

American Psycho

USA Donald Trumps Bewerbung um das Weiße Haus und seine irre Kampagne haben Amerika schon jetzt verändert. Sein Erfolg erzählt viel über die Verängstigung des Landes – und dessen Minderwertigkeitskomplexe. *Von Markus Feldenkirchen*



Fällt euch auf, was heute Abend fehlt?“, fragt er seine Anhänger gleich zu Beginn in der Arena von Dallas. 20.000 sind an diesem Abend gekommen, um Donald Trump zu sehen. Sie recken Schilder in die Luft, die seine Leute zuvor verteilt haben: „Die schweigende Mehrheit hält zu Trump“.

Die Menschen sind aufgepeitscht. Vor Trump war ein von Trump begeisterter Priester ans Mikrofon getreten und hatte mit zitternder Stimme gerufen: „Heute Abend treten wir vor Dich, großer Gott, um Dir für Donald Trump zu danken!“

Dann hatte eine dieser irre derben Frauen geredet, die es nur in Amerika gibt, angezogen wie eine Puffmutter, aber konservativer als Kardinal Ratzinger. Es könne nur zwei Gründe geben, warum die Leute hier seien, hatte sie gegrölt. „Entweder wollt ihr, dass Amerika wieder großartig wird. Oder ihr wollt das Trump-Phänomen spüren.“ Ihre Rede endete mit einem Versprechen: „2016 wird historischer als die Wahl von Barack Obama.“

Nun also die Frage: Was fehlt?

„Teleprompter!!!“, ruft Trump, wie immer von sich selbst begeistert. „Keine Teleprompter!!!!“

Er zeigt auf den Freiraum rechts und links vor seinem Pult, wo oft die Plexiglasschirme stehen, von denen Politiker ihre Reden ablesen. „Wir wollen keine Teleprompter!“ Die Leute jubeln jetzt ekstatisch, sie feiern das Fehlen von Telepromptern wie eine Befreiung ihres Landes.

Trump weiß, dass Millionen Amerikaner der politischen Klasse ihres Landes den Krieg erklärt haben und dass das in gewisser Hinsicht auch mit den Telepromptern zu tun hat. Sie verkörpern das Unechte, Inszenierte, das Verlogene der Politik, die Abhängigkeit von anderen. Trump besitzt ein wölfisches Gespür für Symbolik und die Schwächen anderer.

Seit Monaten stellt er seine Konkurrenten im Kampf um das Weiße Haus erfolgreich als Marionetten dar, als Abhängige von Spendern und den Ideen ihrer Berater, die ihnen aufschreiben, was sie später ablesen. Trump hingegen kommt ohne Sponser und Berater aus.

„Mit Telepromptern wäre es so viel einfacher“, fährt er fort. „Ich würde 45 Minuten lang etwas ablesen, und ihr würdet alle einschlafen.“ So aber ist er auf seine Gedanken angewiesen. Was auch nicht leicht ist. Meist erzählt er, wie begeistert er von sich ist. „Ich habe eine unfassbare Energy. Bis zu einem Punkt, wo es langsam lächerlich wird, um ehrlich zu sein.“

Der einzige rote Faden in Trumps Rede ist der Hinweis auf die Meinungsumfragen. Immer wenn er gerade nicht weiterweiß, sagt er: „Also, meine Umfragewerte sind fantastisch!“ Oder: „Habt ihr von der neuen Umfrage gehört? Ich kille die an-

deren! Ich kille jeden!“ Nach 75 Minuten wird er 21-mal auf seine Werte verwiesen haben.

Diese Werte sind tatsächlich sensationell für Trump und seine Anhänger – und sie sind verstörend für den Rest des Landes und der Welt. Seit Mitte Juli liegt Trump in vielen Umfragen vor seinen Verfolgern. Nur der Neurochirurg Ben Carson, ein weiterer Nichtpolitiker, bietet ihm derzeit ernsthaft Paroli. Mal sprechen sich 25, mal über 30 Prozent der Befragten für Trump aus. In fast allen Bundesstaaten liegt er ebenfalls vorn.

Trump's Bewerbung mag am Anfang wie ein schlechter Witz gewirkt haben. Inzwischen aber lacht niemand mehr, außer Trump selbst. Es scheint, als habe er sich eine Basis geschaffen, die treu zu ihm hält – auch wenn oder gerade weil Trump die unmöglichsten Sachen von sich gibt.

Nach jedem seltsamen Auftritt bei einer der bislang drei TV-Debatten, nach jeder neuen Unmöglichkeit, die er von sich gibt, waren sich die amerikanischen Politik-erklärer einig, dass nun endlich sein Niedergang eingeläutet sei. Sie lagen jedes

„Die illegale Einwanderung ist ein Problem. Wir müssen sie stoppen! Wir müssen diese Mauer bauen.“

Mal falsch. Trump setzt alle Regeln außer Kraft, die bislang über Erfolg und Misserfolg in Wahlkämpfen entschieden.

Nie zuvor ist ein Milliardär, der zudem durch seine Fernsehshow „The Apprentice“ zu Amerikas Superprominenten gehört, als Bewerber um das Weiße Haus angetreten. Es gibt keine Vergleichswerte. Sein Erfolg ist nicht mit steilen Thesen zu erklären. Dieser Erfolg ist komplexer als der Mann selbst – und er verrät viel über die gegenwärtige Verfasstheit der Vereinigten Staaten, über die Mentalität ihrer Bürger, den Zustand ihrer politischen Kultur und Demokratie.

Was nur ist passiert, dass sich dieses Land auf jemanden wie Donald Trump einlässt – eine 69 Jahre alte, unpolitische Windmaschine mit schlecht sitzender Föhnfrisur? Ein Name, der nichts Präsidiales hat? Könnte nach Harry S. Truman, Dwight D. Eisenhower und John F. Kennedy irgendwann tatsächlich Donald J. Trump in den Geschichtsbüchern stehen?

Vielleicht wird man in einem Jahr zurückschauen auf die irre Show des Donald Trump und sich fragen, wie ein beträchtlicher Teil des Landes diesen Hochstapler zu seinem Retter erklären konnte. Vielleicht aber wird Trump dann als Kandidat der Republikaner um die Präsidentschaft kämpfen. Mit jeder Woche, in der er im

großen Feld der Republikaner ganz vorn liegt, wird dies wahrscheinlicher.

Trump hat sein Land schon jetzt verändert. Die politische Kultur Amerikas wird nach diesem Wahlkampf nicht mehr dieselbe sein. Wie kein Zweiter prägt er seit seiner Ankündigung im Juni, für das wichtigste Amt der Welt zu kandidieren, die Diskussionen seines Landes. Und auch wenn Trump nicht Kandidat der Republikaner werden sollte, wird er den Ausgang dieser Wahlen bestimmen. Entweder weil er die Anmutung seiner Partei dann so radikalisiert hat, dass deren Kandidat gegen Hillary Clinton kaum Chancen haben wird. Oder weil Trump doch noch als unabhängiger Dritter antreten und so den Republikanern Millionen Stimmen nehmen wird.

In der Arena von Dallas wirkt Trumps Auftritt 45 Minuten lang wie ein Comedyabend. Dann aber schlägt die Stimmung um, binnen Sekunden wird aus dem erratischen Gebrabbel eine politische Hetzveranstaltung. „Die illegale Einwanderung ist ein massives Problem“, ruft Trump plötzlich. „Wir müssen sie stoppen!“ Er schaut nun böse, entschlossen, er lehnt sich nach vorn, seine Stirn zerknittert. „Wir müssen diese Mauer bauen!“ – „YES“, brüllen die 20.000 im Publikum.

Zu Trumps spärlichen Botschaften in diesem Präsidentschaftswahlkampf gehören zwei Ankündigungen: Er will eine Mauer an der Grenze zu Mexiko errichten, die mindestens so imposant werden soll wie die Chinesische Mauer – und deren Bau angeblich Mexiko finanzieren wird.

Und er will die elf Millionen illegalen Einwanderer aus Lateinamerika „binnen weniger Tage“ außer Landes schaffen. Trump ließ eigens Videos produzieren, in denen Mörder lateinamerikanischer Herkunft gezeigt werden. Er nennt die Einwanderer Verbrecher, Drogendealer und Vergewaltiger. Er schürt Ängste. „Die werden alle so schnell rausfliegen!“, ruft Trump in Dallas, „das glaubt ihr gar nicht.“

Die Menschen stehen nun auf ihren Sitzen, sie grölen, johlen, kreischen. Die Sache mit den Ausländern kommt noch besser an als der Gag mit den Telepromptern.

Trump's Bewerbung trifft Amerika in einer Identitätskrise, einer Phase der Verunsicherung und des Selbstzweifels. Viele Bürger hadern mit der Verfasstheit ihres Staates, mit dem Wirtschaftssystem, das trotz beachtlichen Wachstums nur noch die Reichsten begünstigt. Mit den Politikern, die sich in Washington selbst blockieren und unter massivem Einfluss von Lobbyisten stehen. Mit den amerikanischen Medien, die angeblich nicht mehr die Wahrheit berichten (was übertrieben ist) und von wenigen Superreichen gelenkt werden (was nicht übertrieben ist).

Der Hass und das Misstrauen gegenüber Washington und etablierten Politikern

sind so ausgeprägt, dass Männer wie Jeb Bush in diesem Vorwahlkampf kaum eine Chance haben. Selbst der zuletzt wegen eines flotten Auftritts beim dritten TV-Duell von den Medien gefeierte Marco Rubio liegt mit elf Prozent weit abgeschlagen. Der Senator aus Florida ist noch der erfolgreichste Berufspolitiker im Rennen. Außer Trump erfreut sich der Neurochirurg Ben Carson großer Beliebtheit; in den meisten Umfragen kommen Trump und er zusammen auf rund 50 Prozent. Die wichtigste Qualifikation im Kampf um das wichtigste politische Amt der Welt scheint zurzeit der Nachweis zu sein, noch nie etwas mit Politik zu tun gehabt zu haben.

Am Dienstag steht Trump im Foyer seines New Yorker Trump Tower und hält sein extra für diesen Wahlkampf verfasstes Buch in den Händen. Das Cover zeigt sein Gesicht in Großaufnahme, finsterner Blick. Das Buch heißt „Crippled America“, und wie in seinen Reden zeichnet Trump darin das Bild von einem schwachen Land, das nur noch herumgeschubst wird: von anderen Staaten, deren Anführer angeblich „klüger, durchtriebener und härter“ sind. Von Ausländern, die den Amerikanern die Jobs wegnehmen. Von Klimaschützern, Feministinnen, Schwulenbewegungen oder anderen Fürsprechern der Political Correctness, die angeblich verhindert, dass die Wahrheit ans Licht und die schweigende Mehrheit zu ihrem Recht kommt.

„Unser Land schmiert ab“, sagt Trump am Ende der Buchvorstellung. „Wir haben keinen guten Spirit mehr, keine Würde, wir sind nicht mehr stolz auf uns. Uns fehlen die Siege. Wir verlieren an allen Fronten.“

Amerika ist ein verzagtes Land geworden, ihm ist etwas abhandengekommen, das jahrzehntelang unverrückbarer Bestandteil der amerikanischen Identität war: Stolz und jenes Selbstbewusstsein, jene Selbstzufriedenheit, die den USA immer wesenseigen war. Die falschen Kriege des George W. Bush und die Zögerlichkeit Barack Obamas in außenpolitischen Fragen, bei möglichen Militäreinsätzen wie in Syrien, haben ein Gefühl der Ratlosigkeit hinterlassen. Wer sind wir? Was können wir noch?, lauten die Fragen der Supermacht.

Wirtschaftlich mag sich das Land von der großen Krise des Jahres 2008 erholen, doch vom neuen Wachstum profitieren fast ausschließlich die superreichen Eliten. Die meisten Bürger der Mittel- und Unterschicht empfinden ihr Leben als permanenten Abstiegskampf.

In solchen Phasen der Verunsicherung steigt das Bedürfnis nach schnellen, einfachen Lösungen, es wächst der Wunsch nach einem starken Mann. Trump bedient diese Sehnsucht bis zur Lächerlichkeit. „Wir werden von Schwächlingen und Verlierern regiert“, sagt er. „Mit mir als Präsi-

dent werden wir endlich wieder Siege feiern – so viele Siege, dass uns langweilig wird vor lauter Siegen.“

Am Ende seiner Veranstaltungen dröhnt jedes Mal „We’re Not Gonna Take It (Any more)“ der Heavy-Metal-Band Twisted Sister aus den Boxen. Trump hat das wütende Protestlied zu seinem Kampagnensong gemacht. Er stammt wie fast alle Hits des Donald Trump aus den Achtzigerjahren – aber er spricht Millionen Amerikanern auch im Jahr 2015 aus der Seele. Sie grölen ihn ergriffen an die Hallendecken.

Es mag sein, dass Trump seine Kandidatur anfangs nur zur eigenen Belustigung verkündet hatte oder um noch prominenter zu werden. Inzwischen aber führt er eine Bewegung der Zukurzgekommenen an, die größer ist als er selbst.

Gesteuert wird diese Bewegung aus dem Trump Tower an der New Yorker Fifth Avenue, jenem Kleinen-Jungen-Traum aus Gold und Marmor, den er sich schon in den Achtzigerjahren erfüllte. Hinter zwei Verkaufsständen im Foyer stehen sehr blonde und großbusige Damen, die Trumps Devotionalien verkaufen. Seine gesammelten Schriften etwa, darunter „The Art of the Deal“ oder „The Art of the Comeback“, Erbauungsliteratur für Baulöwen und andere Menschen, die sich gern mit Gold umgeben.

Daneben liegen Trump-Krawatten (made in China oder Bangladesch), Trump-Pullis, Trump-Schokolade, Trump-Tennisbälle, Trump-Teddys und Trumps Parfumerie „Success“. Seit einigen Wochen gibt es eine neue „Wahlkampf-Kollektion“: Taschen oder Baseballkappen mit dem Slogan „Make America great again!“

Vergoldete Aufzüge führen hinauf in Trumps Imperium. Ganz oben, im Penthouse, das sich über drei Stockwerke erstreckt, wohnt er mit seiner dritten Frau Melania, einem früheren Supermodel aus Slowenien, und dem neunjährigen Sohn Barron. Die Räume mit Blick über den

Central Park hat der Designer Angelo Donghia mit 24-karätigem Gold im Stil des Louis-quatorze gestaltet. Die Wahlkampfzentrale ist im fünften Stock untergebracht, in schlichten Räumen mit Lüftungsrohren an der Decke, in denen bis vor Kurzem Trumps Reality-TV-Show produziert wurde.

Nur zehn Angestellte arbeiten hier in provisorisch eingerichteten Zimmern, in den meisten steht nicht mehr als ein Schreibtisch. An den Wänden hängen Trump-Poster. Über politische Konzepte wird in diesen Räumen nicht gesprochen. Trump kommt ohne politische Berater aus, die wenigen Inhalte seiner Kampagne sind das Ergebnis seines Bauchgefühls und als solche Schwankungen unterworfen. Ein Bloomberg-Journalist fragte Trump neulich, welche Leute er in wichtigen Dingen um Rat bitte. „Mich“, antwortete Trump. „Und den Spiegel“, ergänzte einer seiner Stellvertreter.

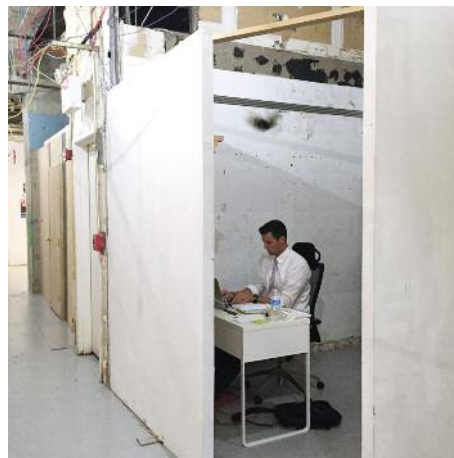
Als Organisator der Veranstaltungen hat John McEntee einen der wichtigsten Jobs dieser Kampagne. Er nimmt den Aufzug hinab ins Atrium und setzt sich an einen Tisch im Souterrain, zwischen dem „Trump Tower Grill“ und „Trump’s Ice Cream Parlor“. McEntee hat dieses freundliche, sehr, sehr selbstgewisse Lächeln wie viele Menschen, die Trump umgeben. Bis vor Kurzem war er Producer beim rechten Sender Fox News.

„Haben Sie die Umfragen von heute gesehen?“, fragt er zum Auftakt des Gesprächs. Wie der Chef reden alle Mitarbeiter immer gleich über die Umfragen. McEntee spricht laut, weil gleich hinter ihm ein Wasserfall aus 20 Meter Höhe die Marmorwand hinunterstürzt. „Waren Sie in Alabama?“, fragt er als Nächstes.

In Mobile, Alabama, hatte Trump in einem Football-Stadion vor mehr als 30 000 Menschen gesprochen, es war die größte Veranstaltung im laufenden Wahlkampf. „Und haben Sie das Flugzeug gesehen?“ Während die Leute im Stadion auf ihn warteten, war Trump in seiner Boeing, darauf der Schriftzug seines Namens, direkt über die Arena geflogen. „Genial, was?“, sagt McEntee. „Ist uns ganz spontan gekommen, die Idee.“

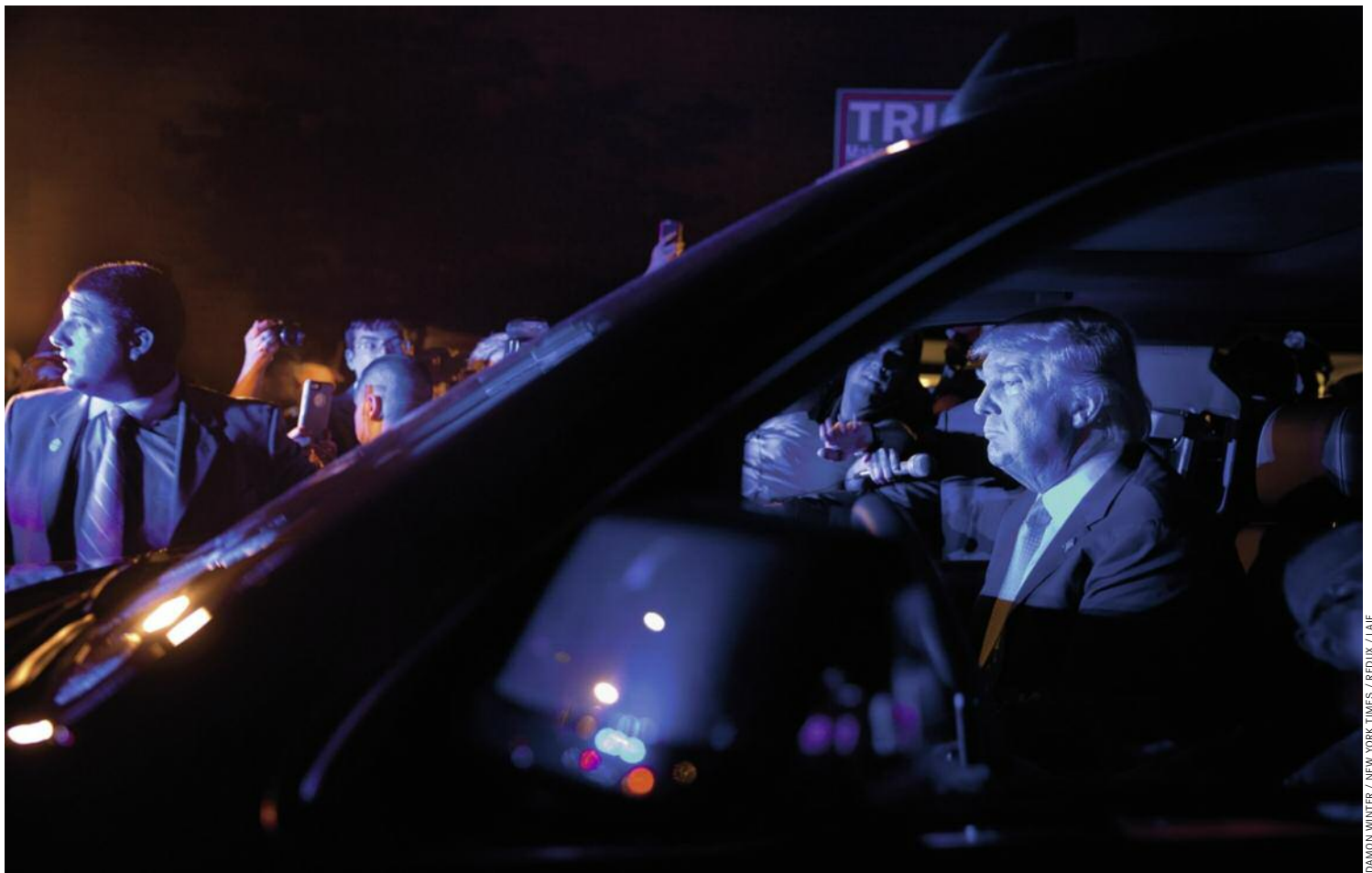
McEntee hat die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass Trumps Veranstaltungen propägnistisch sind. Im Idealfall soll an jedem Ort ein neuer Besucherrekord aufgestellt werden. Superlative geben Trumps Bewerbung den Anschein einer Massenbewegung und Trump selbst Gesprächsstoff.

Über weitere Details der Kampagne darf McEntee nicht reden, sonst bekommt er Ärger mit Hope Hicks, Trumps 26-jähriger Pressesprecherin, die einst als Model für Ralph Lauren gearbeitet hat. Niemand aus dem Team soll den Eindruck erwecken, irgendjemand anderes als Trump selbst sei für Trumps Erfolg verantwortlich.



Berater McEntee in Wahlkampfzentrale
„Haben Sie die Umfragen heute gesehen?“

BLOOMBERG



Wahlkämpfer Trump in Rochester: Ein Journalist fragte ihn neulich, welche Leute er in wichtigen Dingen um Rat bitte – „mich“, antwortete Trump

Dessen politisches Programm, wenn man es überhaupt so nennen kann, setzt sich aus drei Kernthemen zusammen: Neben der geplanten Mauer zu Mexiko gehört dazu auch das Schicksal amerikanischer Kriegsveteranen. Sein drittes großes Thema könnte man „Amerikas Außenhandelsdefizit“ nennen, Trump nennt es: „Alle killen uns: Mexiko, China, Japan.“ Wobei die Wirtschaftsdaten nicht wirklich hergeben, dass die drei Länder derzeit erfolgreicher sind als die USA.

Über Außenpolitik redet Trump bislang ungern. Bei der zweiten TV-Debatte der Republikaner schwieg er 40 Minuten lang eisern, als es um die großen Krisen der Welt ging. Seine Mitbewerber versuchten, ihn als Ahnungslosen darzustellen – was auch gelang, Trumps Anhänger aber nicht störte. Wenn er erst mal im Amt sei, werde er über die Krisen da draußen schon Bescheid wissen, sagte Trump. Als wäre es vergeudete Zeit, sich jetzt schon ein wenig auszukennen. Auf die Frage, welchen außenpolitischen Rat er sich einhole, bekannte er: „Ich schaue mir gern Talkshows an.“ Dort würden ja etliche Experten auftreten.

Offenbar scheint er nicht mal auf diese zu hören. Die iranischen Kuds-Brigaden verwechselte er neulich mit den Kurden, und die Hisbollah mit der Hamas. Die Bedrohung durch den „Islamischen Staat“ ist laut Trump ganz einfach zu lösen: Man müsse ihnen einfach „die Ölfelder wegbomben“ und US-Firmen die Felder überlassen. Zu

allen Konflikten, bei denen der russische Präsident Wladimir Putin involviert ist, sagt Trump nur, dass es mit Russland unter einem Präsidenten Trump keine großen Probleme geben werde, denn: „Ich glaube, Putin und ich werden uns sehr gut verstehen.“

Trump präsentiert sich als Gegenmodell zu Barack Obama, den er wegen dessen zurückhaltender Außenpolitik für „ein Weichei“ hält. Wegen „dummer und schwacher Führer“ wie Obama würden die USA draußen in der Welt nicht mehr ernst genommen. Außenpolitik ist für Trump nichts anderes als der Wettkampf starker Männer.

„Außenpolitik ist die Kunst des Verhandeln“, sagt Roger Stone, der seit 35 Jahren mit Trump befreundet ist. „Und genau das ist Trumps Stärke.“ Stone, 63, war bei der Beerdigung von Trumps Eltern zugegen und bei zwei seiner drei Hochzeiten. Stone passt gut zu Trump, er trägt auffallende Hemdfarben und Einstecktücher und wirkt, als würde er morgens eine gute Stunde im Bad verbringen. Schon 1988 wollte er Trump davon überzeugen, als Präsident zu kandidieren. „Das war alles meine Idee“, sagt er stolz.

Stone hat nur eine Dreiviertelstunde, um über Trump zu reden, er ist schwer beschäftigt in diesen Tagen. Gerade erscheint sein neues Buch „Der Krieg der Clintons gegen die Frauen“, in dem er Bill Clinton vorwirft, mehrere Frauen vergewaltigt zu haben – und seiner Frau Hillary, all das gedeckt zu haben. Trumps Freund ist die vielleicht

größte Dreckschleuder der amerikanischen Politik. Er arbeitete bereits für Richard Nixon, der als Präsident zurücktreten musste, als herauskam, dass seine Mitarbeiter die Demokraten bespitzelt hatten. Ende der Sechzigerjahre hatte Stone einen Spitzel als Fahrer bei Nixons Herausforderer Hubert Humphrey untergebracht. Später verhalf er Ronald Reagan ins Weiße Haus.

Mit Trump hat Stone die laufende Kampagne entworfen, er war lange sein Chefberater. Im August kündigte er dann plötzlich (Stones Version), oder er wurde gefeuert (Trump's Version). Stone hatte Trump dafür kritisiert, dass er sich zu sehr mit Unsinn aufhalte, etwa mit seinem Kleinkrieg gegen die Fox-Moderatorin Megyn Kelly, die den Bewerber in der ersten TV-Debatte mit dessen unzähligen frauenfeindlichen Sprüchen konfrontiert hatte – ein „unfares Verhalten“, das Trump später mit Menstruationsproblemen erklärte.

Bislang hatte Trump ein ähnliches Frauenbild wie Silvio Berlusconi. Sie waren für ihn vor allem dann bemerkenswert, wenn sie gute Brüste oder einen guten Po hatten. Sein Bewertungsraster reichte von 0 bis 10 Punkte. Heidi Klum, so twitterte er erst kürzlich, sei „leider keine 10 mehr“.

Trump's Problem ist nur, dass mehr als 50 Prozent der Wähler Frauen sind. Seine aktuelle Frau Melania und seine Tochter Ivanka aus erster Ehe mit Ivana haben deshalb einen PR-Feldzug für ihn begonnen. Er selbst versucht nun, sich in seinen Be-



KENA BETANCUR / AFP

Redner Trump in New York*: „Ich glaube, Putin und ich werden uns gut verstehen“

merkungen zu zügeln, aber das gelingt nicht immer. Über seine Konkurrentin Carly Fiorina sagte er, dass sie unwählbar sei. Allerdings nicht aus politischen Gründen: „Guckt euch mal dieses Gesicht an!“

Auch das fand Roger Stone daneben. Trotzdem ist er voller Bewunderung für den alten Freund. „Trump hat die Fähigkeit, jedermanns Aufmerksamkeit zu bekommen. Das ist der größte Trumpf, den man haben kann.“

Ein weiterer Trumpf ist, dass Trump gnadenlos benennt, was faul ist am politischen System der USA. Fast alles, was herkömmliche Politiker machen, macht er nicht – und genau darin liegt seine Anziehungskraft. Auch seine Sprache ist anders als die der anderen. Er spricht so einfach und schlicht wie die Menschen, die er erreichen will. Man mag das als schmerzhaft empfinden, bisher aber ist auch das Teil seines Erfolgs.

Unangenehm für seine Gegner ist es, wenn Trump darauf hinweist, dass er keinerlei Spenden für seinen Wahlkampf annehme. Er benennt damit den wunden Punkt im politischen System der USA, in dem eine ernsthafte Kandidatur ohne die Gelder von Lobbyisten und reichen Gönnern quasi unmöglich ist. Niemanden trifft der Vorwurf, eine solche Marionette wohlhabender Spender zu sein, härter als Jeb Bush. Bush hat schon jetzt rund 150 Millionen Dollar eingesammelt, zu jeder anderen Zeit wäre er damit der klare Favorit. Doch in den Umfragen liegt er aktuell knapp 20 Prozentpunkte hinter Trump.

Auch Erfahrung und Wissen gelten plötzlich als Nachteil, worunter nun Männer wie Lindsey Graham leiden. Der Jurist vertritt seit zwölf Jahren South Carolina als Senator in Washington und ist einer von Trumps vielen Mitbewerbern.

Graham ist an diesem Tag zu Gast im National Press Club von Washington, ein Lunch in kleiner Runde, er lächelt gequält. „Hier ist übrigens mein neues Telefon“, sagt

Graham und hält ein iPhone in die Luft. Trump hat vor Kurzem Grahams Handynummer öffentlich verlesen, es war Teil seines Rachefeldzugs gegen den Republikaner, der es gewagt hatte, Trumps „Show“ zu kritisieren. Trump beschimpfte Graham daraufhin als „Idiot“ und „Leichtgewicht“ und plauderte aus, Graham habe ihn vor Jahren angebettelt, bei Fox News ein gutes Wort für ihn einzulegen, damit er häufiger ins Fernsehen komme. Dann diktierte er den Amerikanern die Telefonnummer des Senators. Graham spricht bei diesem Lunch über Außenpolitik. Er redet besonnen und kenntnisreich über die Krisenherde der Welt. Er kennt jeden Akteur, jedes Detail. „Aber das ist in diesen Zeiten wohl eher ein Nachteil“, sagt Graham. Er sei mehr als 35-mal im Irak und in Afghanistan gewesen, doch es scheine niemanden zu interessieren. „Ich hoffe, dass unsere Partei noch erwacht.“

Frauen waren für ihn vor allem dann bemerkenswert, wenn sie gute Brüste oder einen guten Po hatten.

Wenn nicht, werden wir eine schreckliche Niederlage erleiden.“ Seit Trumps Attacke taumelt Graham in den Umfragen zwischen null und einem Prozent.

US-Wahlkämpfe waren immer schriller und showlastiger als deutsche. Trump aber dringt mit seiner Kampagne in eine neue Dimension vor. Sein Wahlkampf hat viel mit der täglichen Selbstinszenierung von Show-Sternen wie Justin Bieber oder Kim Kardashian gemeinsam. „Unser Land muss glamourisiert werden“, sagt Trump selbst. Die amerikanische „Huffington Post“ entschied konsequenterweise bereits im Juli, sämtliche Berichte über Trump in ihrem „Entertainment“-Teil zu publizieren.

„Wenn ich angegriffen werde, muss ich zurückschlagen“, sagt Trump über seine Attacken gegen Graham, Bush und fast jeden, der es wagt, ein kritisches Wort über ihn

zu verlieren. Alles andere sei ein Zeichen von Schwäche. Sein Prinzip ist das der massiven Vergeltung. Sein Freund Roger Stone glaubt, dass sich Trump diese Aggressivität in der gnadenlosen Welt des Manhattaner Immobilienmarktes zugelegt habe. „Das ist eine Halsabschneiderwelt. Der Umgang mit vier Diktatoren ist im Vergleich ein Kinderspiel. Wenn du zulässt, dass dir jemand ins Gesicht schlägt, weiß jeder, dass das in Ordnung ist und keine Gegenwehr kommt.“

Allein deshalb wäre Donald Trump ein gefährlicher Präsident. Er würde, wenn er nur die Hälfte von dem, was er sagt, ernst meint, sein Land an den Abgrund führen, wirtschaftlich, moralisch, militärisch. Ein Hitzkopf wie er, der sofort zurückschlägt, wenn er sich provoziert fühlt, sollte nicht in die Nähe eines Knopfes kommen, mit dem sich Atombomben zünden lassen.

Schon Trumps Vater Fred war Bauunternehmer, er hatte sich auf kleinere Projekte im New Yorker Stadtteil Queens spezialisiert. 1971 übernahm sein Sohn das Unternehmen, verlegte es nach Manhattan und konzentrierte sich auf Luxusobjekte.

Als 30-Jähriger ließ er sich im weißen Cadillac durch Manhattan fahren und sorgte dafür, dass Fotos davon in der Zeitung erschienen. Doch immer wieder musste Vater Fred ihn vor der Pleite retten. Einmal kaufte Fred Trump für dreieinhalb Millionen Dollar Chips in einem von Donalds Kasinos, ohne je damit zu spielen. Die Aktion war illegal, doch nur so konnte sein Sohn einen seiner vielen Kredite bedienen.

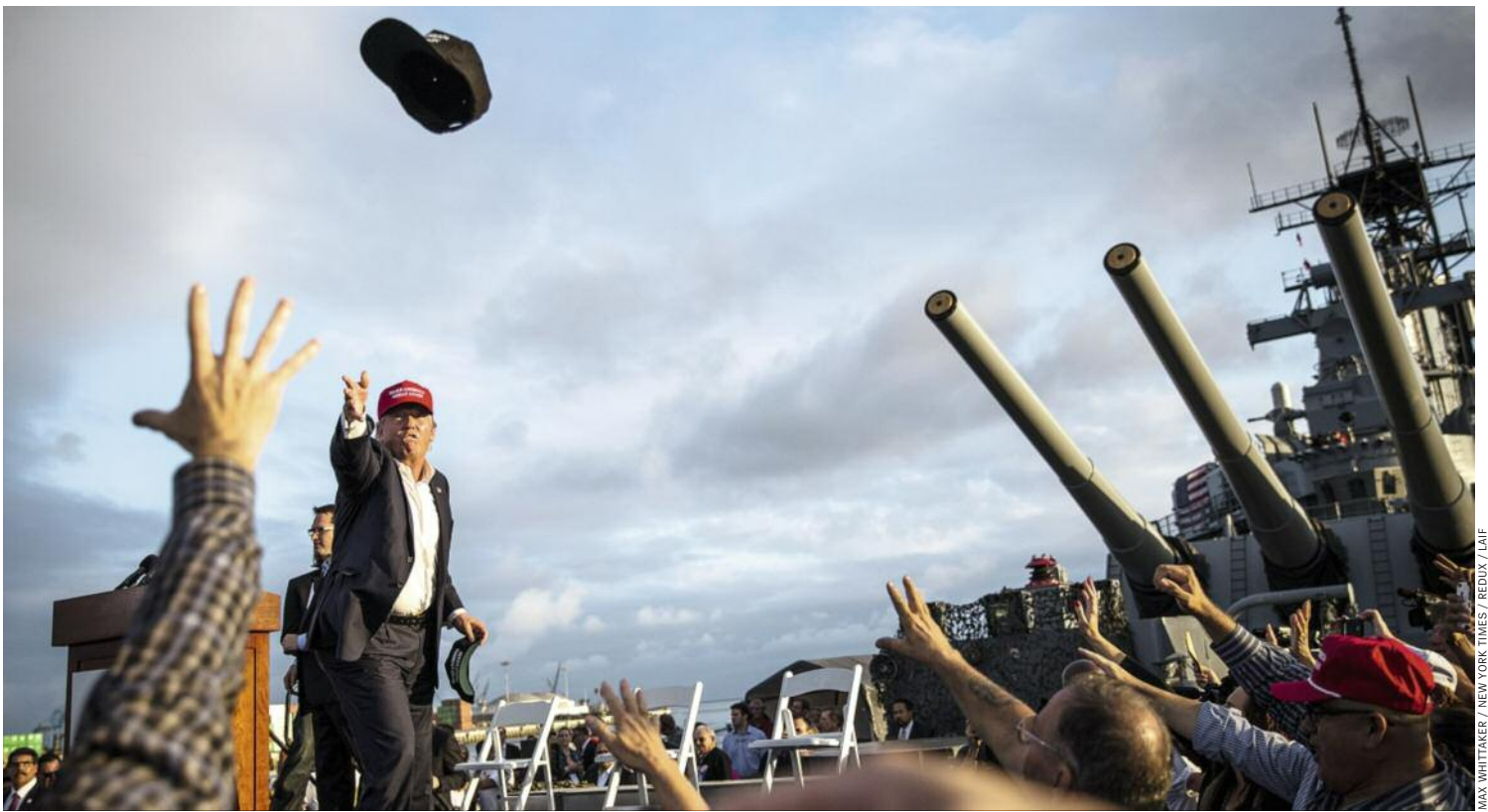
Als Anfang der Neunziger sowohl eines seiner Hotels als auch ein Trump-Kasino in der Spielstadt Atlantic City Bankrott anmelden mussten, konnte auch der Vater nicht mehr helfen. Der Privatinsolvenz entging Donald nur knapp. Damals, Mitte der Neunziger, war er so gut wie erledigt.

Trump zog seine Lehren aus dem Scheitern und verband sein Comeback mit einem neuen Geschäftsmodell. Fortan war er weniger Bauunternehmer als Namensverkäufer. Statt selbst Hotels oder Wolkenkratzer zu errichten, perfektionierte Trump die Kunst des Brandings und verkaufte Lizenzen mit seinem Namen als Gütesiegel für Luxus.

Seit vielen Jahren hat Trump, der sich in diesem Wahlkampf als größter Bauherr aller Zeiten präsentiert, kein einziges Gebäude mehr errichtet. Von all den Bauten, die seinen Namen über dem Eingang tragen, gehören ihm selbst die wenigsten. So hat er in zwei Jahrzehnten Milliarden gemacht. Bei Trump ist alles eine Frage des Brandings, der Marke, der Ausstrahlung – es ist ein Prinzip, das er nun auf die Politik zu übertragen versucht.

An einem Septemberabend kommt es bei Trumps Rede auf der State Fair von Oklahoma City zu einer absurden Szene. Nach dem üblichen Verweis auf die groß-

* Mit Sohn Barron (4. v.l.), Ehefrau Melania (5. v.l.), Tochter Ivanka (2. v.r.) und weiteren Familienangehörigen.



Bewerber Trump auf dem Museumsschiff USS „Iowa“ in Los Angeles: „Er adressiert die gut begründete Angst weißer Amerikaner“

artigen Umfragen wendet sich Trump den Fernsehkameras zu, genauer: den Kamerateuten, die seine Rede wieder mal live übertragen. Trump ist leicht angefressen. Am Vortag hatten Fotografen Bilder von leeren Stuhlreihen bei einer Trump-Veranstaltung gemacht. Nichts ist gefährlicher für eine Kampagne, die von dem Eindruck lebt, eine Massenbewegung zu sein.

„Los, schwenkt die Kameras, schwenkt die Kameras“, ruft Trump den Kamerateuten in Oklahoma zu. „Zeigt nicht nur die Leute hier vorne. Weiterschwenken! WEITERSCHWENKEN! Kommt! Nicht lügen! Zeigt die Leute da hinten. Zeigt alles!“

Die Kamerateute wissen nicht, was sie tun sollen. „Los, schwenken!“, brüllt Trump. Und dann folgen sie tatsächlich seinen Anweisungen, zunächst zögerlich. „Los, weiterschwenken! Weiterschwenken!“ Schließlich haben sie ihre Kameras um 180 Grad gedreht.

Trump legt dieser Tage offen, dass US-Medien fast alles tun, um ihre Quoten zu steigern. Er demütigt jene Journalisten, die ihm am liebsten keine Bühne bieten würden, es aber müssen, um die Quote zu sichern. Er macht sich lustig über sie, während sie ihn live übertragen. „Jedes Mal, wenn ich eine Rede halte, sind sie live drauf“, sagt er in Dallas und blickt in die Kameras, die live drauf sind. „Es ist lächerlich.“

Er ist wie gemacht für eine Medienwelt, deren politische Berichterstattung auf dem Niveau von Trumps Reden angelangt ist. Trump und die Medien sind in diesem Wahlkampf eine unheilige Allianz eingegangen. Er beschert ihnen die dringend benötigten Quoten, sie schenken ihm Aufmerksamkeit, die Millionen Dollar wert

ist. Die ersten beiden TV-Debatten der Republikaner hatten dank Trump sagenhafte Einschaltquoten von 23 Millionen.

Allein im August berichteten die Abendnachrichten der großen Fernsehsender doppelt so viel über ihn wie über seine damals 16 Konkurrenten zusammen. Eigentlich hatte Trump 15 Millionen Dollar für Werbespots vorgesehen. Das ließ er dann, weil er ohnehin ständig auf Sendung war. Erst in der vergangenen Woche präsentierte Trump seine ersten TV-Ads.

All die Konzepte und Pläne, die Lindsey Graham und andere Bewerber täglich vorlegen, gehen daneben unter, sie haben keine Chance gegen den Entertainer. „Es gibt eine einfache Wahrheit über das Unterhaltungs- und Fernsehbusiness“, sagt Trump dazu. „Wenn du gute Quoten hast, bist du rund um die Uhr auf Sendung, selbst dann, wenn du nix zu sagen hast. Andersrum kannst du die beste Medizin der Welt entwickelt haben, aber ohne Quote interessiert das keine Sau.“

Wenn Trump nicht gerade im Fernsehen spricht, twittet er selbst für gut 4,7 Millionen Follower, außerdem wird jedes freundliche Wort über ihn von Trump retweeted, gern auch morgens um fünf.

„Er ist das Musterbeispiel eines Narzissisten“, sagt sein Biograf Michael D’Antonio, der mehrere Lehrbücher anführt, in denen Trump als Beispiel zitiert wird, darunter Werke wie „Abnormales Verhalten im 21. Jahrhundert“ oder „Persönlichkeitsstörung und der ältere Erwachsene“. Doch in Zeiten, in denen jeder der Star seiner eigenen Facebook-Seite ist, zählt Ego manie nicht mehr zwingend zu jenen Eigenschaften, die unangenehm auffallen.

Auf den Stufen zum Kapitol in Washington, dort, wo im Januar 2017 der neue Präsident vereidigt wird, hält Donald Trump Mitte September eine Rede gegen das Iran-Abkommen. Eingeladen hat die Tea Party, deren Anhänger in ihm einen neuen Helden wittern. Auf der Wiese vor dem Kapitol stehen Susan und Carl, ein älteres Ehepaar aus Florida. Sie haben sich Plakate vor den Bauch geschnallt. Auf seinem steht: „Enthebt Hussein Obama seines Amtes“, auf ihrem: „Baut die Wall of Trump“.

Der Hass auf die etablierten Politiker ihrer Partei ist fast größer als der auf Obama. Seit 2011 stellen die Republikaner die Mehrheit im Abgeordnetenhaus, seit Januar auch im Senat. Einen Politikwechsel habe es jedoch nicht gegeben, klagen viele Anhänger wie Susan. „Die machen gemeinsame Sache mit den Demokraten. Wir werden regiert von einer Einheitspartei.“

Wie kein anderer profitiert Trump von der Radikalisierung der Parteianhänger, von ihrem Abdriften in die extrem rechte Ecke. Die Republikaner von heute haben nichts mehr gemeinsam mit den konservativen, aber verlässlichen Republikanern der Vergangenheit. Es ist eine Entwicklung, die vor einigen Jahren mit dem Aufstieg der Tea Party begann. Die neue Bewegung und ihre Stars wie Sarah Palin und Michele Bachmann haben den Hass auf „Washington“ erst salonfähig gemacht. Die Tea Party bedient ein gefährliches Milieu: die neuen Alles-egal-Menschen Amerikas, die sich von nahezu allen verraten fühlen, von „der Wirtschaft“, „der Politik“, „den Medien“. Es ist ein Milieu, dessen Werte zerbröckelt sind, das sich nicht länger schert um Maß, Manieren oder An-

stand – um all jene Errungenschaften also, die Gesellschaften zusammenhalten. Und wie immer, wenn die eigene ökonomische Existenz in Gefahr gerät und die Aussicht auf eine bessere Zukunft fehlt, werden Schuldige gesucht.

„Wir lieben Trump“, sagt Susan, die Tea-Party-Aktivistin. Ihr Mann und sie finden ihn gut, weil „er keine Angst hat“. Weil er „nicht das Geld anderer Leute braucht“. Er sei nicht so eine rückgratlose Qualle wie die anderen: „Er will uns endlich unser Land zurückgeben.“

Die Hetze gegen Einwanderer ist vermutlich die treibendste Kraft dieser Bewegung. Präsident Eisenhower habe damals in den Fünfzigern Millionen illegaler Einwanderer aus dem Land bugsiert, schwadronierte Trump vor Kurzem in New Hampshire. „Andere Zeit. Das war, als wir noch ein Land hatten.“ Er wiederholt den letzten Teil des Satzes. Was Trump fordert, ist der endgültige Abschied vom Einwanderungsland USA. Es wäre das Ende jener Offenheit, von der die USA viele Jahrzehnte lang profitierte, der es seine wirtschaftliche und kulturelle Dominanz verdankt. Trump ist der Kandidat des ängstlichen Amerika, das die Vielfalt nicht länger als Bereicherung, sondern als Bedrohung empfindet. Er verkauft die Illusion, die Zeit zurückdrehen zu können in die Vormoderne, in ein Zeitalter der Überschaubarkeit, als die Weißen noch das Sagen hatten, die Globalisierung kaum Außenkontakte erforderte und Frauen noch brav zu Hause blieben.

Ein Rassist sei er nicht, beteuert Trump. Viele verstehen ihn anders. Der frühere Anführer des Ku-Klux-Klan hat eine Wahlempfehlung für ihn ausgesprochen. Und die amerikanische Adaption der Nazizeitung „Der Stürmer“ schrieb: „Wählt das erste Mal in eurem Leben – den Mann, der wirklich unsere Interessen vertritt.“

Ein Gespräch mit Richard Spencer, 37, gibt Aufschluss darüber, wie Trumps Botschaften in diesen Kreisen aufgenommen werden. Spencer ist Direktor des National Policy Institute, eines Thinktanks für Nationalisten und Rassisten, der „das Erbe, die Identität und die Zukunft der Menschen europäischer Herkunft“ fördern will. Spencer träumt von einer arischen Nation und fordert eine „friedliche ethnische Säuberung“. Er trägt Anzug und Krawatte und einen scharfen Scheitel.

Anfangs habe er gedacht, dass Trump mit seiner Kandidatur nur eine Show abziehen wolle, sagt er. „Dann aber wurde mir klar, dass es ihm um nationale Identität geht, dass dies der Kern seiner Bewerbung ist. Es geht ihm um die Frage: Was ist Amerika? Wer sind wir?“ Er stimme mit Trump überein, dass die Entwicklung des Landes „zum Tod unserer Rasse und Zivilisation“ führen werde. Trump artikuliere die weit verbreitete Angst unter weißen Amerika-

nern, dass ihre Enkel spätestens im Jahr 2050 in einem Land leben, „in dem sie eine verhasste Minderheit sein werden“.

Das Jahr 2050 ist ein Schlüssel für das Verständnis des heutigen Amerika. Es gibt zahlreiche Prognosen, die besagen, dass die Weißen dann nicht mehr die Mehrheit stellen werden.

Trump würde niemals solche Worte wählen, wie er es tue, sagt Spencer. „Aber er adressiert die gut begründete Angst weißer Amerikaner, die diese selbst nicht in Worte fassen können. Und sie artikulieren diese Angst mit ihrer Unterstützung für Trump.“

Im Hafen von Los Angeles kommt es an diesem Herbstabend zum vorweggenommenen Kulturkampf. Trump hält eine Rede auf dem Deck des ausgerangierten Schlachtschiffs USS „Iowa“. Als er fertig ist, stehen seine Fans an der Reling des Schiffs. Sie sind ausnahmslos weiß, junge wie alte, tätowierte Proleten neben Leuten, die sich für zivilisiert halten. Sie stehen da und spucken hinab in Richtung Kaimauer, Schimpfworte und Speichel. Am Fuße des Schiffs stehen jene, die früher oder später in der Mehrheit sein werden, Menschen ohne weiße Haut, Einwanderer aus Lateinamerika. Sie sind wütend, sie rufen „Donald Trump ist ein Rassist“ oder „Schluss mit weißer Vorherrschaft“.

„USA! USA!“, antworten Trumps Fans trotzig. Sie wollen klarstellen: Das ist unser Land. Sie recken den Latinos ihre „Trump for President“-Schilder entgegen.

Dann steht auch Trump an der Reling. Nie konnte er klarer sehen, was seine Kampagne angerichtet hat, schon jetzt, nach wenigen Monaten. Für ein paar Sekunden steht er regungslos da.

„O Gott, wir müssen an denen jetzt vorbei“, kreischt eine ältere Dame im Kostüm und klammert sich an eine andere ältere Dame im Kostüm.

„Kooommt, kooommt!“, rufen von unten die Latinos. Sie wollen sie provozieren, sie spüren die Angst der Weißen, die sich nicht hinuntertrauen.

„Geht ihr doch heim!“, rufen die Weißen. „Zurück nach Mexiko!“

„Wir warten hier“, sagt oben auf dem Schiff ein weißer Polizist. „Bis die da unten sich verkrümelt haben.“ Aber die da unten verkrümelten sich nicht. Nicht an diesem Abend, nicht in der Zukunft.

Schließlich ist es Trump, der als Erster die Rampe zum Hafen hinabläuft. Während er geht, reckt er den Latinos seine hochgeklappten Daumen entgegen. Er tut einfach so, als würden sie ihn feiern.

Mail: markus_feldenkirchen@spiegel.de

Twitter: @MFeldenkirchen



Video: Das Phänomen Trump

spiegel.de/sp462015trump
oder in der App DER SPIEGEL