

Hillary Clinton und Leadership

Andrea Römmele

Ziel des Artikels: die unterlegene Kandidatin Hillary Clinton vorstellen, genaues Augenmerk auf ihren Führungsstil und die fehlende Authentizität – Grund für die Niederlage (ich möchte keinen klein-bei-klein-Wahlkampfanalyse-Beitrag schreiben, dazu liegen die Zahlen auch noch nicht entgültig vor)

I.

Wir nennen sie alle bei ihrem Vornamen, Hillary. Das hat etwas Vertrautes; nach mehr als 20 Jahren aktiver Politik auf dem nationalen wie internationalen Parkett ist sie ja auch eigentlich in jedem Wohnzimmer zu Hause, ob China, Australien, Indien oder Peru. Man kennt sie sowohl im schlichten Kostüm an der Seite ihres Mannes als auch im Hosenanzug mit den Herrschern dieser Welt diskutierend. Man kennt sie elegant und salopp, mit hochgestellten Haaren ebenso wie mit burschikoser Kurzhaarfrisur. Hilary Clinton ist ein Kaleidoskop weiblicher Lebensentwürfe im 21. Jahrhundert: kompromisslose Gefährtin, Mutter, Karrierefrau, Machtpolitikerin. Und sie ist die Frau, die wohl die härtesten politischen Niederlagen der letzten Jahre einstecken musste.

Versuch einer Annäherung:

Das erste Mal bewusst wahrgenommen habe ich Hillary während meines Studiums. Ich war gerade auf einer USA-Forschungsreise, um Material für meine Doktorarbeit zu sammeln, als Bill Clinton seinen ersten Wahlkampf führte – „war room“, Kriegsraum, wurde seine Wahlkampfzentrale genannt. Jung war er, sein leichter Südstaaten-Akzent war charmant und er konnte auf Menschen zugehen. Faszinierender als der Kandidat war aber schon damals für mich seine ständige Begleiterin, Beraterin, Ehefrau: Hillary. Warum war sie so faszinierend? Weil sie eine Position einnahm, die es eigentlich gar nicht gab: Sie mischte sich aktiv in den Wahlkampf ein und hatte von Anfang an keine beneidenswerte Rolle. Sie machte klar, dass sie eben nicht die herkömmliche First Lady sein wollte – im Gegensatz zu ihren Vorgängerinnen hatte sie bereits eine äußerst respektable und steile Karriere als Anwältin vorzuweisen. Sie wollte keinesfalls das Anhängsel an Bills Seite sein, Gäste im Weißen Haus empfangen, sich überlegen, welches Blumenarrangement wohl am besten passen würde und sich bitte schön ganz der Erziehung der damals 10-jährigen Tochter widmen. Sie wollte selbst politisch gestalten und Einfluss haben. Dieser Drang, gepaart mit exzellenter Bildung, messerscharfem Verstand und geschliffener Rhetorik waren für mich faszinierend, und sind es heute noch. Anfang der 90er Jahre – das war bei uns in Deutschland noch tiefste Kohl-Ära, eingestaubte Bonner Republik, Pullunder, Zigaretten und Lyoner-Brötchen. Das

Berlin-Mitte-Gefühl war noch weit weg. Frauen in der Politik und in Spitzenpositionen – Mangelware.

Trotzdem ist da etwas, was einen auch nach dem Wahlkampfjahr 2016, 24 Jahre später, immer noch irritiert und nach wie vor schwermacht, so ganz warm zu werden mit der Politikerin. Damals wie heute erscheint sie unnahbar, zu karriereorientiert – „she has to soften up“ wurde ihr damals schon geraten. Man fragt sich hier auch: ist das Vorwurf oder Ratschlag? Zu viel Härte und Aggressivität sollen Frauen in der politischen Öffentlichkeit offenbar nicht ausstrahlen – man erinnere sich nur an Ségolène Royal im Präsidentschaftswahlkampf 2005 gegen Nicolas Sarkozy. In einem sehr hitzigen, aber auch sachlichen TV-Duell hat sich die stets feminin auftretende Royal klar, präzise und unmissverständlich mit den Positionen ihres Gegners auseinandergesetzt – gepunktet hat sie mit diesem Auftreten nicht. Also immer irgendwie eine Gratwanderung? Hillary konnte keinem ihrer Kritiker gerecht werden: den einen war sie zu karriereorientiert, ordnete sich nicht in das bisherige Bild der First Lady ein, mischte sogar aktiv mit – den anderen war sie nicht rebellisch genug; warum nahm sie keinen Posten im Kabinett ihres Mannes an? Warum stellte sie ihre familiären Pflichten so in den Vordergrund?

Der Titel von Hillarys Autobiographie ist „Gelebte Geschichte“ – Bescheiden ist anders, könnte man meinen. Dieses durchweg ein wenig zu positiv geschriebene Buch zeigt einen außergewöhnlichen Lebensweg auf, der schon früh von Disziplin und politischem Engagement gekennzeichnet war. Als Hillary 1965 im renommierten Mädchen-College Wellesley anging, als eine der besten Studentinnen des Landes Politikwissenschaft und Psychologie zu studieren, war Amerika noch tief geschockt von der Ermordung John F. Kennedys, mitten im Vietnam-Krieg, die Nation tief gespalten. Junge Menschen demonstrierten auf den Straßen, Martin Luther King wühlte die Menschen auf und die Hippie-Bewegung der Westküste suchte sich ihren Weg gen Osten und erreichte auch die Hörsäle und Straßen Deutschlands in den späten 60er Jahren. Auch Hillary haben diese politischen Ereignisse tief geprägt und ihr Drang an die Spitze und ihre Führungsqualitäten zeigten sich schon hier: sie war es, die die Abschlussrede ihres Jahrganges 1969 hielt und auch Aufmerksamkeit damit erreichte – immerhin berichtete das Life Magazin darüber und ein Fernsehsender im Großraum Chicago bat sie um ein Interview. Radikal war sie nie, doch firm in ihrer Überzeugung, dass Frauen nicht nur studieren sollten, um später als Hausfrau geistreiche Unterhaltungen mit ihren Ehemännern führen zu können. Auch in Yale, wo sie ihr Jurastudium absolvierte und auch ihren Ehemann Bill traf, war sie eine der wenigen Frauen (nur ca 10%

des damaligen Jahrganges waren Studentinnen), die zugelassen wurden. Aus unserer heutigen Sicht erscheint das unglaublich, aber es erklärt natürlich auch nach wie vor Hillarys Herzensangelegenheit – den Kampf für die Gleichberechtigung der Frauen

Eine eigenwillige First Lady

1975 heirateten Bill und Hillary in Arkansas, wo Bill seine politische Karriere begann. Sie behielt ihren Mädchennamen Rodham – ein rebellischer Akt. Dort wurde sie als First Lady von Arkansas einer breiteren Öffentlichkeit bekannt – Bill Clinton wurde 1979 das erste Mal ins Amt des Gouverneurs gewählt und hatte dies mit einer Unterbrechung bis zu seiner Präsidentschaft inne. Für Hillary war es selbstverständlich, ihrer (übrigens sehr lukrativen) Tätigkeit als Anwältin in einer Spitzenkanzlei weiter nachzugehen – das hat ihr in den frühen 80er Jahren nicht nur Sympathien eingebracht. Richtig berühmt über die Grenzen der USA hinweg wurde sie erst mit der Wahl Bill Clintons zum 41. Präsidenten der USA. Die Amerikaner waren ihr gegenüber schon während Bill Clintons Wahlkampf mehr als skeptisch. Viele sahen sie als treibende Kraft hinter Bills Präsidentschaftsambitionen. Ein seinerzeit häufig bemühter Witz bringt dies zum Ausdruck: Bill und Hillary fahren mit dem Auto durch den verlassenen Südwesten der USA. Große Weite, stundenlang gerade Straßen, kaum Zivilisation. Dann erreichen sie endlich eine Tankstelle – zum Glück, denn die Tanknadel ist schon verdächtig weit unten. Hillary steigt aus, läuft um das Auto herum um den Tankdeckel zu öffnen, als ihr der Tankwart freudig entgegenkommt. Es ist offensichtlich, dass beide sich kennen – gut kennen. Nachdem das Auto aufgetankt ist, Hillary bezahlt und mit etwas Proviant wieder ins Auto zurückkehrt, meint Bill zu ihr: „Du kanntest den Tankwart“? „Ja“, erwidert Hillary, „er war mein erster Freund“. Bill schmunzelt und sagt gönnerhaft: „Dann sei froh, dass du mich gefunden hast, sonst würdest du jetzt an einer einsamen Tankstelle in Arizona Brötchen verkaufen.“ Da kontert seine Ehefrau: „Nein, Bill. ER wäre jetzt Präsident“.

Ich habe seinerzeit den Wahlkampf engmaschig verfolgt und mir ist Hillarys beherztes Auftreten noch gut in Erinnerung – und es hat mich beeindruckt. So wurde sie schon damals zu den möglichen Affären ihres Mannes befragt und musste sich (!) verteidigen. Nach einer längeren Fragerunde in einer live übertragenen Talkshow antwortete sie dem Journalisten mit fester und klarer Stimme: „Wissen Sie – letztendlich ist das eine private Sache und wenn Ihnen das nicht passt... Sie müssen nicht für Bill Clinton stimmen“. Diese selbstbewusste Antwort saß.

Hillary bekleidete zwar keinen Posten in Bill Clintons Kabinett – er hatte dies in mehreren TV-Interviews als Wunsch geäußert – aber sie hatte die große Aufgabe übertragen bekommen, als Sonderbeauftragte des Präsidenten das Gesundheitssystem zu reformieren. Sie war in dieser Funktion häufig zu Gast in TV-Runden, füllte die Tageszeitungen und wurde zur öffentlichen politischen Person. Letztendlich

scheiterte sie mit diesem Auftrag – ihr gelang es nicht, die Gräben zwischen den Parteien zu schließen; durch die Verschleppungen in den Verhandlungen fand sie 1994 in einem dann von den Republikanern zurückeroberten Kongress keine Mehrheiten mehr. Einige Beobachter sahen auch in ihrem Kommunikationsstil und ihrer (zu) engen Führung der Arbeitsgruppe eine Schwachstelle. Das Scheitern der Gesundheitsreform war ein tiefer Einschnitt in Hillarys politisches Leben – ihre neu definierte Rolle als politisch agierende First Lady hatte Misserfolge vorzuweisen und war natürlich auch deswegen schwerer zu rechtfertigen. Dennoch war Mitte der 90er Jahre schon abzusehen, dass sie zu einer politischen Führungspersönlichkeit, insbesondere in Gesundheits- und Gleichberechtigungsfragen geworden war.

Hier in Deutschland stand ein großer Wandel an – nicht nur ging die Ära Kohl nach über 16 Jahren zu Ende und mit der ersten rot-grünen Regierung kam einer frischer, jüngerer Wind in die Republik – der Wechsel von der Bonner zur Berliner Republik stand auch an und somit auch ein neuer Politikstil – und vor allem ein neues Miteinander zwischen Politik und Medien. Während dieses in Bonn nahezu idyllisch gewesen war, wurde mediale business in Berlin deutlich professionalisierter, fühlte und fühlt der Politik und ihren Protagonisten auch mehr auf den Zahn, fragt mehr nach. Deutsche Politik wurde Ende der 90er Jahre mit Bundeskanzler Gerhard Schröder und Außenminister Joschka Fischer auch visuell jünger, mit einigen sichtbaren Ministerinnen wie Heidemarie Wieczorek-Zeul, Andrea Fischer, Edelgard Buhman, Ulla Schmidt und Hertha Däubler-Gmelin auch weiblicher. Ich selbst habe nach meiner Promotion einige Monate aktiv in Gerhard Schröders Kampagne mitgewirkt: ich versuchte gemeinsam mit Kollegen, die erfolgreichen Kommunikationsstrategien aus den Beobachtungen des Bill Clinton-Wahlkampfes auf den SPD-Wahlkampf zu übertragen. Wir nannten unseren „war room“ KAMPA und waren begeistert und elektrisiert, etwas zum Politikwechsel beizutragen.

Hillary machte damals eine ihrer wohl schwierigsten Zeiten – privat wie politisch – durch. Kein anderes Beispiel macht den Unterschied in der politischen Kultur unserer beiden Länder so offensichtlich wie der Lewinsky-Skandal. Für die jüngeren Leser nur in aller Kürze (wir „Älteren“ können uns noch bestens daran erinnern): Bill Clinton hatte eine Affäre mit seiner damaligen Praktikantin Monika Lewinsky, stritt dies lange ab, gab es dann schrittweise zu und entkam nur knapp einem Amtsenthebungsverfahren. Während es hierzulande ein ungeschriebenes Gesetz ist, dass die Privatsphäre unserer Führungselite auch bitteschön privat bleibt, ist genau das Gegenteil in den USA der Fall. Dies hat Hillary schon während des Wahlkampfes 1992 erleben müssen, 1998/99 kam es dann mit dem Lewinsky-Skandal noch dicker. Ich war seinerzeit nachhaltig irritiert (und bin es auch heute noch), dass sich eine Weltmacht mit solch privaten und für die Weltpolitik wirklich unwichtigen Dingen auseinandersetzt – Hillarys politische Karriere leidet bis heute darunter. Und heute noch wird ihr ihr Verhalten während der

Affäre vorgeworfen: als ich letztes Jahr im Vorwahlkampf eine Woche in Clintons Wahlkampfzentrale in Brooklyn verbrachte, habe ich gemeinsam mit anderen Wahlkampfhelfern Mobilisierungsrufe nach Wisconsin gemacht – dort standen einige Tage später die Primaries an. Wir hatten nur Telefonnummern von registrierten Demokraten und sollten diese noch einmal auffordern, wählen zu gehen und vor allem ihre Stimme Hillary (und nicht Bernie Sanders) zu geben. Viele meiner Gesprächspartner haben mir klar gesagt, dass sie für Bernie stimmen würden – auch deswegen, weil Hillary damals bei Bill geblieben ist. Sie sei nur bei Bill geblieben, so manche meiner Gesprächspartner, weil sie nah an der Macht bleiben wolle. Hätte sie sich allerdings von Bill Clinton getrennt, hätten die Menschen ihr jedoch mit Sicherheit signalisiert, dass man geschieden keine Wahlen gewinnen kann.

Wege ins Rampenlicht

Die Jahrtausendwende bedeutete für Hillary einen sehr wichtigen Einschnitt: Sie startete ihre eigene politische Karriere, trat nun auch offiziell aus dem Schatten ihres Mannes und wurde Senatorin für den Bundesstaat New York. 2001 zog sie in den Senat ein – Bill ging in den Ruhestand, und konnte die noch offenen Wunden der öffentlichen Demütigung und des nur knapp entgangenen Amtsenthebungsverfahrens heilen lassen. In ihrem ersten eigenen Wahlkampf lag Hillarys besonderer Schwerpunkt auf feministischen Themen, obwohl viele fortschrittliche Frauen darüber enttäuscht waren, dass Hillary nach all den Skandalen ihren Mann nicht verlassen hatte. Sie war eine erfolgreiche Senatorin, die durch ihren Teamgeist und ihre Demut im Amt viele überraschte. 2006 wurde sie mit einer deutlichen Mehrheit wiedergewählt. In ihrer Biographie ist der bemerkenswerte Satz zu finden: „Nachdem ich jahrelang Bills Namen auf den Wahlzetteln gesehen hatte, empfand ich es als große Ehre, meinen eigenen Namen auf dem Papier zu sehen“. Viele Beobachter und Experten sahen diesen Schritt schon als Grundstein für ihre Präsidentschaftskandidatur 2008 – und auch zu Recht. In den Jahren als Senatorin etablierte sie sich als politische Führungspersonlichkeit unabhängig von Bill und über die Landesgrenzen hinaus. So wurde sie 2004 schon auf Platz fünf der einflussreichsten Frauen der Welt im Forbes-Magazin aufgeführt, in den Jahren 2011, 2012 und 2015 gar als zweitmächtigste Frau. Gleichzeitig brachte es in Deutschland in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends eine Frau völlig unaufgeregt aber konsequent an die Spitze der Republik und führt seit Jahren die Spitze besagter Liste an: Angela Merkel.

Die beiden Frauen könnten unterschiedlicher nicht sein: die sachliche, unprätentiöse, wenig auf Äußerlichkeiten bedachte Kanzlerin auf der einen Seite – Hillary Clinton, die mittlerweile professionalisierte, unglaublich erfahrene, perfekt gestylte US-Politikerin. Während noch so manche Wähler 2005 einer Frau im Kanzleramt skeptisch gegenüberstanden, ist „Mutti Merkel“ mittlerweile nahezu zur Institution

geworden und Frauen in politischen Führungspositionen zum Alltag. Wie normal Frauen in solchen Positionen gerade für die jüngere und ganz junge Generation geworden sind, zeigt die Frage eines jungen Mädchens an mich während eines Vortrages: „Können Männer eigentlich auch Bundeskanzler werden?“

Erster Anlauf ins Oval Office

Hillary nahm 2008 ihren ersten Anlauf zur Präsidentschaft, viele hatten es kommen sehen. Ihr wurden auch exzellente Chancen ausgerechnet, den unbeliebten George W. Bush abzulösen – doch wir alle wissen, wie die Geschichte ausgegangen ist. Ein dynamischer junger Mann namens Barack Obama stahl ihr die Show, er instrumentalisierte ihre fatale Fehlentscheidung 2001, als sie für Bushs Invasion in den Irak gestimmt hatte. Obama verkörperte Wandel und Hoffnung. Die Menschen vertrauten „ihr“ nicht. Sie erschien vielen zu machthungrig. Eine herbe Niederlage. Aber man kommt nicht umhin zu sagen, dass sie hier auch wahre Größe zeigte: sie empfahl all ihren Wählern, von nun an gemeinsam Barack Obama mit Nachdruck zu unterstützen. Und mit diesem Schulterschluss legte sie den Grundstein für den nächsten großen Schritt in ihrer Karriere: Hillary Clinton wurde als Außenministerin in Barack Obamas Regierung im Januar 2009 vereidigt. Das wohl bekannteste Foto ihrer gesamten Amtszeit wurde im Situation Room des Weißen Hauses aufgenommen – die Hand vor dem Mund, der Schrecken steht ihr ins Gesicht geschrieben, während sie live die Übertragung der Tötung Osama bin Ladens verfolgt. Die Kritiker sind sich einig darüber, dass Hillary alles in allem ihre Rolle als Außenministerin gut ausgeführt hat. Sie ist so viel gereist wie kein Außenminister vor ihr – mit 112 Ländern im Gepäck kennt man eigentlich die ganze Welt; und die ganze Welt kennt Hillary. Während ihrer Amtszeit als Außenministerin war sie beliebt wie nie zuvor – und nie danach. Und dann kam der kalkulierte vorläufige Abschied aus der Politik nach mehr als 20 aktiven Jahren: Hillary stand Obama in seiner zweiten Amtszeit nicht mehr als Ministerin zur Verfügung. Es hieß, sie wolle sich ins Private zurückziehen und all den Schlaf nachholen, den sie in den letzten 20 Jahren versäumt habe. So die offizielle Version. Natürlich plante sie anders.

2016: der zweite (letzte) Anlauf

Sie war nicht kleinzukriegen: 2016 versuchte sie es ein zweites Mal – ein letztes Mal, das steht wohl inzwischen außer Frage. Es überraschte viele, dass der sechs Jahre ältere Bernie Sanders ausgerechnet bei jüngeren Wählern so viel besser ankam als sie. In der Schlammschlacht, die der Wahlkampf letztendlich zwischen ihr und Donald Trump war, machte sie durchweg eine positivere Figur als ihr Opponent. Dies wurde wohl am deutlichsten beim direkten Schlagabtausch in den TV-Debatten – alle drei Debatten konnte Hillary für sich verbuchen. Sachlich, kompetent, zielstrebig. Zwei Wochen

vor der Wahl schon das Rennen gelaufen. Doch das Wieder-aufleben des e-mail-Skandals durch das FBI ließ den Vorsprung dahinschmelzen – und die Welt stand unter Schock, als sie letzten November ein zweites Mal eine solche Niederlage hinnehmen musste.

Der fehlende rote Faden: Führung mit Charisma und Leidenschaft/Authentizität

Es folgt nun keine umfassende Analyse des Wahlkampfes – d.h. Clintons Strategie, Medienwahl, Auswahl der Themen, Wählergruppenansprache etc. werden hier nicht auf Herz und Nieren geprüft. Auch die Frage nach den Meinungsforschungsinstituten und den Umfragen. Dies geschieht in naher Zukunft sicherlich an anderer Stelle.

Vielmehr wollen wir an dieser Stelle den „persönlichen“ Faden dieses Beitrages weiterspinnen und auf ein, ja vielleicht das zentrale Manko in Hillarys Kampagne eingehen und das ist Führung – authentische Führung. Stellen wir uns aber zuerst die Frage, was wir von politischen Führungspersönlichkeiten, von Kanzlern und Präsidenten eigentlich erwarten. Grundsätzlich gilt: Unsere Ansprüche an politisches Führungspersonal sind ausgesprochen hoch. Das ist in Europa so, das ist in den USA so. Und diese Ansprüche sind oftmals widersprüchlich. Wir verlangen mehr Bürgerbeteiligung, mehr Mitsprache. Wir möchten von der Politik gefragt und gehört werden. Aber wir möchten gleichzeitig auch mehr Führung. Wir möchten das Gefühl haben, Politikern bei wichtigen Entscheidungen vertrauen zu können. Irgendwie paradox, oder?

Auflösen lässt sich der Widerspruch über Emotionen: Wir möchten eine Führungspersönlichkeit mit ganz besonderer Ausstrahlung. Jemanden, der auf großer Bühne wie auf kleinen Bühnen unverkrampft und charmant, selbstsicher und kompetent auftritt und dem man zutraut, in brenzligen Situationen die richtige Entscheidung zu treffen. So wie Helmut Schmidt es tat bei der Entführung der Landshut-Maschine 1977 in Mogadischu, John F. Kennedy in der Kuba-Krise 1962, Helmut Kohl während der historischen Chance 1989 für die Wiedervereinigung, Gerhard Schröder mit seinem „Nein“ zum Irak-Krieg im Jahre 2002 und Angela Merkel mit ihrer Kehrtwende in Richtung Ausstieg aus der Atomenergie nach dem verheerenden Reaktorunglück 2011 in Fukushima.

Es versteht sich von selbst, dass wir Fehler aber wiederum nur schwer verzeihen. Und diese Neigung ist in den USA besonders drastisch ausgeprägt, da hier ein konfrontativer und zugleich sehr personenfixierter Politikstil gepflegt wird. Ein Beispiel: Mit Hillarys Zeit als Außenministerin ist nichts so sehr verknüpft wie der Anschlag in Benghazi (Libyen), bei dem vier Amerikaner starben. Das nimmt man ihr nach wie vor sehr übel, nicht einmal die ebenfalls in ihre Amtszeit fallende und in den USA mit großer Genugtuung aufgenommene Tötung von Osama bin Laden hat ihre Zeit als Außenministerin so sehr geprägt.

Die Fähigkeit von Personen in Machtpositionen, in Krisensituationen (und auch diesseits und jenseits davon) einen kühlen Kopf zu bewahren und strategische Stärke zu zeigen (und dabei eben keinen Fehler zu machen), nennen wir neudeutsch Leadership. Aber um politisch erfolgreich zu sein, reicht das nicht. Es braucht noch mehr, es braucht Authentizität. Dieses sperrige Wort bezeichnet die Führung mit glaubwürdiger persönlicher Note. „Authentizität“ ist ein Gütesiegel, das Politikern von den Wählern verliehen wird. Vordergründig geht es darum, authentisch zu erscheinen – nicht unbedingt, es zu sein. Zwar ist es leichter, authentisch zu erscheinen, wenn man es auch ist. Doch letztendlich geht es darum, eine Rolle zu spielen, ohne dabei merklich zu schauspielern. Gerade im Medienzeitalter ist dies wichtiger denn je, denn Medien konzentrieren sich auf Personen und diese übermitteln die Themen, Botschaften, Inhalte, um die es geht. Es braucht ungekünstelte, unverfälschte, eben authentische, und je nach Situation auch leidenschaftliche Führung. All das ist Fehlanzeige bei Hillary. Sie wirkt unterkühlt und übersteuert, zu sehr choreographiert.

Dies war auch der zentrale Schwachpunkt ihrer Kampagne im Präsidentschaftswahlkampf. Und es bedurfte eines Gegners wie Donald Trump, um ihn schonungslos aufzudecken. Er scherte sich nicht um politische Etikette, und sein Motto war: Lieber einen Fehler machen, als gar nichts sagen. Dafür nutzte er auch ganz andere Medien als Hillary. Eben nicht das durchorchestrierte (und in den Augen vieler auch inzwischen antiquierte) „broadcasting“ in TV, Radio und Online. Sondern die direkte, unvermittelte, persönliche Version: Twitter.

Zwischenfazit: viele und auch ich haben bei Hillary die Leidenschaft im Wahlkampf vermisst – auch die Authentizität. Wie sagte Mario Cuomo, einst Bürgermeister von New York: „You campaign in poetry, but you govern in prose.“ Frei übersetzt: man muss die Leute im Wahlkampf mit einer, mit seiner Geschichte begeistern können, man muss sie mitreißen und mit auf eine Reise nehmen – die Regierungsgeschäfte müssen dann nüchtern, in Prosa sozusagen, betrieben werden. Und diese mitreißende Geschichte hat Hillary nie ganz erzählen können. Auf die zentrale Frage, warum sie sich für dieses Amt bewerbe, hatte sie keine authentische, keine ehrliche Antwort. Trumps Geschichte lässt sich leicht erzählen: er präsentierte sich als jemand, der die Dinge klar beim Namen nennt, als ein „Self-made-man“, der gegen das Establishment antritt. Und überhaupt: er stellt sich als Siegertyp dar. Er hadert nicht. Er spricht mit seiner Wählerschaft, er spricht ihre Sprache und spielt mit den Emotionen. Einwanderung und Globalisierung kosten den eigenen Job, in der Vergangenheit war alles besser und nur ein Milliardär kann dem Land aus der Patsche helfen – so ungefähr ist sein Mantra. Auch in seinem Wahlslogan schwingt viel Emotionalität mit. Wie Ganz/Han (2016) auch sagen: „The form of Trump and Sanders’s leadership narratives is not new. Their stories link three elements: the values that drive them (story of self), the values

shared by the community they hope to engage (story of us), and the values that can motivate hopeful action in response to urgent – and unjust – threats (story of now).”

Ganz anders bei Hillary: Niemand weiß, wer sie wirklich ist, welche Werte sie vertritt und warum sie unbedingt an die Macht wollte. Zu sehr hat sie ihr öffentliches Image poliert und optimiert – die echte Hillary war nicht mehr zu erkennen. Sie hat sich nicht auf die Seite der sozial Schwachen gestellt, als eine von ihnen. Dadurch fehlte ihr das Narrativ, mit dem sie den Menschen Hoffnung hätte geben können. Denn durch Hoffnung hätte diese Wahl gewonnen werden können. So wurde sie durch Ärger gewonnen – die denkbar schlechteste Lösung. Hillary Clintons Message, Angst vor Donald Trump zu schüren, reichte für einen Wahlsieg einfach nicht aus.



Andrea Römmele ist Professor for Communication in Politics and Civil Society an der Hertie School of Governance. Ihr Forschungsinteresse gilt den Themen vergleichende politische Kommunikation, politische Parteien und Public Affairs. Sie war Fulbright Distinguished Chair in Modern German Studies 2012/13 an der University of California in Santa Barbara, Visiting Fellow an der Johns Hopkins University in Washington DC und an der Australian National University in Canberra. Andrea Römmele ist Mitbegründerin und Chefredakteurin des Journal for Political Consulting and Policy Advice sowie Beraterin für politische Kampagnen und Unternehmenskampagnen. Sie hat ihren Master-Abschluss an der University of California at Berkeley erworben, an der Universität Heidelberg promoviert und an der Freien Universität Berlin habilitiert.

How to get out the vote

Interview with Chris Young

What were the major factors for the Trump campaign and GOP to win this election?

It's going to sound over simplified, but the 2016 election came down to one factor: voter turnout. The Trump campaign & the RNC expected Hillary Clinton's organization to register thousands of new democrats & mobilize low propensity voters to cast ballots. Taking all of this into account, we organized the largest ground game of any GOP Presidential campaign in history to leave no potential Trump voter untouched. We leveraged digital tools to enhance our field tactics & dramatically expanded our email & online presence. We utilized President-Elect Trump's star power to draw enormous rallies, and expand our electorate in the Midwestern states. Every action taken between the RNC Convention in Cleveland & November's Election Day was only executed after we asked, "How will this impact turnout?"

We secured massive turnout in rural counties, and in suburban communities which offset the urban democrat strongholds.

What have been the most important campaign innovations or lessons to learn from this campaign cycle? (Social Media?)

You can't overstate the importance of social media. It's a gateway tool with multiple utilizations, and we're all still learning how to charm the snake. Facebook & Twitter are the primary new sources for millions of politically active Americans, and they view these platforms almost the way a journalist views the AP wire. To them, it's an unfiltered, unbiased channel for information.

President-Elect Trump's interactions on Twitter invigorated his supporters, and motivated them in a way unlike anything we've ever seen from a presidential candidate before.

Facebook became a key fundraising tool for the RNC & Trump campaign.

I would also be foolish to not mention SnapChat. SnapChat is an emerging tool, which will have nearly 217 million user by the end of 2017. The Presidential campaign & many Senate campaigns encouraged their supporters to engage via the platform.