Wahlkampf in den USA nie pauschal an „den Amerikaner“ gerichtet, sondern an Minderheiten (ethnischer Natur wie Schwarze, Asiaten, Latinos), spezifische Schichten der Gesellschaft (dieses Jahr, im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise, vor Allem der Mittelstand), Frauen (was hochaktuelle Themen wie Abtreibung, Vergewaltigung und Verhütung anbelangt) oder ältere Wähler, die sich primär für das Gesundheitssystem und ihre Altersversorgung interessieren. Essenziell war es im diesjährigen Wahlkampf für die Präsidentschaftskandidaten, eben diese Wählergruppen anzusprechen durch gezielten und äußerst spezifischen Wahlkampf und sich somit die Wahlmännerstimmen in den besonders umstrittenen Swing States zu sichern.

Im Rückblick auf die Wahlen kann festgestellt werden, so Dreyer, dass Barack Obamas Wiederwahl auf keinen Fall so überraschend war, wie es die Medien in Deutschland berichteten. Vor Allem unter Berücksichtigung der Umfragen vor der Wahl, dem Wahlkampf an sich (bei dem Obama es eindeutig besser verstand auf bestimmte Wählergruppen einzugehen) und der generellen politischen Tendenzen im Land war Obamas Wiederwahl kein dramatisches Ereignis. Nate Silver, Statistiker und Wahlforscher, beschäftigte sich schon seit Juni mit Umfragen, Prognosen und Tendenzen und sagte kurz vor der Wahl die Ergebnisse mit einer Genauigkeit von 96% voraus (Er lag bei 48 von 50 Staaten richtig). Abschließend kann also gesagt werden, dass im Gegensatz zu Politik in Deutschland, das US-Amerikanische Augenmerk auf den lokalen, persönlichen Interessen und Problemen liegt und somit das Thema Nachbarschaft und Kommunikation zwischen verschiedenen Gruppen eine äußerst wichtige Rolle spielt, denn „all politics is local.“