

Omnes omnibus polliceri oder politische Kommunikation in der späten Republik

Maximilian Diemer (26. März 2022)

Wenn immer über die Interaktion zwischen Oberschichten und Volksmasse gesprochen wird, drängt sich geradezu notwendigerweise ein Shakespeare'sches Bild auf. Inspiriert von einer berühmten Episode aus der römischen Frühzeit, wie sie von Livius' in den ersten Büchern seiner *Ab urbe condita* geschildert wird, hinterließ uns der englische Barde eine erschreckende Charakterstudie über einen Mann aus der römischen Elite, hochdekoriert und wohlverdient, dessen Bewerbung um das Konsulat, das höchste Amt in der *res publica*, an seinem Widerwillen, sich der wankelmütigen plebs einzuschmeicheln, scheitert. Dieser Gnaeus Marcius Coriolanus findet schließlich jedoch als Verräter sein frühzeitiges Ende. Coriolan tritt dem Publikum das erste Mal mit folgenden Zeilen entgegen:

„He that will give good words to thee [er meint die Volksmasse] will flatter
Beneath abhorring. [...] | Who deserves greatness | Deserves your hate; and your
affections are | A sick man's appetite, who desires most that | Which would increase
his evil. He that depends | Upon your favours swims with fins of lead [...] | With every
minute you do change a mind, | And call him noble that was now your hate, | Him vile
that was your garland.”

In der Tat ist dies vielmehr Ausdruck der Ständekämpfe zwischen den Plebejern und Patriziern der römischen Frühzeit, aber diese Konflikte bleiben, wenn auch in ihrer moderierten Form für die späte Republik bestehen. Wann immer nämlich ein eines der vier großen Ämter (Ädil, Quästor, Prätor und Konsul) zu besetzen war, und das war dank der Annuitätsprinzip jedes Jahr, wurde gewählt und die Kandidaten mussten

sich die Unterstützung des Elektors erringen. Im Folgenden werden wir uns daher eines kleinen Büchleins annehmen, das zwar in seiner Autorschaftszuschreibung nicht unumstritten ist, aber jedem angehenden Politiker, jedem wahrheitsliebenden Journalisten und jedem aufgeregten Freizeitagitor interessant erscheinen muss:

Das *Commentariolum petitionis*, i.e. die Wahlkampftratschläge, die Quintus Tullius seinem älteren Bruder Marcus Tullius Cicero für dessen Erreichen des Konsulats 63 v. Chr. widmete. Nachdem wir einen kurzen Blick auf die Besonderheiten des römischen Wahlsystems geworfen haben, werden wir anhand dieser Anweisungen besonders der Frage nachgehen, was ein Mann in der toga candida im Umgang und Gespräch mit den Wählern beachten musste, um beim Stimmenfang zu reüssieren. Die These, der wir auf den Grund gehen möchten lautet, dass es im römischen Wahlkampf vor allem auf sog. „Imagebuilding“ des Kandidaten ankam als auf die Präsentation von Inhalten.

Bevor allerdings Quintus Hinweise aufbereitet werden, gilt es, ein Caveat der Redlichkeit auszusprechen: Der römische Wahlkampf war genuin different zu unserem. Wir befinden uns heute nicht mehr in einer gerade erst aufbrechenden face-to-face-Gemeinschaft ohne Massenmedien. Wir leben außerhalb eines stratifizierten Gesellschaftssystems mit rigiden ständischen Ehrvorstellungen wie denen des römischen *mos maiorum*. Vor allem aber spielten politische Programme im Wahlkampf 64 v. Chr. keine Rolle. Ein somit sehr stark personalisierter Wettstreit wäre heute in der Tat völlig undenkbar...Ob und wenn ja welche Parallelen wir zwischen der antiken politischen Kommunikation und der gegenwärtigen ziehen können und dürfen, soll zwar nicht Thema des Vortrags sein. Dennoch bietet sich dies als Denkanstoß für die anschließende Diskussion an.

Für das bessere Verständnis der Ratschläge gilt es zu berücksichtigen, dass der Verbreitung von Informationen und Meinungen über mehrere Diffusionsschritte in einem Stufenflussmodell in Rom eine entscheidende Bedeutung zukam. In anderen Worten regierte in Rom das Gerücht (fama) und das Stadtgespräch (sermo) das Tagesgeschehen. Auf der individuellen Ebene bedurfte jeder nobilis Anerkennung durch das Volk, da sein Leistungsstreben und die Erfüllung eines ehrbaren cursus honorum nicht ohne die Wahl durch den plebs möglich war. Daher bemühte sich jeder Kandidat um ein positives Image, was vor allem durch öffentlich zur Schau gestellte Gefälligkeiten und Wohltaten (sog. Euergesia) erreicht werden konnte. Hierzu gehörte das Halten von Reden, das juvenalische „panem et circenses“, der Rechtsbeistand vor Gericht, das öffentliche Bauten, aber auch verantwortungsvolle Amtsausübung sowie militärische Leistungen und deren Vermarktung. Daraus erwuchs eine gewisse Reziprozitätsverpflichtung auf der Seite der begünstigten Bürgerschaft. Andererseits mussten die Kandidaten auch die Erwartungen charakterliche Güte erfüllen, die die römisch-politische Kultur an sie stellte, da durch die in einer face-to-face-Gesellschaft ausgeprägte Fokussierung auf Personen langfristig angelegtes Vertrauen nur in der tagtäglichen Interaktion erneuert werden konnte. Wer auf die charakterliche Integrität der Elite und so nach persönlichem Vertrauen in Fähigkeiten, Kompetenzen und Charakter seine Wahl fällte, brauchte sich mit einzelnen Sachfragen also auch gar nicht gezielt auseinanderzusetzen. Die Zuschreibung eines dem mos maiorum entsprechenden Charakters erfolgte zumeist über die Unterstützung eines Kandidaten durch die Autorität des Senates – auch wenn hier ein Caveat in Bezug auf den Konflikt zwischen Optimaten und Popularen angebracht ist –, dessen Autorität richtungsweisend für die plebs war.

Was waren nun also in einem solchen politischen Klima die Ziele des Wahlkämpfers?
Er wollte Bürger zur Stimmabgabe zu seinen Gunsten bewegen, Wahlkämpfer werben, interpersonale Kommunikation zu seinen Gunsten stimulieren, negative Gerüchte und Tratsch unterdrücken bzw. positive in Gang setzen, mögliche Befürworter des Gegners von der Stimmabgabe fernhalten und dessen Wahlkampfmaschinerie torpedieren. Mit diesen Zielen im Hinterkopf widmen wir uns im Folgenden endlich dem
Commentariolum petitionis des Quintus Tullius.

Unter der Maxime „novus sum, consulatum peto, Roma est“ soll sich Marcus also von Beginn dreier Dinge bewusst machen. Er stammt aus keiner patrizischen Familie mit einer langen Ahnenreihe von Konsuln, er strebt dennoch nach dem höchsten Amt im Staate und drittens tut er dies in Rom - der mächtigsten Stadt der bekannten Welt und somit einem wahren Sündenpfuhl politischer Hinterlist. Um unter solchen Umständen erfolgreich zu sein, muss er auf eine Myriade an Dingen Acht geben, die hier in fünf Bereiche eingeteilt werden.

Zunächst gilt es, sich um eine Mobilisation der öffentlichen Meinung zu bemühen. Denn die Trias aus „rumor“, dem schadhaften Gerede, das sich nur allzu oft aus dem nächsten Umfeld speist, „fama“, dem guten Ruf der aus der (Un)Beliebtheit bei den Massen besteht und „sermo“, dem Stadtgespräch unter den Wählern, bestimmte Aufstieg und Fall eines Kandidaten. In Quintus Worten sollte man „nirgends anstoßen, nicht [schlecht] ins Gerede kommen“ und sich anzupassen wissen.

Derlei kann jedoch nur durch die Hilfe Angehöriger aller sozialer Schichten erreicht werden. Größte Bedeutung nahm dabei die Kontrolle seines Umfelds ein, die erreicht werden konnte, indem man alle an die unzähligen Gefälligkeiten für sie erinnerte und sie so zu einer Besinnung auf ihre geschuldete Loyalität leitete. Obwohl der übrige Löwenanteil des geliehenen Renommees auf die Unterstützung durch ausgezeichnete Mitglieder der hohen gesellschaftlichen Zirkel – insbesondere durch Vertreter in der lokalen Elite – und angesehenen Professionen sowie auf die euphorischer junger Menschen entfiel, musste Marcus sich auch mit weniger Privilegierten umgeben. Denn „während eines Wahlkampfes [ist es] nichts Ehrenrühriges [...], dass Du eifrig und ungeniert Freundschaften mit Leuten pflegst, mit denen sonst kein anständiger Mensch sprechen würde.“

Damit ist der zweite Bereich angesprochen, unter dem sich einige Ratschläge Quintus' subsumieren lassen: Die Kommunikation mit dem Wahlvolk. Der Kandidat muss mit diesem in einer Sprache konversieren, die es versteht, Er „muss [daher] wie ein Chamäleon sein und seine Miene und Rede je nach dem jeweiligen Gesprächspartner ändern“, was zweifelsohne nicht allzu schwer fallen sollte, bedenkt man den zentralen Appell Quintus': „Omnes omnibus pollicere!“ „Versprich allen alles!“ Nur so seien die Anhänger zu halten, die man bereits besitzt, die zu gewinnen, die noch unentschieden und die zu überzeugen, die die Parteigänger seiner Rivalen sind. Denn weit gefährlicher als ein gegebenes Versprechen nicht einzulösen, ist es überhaupt keines zu machen. Bedeutsamer als jedes konkrete Versprechen war die Kommunikation des allgemein begrüßenswerten Zieles „Hoffnung zu entzünden und das Wohlwollen der Menschen“ zu erlangen.

Dies war für einen größeren Rahmen allerdings auch nicht einfach zu erreichen, waren doch Gelegenheiten zur Selbstdarstellung in Reden während des Wahlkampfs selbst nicht vorgesehen. Um überhaupt Reden halten zu können, musste man die Gunst eines amtierenden Magistrats gewinnen oder anderweitige Redegelegenheiten suchen, z.B. vor Gericht, bei der Eröffnung von Spielen oder anlässlich des Todes eines Verwandten. Da die unmittelbare öffentliche Wahlkampfrede entfiel war es umso bedeutsamer, in privaten Gesprächen den richtigen Ton zu treffen. Besonders musste der Kandidat sich um ihm nahestehende Personen bemühen, um die „Insider“, z.B. Familienmitglieder, Freigelassene und Haushaltssklaven. Was diese an Informationen in die Menge streuten, verbreitete sich aufgrund der hohen Glaubwürdigkeit und bestimmten so das Image des Bewerbers maßgeblich mit.

Um schließlich möglichst viele Wählern zählen zu können, sollte sich Marcus in der Kunst der opportunistischen Inszenierung üben. Denn um allen glaubhaft zu versprechen, „was immer notwendig ist, um [die Wähler] zufrieden zu stellen“, musste man Zuneigung zu denselben besitzen. Sollten sich hier Sympathieengpässe ergeben, „simulandum esse, ut natura facere videare“ – anders als Coriolan... Um dieses Vorspiegeln zum Erfolg zu führen, ist es ratsam das Elektorat zu beeindrucken. Der Politiker wird somit zu einem Schauspieler.

Dessen öffentlichen Auftritt behandelt der vierte Aspekt des Handbüchleins. All die rhetorischen Feinheiten, über deren Verwendung man sich in der Antike bibliothekenfüllende Gedanken machte, waren Quintus kaum ein paar Zeilen wert. Seine pragmatische Herangehensweise dürfte den wolkenbewohnenden Redelehrer durchaus missfallen haben, verlangte er doch kaum mehr, als dass Marcus „stets von

einem Schwarm von Leuten umgeben ist.“ Somit würde er den potentiellen Wählern in allen Lagen suggerieren, er sei jemand, mit dem etwas zu gewinnen wäre. Und außerdem kann es kaum „etwas Dümmeres geben als einen Kandidaten, der glaubt, ein Mensch, der ihn nicht kennt, würde ihn unterstützen.“

Eine solche Art der Wahlkampfführung mochte jedoch nur gelingen, wenn er Aufmerksamkeit zu erregen verstünde. Deshalb musste sein Auftritt „pomphaft (pompae plena) sein, in die Augen fallen (ilustris), glanzvoll (splendida) und volkstümlich (popularis) sein, ungewöhnliches Aufsehen (summa species) erregen.“

Einerseits erhöhte ein großes Gefolge also die Chance, dass ein Bürger sich mit einem der Gefolgsleute – und damit auch mit dem Kandidaten – identifizieren konnte oder sich diesem verpflichtet fühlte. Weiterhin übertrugen sich positive (oder negative) Einstellungen gegenüber dem Unterstützer auch auf den Kandidaten. Die Größe und Vielfalt des Gefolges andererseits zeigte, dass der Kandidat in Senat und Volk unterstützt wurde und deshalb gewisse Siegchancen bestanden.

Doch lässt sich kein Wahlkampf allein mit vagen Allgemeinplätzen und einem grandiosen Kampagnendesign gewinnen. Denn gerade, wo der inhaltliche Schlagabtausch wie er die gegenwärtigen politischen Arenen so unzweifelhaft dominiert, nicht stattfand, bedurfte es auf einer fünften Ebene einer intensiven Emotionalisierung und Personalisierung des Wettbewerbs. Das musste allerdings möglichst „würdig verlaufen, sodass sich für Deine Mitbewerber Verrufenheit wegen ihrer Verbrechen, Ausschweifungen oder Bestechungen einstellt.“ Quintus schlägt seinem Bruder hierfür ein fast tropisches Programm zur Ausbeutung der, zugegeben beachtlichen, moralischen Schwächen seiner Gegenkandidaten Catilina und Antonius vor. Gerade für ersteren, uns allen aus der Anklage „Quo usque tandem...“ bestens bekannt, hatte

Quintus besonders deutliche Worte. Marcus möge Catilians "Virtuosität in der Befriedigung seiner Triebe, dass er freigeborene Kinder sozusagen im Schoße ihrer Eltern schände[te]" für sein positives Gegenbild fruchtbar machen.

Die Ratschläge Quintus' machen deutlich, was – wohl nicht nur 64 v.Chr. – den Wahlkampf dominierte: Es war die Repräsentation von Politikern, nicht von Politiken. Dass Quintus älterer Bruder Marcus, der spätere pater patriae, schließlich das Konsulat errang, gibt zu bedenken, ob ein Wahlkampf anfällig für solche praktischen Kunstgriffe vielleicht sogar nicht einmal die schlechteste Form des öffentlichen politischen Wettbewerbs darstellt. Auch wenn wir selbstredend nicht mehr ermessen können, ob Cicero das Konsulat nur oder wenigstens vor allem deshalb errang, da er den Appellen seines Bruders Folge leistete.

Aber einer Bewertung sollte man sich besser enthalten, schließlich ist Wahlkampf heute von Professionalisierung, Themenmanagement und Marketingstrategien geprägt... die Zeiten der ad hominem Verunglimpfung der Gegner gehört schließlich auch längst der dunklen Vergangenheit an. „Quo usque tandem abutere...“

Vielen Dank.