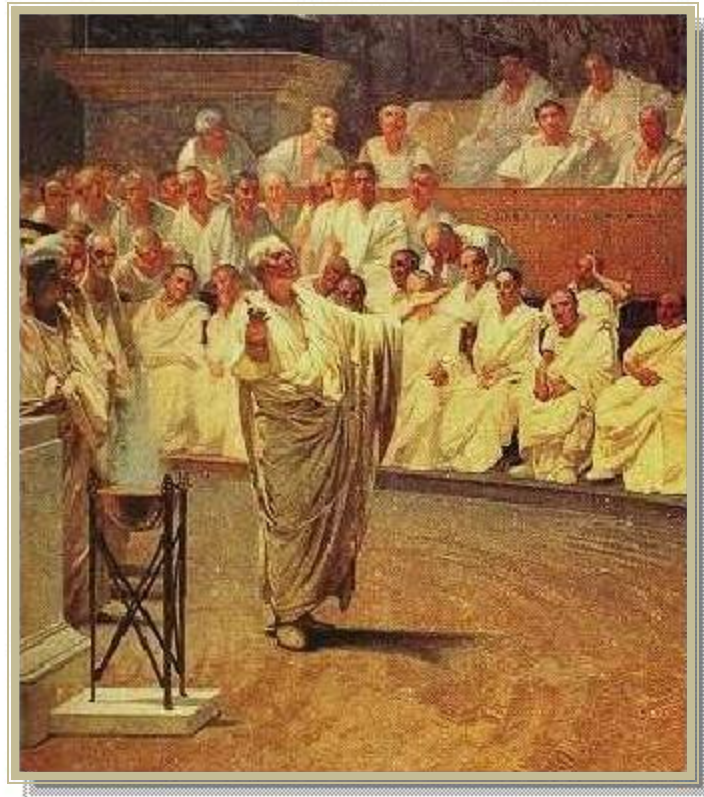


POLITISCHER WAHLKAMPF IN DER RÖMISCHEN REPUBLIK



Freiherr-vom-Stein Schule

Fach: Latein

Fachlehrerin: Frau Krafft

Verfasser: Martin Kliebe

Hessisch Lichtenau, den 22.04.2011

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
1 Bedeutung der Wahlkämpfe.....	4
2 Wahlkampfstrategien.....	5
2.1 Dipinti.....	5
2.2 Einfluss bestimmter Bevölkerungsgruppen.....	7
2.2.1 Vicini.....	7
2.2.2 Berufsgruppen.....	7
2.3 Bestechungen.....	8
3 Auftreten des Kandidaten in der Öffentlichkeit.....	9
3.1 Persönlichkeit des Kandidaten.....	10
3.2 Präsentieren der Anhänger.....	10
3.3 Wahlversprechen.....	11
4 Wahlkampf der Moderne.....	13
4.1 Medien der Moderne am Beispiel Facebook.....	13
4.2 Vergleich Wahlkampf im römischen Reich - Wahlkampf der Moderne.....	13
Nachwort.....	15
Literaturverzeichnis.....	16
Anhang.....	17

Vorwort

Für meine Jahresarbeit habe ich mich für das Thema des Wahlkampfes in der römischen Republik mit einem kleinen Vergleich mit dem Wahlkampf in der Moderne entschieden, da ich Wahlkämpfe seit jeher spannend zu beobachten fand.

Allerdings waren mir bis hierhin lediglich die Methoden und Vorgehensweisen der modernen Wahlkämpfe bekannt, da ich diese in den vergangenen Jahren wahrnehmen konnte.

Dies warf die Frage bei mir auf, wie sich der Wahlkampf in der römischen Republik abspielte und welche Mittel dabei eingesetzt wurden, um die Wählerstimmen zu ergattern.

Mit meiner Jahresarbeit möchte ich weiterhin eigene Fragen klären wie z.B.: „Um welche Posten wurde Wahlkampf betrieben?“ „Wie sollte sich ein populärer Politiker und Kandidat in der Öffentlichkeit verhalten?“ Und: „Wie sahen die antiken Wahlprogramme aus?“

Ich konzentriere mich in meiner Jahresarbeit dabei vorwiegend auf Pompeji, weil dort die meisten Spuren der Wahlkämpfe durch den Aschestaub erhalten wurden und somit interessante Einblicke in das damalige Geschehen gegeben werden können.

1. Bedeutung der Wahlkämpfe¹

Bei der Betrachtung der Wahlen und den damit verbundenen Wahlkämpfen in der Zeit der Republik (510-42 v. Chr.) muss zwischen den *reichsweiten* Wahlen und den kommunalen Wahlen in den ca. 2000 römischen Städten unterschieden werden.

Die *reichsweiten* Wahlen, die unter dem Einfluss des Kaisers standen, welcher versuchte, die von ihm gewünschten Kandidaten in die beliebigen Positionen und Ämter zu erheben, waren für das politisch motivierte Wahlvolk wenig attraktiv. Dies ist dadurch zu erklären, dass die gewählten Beamten „ganz in seinem (des Kaisers) Schatten standen“² und somit deren politischer Einfluss weitestgehend eingeschränkt war.

Der Wahlkampf konzentrierte sich folglich vermehrt auf die Städte, welche der lokalen Selbstverwaltung oblagen und somit einen großen Anreiz zur aktiven politischen Beteiligung boten. Auch wenn das kommunale politische System aufgrund der Möglichkeiten des *Einkaufens* in bestimmte Ämter mit dem heutigen Demokratieverständnis nicht zu vereinen ist, bot es dennoch Möglichkeiten der politischen Mitgestaltung.

Der Kampf um die bedeutenden Posten bezog sich dabei vorwiegend auf die Besetzung des Stadtrats (*ordo decurionum*), der beiden Aedilen und der Duumvirn.

Betrachtet man den Stadtrat, welcher in der Mehrheit der ca. 100 Dekurionen aus Männern bestand, die sich ihre Legitimation durch ein präskriptives Beitrittsgeld (*honorarium*) erworben hatten, wird deutlich, dass der bedeutendste politische Ausschuss der Kommune, der in seiner Struktur mit dem römischen Senat vergleichbar war, vorwiegend aus Wohlhabenden bestand, welchen es finanziell möglich war, sich in der Politik zu beteiligen. Das Wohl des Volkes hing somit von den Entscheidungen der Wohlhabenden ab, die allerdings ebenso Verantwortung gegenüber dem Volk hatten. So mussten sie in Zeiten von Hungersnöten Sorge für die Versorgung des Volkes tragen und mit ihrem eigenen Besitz den Mangel an Nahrungsmitteln ausgleichen.

Weiterhin sorgte die Bewerbung für das Amt der beiden Aedilen für großen Andrang. Diese wurden als *aediles viis aedibus sacris publicis procurandis*, „Beamte, die sich um den Zustand der Straßen sowie sakralen und öffentlichen Gebäude zu kümmern haben.“³ Ebenso

¹ Vgl.: Wilhelm Weeber: Wahlkampf im alten Rom, Düsseldorf 2007, S.10-16.

² Wilhelm Weeber: Wahlkampf im alten Rom, Düsseldorf 2007, S. 10.

³ Wilhelm Weeber: Wahlkampf im alten Rom, Düsseldorf 2007, S. 15.

gehörten zu ihrem Zuständigkeitsbereich die Ausführung der öffentlichen Spiele zur Unterhaltung des Volkes und die öffentliche Nahrungsversorgung.

Den beiden Aedilen vorgesetzt waren die *duumviri* oder *duoviri iure dicundo*⁴. Diese besaßen gegenüber den Aedilen Weisungsbefugnisse und konnten ebenso die Durchführung von Anweisungen, welche die Aedilen ausgegeben haben, verhindern. Gleichfalls hatten sie das Recht, zivilrechtliche Konflikte durch einen Richterspruch zu beenden. Da sie die Vorsitzenden des Stadtrats waren und für die Durchführung der getroffenen Beschlüsse verantwortlich waren, können sie als die Consuln der Kommunalpolitik gesehen werden. Aufgrund der Legitimation, welche die *duumviri* durch die Wahlen und die erhaltenen Stimmen des Volkes erhalten haben, war es ihnen möglich, durch ihren Einfluss die Beschlüsse des Stadtrats stark zu beeinflussen. Um das Amt des *duumviri* zu bekleiden, musste davor die Aedilität erreicht werden, um bereits eine gewisse Erfahrung mitbringen zu können.

Um die Macht der beiden vorgestellten Ämter zu begrenzen und eine Kontrolle über die Handlungen des Amtsinhabers zu besitzen, wurden die Prinzipien der Annuität und der Kollegialität angewandt. Dies bedeutet, dass Ämter lediglich für ein Jahr (*annus*) vergeben wurden und jedes Amt doppelt besetzt wurde (mit einem Kollegen).

2. Wahlkampfstrategien

2.1 Dipinti

Nachdem sich die männlichen Kandidaten, die das Alter von 30 Jahren überschritten hatten, was Voraussetzung war, um das passive Wahlrecht wahrnehmen zu können, in die amtlichen Bewerberlisten (*professiones petentium*) eingetragen hatten, begann der Kampf um die Stimmen der Bürger. Die Kandidaten bemühten sich nun in den folgenden Monaten, möglichst viele Unterstützer zu erlangen und diese in der Öffentlichkeit zu präsentieren, um den nicht überzeugten Bürgern der Stadt zu beweisen, dass dieser Kandidat das Vertrauen vieler Bürger genoss und er von ihnen unterstützt wurde. Um zu verdeutlichen, wie viele Klienten ein Kandidat besaß, wurden von den Unterstützern sogenannte Wahl-Dipinti mit großen Lettern in roter oder schwarzer Farbe an die Fassaden der Gebäude gemalt, welche in der Regel eine Höhe von bis zu 60 cm erreichten.

⁴ Beamte, deren Aufgabe die Rechtsprechung war, Übersetzung nach Weeber

Bei der Erscheinung der Dipinti zählte jedoch nicht die Qualität der Wahlwerbung, wie z.B. eine Begründung, warum man diesen Kandidaten wählen sollte, sondern vielmehr die Häufigkeit, mit der ein solcher Wahlauf Ruf in der Stadt vorkam. Der Inhalt dieser *Wahlplakate* war demnach entsprechend dürftig, so dass der größte Teil des Dipinti aus dem Namen des Kandidaten bestand. Damit man mit den Dipinti eine möglichst große Aufmerksamkeit erreichte, wurden meist die Wände von Ladenstraßen und die Wände der Hauptverkehrsstraßen als Grundlage für diese Wahlauf rufe genutzt, um möglichst viele Menschen damit anzusprechen.



Abbildung 1: Dipinto aus Pompeji

Meist wurden die Dipinti von unbekanntem Wahlunterstützern aufgezeichnet. Eine größere Wirkung bei den vermeintlichen Wählern hinterließ es jedoch, wenn sich der Verfasser der Unterstützung offen kundtat. War es eine bekannte und anerkannte Persönlichkeit, verdeutlichte dies den Betrachtern, dass der unterstützte Kandidat vertrauenswürdig und würdig genug ist, um gewählt zu werden.

So sah beispielsweise ein solcher Wahlauf ruf eines Lehrers aus:

*„Sabinum et Rufum aediles dignos rei publicae Valentinus cum discipulos suos rogat.“*⁵

„Valentinus bittet mit seinen Schülern darum, Sabinus und Rufus zu Aedilen zu wählen. Sie verdienen es, die öffentlichen Interessen zu vertreten.“⁶

⁵ W.W.: W. i. a. R., S.32

⁶ W.W.: W. i. a. R., S.32

2.2 Einfluss bestimmter Bevölkerungsgruppen

2.2.1 Vicini⁷

Laut Weeber⁸ spielte der Eingriff bestimmter Bevölkerungsgruppen bei den Wahlkämpfen in der Antike, besonders im römischen Reich und dessen Städten, eine zentrale Rolle. Die tatkräftige Unterstützung der *vicini* hatte indes größere Aussagekraft als die Unterstützung der teils angeworbenen Wahlhelfer, welche keine größeren Erfahrungen mit dem Kandidaten hatten, wohingegen Verwandte dem Kandidaten zu nahe standen und so eine objektive Beurteilung über die Fähigkeit, die politischen Interessen des Volkes zu vertreten, nicht möglich war.

Nachbarn hingegen besaßen das ausgewogenste Maß an Vertrautheit und Distanz, da sie zwar in unmittelbarem Einflussgebiet des Kandidaten wohnten, jedoch nicht zwingend ein inniges Verhältnis führten. Die Aussage der Nachbarn, welche bestätigten, dass jener Kandidat *dignus rei publicae*⁹ sei, also würdig sei, die öffentlichen Interessen zu vertreten, hatte somit höchstes Gewicht. Oft schlossen sich sogar ganze Viertel zusammen, um den Kandidaten aus den eigenen Reihen zu unterstützen und taten dies in ihren *vicini*-Aufrufen kund:

„*Forenses rogant*“¹⁰

„Die Bewohner des Forum-Viertels bitten, ... zu wählen.“¹¹

Meist traten die Nachbarn zwar nicht als *aktive* Förderer ein und zeichneten somit nicht die Dipinti an die Häuserwände, vielmehr stellten sie ihre eigenen Häuserwände zur Plakatierung dem Kandidaten und dessen Wahlhelfern zur Verfügung.

2.2.2 Berufsgruppen

Nach Weeber¹² mischten bei der Unterstützung des Wahlkampfes jedoch nicht nur die Nachbarn mit, sondern ebenso ergriffen bestimmte Berufsgruppen offen Partei zu einem Kandidaten- eine Tatsache, welche in der heutigen Zeit einen Skandal auslösen würde. Als Beispiel eines solchen Ereignisses kann die von der FDP geforderte Senkung der Mehrwertsteuer für Hoteliers aufgeführt werden, welche im Zuge des

⁷ Nachbarn, eigene Übersetzung

⁸ Vgl.: Wilhelm Weeber: Wahlkampf im alten Rom, Düsseldorf 2007, S. 18-32

⁹ W. W.: W. i. a. R., S. 18

¹⁰ Dipinto-Inschrift aus Pompeji, Weeber: S. 22

¹¹ W. W.: W. i. a. R., S. 78, Übersetzung nach Weeber

¹² W. W.: W. i. a. R., S. 24-32

Wachstumsbeschleunigungsgesetzes im Oktober 2009 im Bundestag per Gesetz verabschiedet wurde und ab dem 1. Januar 2010 in Kraft getreten ist. Die Durchsetzung dieses Gesetzes warf den Verdacht des Lobbyismus auf und schadete der Partei erheblich.

In Pompeji war dies jedoch ein wesentlicher und legitimer Teil des Wahlkampfes, so dass *collegia* (Berufsvereine), welche zwar nicht mit heutigen Gewerkschaften oder Berufsgenossenschaften vergleichbar waren, jedoch als freiwillige Bündnisse eines Berufsstandes gesehen werden konnten und vorwiegend eine soziale Zielsetzung (Gemeinschaft) verfolgten, in der Öffentlichkeit den Kandidaten, den sie am meisten vertrauten, unterstützten.

2.3 Bestechungen

Nach Dettenhofer¹³ bestand ein großer Teil des antiken Wahlkampfes aus Korruption und dem Fluss von Bestechungsgeldern, da sich enorme Mengen von Gesetzesänderungen nachvollziehen lassen, welche wahrscheinlich die Eindämmung der Bestechungen zur Folge haben sollten. Die Wirkungen dieser Gesetze sind jedoch nicht eingetreten.

Gründe für die große Zahl der Bestechungen waren fehlende Wahlprogramme und demzufolge auch fehlende Grundüberzeugungen, was bewirkte, dass die Bürger sehr offen für Wahlgeschenke waren und diese aufgrund der häufigen Wahlkämpfe oft bekamen. Die Kandidaten, welche ihren Wahlkampf mit ihrem eigenen Vermögen finanzierten, wendeten große Mengen an Geld auf, um die Wählerstimmen zu ihren Gunsten zu erhalten. Demnach musste das Volk in der Stadt, in der sich der Hauptteil des Wahlkampfes abspielte, entsprechend verwöhnt gewesen sein, da sich dort entsprechend viele Bewerber um ein Amt befanden und jeder einzelne Wahlgeschenke verteilte. Der zeitgenössische Politiker und Geschichtsschreiber Sallust¹⁴ bemängelte folglich, dass die Stadtbevölkerung, welche durch Geschenke und Bestechungen des Wahlkampfes herbeigelockt würde, das Nichtstun in der Stadt dem undankbaren Arbeiten vorzieht. Zum Umfang der Wahlgeschenke gehörten auch

¹³ Vgl. Maria Dettenhofer: Wahlkampf als Normalfall: Die römische Republik, in: Einsichten und Perspektiven 02/2008, hrsg. von: Bayerische Landeszentrale für politische Bildung

¹⁴ Ronald Syme, Sallust, Darmstadt 1975; Jürgen Malitz, *Ambitio mala: Studien zur politischen Biographie des Sallust*, Bonn 1975.

„*Panem et Circenses*“¹⁵, die das Volk gerne annahm. Dabei richtete der Kandidat große Speisegelage aus oder veranstaltete große Zirkusspiele im örtlichen Amphitheater.

Der Dichter Juvenal¹⁶ kritisierte dabei, dass sich das Volk durch die Annahme der Geschenke und den Besuch dieser Spiele sein Stimmrecht abkaufen lassen hätte und sich auf diese Weise selbst politisch entmündigt hätte.

3. Auftreten des Kandidaten in der Öffentlichkeit¹⁷

Zur Zeit der römischen Republik bestand noch kein politisches Parteiensystem, welches heute in den modernen Demokratien üblich ist, sondern jeder Politiker war in den Wahlkämpfen auf sich selbst gestellt. Die Unterstützung eines Politikers in einem Wahlkampf durch eine Partei und ihr Programm war somit nicht gegeben, so dass allein die Persönlichkeit und das Erscheinen des Bewerbers von Bedeutung waren.

Die Frage, wie ein Politiker durch seine Persönlichkeit und sein Verhalten eine möglichst breite Bevölkerungsgruppe und dadurch möglichst viele Unterstützer anspricht, beantwortete bereits Quintus Tullius Cicero in seinem Werk *commentariolum petitionis*¹⁸, welches er im 1. Jahrhundert v. Chr. anlässlich der Konsulatsbewerbung seines prominenten Bruders Marcus Tullius Cicero verfasste.

Laut Quintus Tullius Cicero¹⁹ und Weeber²⁰, welcher sich mit den Schriften Ciceros beschäftigte, spielte sowohl die *gratia*²¹ als auch die zahlreiche Unterstützung vieler Wahlhelfer eine große Rolle im Wahlkampf bezüglich der Konsulatsbewerbung, da es sich bei dem Wahlkampf nach Aussage Ciceros um ein langes Gesuch nach Wählerstimmen handelte: *rogandi omnes sunt diligenter*²². Dies war allerdings auch auf den Wahlkampf auf kommunaler Ebene übertragbar und ist in Bezug auf die Wahlkämpfe der Moderne ebenso aktuell.

¹⁵ W.W.: W. i. a. R., S.10, Übersetzung: Brot und Zirkusspiele

¹⁶ Vgl.: W.W.: W. i. a. R., S.10

¹⁷ Vgl.: W. W. W. i. a. R., S.66-72

¹⁸ Denkschrift zur Amtsbewerbung, eigene Übersetzung

¹⁹ Vgl.: Quintus Cicero: *Commentariolum petitionis*. Online im Internet: URL:

http://www.forumromanum.org/literature/cicero_commentariolum.html (Stand 27.04.2011)

²⁰ Vgl.: W.W.: W. i. a. R., S.66-72

²¹ Die Gunst oder die Beliebtheit, eigene Übersetzung

²² Vgl.: W.W.: W. i. a. R., Seite 67, Übersetzung nach Weeber: Alle Welt muss umsichtig gebeten werden

3.1 Persönlichkeit des Kandidaten

Bei diesem Ersuchen von Wählerstimmen waren sowohl das Auftreten und das damit verbundene eigene Wahlprogramm, als auch die Persönlichkeit des Kandidaten von entscheidender Bedeutung. So gefiel es dem Volk beispielsweise, wenn sich der Kandidat volksnah zeigte und den Bürgern durch sein Auftreten schmeichelte. Cicero bezeichnete dieses förderliche Verhalten mehrfach mit dem Verb *inservire*²³. In dem Wortstamm ist weiterhin das Substantiv *servus*²⁴ zu erkennen, was die vom Volk geforderte Unterordnung des Kandidaten verdeutlicht. Im besten Fall sollte der Kandidat dementsprechend dem Volk dienen und dessen Interessen als eine Art Diener vertreten.

Das Gegenstück des volksnahen und beliebten Politikers, welcher z.B. öffentlichen Veranstaltungen beiwohnte und den Kontakt zum Volk suchte, bestand in dem arroganten und daraus resultierenden unbeliebten Bewerber, der jeglichen Kontakt zum Wähler vermied. Denn das missliebige Attribut eines Politikers war sowohl in der Antike als auch heute die Arroganz, welche eine gewisse Distanz zwischen Wähler und Kandidat implizierte. Ausstrahlung von Sympathie, auch wenn er diese nicht besaß, hatte folglich großen Einfluss auf die Gunst der Wähler.

3.2 Präsentieren der Anhänger

Neben der *gratia* war ein weiterer entscheidender Aspekt des Wahlkampfes die öffentliche Unterstützung durch die eigenen Anhänger. Schaffte es der Bewerber seine Unterstützer zu mobilisieren und in der Öffentlichkeit zu präsentieren, so konnte er damit der übrigen Bevölkerung demonstrieren, dass jene ihm ihr Vertrauen schenkten. Diesen Ratschlag erteilte bereits Quintus Cicero dem Bewerber: „Umgib dich mit einer Begleitung, die sich aus Männern eines jeden angesehenen Schlechts, Standes und Lebensalters zusammensetzt“²⁵. An dieser Aussage lässt sich bereits erkennen, dass nicht nur die Anzahl der Unterstützer eine Rolle spielte, sondern auch der Bekanntheitsgrad ebenjener. Führte man bestenfalls die bekanntesten Persönlichkeiten eines jeden Standes aus der Stadt mit sich, so konnte sich der Kandidat der Unterstützung einer breiten Bevölkerungsmasse gewiss sein, da er sich durch die zahlreichen *Repräsentanten der Stände* nicht auf die Unterstützung und Vertretung eines

²³ Dienen, Übersetzung nach Weeber

²⁴ Sklave, eigene Übersetzung

²⁵ W.W.: W. i. a. R., S. 70, nach Übersetzung aus Ciceros *commentariolum petitionis* (34)

bestimmten Standes beschränkte, sondern sich scheinbar für die Anliegen aller Stände einsetzte.

Um die Unterstützung dieser Personen kund zu tun, konnte es durchaus vorkommen, dass sich ein Kandidat mit seinen gesamten prominenten Unterstützern am Morgen auf dem Forum versammelte, damit der Bevölkerung die Unterstützung verdeutlicht wurde.

Weiterhin ergriffen berühmte Bürger oder Familien offen in *dipinti* Partei und versicherten dem Bewerber ihre Zuneigung:

„*Cn Helvium Sabinum aedilem Epidius cum suis volt et probat.*“²⁶

„Epidius will gemeinsam mit seiner Familie Gnaeus Helvius Sabinus als Aedil. Er findet ihn gut.“²⁷

3.3 Wahlversprechen²⁸

Aufgrund fehlender Wahlprogramme und Wahlhalte des Kandidaten, bezogen sich Wahlversprechen meist nur auf persönliche Anliegen. Dabei handelte es sich meist um Wünsche, welche das Wahlvolk an den Bewerber herantrug, wie z.B. persönliche Unterstützung oder ähnliches. Politische Festlegungen von den Kandidaten wurden so gut es ging vermieden, da man dadurch einen festen politischen Standpunkt ergriff, der wiederum bestimmte Wählergruppen, die sich durch die Festlegung nicht unterstützt sahen, vom Wählen abhielt.

Die Methode des Nicht-Festlegens wird in der Moderne ebenfalls vermehrt angewandt. Noch im 20. Jahrhundert konnte einer Partei eine Bevölkerungs- oder Berufsschicht als Wahlvolk zugeordnet werden, da eine Partei beispielsweise soziale Gerechtigkeit als zentrales Wahlprogramm und Parteiprogramminhalt aufführte und dadurch hauptsächlich die Arbeiterschaft ansprach. Seit dem Anfang des 21. Jahrhundert lässt sich jedoch immer mehr das Buhlen der Parteien um die breite Bevölkerungsmasse feststellen, da teilweise die Stammwählerschaft immer mehr in sich zerfällt. Eine fehlende Festlegung lässt folglich den *Zugang* zu allen Wählerschichten offen.

²⁶ Dipinto-Inschrift aus Pompeji, Weeber: S.78

²⁷ W.W.: W. i. a. R., s. 78, Übersetzung nach Weeber

²⁸ Vgl.: *Commentariolum petitionis* und W.W.: W. i. a. R., S. 68 ff

Kam der Kandidat jedoch in die Lage, dass Bürger Bitten und Wünsche an ihn stellten, so galt nach Cicero²⁹ der Grundsatz, dass dem Bürger alles versprochen und in Aussicht gestellt werden sollte, weil es der Mensch von Natur aus vorzieht, etwas in Aussicht gestellt zu bekommen, als dass man etwas für unmöglich hält. Hatte man mehreren Klienten nun etwas versprochen, bemühte sich der Kandidat primär um die Erfüllung des Wunsches des Bürgers, bei dem er selbst den größten Vorteil erhoffte. Weiterhin war es auch vorteilhaft, allen alles zu versprechen, da die meisten der Hilfersuchenden die angebotene Hilfe des Kandidaten verstreichen ließen und dem Kandidaten somit keinen Nachteil bereiteten.

Desweiteren arbeitete die Zeit für den Kandidaten, so dass er später eine Erklärung für das nicht eingehaltene Versprechen abgeben konnte, wieso es ihm nicht möglich war, das Versprechen einhalten zu können. Dieser Ansatz in der Politik ist durchaus aktuell. So geschah es dieses Jahr, dass die Bundeskanzlerin Angela Merkel nach dem Atomunglück in Fukushima ein sogenanntes *Moratorium*³⁰ verkündete, in dessen Zeit alle Atomkraftwerke in Deutschland geprüft würden. Nachdem nun alle den Ausstieg aus der Atomenergie gefordert hatten, betonte die Kanzlerin, dass dieser Schritt aufgrund der vertraglich festgelegten Laufzeitverlängerungen der deutschen Atomkraftwerke leider nicht möglich sei, und man weiter Kernenergiegewinnung betreiben *müsse*.

Nach Cicero³¹ zieht das Volk jedoch das belogen werden der eigentlichen Wahrheit vor, da die Wahrheit nur die Stimmung des Volkes verdirbt. Dabei ist es allerdings fraglich, ob das Volk in der Moderne wirklich belogen werden möchte, da es aufgrund der vielen Informationsmöglichkeiten (Internet etc.) die Möglichkeit besitzt, zur Meinungsbildung verschiedene Quellen hinzuzuziehen.

4. Wahlkampf in der Moderne

4.1 Medien der Moderne am Beispiel Facebook

Natürlich hat sich das Medium der Wahlkämpfe im Laufe der Jahrhunderte zunehmend verändert. Dies ist durch den enormen Technologiezuwachs zu erklären. Internet ist z.B. für jeden Haushalt heutzutage eine Selbstverständlichkeit, so dass auch die Politik diese

²⁹ Quintus Cicero: *Commentariolum petitionis* (12), sie Übersetzung im Anhang

³⁰ Aufschiebung, eigene Übersetzung

³¹ Zitiert nach Weeber: S. 68

Veränderung wahrgenommen hat und entsprechend reagiert hat. Internetauftritte von Parteien und Kandidaten werden als selbstverständlich angesehen und stellen für die breite Masse der Bevölkerung und damit die Wähler eine gute Informationsmöglichkeit dar.

Nach eigenen Angaben³² nutzen mehr als 500 Millionen Menschen weltweit die Internetplattform Facebook, um mit anderen Menschen in Kontakt zu bleiben und Nachrichten auszutauschen. Dabei besitzt jeder Nutzer sein eigenes Profil mit eigenen Angaben und teilweise auch mit Informationen über die aktuelle Beschäftigung bzw. den aktuellen Aufenthaltsort.

Den Anfang, Facebook für den politischen Wahlkampf zu nutzen, machte Barack Obama in seinem Wahlkampf um das Amt des Präsidenten der USA im Jahr 2009. Er war mitunter der erste Politiker, der eigene Videos von sich online stellte und der seine aktuellen Unternehmungen für jeden sichtbar im Netz veröffentlichte. Scheinbar mit Erfolg, da er im Jahr 2009 zum ersten afroamerikanischen Präsidenten der USA gewählt wurde und er nahezu 20 Millionen Menschen auf Facebook gefällt³³.



Abbildung 2 Facebookprofil Barack Obamas

4.2 Vergleich Wahlkampf im römischen Reich - Wahlkampf der Moderne

Das verwendete Medium, um den Wahlkampf auszutragen hat sich im Laufe der Zeit natürlich vom Dipinto aus der Antike bis zum Internet in der Moderne verändert. Allerdings

³² Facebook: Online im Internet. URL: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Stand: 30.04.2011)

³³ Facebook: Profil Obamas: Online im Internet. URL: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics#!/barackobama?sk=photos> (Stand: 30.04.2011)

sind auch bestimmte Parallelen in beiden Wahlkämpfen zu sehen: Die Anforderungen, die an einen Kandidaten gestellt wurden, sind weitestgehend gleich geblieben, denn sowohl in der Antike als auch in der Neuzeit war es ein wichtiges Attribut eines Politikers, dass er möglichst viel Sympathie ausstrahlt. Außerdem ist der „gute Schein“ in der Öffentlichkeit sehr wichtig, so dass Skandale, sowohl im privaten als auch beruflichen Leben, häufig das Ende der politischen Karriere bedeuten können. Dies kann man an dem Beispiel des ehemaligen Verteidigungsministers Karl-Theodor zu Guttenberg sehen, der sein Amt in Folge der Plagiatsaffäre niederlegte.

In Bezug auf Wahlversprechen und Wahlprogrammen liegt die wichtigste Änderung in der Einführung des Parteiensystems, welches die Bedeutung der Persönlichkeit eines Politikers jedoch nur geringfügig geschmälert hat. Es stehen weiterhin die Personen, und nicht die Parteien im Blickpunkt des Geschehens in verschiedenen Wahlkämpfen.

Im Bereich der Wahlversprechen wird heute von Seiten der Politik immer noch gehandhabt, dass man dem Volk möglichst viel verspricht, obwohl man bereits selbst weiß, dass der Großteil der Versprechungen nicht einzuhalten ist. Grundlegende Veränderungen in der Methode des Wahlkampfes sind folglich nicht festzustellen.

Nachwort

Der Wahlkampf in der römischen Republik war gar nicht so *antik* wie man es sich vorstellen mag, sondern bot bereits einige moderne Züge, wie z. B. systematische Wahlaufrufe der Kandidaten und deren Helfern durch Zeichnungen an den Wänden.

Durch die Jahresarbeit wurde mir auch deutlich, dass es bereits mehr politisch aktive Menschen gab, als ich es mir ursprünglich vorgestellt hatte und dass diesen durchaus die Möglichkeiten geboten wurden, sich politisch zu beteiligen. Dies bezog sich zwar nahezu ausnahmslos auf die kommunale Ebene, dennoch ist das Ergebnis für mich überraschend.

Meine Frage, wie ein guter Politiker in der römischen Republik aufzutreten hatte, wurde beantwortet und zwar unterscheidet sich ein römischer Politiker nur unwesentlich von den modernen Wahlkämpfern, denn Sympathie hatte damals wie heute immer noch großen Einfluss auf die Wahlentscheidung der Wähler.

Erstaunlich ist weiterhin, dass bestimmte Verhaltensmuster, wie etwa die fehlende Festlegung politischer Zielsetzung, heute genauso aktuell sind, wie sie es zu Zeiten der Römer waren.

Somit lässt sich eindeutig der Ursprung der heutigen Wahlkämpfe feststellen, die den heutigen als Vorlage dienen.

Mein Fazit lautet folglich, dass es zwar wesentliche Veränderungen durch die Technik gab, dass sich das Grundprinzip der Wahlen jedoch nur kaum verändert hat.

Literaturverzeichnis:

Karl-Wilhelm Weeber

„Wahlkampf im alten Rom“

Verlag Patmos

4. Auflage 2007, Düsseldorf

Thomas Berg (Hrsg.)

Moderner Wahlkampf

Leske + Budrich

2002 Opladen

Internet-Quellen:

1) http://192.68.214.70/blz/eup/02_08/3.asp (Wahlkampf als Normalfall)

2) http://www.forumromanum.org/literature/cicero_commentariolum.html (commentariolum petitionis)

3) <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Stand: 30.04.2011)

4) <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics#!/barackobama?sk=photos> (Stand: 30.04.2011)

Bildverzeichnis:

Deckblatt:

http://library.thinkquest.org/C006401/data/geschichte/photos_klein/gracchus_klein.jpg
(Bild oben rechts)

<http://www.rhetorik-seminar.ch/public/files/cicero.gif> (Bild oben links)

http://peutinger-gymnasium.de/html/was/unterricht/faecher/latein/cicero-reden_klasse9/images/cicero.jpg (mittleres Bild)

Abbildung 1: <http://i39.tinypic.com/6rij9j.jpg>

Abbildung 2: <http://expeditusmedia.com/wp-content/uploads/2009/01/obamafacebook2.jpg>

Anhang:

Übersetzung: Commentariolum petitionis (12)

Die Menschen werden mehr durch liebenswürdige Gesten und Worte als durch die Wohltat selbst ergriffen und alle mögen es mehr, dass man sie belügt, als dass man etwas verweigert. C. Cotta, ein Meister der Popularitätshascherei, pflegte zu sagen, dass er seine Hilfe, sofern nicht gegen das Amt gefragt wurde (sprach), allen zu versprechen pflegte, und dass er sie diesen zukommen ließe, bei denen er selbst am besten gestellt zu sein glaubte (oder bei denen er den größten Vorteil zu erwarten hoffte). Deswegen pflege er niemandem seine Hilfe zu verweigern, weil häufig der Umstand eintrete, warum ihm derjenige, dem er etwas versprochen hätte, es nicht nutze, so dass er selbst mehr Handlungsspielraum habe, als er es vorher gemeint hätte.