



PICTURE FINDERS/IFA (O.); DPA (L.)



AP (M., L.); PAUL HACKETT / REUTERS (M., R.)



DANIEL ACKER / BLOOMBERG NEWS (R.)



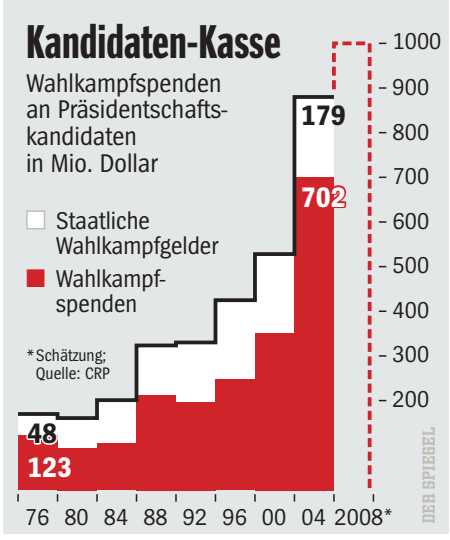
US-Regierungssitz in Washington, Großspender*: *„Wir können nur versuchen, die schlimmsten Auswüchse zu verhindern“*

US-WAHLKAMPF

Big Spender

Was kostet das Weiße Haus? Der US-Wahlkampf wird zur Milliarden-Investition. Die Bewerber kämpfen nicht nur um Wählerstimmen, sondern auch um die Gunst von Hedgefonds und Hollywood. Nur wer auch mächtige Konzerne und Verbände für sich gewinnt, hat am Ende eine Chance.

Eine geschwungene Auffahrt, weiße Säulen vor der Tür, die Fensterläden in elegantem Schwarz. Hillary Clinton nennt ihr Domizil nahe der Massachusetts Avenue in der US-Hauptstadt Washington D. C. „Whitehaven“, das klingt schon fast wie Weißes Haus. Zu den Nachbarn gehören pensionierte Finanzminister sowie Botschafter. Fast drei Millionen Dollar hat die ehemalige First Lady für den Bau im Kolonialstil bezahlt. Die Investition hat sich längst rentiert, denn „Whitehaven“ ist der Ort, an dem die Präsidentschaftsbewerberin die Millionen für ihren Wahlkampf einsammelt.



Cocktailpartys am Pool, Dinner im Speisesaal, ein intimer Drink in der Bibliothek – bis zu dreimal pro Woche begrüßt ein Butler im Smoking in diesen Wochen die Big Spender der Bewerberin.

Der New Yorker Private-Equity-Investor Alan Patricof (Apax) zum Beispiel und Hollywood-Milliardär Haim Saban wurden bereits gesichtet. Die Küche hat Hillary vergrößern lassen, um den Ansturm zu bewältigen. Wenn die Luxuskarossen wieder einmal die Straße blockieren, gibt es am nächsten Tag Blumen für die Nachbarn.

Geld und Politik: Im Rennen um die amerikanische Präsidentschaft werden schon jetzt sämtliche Rekorde gebrochen. Stolz wie Börsenstars melden dieser Tage die Bewerber beider Parteien ihre Spendeneinnahmen aus dem ersten Quartal. Haste was, wirste was!

* Konzernlenker Charles Prince (Citigroup), Edward Whitacre Jr (AT&T), Bill Gates (Microsoft) und Lloyd Blankfein (Goldman Sachs). Ausgewählten Konzernen zugerechnete Wahlkampfspenden in Millionen Dollar im Kongresswahlkampf 2005/2006.

Allein Clinton sammelte 26 Millionen Dollar ein. Das ist fast dreimal so viel wie der bisherige Rekord.

Der Wahlkampf ums Weiße Haus wird zum teuersten der US-Geschichte. Geschätzt mindestens eine Milliarde Dollar kostet der Ansturm auf die begehrte Immobilie. Und dabei sind nur die finanziellen Mittel der beiden am Ende verbleibenden Spitzenkandidaten „eingepreist“. Rechnet man die Budgets der momentan etwa 15 Bewerber hinzu und addiert man die Kassen der zur Wahl stehenden Kongressmitglieder, dann kostet die Schlacht bis zum Wahltag am 4. November 2008 voraussichtlich eine Summe zwischen 2 und 4,5 Milliarden Dollar.

Fast alles davon wird – anders als etwa in Deutschland – aus privaten Kassen kommen, staatliche Wahlkampfgelder machen nur einen Bruchteil aus. Ungefähr so wichtig wie die Haltung zum Irak sind zurzeit deshalb ein kräftiger Cashflow und die Frage nach strategischen Allianzen.

Wer gewinnt die mächtige Filmfabrik Hollywood? Über welchem Kandidaten schütten die neuen Stars aus der Hedgefonds-Branche ihre PR-Füllhörner aus? Können viele Kleinspenden aus dem Internet mit dem großen Geld der Wall Street konkurrieren? Der Börsenspekulant George Soros etwa unterstützt den Demokraten Barack Obama. Auch Hollywood-Mogul David Geffen wendet sich von den Clintons ab (und Obama zu): Gespannt verfolgen die Amerikaner, für wen sich ihre Milliardäre, Topmanager und Entertainmentstars entscheiden.

Klar ist, dass mächtige Konzerne und Branchen sich nicht aus sportlichem oder ideellem Ehrgeiz für einzelne Kandidaten einsetzen. Später erwarten sie sich handfeste Gegenleistungen: die Rüstungslobby etwa neue Aufträge, das Finanzgewerbe lockere Kontrollgesetze, die Landwirtschaftslobby den Schutz ihrer Agrarindustrie.

„Financial Primaries“, finanzielle Vorwahlen, spottet die Presse über das Spektakel. „So hohe Geldsummen kann man nicht einsammeln, ohne Verpflichtungen einzugehen“, sagt Fred Wertheimer. Die Präsidentschaft sei „auf dem Auktionszettel gelandet“.

Wertheimer ist Chef der unabhängigen Vereinigung Democracy 21 und kämpft seit den siebziger Jahren für Reformen, die den Einfluss des Kapitals auf die Politik verringern sollen.

Doch das Gegenteil trat ein. Wertheimer macht sich keine Illusionen mehr. „Diese Probleme werden wir niemals los“, sagt er. „Wir können nur versuchen, die schlimmsten Auswüchse zu verhindern.“

Seit 1976 werden die Wahlkämpfe der Präsidentschaftsaspiranten auch aus öffentlichen Mitteln bezahlt. Allerdings hat es der Kongress im Lauf der Jahre versäumt, die Budgets den explodierenden Wahlkampfkosten anzupassen; das ist die Hauptursache des heutigen Problems.

George W. Bush war der Erste, der im Jahr 2000 das öffentliche System verließ und seinen Vorwahlkampf – die Primaries – allein mit privaten Spenden finanzierte. Seither gibt es kein Halten mehr. Wozu mickrige 15 Millionen Dollar vom Staat nebst strengen Auflagen, wenn auf dem freien Markt schon für Vorwahlen 250 Millionen Dollar und mehr zu haben sind?

Neu ist diesmal, dass selbst der Hauptwahlkampf nach den Krönungsparteitagen im Sommer zu einer gigantischen Spendengala werden wird. Seit Jimmy Carter hat kein einziger US-Politiker die heiße Phase zwischen Nominierung und Wahltag mit privaten Mitteln bestritten. Nun sind sich von Clinton bis Rudy Giuliani fast alle einig: Das Oval Office ist nur mit massiver Unterstützung aus Wirtschaft und Gesellschaft zu gewinnen.

Geld ist ja genug vorhanden. Giuliani (Spendeneinnahmen im ersten Quartal: 15 Millionen Dollar) zählt Hedgefonds-Milliardär Paul Tudor Jones sowie den Wall-Street-Jongleur Carl Icahn zu seinen Anhängern. Sein Parteifreund John McCain (12,5 Millionen Dollar) setzt aufs alte Bush-Lager und Fans etwa bei Cisco und AT & T.

Selbst Ex-Gouverneur Mitt Romney, ein in Umfragen abgeschlagener Mormone, fand mit Ebay-Chefin Meg Whitman noch eine prominente Bewunderin. Seine Kriegskasse stieg von Januar bis März eindrucksvoll auf über 20 Millionen Dollar an.

Bei den Demokraten kann John Edwards (14 Millionen) auf die Hilfe seiner Ex-Kollegen aus der Anwaltschaft bauen. Clinton hat neben Saban auch News-Corp-Präsident Peter Chernin im Boot – ein kleiner Triumph, denn das News-Corp-Blatt „New York Post“ und Konzerneigner Rupert Murdoch waren stets treue Fans der Republikaner.

Senkrechtstarter Obama (25 Millionen Dollar) setzt lieber auf Kleinspender im Internet. Trotzdem wildert er sicherheitshalber auch in Hollywood, eigentlich das Revier von Hillary. Zu den ideologischen Überläufern zählen Stars wie George Clooney, Halle Berry und Eddie Murphy.

„Das Geld kommt von einer sehr überschaubaren Gruppe“, sagt Massie Ritsch. Weit weniger als ein Prozent aller Amerikaner trage durch Spenden zur Willensbildung bei. Ritsch und seine Kollegen vom Center for Responsive Politics in Washington haben es sich zur Aufgabe gemacht, die verborgenen Beziehungen zwischen Kandidaten und Wirtschaft sichtbar zu machen.

Zu diesem Zweck laufen bei ihnen ab 15. April sämtliche Computer auf Hochtouren. Dann gibt die Federal Election Commission ein riesiges Datenpaket zur Wahlkampffinanzierung frei.

Der Aufwand ist nötig, denn offiziell dürfen Unternehmen und Gewerkschaften den Politikern überhaupt nichts geben. Auch einfachen Bürgern erlaubt das Gesetz nur, ihrem Favoriten zweimal 2300 Dollar zu schenken – einmal für die Vor-, einmal für die Hauptwahlen. Vier Tage brauchen die Rechner von Ritsch, um Millionen Einzelspenden nach Interessengruppen zu sortieren.

„Häufig bündeln zum Beispiel Partner von Investmentbanken oder Groß-



ABACA/REFLEX



HEMISPHERES/LAIF

Bewerberin Clinton, Hollywood-Schriftzug: *Haste was, wirste was*



KEITH BEDFORD / ATLASPRESS



DAVID MCNEW / GETTY IMAGES

Kandidat Giuliani (mit Ehefrau), Raffinerie (bei Los Angeles): *Wer erobert die Ölindustrie?*

kanzleien ganz informell die an denselben Kandidaten gerichteten Schecks von Kollegen und deren Familienangehörigen“, erklärt Ritsch. Ebenfalls sehr beliebt sind sogenannte Political Action Committees (PAC), die etwa im Namen von Konzernangestellten Spenden an Präsidentschafts- und zahlreiche Parlamentskandidaten verteilen.

Ritsch nennt sie die „Investmentfonds der Politik“. „Wer hier investiert, hat keine Kontrolle über die Mittelverwendung, stimmt aber mit den generellen Anlagezielen überein“, sagt er.

Seine Statistiken von den Kongresswahlen im vorigen November weisen Goldman Sachs mit 3,4 Millionen Dollar als den größten Spender unter Amerikas Konzernen aus. Fast zwei Drittel ihrer Beiträge geben die Goldman-Banker den Demokraten. Ähnlich hielten es auch ihre Kollegen von Citigroup und J. P. Morgan Chase.

Die gewieften Investoren erwarten natürlich auch von einem demokratischen Präsidenten, dass er sie (und ihr lukratives Hedgefonds-Geschäft) vor schärferer Regulierung bewahrt. Bushs Parteifreunde dagegen haben Branchen wie Rüstung (Lockheed Martin), Pharma (Pfizer), Logistik (UPS, FedEx) und die Ölindustrie (Exxon, Halliburton) weiter gut im Griff. Sie erhoffen sich Milliarden-Aufträge, aber auch Steuererleichterungen.

Eigentlich sollten die seit 2002 geltenden Finanzierungsvorschriften den Einfluss des Kapitals auf Politiker brechen. Doch im Alltag führt dieses System mitunter zu grotesken Verrenkungen, etwa wenn die Kandidaten und ihre Helfer versuchen, in kürzester Zeit so viele Schecks wie möglich zu akquirieren.

Für 2300 Dollar war kürzlich zum Beispiel Bill Clinton beim Ausdauertraining in einem New Yorker Fitnessclub zu erleben. Dutzende Teilnehmer schrieben großzügige Schecks, um auf ihren Trimm-dich-Rädern für 30 Minuten dem Expräsidenten und möglicherweise künftig ersten „First Husband“ zu lauschen. Der allerdings erschien im Anzug und strampelte selbst nicht. Das Resultat für Hillary: fast 100 000 Dollar.

Kandidat Romney versprach Studenten gar, dass sie zehn Prozent der von ihnen eingetriebenen Gelder behalten dürften. An einem von ihm ausgerufenen „Nationalen Tag des Telefons“ ließ er 400 Apparate von Helfern in einem Bostoner Kongresszentrum bedienen und sprang zwischen Telefonaten mit Spendern hin und her. Ergebnis: 6,5 Millionen Dollar.

Die Bewerber um das wohl wichtigste politische Amt der Welt agieren wie auf einer Roadshow kurz vor dem Börsengang, nicht etwa um sich den Wählern, sondern Geldgebern zu präsentieren. Fundraiser nennen die Amerikaner diese Veranstaltungen.

Man könnte auch sagen: Es ist die Fortsetzung von Politik mit kulinarischen Mitteln. 36 solcher Lunch- und Dinner-Termine hat etwa der republikanische Kandidat Giuliani allein im März absolviert. Als vereinfachende Faustregel gilt: 95 Prozent des Kapitals ist in New York, Washington, Palm Beach und Los Angeles zu finden. Der Ansturm auf Wall Street und Hollywood ist freilich besonders groß.

Jede Begegnung mit den etwa 15 Rivalen trägt quasi ein Preisschild. Die billigsten Plätze für ein Frühstück mit Obama in einem überfüllten Ballsaal kosten 100 Dollar, ein persönliches Treffen mindestens das Zehnfache. Je näher die ersten Vorwahlen rücken, umso teurer werden die Events.

Wie überall in der Marktwirtschaft sind hohe Preise allerdings nur bei entsprechender Nachfrage zu erzielen. Weniger bekannte Bewerber steigen aus dem Rennen bereits aus, bevor es richtig begonnen hat – allein aus finanziellen Gründen. Zum Beispiel Evan Bayh, ein demokratischer Senator aus Indiana. „Ich habe 80 bis 90 Prozent meiner Zeit mit Spendensammeln zugebracht“, sagt Bayh entnervt, „und meine Leute haben gesagt, es reicht immer noch nicht.“

Der Bewerber mit den dicksten Taschen hat 2008 besonders gute Chancen, zu gewinnen: Kalifornien und andere Staaten haben sich entschlossen, den Termin für die Vorwahlen nach vorn zu ziehen, die Bewerber müssen deshalb im halben Land gleichzeitig um Stimmen buhlen. Das geht nur noch mit teurer Fernsehwerbung.

Manche Kampagnen-Teams sind schon jetzt über hundert Mitarbeiter stark. Ohne „großes Geld von Interessengruppen“, räsoniert die Tageszeitung „USA Today“, sei das Rennen überhaupt nicht mehr zu gewinnen. Hocheffiziente Spendensammler – Manager, Unternehmer und andere Reiche, die in ihrem Bekanntenkreis massenhaft 2300-Dollar-Schecks zusammentragen können – sind deshalb der Schlüssel zum Erfolg und von den Kandidaten unbedingt bei Laune zu halten.

Wer für Bush im letzten Wahlkampf mindestens 200 000 Dollar eintrieb, durfte den Ehrentitel „Super-Ranger“ tragen und im Anschluss, je nach Finanzleistung, einen Botschafterposten beziehen. Zu dieser Riege gehört etwa William Robert Timken, seit Mitte 2005 US-Botschafter in Berlin. Der Fabrikant aus Ohio hatte schon Bush Senior unterstützt. Ein anderer Großspender, David Wilkins, wurde Botschafter in Kanada, obwohl er das Land vor seiner Berufung erst einmal besucht hatte.

Auch in diesem Bereich will Mrs Clinton neue Maßstäbe setzen. Wer sich zur Elite der „Hillraiser“ zählen will, muss in dieser Saison schon eine Million Dollar auf den Tisch blättern. Über Gegengeschenke und Posten wird nach dem 4. November 2008 entschieden.

FRANK HORNIG, GEORG MASCOLO

Spendable Wirtschaft

Ausgewählten Branchen zugerechnete Wahlkampfspenden in Mio. Dollar im Kongresswahlkampf 2005/2006

