

Detlef Altenbeck Willkommen zu dem m.next Podcast Folge Nr. 6.

Heute ist der 13. November 2020.

Schön, dass Sie eingeschaltet haben. Ich bin Detlef Altenbeck und leite die Denkwerkstatt m.next. Mein heutiger Gast beschäftigt sich beruflich nach eigener Aussage, ich zitiere: „den ganzen Tag mit effektiver Kommunikation“ und kommentiert und analysiert regelmäßig das politische Geschehen für Funk und Fernsehen, für die ARD, ZDF, NTV, Welt, Der Spiegel, FAZ oder Deutschlandfunk. Er hat Politik- und Kommunikationswissenschaften in Greenville, USA studiert, engagierte sich 2007/2008 als Wahlkämpfer für Barack Obama, bevor er für ihn 2012 im US-Präsidentenwahlkampf arbeitete und sich um die Wählermobilisierung im wahlentscheidenden Schlüsselstaat Ohio kümmerte. Mein heutiger Gast ist Kampagnen- und Strategieberater für politische Organisationen, NGOs und Unternehmen in den Bereichen strategische, integrierte Kommunikation, Positionierung, Message Development und Storytelling sowie in der Entwicklung von Kampagnen und deren Umsetzung. Mit ihm möchte ich heute über den Wahlkampf und den Ausgang der US-Wahl sprechen, über Barack Obama, Donald Trump und den künftigen US-Präsidenten Joe Biden, über die Macht der Bilder, über Wirkung und den Wert von Emotionen. Wie entscheidend sind Fakten, Wahrheit, Ehrlichkeit und Inhalte? Was können wir, die wir uns mit Kommunikation beschäftigen, von der US-Wahl lernen? Mein heutiger Gast ist Julius van de Laar.

Hallo Julius.

Julius van der Laar Detlef, vielen Dank für die Einladung.

Detlef Altenbeck Du bist uns aus Berlin zugeschaltet. Schön, dass du Zeit hast. Du bist Kampagnen- und Strategieberater. Wolltest du das immer schon werden?

Julius van der Laar Nein. Ich wollte Profibasketballer werden und ich erzähle mir auch die Geschichte, dass ich der nächste Dirk Nowitzki geworden wäre, wenn ich mir nicht dreimal das Kreuzband gerissen hätte. Und dementsprechend war dann irgendwann der Traum von der Basketballkarriere, der Traum von der NBA-Karriere aus. Aber ich habe mir vorher noch ein Basketball-Stipendium erspielt, eben in besagter Furman University in Greenville, South Carolina, was Du ja eben schon gesagt hast. Es war eine unheimlich fantastische Zeit dort Profibasketball in der höchsten Collegeliga in den USA zu spielen. Und wie gesagt dann kam halt dreimal dieser Kreuzbandriss als dann auch die Karriere aus war. Und das hat zum nächsten geführt. Als dann Barack Obama gerade zu diesem Zeitpunkt gesagt hat, er will Präsident werden, bin ich ins nächste Abenteuer reingerutscht.

Detlef Altenbeck Und war es dann eher die Politik oder die Kommunikation, die dich dazu veranlasst hat, das zu studieren?

Julius van der Laar Ich glaube, was mich fasziniert hat an Barack Obama, war in erster Linie die Kommunikation. Diese neue Art und Weise, wie er aufgetreten ist, und man muss dazu sagen, ich habe zu diesem Zeitpunkt, wie gesagt, in den Südstaaten von den USA gelebt. Greenville ist wirklich so tiefster Süden. Man nennt es den Bible Belt, also wirklich erzkonservativ. Und dazu kommt natürlich auch noch, das war die Zeit unter George W. Bush. Also zwischen 2003 und 2007 habe ich damals dort studiert und dementsprechend war es natürlich auch schon eine extrem polarisierte Zeit. Und ich war kein großer Bush-Fan. Wie wahrscheinlich viele, die hier beim Podcast zuhören auch nicht. Aber als dann eben Obama kam und dieses neue, junge, frische Andersdenkende irgendwie mit nach vorne gebracht hat, dachte ich mir, das ist ein Kandidat, den ich unbedingt unterstützen möchte. Und als ich dann noch mehr über ihn erfahren habe, auch wie er z.B. über eine Gesundheitsversicherung für alle nachdenkt, was seine Position zum Irak-Krieg war und so weiter und so weiter, war das ein Kandidat, für den muss man arbeiten. So ein Kandidat kommt vielleicht alle 50, alle 100 Jahre. Und wenn dort Geschichte geschrieben wird, dann möchte ich da einfach auch dabei sein.

Detlef Altenbeck Und wie wird man dann Wahlkampfmanager? Da bewirbt man sich? Du als Deutscher hast doch da erst einmal von vornherein nicht die besten Karten, oder?

Julius van der Laar Also ich wurde auch nie Wahlkampfmanager, muss man sagen. Wir waren 5000 Hauptamtliche, die in diesem Wahlkampf mitgearbeitet haben. Der Kampagnen Manager war David Plouffe damals, ein absolut großartiger Stratege. Ich war am Anfang noch im Studium, in den letzten Wochen meines Studiums habe ich als freiwilliger Wahlhelfer dort angefangen. Ich habe einfach auf eine E-Mail geantwortet von der Obama-Kampagne, einen Newsletter, die gesagt haben: Wir suchen nach jungen Leuten, die Lust haben, einen Studentenclub an ihrer Uni zu starten. Und da habe ich auf diesen Newsletter geantwortet und habe gesagt, meine Güte, ich würde hier gerne mitmachen. Ich würde gerne Leute organisieren. Und ein paar Wochen später kam dann auch Obama an unseren Campus bzw. nach South Carolina. Und ich habe ihn dort kennengelernt. Und wenn ich sage kennengelernt, ich habe ihm die Hand geschüttelt. Viel wichtiger: Ich habe David Plouffe, dem Kampagnenmanager, die Hand geschüttelt und der hat mir dann auch einen Job angeboten. Und so bin ich da reingekommen. Am Anfang für 1500 Dollar und eine Benzinkarte und dann später mehr und mehr Aufgaben und mehr und mehr Verantwortung. Und so habe ich meinen eigenen kleinen amerikanischen Traum in dieser Wahlkampforganisation auch mitgemacht.

Detlef Altenbeck Und hast du Michelle Obama oder Joe Biden auch kennenlernen dürfen?

Julius van der Laar Sowohl als auch. Ich habe einmal einen ganzen Tag, man nennt das Staffing, also ich war einen ganzen Tag mit Michelle Obama durch South Carolina unterwegs und da waren, ich weiß nicht, acht unterschiedliche Wahlkampf-Stops. Und ich muss ganz ehrlich sagen, so großartig wie ich Barack Obama finde und ich finde wirklich, er ist faszinierender, nicht nur Politiker, sondern auch einfach ein unfassbar charismatischer Typ, ich würde fast argumentieren, Michelle Obama legt nochmal eine Schippe obendrauf. Die ist einfach unglaublich, wie viel Energie die hat, wie viel Freude und Authentizität die versprudelt, ist unglaublich. Und 2012 im Wahlkampf dann in Ohio war eine ähnliche Variante mit Joe Biden, dem jetzigen President-elect. Was natürlich auch toll war. Der kam eben nach Ohio und hat dort einige Wahlkampfstopps gemacht. Und da, wie gesagt, bin ich auch Joe Biden begegnet.

Detlef Altenbeck Donald Trump hat ganze Länder als Dreckslöcher bezeichnet, die Mexikaner als Vergewaltiger abgestempelt, Kinder von Migranten an der mexikanischen Grenze von ihren Eltern getrennt und in Käfige sperren lassen, Trump hat via Twitter wahllose Fernsehmoderatoren, Schauspieler, Sportler, Funktionäre beschimpft, die Absetzung von Abgeordneten verlangt, Senatorinnen beleidigt, die Justiz attackiert, die Wissenschaft verspottet. Trump hat Menschen mit Behinderung nachgeäfft und das Grundrecht auf Presse- und Meinungsfreiheit untergraben, Misstrauen gegenüber Fakten gesät, Neonazis als gute Leute bezeichnet und im Fernsehen Grüße an die Rassistenbewegung Proud Boys gesendet. Kritikern und Gegnern hat er damit gedroht, sie ins Gefängnis zu werfen. Geschützte Gebiete in der Arktis hat er für Öl- und Gasbohrungen freigegeben. Trump hat das Pariser Klimaabkommen aufgekündigt und die menschengemachte Erderwärmung geleugnet. Die Zahlungen der USA an die Weltgesundheitsorganisation ausgesetzt und Handelskonflikte gegen Verbündete in Europa und Nordamerika verursacht. Trump umschmeichelt Diktatoren, führt sein Land bei der NATO, den Vereinten Nationen und im Sicherheitsrat in die Isolation. Er hat als Geschäftsmann Steuern vermieden, Schulden angehäuft und sein Privatgeschäft und sein Vermögen trotz aller Versprechen nie offengelegt. Trump lügt, betrügt und dennoch hat er 70 Millionen Wähler zirka von sich überzeugen können. Zwar rund vier Millionen weniger als Joe Biden, aber davon abgesehen so viele Wähler wie kein anderer in einem US-Präsidentschaftswahlkampf vor ihm. Erkläre mir bitte das Phänomen Donald Trump. Erkläre mir Amerika.

Julius van der Laar Ich glaube, um Trump zu verstehen, müssen wir wahrscheinlich nicht erst 2020 in diesem Wahlkampf ansetzen, sondern zurückgehen. Wahrscheinlich schon zu 2016 zu dem Wahlkampf und vor allem eben auch insgesamt uns die Medienlandschaft in den USA anschauen. Und es geht schon in den 70er, 80er Jahren los, wo wir plötzlich eine Privatisierung von Funk- und Medienanstalten haben, wo ein neuer Sender kommt, in Fox News, die zum ersten Mal auch wirklich so eine konservative Ausrichtung mit in den Funk und ins Fernsehen reinbringen. Dazu kommt natürlich noch Talk Radio und

da gibt es wirklich national prominente Talk Radio Hosts wie z.B. auch Rush Limbaugh, der jeden Tag eine Millionenaudience nur im Talk Radio hat, also im Nachmittagsradio, das einfach mehrere Stunden läuft. Und er dort eine unfassbar große Audience hat, die er jeden Tag bespielen kann. Und dann, glaube ich, gibt es einfach dieses Phänomen Donald Trump. Als er 2016 gesagt hat, er kandidiert für die Präsidentschaft, da war das ja kein neuer Name für uns. Ich würde sagen, fast jeder und jede, die hier zuhört, hat wahrscheinlich auch schon vorher Donald Trump als den Immobilienmogul wahrgenommen, den Dealmaker, aber vor allem wahrscheinlich auch durch die TV Reality Show „the celebrity apprentice“ kennengelernt. Da war es ja schon auch ein relativ klar geprägtes Bild, das Trump nach draußen gesendet hat, nämlich von einem Entscheider, der hinter einem großen, massiven Tisch sitzt, in einem schweren Sessel, fast schon wie der Resolute Desk, der im Oval Office steht, und der den ganzen Tag und die ganze Show über Entscheidungen getroffen hat, nämlich wer bleibt und wer geht. Und daher kommt natürlich auch dieser berühmte Satz von „You're fired!“. Insofern Trump hat es geschafft, über Jahre hinweg ein Bild zu kreieren, das glaube ich, eins von Stärke, von knüppelharter Verhandlerei, aber eben auch vom effektiven Businessman ein Bild geprägt hat. Und als dann eben diese Amtszeit von Barack Obama zu Ende ging, Amerika natürlich auch über die Jahrzehnte von konservativem und auch liberalem Talk Radio, Fernsehen gespalten wurde, da war plötzlich so ein Vakuum da, von einer Schicht der Gesellschaft, die gesagt hat, uns geht es nicht besonders gut. Wir haben gesehen, dass wir nach der Finanzkrise 2007 und 2008 unheimlich viele Banken gerettet haben, große Konzerne wurden gerettet, aber für den einfachen Amerikaner ist es nicht unbedingt besser geworden. Und plötzlich kam Trump, der gesagt hat: Ich sehe euch, ich höre euch! Und der mit einer doch populistischen Botschaft und wirtschaftlich populistischen Botschaft gekommen ist und gesagt hat: Ich bin der Kandidat für den kleinen Mann. Und das hat er gemacht aus einer Position des Immobilienmoguls und des Milliardärs. Was ich wirklich auch bemerkenswert finde, wenn es jemand schafft, sich so weit weg von seinem Markenkern eigentlich umzupositionieren und eine Zielgruppe anzusprechen, das muss man erst mal hinbekommen. Und insofern würde ich argumentieren, dass Donald Trump ein absolutes Genie ist, wenn es darum geht, Marketing zu machen, Selbstvermarktung zu machen, aber eben auch einen Raum zu lesen und zu schauen, wie tickt gerade meine Zielgruppe und welche Botschaft muss ich senden. Ich glaube, wie Donald Trump zustande kommen konnte, war vielschichtig. Wir sehen immer, dass das politische Pendel in die andere Richtung schwenkt. Und was ich damit meine ist, wir hatten George W. Bush, danach kam wirklich etwas fundamental anderes in Barack Obama. Dann hatten wir Barack Obama und es kam wieder etwas fundamental anderes in Donald Trump. Und jetzt haben wir wieder etwas fundamental anderes von diesem laut bombastisch auftretenden Donald Trump, was doch sehr Ruhiges und Besonnenes in Joe Biden. Und so ist es übrigens in Deutschland auch nach der Zeit von Gerhard Schröder schwang das Pendel auch wieder zurück zu Angela Merkel, die ja auch wirklich der absolute Kontrast zu Gerhard Schröder war. Und dazu kam aber auch noch, und das ist auch noch ein wichtiger Punkt, der unterschätzt wird, es war nicht nur die

wirtschaftliche Lage von vielen Amerikanerinnen und Amerikanern und auch die Wut auf das politische System, das Donald Trump eiskalt ausgenutzt hat. Ich glaube, es war eben auch die Gegenkandidatin in Hillary Clinton, die einfach so unbeliebt war und auch so klar schon gebrandet wurde von 30 Jahren der Republikanischen Partei, aber auch sehr, sehr effektiv im Wahlkampf 2016 von Donald Trump gebrandet wurde. Das ist, glaube ich, dann am Schluss nicht unbedingt nahe lag, aber durchaus plausibel war, dass er 2016 gewinnen konnte. Und du, weil du mich gefragt hast, um jetzt auch noch deine Frage am Schluss zu beantworten, nach diesem ewig langen Sermon, um da hinzukommen, wie konnte es gelingen, dass er 2020 nochmal so viele Stimmen bekommen hat? Ich glaube, es zeigt auf der einen Seite doch, wie gespalten Amerika einfach ist, aber b) auch, wie sehr der Wunsch nach Identität und auch nach dem Wunsch der Identität, die Donald Trump verspricht, nach wie vor in USA da ist. Ich weiß, dass du der absolute Experte für Dramaturgie und Storytelling bist, und ich finde, wir können diesen Wahlkampf und dieses Jahr auch nicht einfach nur so an uns vorbeigehen lassen und analysieren, wenn wir nicht auch wirklich auf Dramaturgie und Storytelling gucken. Und das ist das Letzte, was ich sage, schau dir dieses Wahljahr an 2020. Es ging los, Donald Trump hatte Rekordwerte, was die Wirtschaft betrifft, noch nie gab es so wenig Arbeitslose in USA. Es war eigentlich alles für einen haushohen Trump-Sieg gesetzt. Und plötzlich kommt die Corona-Pandemie und die Wirtschaft kommt wirklich in den Tank. Nichts funktioniert mehr. Jetzt kommt Donald Trump und sagt: Ich bin bereit unser Land wiederaufzubauen und ich bin der Einzige, der unser Land wiederaufbauen kann. Sleepy Joe Biden wird es nicht schaffen. Wenn ihr Arbeit wollt, wenn ihr euren amerikanischen Traum leben wollt, dann braucht ihr mich als euren Präsidenten, der euch da rausführt.

Detlef Altenbeck Ich frage mich manchmal, - wie ist deine Einschätzung? - ob sich Trump überhaupt darüber im Klaren war oder ist, dass er der Präsident der Vereinigten Staaten ist oder ob er immer noch glaubt, dass er der Entertainer und Star einer TV-Show ist und nach dem Motto handelt „There's no business like showbusiness“. Glaubst du, er weiß, was er tut?

Julius van der Laar Ich würde die Prämisse deiner Frage zurückweisen, weil ich glaube, dass der Präsident immer schon auch, zumindest seit den 60er Jahren, eine Art Showmaster war. Es gibt in der Politikwissenschaft den Begriff des Bully Pulpit, also die Kanzel, von der der Präsident auch runterregieren kann. Diese Kanzel ist natürlich so, dass der Präsident eine unfassbare Aufmerksamkeit bekommt und Barack Obama hat die natürlich auch genutzt. Ich meine, denkt nur an die Bilder, als Osama bin Laden zur Strecke gebracht wurde, als Obama wirklich staatsmännisch aufgetreten ist und immer wieder diese Momente gesucht hat. Ich habe schon oft über die Inszenierung der Politik gesprochen, was wir die „Polioptics“ nennen, also die Optik der Politik. Ich glaube, dass Inszenierung in der Politik unfassbar wichtig ist, dass alle großen Reden vorher natürlich minutiös genau durchgeplant sind und genau überlegt wird, welches Bild wollen wir gerade transportieren? Was soll die Botschaft

nicht nur in der Rede sein, sondern in dem Setting, in dem Bild, in dem Shot, in dem Ausschnitt, den wir dann eben auch auf dem Foto, in dem Video oder Sonstigem sehen. Und das, glaube ich, hat einfach Trump besser verstanden als die meisten seiner Kontrahenten. Wie wichtig Bilder, wie wichtig auch Emotionen sind, die natürlich auch mithilfe von Bildern kreiert werden.

Detlef Altenbeck Ich erinnere mich noch an das erste TV-Duell, dann kam die Coronaerkrankung von Trump. Dann erinnere ich mich an die Fahrt um das Krankenhaus, an den Hubschrauberflug ins Weiße Haus und diese Bilder, die mich doch schon leicht in der Wirkung an Operette erinnerten.

Julius van der Laar Ich will gerade sagen, das war doch genau dein Ding: Inszenierung auf der ganz großen Theaterbühne, oder?

Detlef Altenbeck Ich dachte aber, jetzt fehlt ihm der Instinkt für die richtigen Bilder und das werden die Leute nicht mehr honorieren. Wie hast du das gesehen? Er war immer so instinktsicher, was die Bilder und Emotionen anging und da dachte ich, das geht jetzt schief.

Detlef Altenbeck Bleiben wir bei der Theatermetapher und ich finde, da können wir auch einfach jetzt die Rolle des Protagonisten und des Antagonisten einnehmen. Und nachdem du der Protagonist bist, schlüpfte ich in die Rolle des Schurken und sage einfach mal die Gegenrede, warum ich glaube, dass die Inszenierung unfassbar gut war. Ich meine, die erste Debatte kam, etwa 100 Millionen Amerikanerinnen und Amerikaner haben zugeschaut und ich meine, da gab es eine klare Aufgabe. 85-87 % der Amerikaner hatten sich zu diesem Zeitpunkt schon entschieden, für wen sie wählen werden. Es gab 13 % Unentschlossene. Wenn du dir diese erste Debatte und ich weiß, dass viele sie sich angeschaut haben, 90 Minuten angeschaut hast, Donald Trump hat dort nicht wirklich irgendwas getan, um sich selber zu helfen. Seine Leute wussten genau, warum sie Donald Trump wählen und haben auch genau diesen Kandidaten in dieser TV-Debatte, in diesen 90 Minuten, wiedergesehen. Einen laut auftretenden, bombastisch auftretenden, zugespitzten, polarisierten Kandidaten, der, wie gesagt, seine Position rübergebracht hat. Die wussten auch ziemlich genau, wer Joe Biden ist.

Und dasselbe gilt auch für die Joe Biden-Unterstützer, auch die wussten vorher, wer Trump ist und genau die wurden in ihrem Bild von Donald Trump auch wieder bestätigt. Insofern ging es eigentlich nur um diese noch unentschlossenen 13 % und auch die haben nichts Neues gesehen. Und dementsprechend, würde ich sagen aus der Sicht von Trump und seiner Kampagne, war die erste Debatte wirklich eine Failure, ein Versagen. Er hat nichts getan, um sich und seiner Position selber zu helfen. Das heißt, die Kampagne war eigentlich aus. Jetzt kommt der nächste Tag bzw. der übernächste Tag nach der Kampagne und jetzt kommt plötzlich die Coronainfektion und plötzlich ist wieder Möglichkeit da, weil mit dieser Situation kann man plötzlich wieder spielen. Ich meine, du weißt ganz

genau, wie es ist. So eine Geschichte, die keine neue Spitze hat, wo nichts Neues passiert, ist langweilig. Und plötzlich passiert wieder was. Alle Kameras, die komplette Aufmerksamkeit auf Trump.

Was macht er? Er geht zu Walter Reed und innerhalb von drei Tagen ist er geheilt.

Nach drei Tagen ist er geheilt. Und nachdem das ganze Jahr über die ganze Nation gesagt hat, wie wahnsinnig schlimm Corona ist, dass wir den Shutdown machen müssen, ist Trump geheilt. Ja, du hast absolut Recht. Über eine Million Dollar in Medikamenten und mit den besten Ärzten, Walter Reed, dem Militärkrankenhaus. Aber er kommt zurück und steigt aus dem Auto aus und läuft die Treppen zum Weißen Haus hoch und nimmt die Maske ab. Und dieses Maskeabnehmen, und ich, wie gesagt, bespreche das hier gerade unter dem Aspekt von Dramaturgie und Inszenierung, nicht unter einem gesundheitspolitischen oder auch einem staatsbürgerlichen Aspekt, aber unter dem Aspekt der Inszenierung nimmt er die Maske ab. Für mich war das so ein bisschen wie Superman, der sich das Hemd aufreißt und plötzlich das blaue und gelbe Superman-„S“ unten drunter herauskommen. Er sagt: Ich habe Corona besiegt und ihr könnt es auch alles schaffen. Ich weiß, wie es geht. Lasst uns die Wirtschaft aufmachen. Im Endeffekt war das die größte Comeback-Story seit Rocky Balboa. Und ich glaube, wenn es irgendetwas gibt, was die Amerikaner lieben, dann ist es eine großartige Comeback-Story. Und das ist das, was Donald Trump dort gemacht hat. Drei Tage lang um sein Leben gekämpft und dann kommt er zurück und sagt nicht nur: Ich komme zurück. Amerika kommt zurück. We come back roaring. Open up the economy. Let's create some jobs.

Das war die Botschaft, die da rausgekommen ist. Ich hätte mir von ihm gewünscht, wenn ich der Drehbuchregisseur gewesen wäre, dann hätte ich mir natürlich gewünscht, dass er gesagt hat, ich habe in dieser Zeit unheimlich viel gelernt, auch über die Coronapandemie, dass das wirklich ernst zu nehmen ist. Wir können uns nicht alle im Keller verstecken. Dafür hängt einfach viel zu viel dran. Wir müssen die Wirtschaft wieder aufmachen. Aber ich habe gesehen, was diese Coronapandemie mit einem machen kann. Lasst uns jede erdenkliche Schutzmöglichkeit auch nehmen. Lasst uns alle Masken aufsetzen. Lasst uns versuchen, den Sicherheitsabstand überall einzuhalten. Aber wir können uns nicht verstecken als Amerikaner. Wir müssen auch weiterhin an unserer Wirtschaft arbeiten. Ich glaube, wenn er diesen Spin hinbekommen hätte, dann wäre diese Inszenierung auch deutlich effektiver gewesen. Nur so, dass er am nächsten Tag wieder ein Superspreader-Event gemacht hat, jeden Tag ohne Maske unterwegs war, ich glaube, das haben ihm die Leute eben auch wirklich negativ angerechnet und da ist er falsch abgebohen.

Detlef Altenbeck Ist er ein guter Storyteller. Ist er so ein cleverer Kommunikationsstrategie? Oder ist das eher so ein impulsiver Egomane, aber instinktsicher? Da bin ich immer hin- und hergerissen und kann das gar nicht einschätzen.

Julius van der Laar Ich würde sagen, es ist absolut zweiteres. Der Instinkt. Ich glaube er ist zu 100 % ein Instinktpolitiker. Und ich glaube, es gibt niemanden, der so zielsicher den Griff an die Gurgel platzieren

kann wie er. Und das finde ich auch interessant, wenn wir jetzt nicht nur über die Bilder sprechen, sondern auch im Endeffekt jetzt, 2021, wo steht die Republikanische Partei? Ich meine, du hast ja gesagt, die zweitmeisten Stimmen, die je ein Präsident für sich bekommen hat, je ein Kandidat bekommen hat, hat Donald Trump bekommen, mehr als Barack Obama 2008 und 2012. Und ich glaube, das zeigt, wie viele Leute an Trump und dementsprechend auch an Trumpismus hängen. Reihenweise Kandidaten für den Kongress und für den Senat, die im Endeffekt genau das wiederholt haben, was Trump jeden Tag gesagt hat, sind alle gewählt worden und haben teilweise haushoch gewonnen. Trump ist vielleicht jetzt ab dem 20. Januar weg, aber Trumpismus ist nach wie vor da. Es ist jetzt nur die Frage, gibt es eine neue Galionsfigur, die vorne steht und die diese Bewegung nach wie vor anführen kann? Und da bin ich wirklich gespannt, ob es jemanden gibt, der das Vakuum, sollte Trump sich zumindest aus allererster Reihe, der Präsidentschaftskandidatenreihe, zurückziehen, füllen kann. Gibt es jemanden, der genauso zielsicher und instinktiv auftreten kann? Meine Vermutung wäre, dass sowohl Ivanka als auch seinem Sohn Don Junior dieser letzte Killerinstinkt fehlt. Das haben die beide nicht. Die sind da nicht so treffsicher, wie gesagt, was die Gurgel betrifft. Und ich sehe auch sonst in der republikanischen Partei nicht denselben Instinkt, den Donald Trump an den Tag legt.

Detlef Altenbeck Was meinst du, was hat dann den Wahlausgang entschieden?

Julius van der Laar Lass mich versuchen, die wirklich reine politische Analyse zu machen und die wahltaktische Analyse zu machen. Wenn ich mich frage, wie ist dieses Ergebnis so zustande gekommen, wie es zustande gekommen ist, ja klar, alles war von Corona überlagert. Und ich glaube, am Schluss war es ein Wahlkampf, der ein Referendum über Donald Trump war. Es war nicht entweder Trump oder Biden. Am Schluss haben mehr Leute gesagt: Ich will einfach nicht mehr Donald Trump haben. Ich glaube, er hat uns eben nicht gut durch diese Coronapandemie durchnavigiert. Ich bin nicht zuversichtlich, was die Wirtschaft betrifft und man hätte es besser machen können und vielleicht auch einfach die letzten vier Jahre waren mir zu laut. Ich hätte einfach gerne wieder einen Funken Normalität und vielleicht auch ein bisschen mehr Besonnenheit im Weißen Haus.

Aber wenn ich mir die Demografie anschau, Donald Trump hat sein Stimmergebnis bei Afroamerikanern, bei Latinos deutlich steigern können. Und ich glaube, das ist auch dafür bezeichnend, dass gerade auch diese Zielgruppen wie auch die weiße Mittelschicht, teilweise zumindest, gesagt hat: Wir glauben, dass der wirtschaftliche Aufschwung unter Donald Trump wahrscheinlicher ist als vielleicht auch unter Joe Biden. Der ist bereit, alles zu tun, um unsere wirtschaftlichen Interessen in den Vordergrund zu stellen. Aber ich glaube, es gibt noch einen anderen Punkt, warum dann schlussendlich Joe Biden gewonnen hat. Und das ist einer, der in den deutschen Medien, glaub ich, noch nicht so wahnsinnig häufig besprochen wurde. Zumindest habe ich es nicht gehört. Und das ist die Likability. Du machst immer wieder Fokusgruppen und auch Umfragen und ich mach echt viele und schau auch

immer wie ist die Sonntagsfrage? Wie stehen Kandidaten, wenn am Sonntag die Wahl wäre? Aber was ich unheimlich wichtig finde ist, mögen die Leute den Kandidaten. Und wenn ich da zurück gehe zu 2016 hatten wir zwei historisch unbeliebte Kandidaten, nämlich Donald Trump und Hillary Clinton. Beide waren etwa so bei 33, 34, 35 % Likability, also persönlichem Zuspruch. Mögen die Leute einen und das ist natürlich echt schwer. Und da ist jetzt der große Kontrast zwischen Joe Biden und Donald Trump im Jahr 2020. Donald Trump war nach wie vor bei diesen 34-35 % persönlichem Zuspruch. Joe Biden war aber bei 52-53 %. Das heißt, die Leute mochten Joe Biden. Und nochmal, da ist der größte Unterschied zu 2016. Der Wahlkampf war nicht nur geprägt von Donald Trump. Das ist ein Dealmaker, der bringt die Wirtschaft wieder nach vorne, sondern er war eben auch geprägt durch den Kontrast. Und das ist, glaube ich, was die meisten Leute oftmals vergessen, eine gute Geschichte, so wie wir es auch vorhin durchgegangen sind, da reicht es nicht aus, nur den Helden zu haben. Du brauchst auch den Schurken, den Antagonisten. Ohne den gibt es keine gute Geschichte. Ohne den Schurken ist jede Geschichte einfach kotzlangweilig. Und das hat einfach Donald Trump 2016 par excellence gespielt, dass er gesagt hat: Schaut euch Hillary Clinton an! Und jeder kann jetzt kurz so drei Sekunden die Augen zumachen und sich nochmal fragen: Was wissen wir über Hillary Clinton?

Was hat Donald Trump immer und immer wieder gesagt? "Crooked Hillary" "Lock her up, lock her up". Es war immer wieder dasselbe. Und ich glaube da liegt der Unterschied, dass Trump das nie über Joe Biden hinbekommen hat, Joe Biden wirklich auch ein Branding zu verpassen, so wie er es mit Hillary Clinton gemacht hat. Das ist ihm nicht gelungen im Wahlkampf. Und jede Kampagne ist immer ein Wettlauf um die Deutungshoheit, ein Wettlauf um die Definition. Du willst dich selber definieren, aber du willst eben auch deinen politischen Kontrahenten definieren. Und das hat Trump exakt und perfekt hinbekommen, 2016.

Wir können ja die Botschaften durchgehen. Da war es einmal Sleepy Joe. Joe Biden ist müde. Der Alte ist nicht mehr kohärent, der kriegt nicht mehr einen geraden Satz raus. Das war die erste Botschaft. Dann kam: Joe Biden ist radikal. Das ist ein Sozialist. Der ist im Endeffekt so der kleine Bruder von Fidel Castro. Ihr könnt ihm nicht vertrauen, er wird hier alles verstaatlichen. Dann kam die Geschichte: Joe Biden ist ineffektiv. Er ist seit gefühlt 100 Jahren im Senat, aber hat irgendwie nicht wirklich was vorzuweisen. Und dann kam: Joe Biden ist gesteuert von der Parteilinken.

Also war jede Woche eine andere Botschaft. Aber nichts ist wirklich hängengeblieben. Und ich glaube, das war aus einer Wahlkampfperspektive wahrscheinlich der größte Fehler, den Trump begangen hat, dass er es nie geschafft hat, Biden klar zu definieren und nicht nur Geschichte über sich selber zu erzählen, sondern eben auch eine effektive und klare Geschichte über Joe Biden zu erzählen.

Detlef Altenbeck Ich möchte nochmal zurück auf den Wahlkampf blicken. Wir hatten uns zwischendurch mal drüber unterhalten. Schon einige Wochen oder Monate her, da ging es noch darum, dass Trump

eher Präsenzwahlkampf machte, analog. Und du sagtest, der Biden sitzt da jetzt in seinem Keller wegen Corona und macht digitalen Wahlkampf. Das geht schief.

Julius van der Laar Ich glaube, es gibt nicht den einen Faktor, der eine Wahl entscheidet. Aber rein von der Optik, dieser Begriff Polioptics, die Optik der Politik ist so ein unfassbar wichtiger Aspekt. Wenn ich mich erinnere an die Obamazeit, wir hatten ein komplettes Bühnenbildteam, mehrere sogar. Wenn Obama 3-4 Veranstaltungen am Tag gemacht hat, ist zu jeder Sight, zu jedem Ort, schon 2 teilweise 3 Tage vorher ein sogenanntes Advanced Team hingeflogen. Mehrere Leute, die sich genau überlegt haben, in welchem Winkel hängt die amerikanische Flagge? Wo bauen wir die Bühne hin? Was ist der Backdrop? Wenn wir über Infrastruktur gesprochen haben und Obama gesagt hat, wie wichtig es ist, die Infrastruktur auch wiederaufzubauen, dann wurde nach einer Stadt in Ohio gesucht, wo irgendeine große, marode Brücke ist.

Und dann wurde so lange an der Brücke gesucht, bis wir irgendwo einen richtigen Riss in dieser Brücke finden konnten. Und dann wurde genau vor diesem Riss die Bühne gebaut, dass Obama direkt vor dem Riss stehen konnte. Im 45 Grad Winkel gab es eine gigantische Flagge, im 90 Grad Winkel dazu gab es nochmal eine gigantische Flagge, dann wurde dort auch mit Zäunen abgesperrt, ein Bett gebaut, wo die Leute im Endeffekt drinstanden und dann wurde ein Podium für die Kameras gebaut. Das genau richtig ausgeleuchtet war. Die Leute standen unten, Obama vor ihnen und über ihm der große Riss in der Brücke, dass eben auch das Bild, die Polioptics, geliefert wurden, um die Botschaft zu transportieren. Insofern sind natürlich solche Bilder extrem wichtig im Wahlkampf und für Trump war es natürlich wichtig, immer auch zu zeigen, die Leute stehen nach wie vor hinter mir. Jetzt ist da nur ein gigantisches Problem: Wenn du in einer massiven globalen Pandemie Wahlkampf machst und eigentlich sagen willst, das Ding darf sich nicht weiterverbreiten, du aber die Leute wirklich nebeneinander stellst bei so einem Wahlkampf, dann ist das natürlich nicht die Botschaft, die du senden möchtest.

Und ich glaube, das ist ihnen dann am Schluss auch auf die Füße gefallen. Gerade diese Bilder, die ja auch wieder bombastisch waren, da gab es in der letzten Woche vor dem Wahltag ein Bild, wo er mit dem Helikopter, mit Marine One, reingeflogen kommt und unten stehen einfach wirklich Tausende von Leuten, die auf ihn warten, die ihm zujubeln. Und gleichzeitig habe ich Umfragen gesehen, die besagt haben, dass in so einem Bundesstaat wie Arizona z.B. die Leute es einfach nicht gut fanden. Da waren es, glaube ich, 74 % der Amerikaner in Arizona, die gesagt haben, wir wünschten, Trump würde das endlich sein lassen mit diesen Großveranstaltungen. Es ist einfach nicht das, was gerade angesagt ist. Und da hat es ihm, glaube ich, dann am Schluss auch einfach geschadet. Also verantwortungsbewusst umgehen ist total wichtig. Und das glaube ich, war am Schluss eben auch Teil der Wahlentscheidung, von den entscheidenden Wählern, die gesagt haben: Ja, am Schluss ist die Pandemie doch wichtiger als Trump und effektive Bekämpfung der Pandemie auch wichtiger. Und deshalb wählen wir wahrscheinlich auch für Biden, weil er verantwortungsvoll damit umgeht.

Detlef Altenbeck Wie ist deine Einschätzung: Wenn wir jetzt starke Bilder digital erzählen wollen, wenn wir Emotionen wecken wollen, im Digitalformat, müssen wir da komplett umdenken?

Julius van der Laar Ich glaube, dass wir nach wie vor unheimlich starke Bilder liefern können. Denke an die Parteitage von beiden Kampagnen. Ich meine, der Parteitag dieses Mal hat ein Bruchteil gekostet von dem, was er 2016 gekostet hat. 2016 waren es, glaub ich, 80 Millionen Dollar, die die Demokraten für ihren Parteitag ausgegeben haben unter Hillary Clinton. Dieses Mal hat er 25 Millionen Dollar gekostet, was natürlich für deine Branche echt blöd ist, dass plötzlich nur noch ein Viertel davon verdient wird. Aber ich glaube, es ist schon möglich, auch Dinge zu inszenieren. Ich glaube, wir müssen wegkommen davon - und wir haben auch hier gerade ein Zoomvideo im Hintergrund laufen und ich sehe dich in einem Viereck auf meinem iPad und du mich wahrscheinlich auch, aber ich glaube, das ist nicht Sinn der Sache, sondern wir müssen schon auch noch nach wie vor ausleuchten, wir müssen auch trotzdem noch eine Bühne bauen. Ich finde es total spannend zu sehen, wie die Biden-Transition, das Transitionsteam von Joe Biden, die natürlich jetzt diese erste Amtszeit vorbereitet, wie die direkt schon loslegen. Man könnte ja denken, die Wahl ist vorbei. Joe Biden hat jetzt knapp 70 Tage Zeit bis zum 20. Januar, wenn er eingeschworen wird. Und trotzdem will er sich ja schon präsidential zeigen. Was machen die? Die haben eine riesige Fabrikhalle gemietet, wunderschöne Backsteinklinker, und haben dort eine Bühne gebaut und so bekommt eben Joe Biden täglich ein Briefing zu der Coronapandemie, zu den aktuellen Zahlen, bekommt ein Briefing von seinem Wirtschaftsberater. Und was sie gemacht haben, die haben eine Kinoleinwand dort hingebaut, wo jetzt zwölf Zoomfenster offen sind. Er und Kamala Harris sitzen aber in schweren Stühlen vor dem Tisch, perfekt ausgeleuchtet, der hat ein iPad vor sich liegen, hat seine Bücher vor sich liegen, was er halt so braucht. Und dann sitzt halt der Präsident und wird von zwölf Leuten unterrichtet und beraten über die wichtigsten Kennzahlen. Da gibt es ein paar Kurven, die hoch und runter gehen. Braucht man dafür eine Bühne? Natürlich nicht. Aber allein diese Konsultation wird eben inszeniert. Es dürfen ein paar Journalisten kurz rein und dann wird das Ganze gefilmt. Und das ist das Bild: Aha, der President in Waiting, Joe Biden, ist am Arbeiten, der ist aktiv, der wird gebrieft. Der ist jetzt nicht irgendwo zu Hause in seinem Keller, sondern der macht. Solche Sachen, die kann man sich durchaus auch überlegen. Wie kann man so was inszenieren, wie kann man sich ein vernünftiges Studio bauen? Ich meine, jeder von uns, der zu Hause sitzt, hat mittlerweile wahrscheinlich auch die eine Ecke in seinem Wohnzimmer oder in seinem Arbeitszimmer zumindest so hinter sich halb aufgeräumt, dass ist irgendwie vernünftig aussieht, hat da ein paar Bücher, die man irgendwie glaubt gelesen haben zu müssen, hinter sich ins Regal gestellt und vielleicht noch drei, vier Familienfotos oder was auch immer. Und wir haben uns so unser eigenes kleines Studio gebaut und ich glaube, dass das einfach wichtig ist, über die Inszenierung nachzudenken. Und das geht eben auch digital, wenngleich natürlich auch eine andere Stimmung zustande kommt, wenn du da irgendwie 100 000 Leuten entgegen sprichst,

sie dir auch zujubeln, als wenn du in eine schwarze Linse reinschaust. Im Endeffekt war es fast dasselbe, was wir in allen Wahlkämpfen vorher auch gesehen haben. Obama stand 2008, als er die Wahl gewonnen hat, in Chicago, dort im großen Park und da waren, ich weiß nicht mehr, Zehn-, vielleicht Hunderttausende, die ihm zugejubelt haben. Die Erwartung ist natürlich, dass da Fernsehkameras stehen. Und diese Rede wurde ja nicht für die paar Tausend selbst 10, 20, 50 000 Leute gehalten, die dort vor der Bühne stehen, sondern das geht rund um die ganze Welt. Und dafür muss halt ein Bild produziert werden. Und das vielleicht nur zum Hintergrund, weil ich mit Leuten in der Joe Biden-Kampagne gesprochen hab, die mit dafür verantwortlich waren, diese Bühne zu inszenieren. Das Ganze wurde so inszeniert wie ein Autokino und so gab es den ganzen Sommer über schon Veranstaltungen, weil einfach Leute nicht nahe an Joe Biden ran durften. Also haben die gesagt: Komm, wir machen einen Drive-in-Rally, eine Drive-in-Veranstaltung. Du kommst mit deinem Auto, bleibst drinsitzen, du klatscht nicht, sondern wenn du es gut findest, dann hupst du halt. Echt eine ganz nette Idee, muss man sagen, das Beste draus gemacht. Jetzt ist das Problem, Joe Biden ist President-elect, das heißt, der hat volle Secret Service-Protection. Da sind mehrere hundert Agenten dran, die auf jedem Dach mit Langwaffen sitzen und eben genau schauen, wer da kommt. Und jeder, der mal bei einer Veranstaltung mit dem US-Präsidenten dabei war, der weiß einfach, was da für ein unfassbarer Sicherheitsaufwand ist. Das heißt, Detlef, wenn du jetzt sagen würdest, ich komme jetzt aus Wilmington, Delaware, rübergefahren mit deinem Pick-up-Truck und du willst da einfach zehn Meter vor die Bühne fahren, so kannst du sicher sein, dass du mit deinem Auto da nicht vorbeikommst, weil halt einfach zu viel Angst dahinter ist. A) Du könntest auf die Bühne fahren, B) du hast da hinten noch irgendwie eine Bombe drin. Das heißt schon zwei Wochen vorher hat die Joe Biden-Kampagne Pick-up-Trucks gemietet und riesige Autos gemietet. Und die standen dort alle, da war der Stecker gezogen, war auch kein Benzin mehr im Tank drin und die standen dort einfach. Das war ein Bühnenbild des mitgebaut wurde. Dann sind die Leute wie beim Flughafen durch so einen Metalldetektor durchgekommen und dann durften die sich in die Autos reinsetzen. Die durften sich auf die Pick-Up-Trucks hinten in das Flachbett mit reinstellen und auch zuwinken und alles. Das Gehupe kam über Lautsprecher. Aber das war alles komplett inszeniert. Aber am Schluss ist das natürlich nicht das, was zählt, sondern am Schluss ist das Bild, das zählt. Und ich finde nur, das müssen wir halt einfach auch mitdenken. Also wenn wir so ein hybrides Event bauen, wenn wir sagen, das ist ein Bild, das nach draußen transportiert werden will. Klar können wir den Vorstand bei einer Vorstandssitzung einfach auch dort wieder ans Pult setzen. Vielleicht können wir es aber auch umdrehen und überlegen: Wahnsinn! Was haben wir jetzt für Möglichkeiten? Weil wir einfach keine Rücksicht nehmen müssen auf die Zehntausenden oder auf die 1 000 Aktionäre, die irgendwo sitzen, sondern wir können vielleicht sagen: Diesmal bauen wir eine komplett andere Bühne, die so niemals möglich gewesen wäre. Einfach weil wir können.

Detlef Altenbeck Ich würde gerne das Thema soziale Medien mit dir besprechen. Trump ohne Twitter wäre, glaub ich, kaum vorstellbar, er nutzte ja auch die Kraft und die Möglichkeiten dieses Mediums.

Julius van der Laar Ich glaube, wenn ich jetzt einfach wieder die Perspektive einnehme, aus einer rein strategischen, politischen Kommunikation, dann hat es Trump geschafft, einen direkten Kanal auf den privatesten device, das, womit wir an der allermeisten Zeit verbringen, nämlich unserem Handy, mit über 100 Millionen Leuten aufzubauen. Er hat es geschafft, wenn er was zu sagen hat, direkt über Twitter, die haben ein gigantisches SMS-Netzwerk aufgebaut, über seine App, über SMS, über Twitter mit seinen Leuten direkt zu kommunizieren, ohne einen Filter durch klassische Medien-Gatekeeper zu haben. Und aus einer rein wahlkampfaktischen Perspektive ist das natürlich unheimlich klug, sowas zu machen. Das haben wir übrigens auch schon 2008 in der Obama-Kampagne probiert und auch 2012 ziemlich erfolgreich gemacht. Wir haben damals E-Mail vor allem genutzt und wir hatten 15 Millionen E-Mail-Adressen, wo wir direkt unsere Unterstützerinnen und Unterstützer ansprechen konnten und eben nicht drauf hoffen mussten, dass CNN unsere Botschaft nicht noch irgendwie umdeutet oder filtert, sondern wir sind mit unserer Botschaft direkt in die Inbox oder in SMS mit reingekommen. Und ich glaube, dass das total effektiv sein kann oder auch wünschenswert ist aus der Perspektive einer Kampagne. Da kommt natürlich gerade auch bei so einem Kanal wie Twitter unheimlich viel Verantwortung dazu, weil es eben nicht mehr der direkte Kanal ist wie z.B. E-Mail, sondern jeder kann auf „retweet“ drücken, das verbreitet sich wie ein Lauffeuer. Und wir haben ja auch gesehen in den letzten Tagen, wie oft Twitter dann schlussendlich auch gesagt hat, dieser Tweet enthält „misguiding information“ also in die Irre führende Informationen und deshalb zensieren wir ihn oder schalten zumindest noch eine Blockade davor, wo du erst drauf klicken musst und sagen musst: Ich will mir diesen Inhalt trotzdem anschauen, was ja auch echt bemerkenswert ist, dass der Präsident der Vereinigten Staaten quasi zensiert wird von Twitter. Aber ich glaube, das bringt uns dann eben zu dieser größeren Frage, wenn wir aus dieser Kommunikationsperspektive rausgehen und das ist natürlich schon so: Was macht das mit unserer Gesellschaft, diese extreme Polarisierung, von der natürlich auch die sozialen Medien leben. Ich meine, wir sehen es alle. Wenn du einfach nur ein Bild postest von deinem Kaffee, dann ist das irgendwie nett und 15 Leute, die dich einfach mögen, drücken auch auf „like“. Aber es wird jetzt wahrscheinlich kein viraler Hit werden, sondern es braucht halt eben polarisierenden Content. Ich sage immer, es gibt keine Mobilisierung ohne Polarisierung. Und das glaube ich, ist auch durchaus wahr. Wir sehen die zugespitzten Botschaften von Gut gegen Böse, von Hell gegen Dunkel, wo es Reibung gibt. Das sind die Botschaften, die auch geteilt werden, weil entweder sagst du, das ist großartig oder sagst du, was ist das dann für ein Scheiß und gehst eben dagegen durch diese Interaktion, so sind die Algorithmen gesteuert bei Facebook, bei Twitter, bei den ganzen anderen Plattformen. Da kommt natürlich dann eben auch erst die Reichweite zustande und dementsprechend liegt unfassbar viel Verantwortung gerade bei den großen Plattformen Facebook, YouTube, Twitter. Und bisher war es,

fast zumindest, wie der Wilde Westen da draußen, du konntest dort machen, was du wolltest. Es gab fast keine Regularien, was die Politik betrifft. In den letzten Wochen und Monaten kam ein bisschen was dazu. Ich hoffe, dass das untersucht wird, aber ich würde immer noch argumentieren, es ist viel zu wenig. Und da kommen wir natürlich jetzt in so eine schwierige Spaltung: Auf der einen Seite geht es um Meinungsfreiheit, die geschützt werden muss. Du solltest dort posten können, was du willst, solange es zumindest den rudimentären Richtlinien entspricht und gleichzeitig, nur weil es Meinungsfreiheit ist, ist es trotzdem unheimlich schädlich für den demokratischen Diskurs. Und er vergiftet einfach auch unsere Gesellschaft. Und da gibt es z.B. Alex Jones' InfoWars, einen Kanal, der Millionen Follower hatte, der aber einfach Lügen und Verschwörungstheorien gepostet hat, dass Obama nicht in den USA geboren sei, dass Hillary Clinton das Blut von Kindern trinkt usw. usw.. Und da ist es die verdammte Aufgabe von Facebook und Twitter, solche Kanäle zu löschen und viel zu selten passiert das. Und da wünsche ich mir, dass die Bundesregierung, der Senat in den USA, dass die aktiv werden und sagen: Es gibt klare Richtlinien, die schaffen es selber nicht, sich zu regulieren. Die haben Shareholder, die haben eigene Interessen, aber sie schaffen es nicht, das zu regulieren. Und wenn die es nicht schaffen, dann muss eben auch der Staat kommen und sagen: Bis hierhin und nicht weiter. Wir schützen die Meinungsfreiheit, das ist das oberste Gut, aber trotzdem, es kann nicht der Wilde Westen draußen sein.

Detlef Altenbeck Aber grundsätzlich würdest du sagen: mit Haltung polarisieren.

Julius van der Laar Bingo! Ich meine, jeder und jede, die hier zuhört, kann sich ja fragen: War ich in letzter Zeit mal in einem Meeting, wo es um Kommunikation ging, wo irgendjemand gefragt hat, sagt mal, was wäre eigentlich die Zielgruppe? Und wenn dann irgendjemand gesagt hat: Na ja, eigentlich alle. Dann weißt du, dass du im falschen Meeting bist oder zumindest dringend dieses Meeting beenden muss, wenn die Zielgruppe „eigentlich alle“ ist. Wahrscheinlich hören das gerade einige und überlegen sich gerade, was die Weihnachtskampagne ist. Was können wir denn noch kurz zu Weihnachten machen? Na ja, eigentlich wollen wir doch alle erreichen. Das kann nicht die Prämisse für gute Kommunikation sein. Es muss zugespitzt sein und gerade, wenn wir zuspitzen und du hast von Haltung gesprochen, eine klare Meinung zu haben, das bedeutet natürlich, dass es auch dort wieder den Protagonisten gibt und den Antagonisten. Und auch da kann ich es wieder zurück zu Trump führen. Jeder Präsident hat sich immer hingestellt, hat gesagt: Ich will der Präsident aller Amerikaner sein. Auch ihr, die ihr nicht für mich gewählt habt, hat auch Joe Biden gesagt. Und ich finde, das ist auch die absolut richtige Haltung. Nur in der Kommunikation ist es die falsche Herangehensweise. Du kannst nicht für alle Kommunikation machen, sondern du musst dir darüber im Klaren sein, wahrscheinlich egal, wie toll dein Produkt ist, auch wenn du das iPhone herstellst, die Hälfte der Leute wollen dein iPhone nicht haben, weil die einfach sagen A) ist es mir zu teuer, ich kann es mir nicht leisten, oder B) ich glaube halt einfach an Android und dementsprechend 100 % der möglichen Zielgruppe ist nie die richtige. Spitze es zu,

überlege dir, wer deine Kernzielgruppe ist und versuche auch dort wieder ein Gegnerkonstrukt aufzubauen. Anders, zumindest aus meiner Sicht, funktioniert gute Kommunikation nicht.

Detlef Altenbeck Wie wird man denn ein erfolgreicher Influencer?

Julius van der Laar Also meine Hoffnung ist natürlich, dass die Millionen Leute, die dir hier in diesem Podcast folgen, ab jetzt auch mir folgen, gerne auf Instagram, auf Twitter, auf LinkedIn, so dass ich meine Followerschaft aufbauen kann und dann eben auch anfangen kann, sehr viel Geld dafür zu bekommen, wenn ich dann auch wieder deine Posts teile. Im Wahlkampf haben die durchaus eine Rolle gespielt und die Joe Biden-Kampagne hat auch ganz klar auf Influencer gesetzt. Die Republikaner und Donald Trump haben extra Camps veranstaltet, Medientrainings veranstaltet für junge Konservative, denen sie beigebracht haben, wie man denn erfolgreich kommuniziert, argumentiert, wie man eben auch sein Handy gut nutzt, um die richtigen Bilder zu machen, wie man Hashtags nutzt, um dann auch Reichweiten aufzubauen. Und das ist dann die rudimentäre Herangehensweise, sich überhaupt so ein paar Unterstützer auch heranzuzüchten. Wenn du dir die meisten Unternehmen anschaust, die haben lauter Mikroinfluencer, zumindest nämlich alle Mitarbeiterinnen und alle Mitarbeiter. Warum nicht auch die schulen, wie man effektiv kommuniziert und wie man vielleicht auch zum Markenbotschafter wird. Aber ich glaube, das, was wir in den letzten Jahren beobachtet haben, was auch viele Marken nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland gemacht haben, ist natürlich zu Influencern mit einer schon extrem hohen Reichweite hinzugehen und zu sagen: Können wir dich nicht einkaufen, wir machen einen Vertrag, wir kriegen fünf Posts, sieben Storys, du kommst zu unserem Event, berichtest darüber und wir bezahlen dir was dafür. Und wir bekommen natürlich dann auch deine Reichweite. Auch da glaub ich, muss man sich fragen, ist das wirklich auch die Zielgruppe, die wir erreichen wollen? Diese Zielgruppe, die auch diesem oder dieser Influencerin folgt und vor allen Dingen eben auch, ist es authentisch, wenn die über mein Produkt sprechen. Aber ich glaube, dass es natürlich Sinn macht, sich darüber Gedanken zu machen: A) Wie können wir die Unterstützer und Unterstützer, die wir schon haben oder Mitarbeiter oder Geschäftsführer auch zu Influencern hin positionieren? Welche Tools müssen wir ihnen dafür an die Hand geben? Aber vor allem auch, wie können wir mit Leuten, die vielleicht auch schon Reichweite haben, zusammenarbeiten, um unsere Reichweite, unsere Durchschlagskraft auch schlussendlich wieder zu optimieren und zu vergrößern?

Detlef Altenbeck Müssen wir uns Sorgen um die letzten Monate von der Amtszeit von Donald Trump machen, dass der Mann irgendwie gänzlich peinlich durchdreht und vielleicht noch gefährlich wird?

Julius van der Laar Ich lag echt gut darin, meine Glaskugel die letzten vier Jahre nicht auspacken und einfach nur zu versuchen zu analysieren, was ist. Und wenn ich im Moment so die Analyse mache, was

passiert dort gerade? Im Moment sträubt sich zumindest hier, freitags, wenn wir diesen Podcast aufnehmen, im Moment sträubt sich noch der amtierende Präsident Donald Trump einzugestehen, dass er wie gesagt fünf Millionen Stimmen weniger bekommen hat. Sieht so aus, als ob Joe Biden 310 Electro Votes, Wahlleute im Electoral College bekommen wird. Und wahrscheinlich am 20. Januar eingeschworen wird. Jetzt frage ich mich, woran liegt das? Warum haben wir nicht einfach das, was Jimmy Carter gemacht hat oder auch George H. Bush, nachdem sie nach einer Amtszeit abgewählt worden sind, warum läuft es nicht so bei Trump? Und ich glaube, da müssen wir so ein paar Sachen auseinanderklabüstern. Das eine ist seine Persönlichkeitsstruktur. Donald Trump liebt die Aufmerksamkeit und ich glaube, er weiß, in dem Moment, wo er sagt, Joe Biden hat die Wahl gewonnen, wird es relativ still um ihn. Und es sind halt noch 70 Tage bis zum 20. Januar und dementsprechend versucht er, es einfach so lange wie möglich hinauszuzögern, diese Niederlage einzugestehen, weil in dem Moment, wo er aufhört, berichtet nicht mehr Fox News, nicht mehr CNN. Wir sprechen nicht mehr über ihn, sondern er ist dann Old News und dann wird es still und das geht gegen seine Persönlichkeitsstruktur. Punkt 1. Punkt 2: Wir sehen einfach, dass die Trump-Kampagne extrem verschuldet ist, die haben jeden letzten Cent ausgegeben und sogar darüber hinaus noch einiges ausgegeben. Und Donald Trump will nicht auf diesem Defizit sitzen bleiben und das aus eigener Tasche bezahlen. Weil dort kommen eben Facebook, Twitter, TV-Sender, die sagen, wir hätten gerne unsere Rechnung bezahlt. Und meine Vermutung, wie gesagt ist, er will es nicht aus eigener Tasche bezahlen. Deshalb sagen die, wir klagen und schreiben jeden Tag E-Mails, SMS, Newsletter und so weiter an ihre Unterstützer und sagen, bitte spende jetzt für unseren Legal Defence Fund, also für unseren Rechtstopf, unseren Geldtopf, den wir brauchen, um unsere Anwälte zu bezahlen. Nur dass sie damit nicht Rudy Giuliani bezahlen, sondern im Endeffekt die offenen Rechnungen bezahlen wollen. Das ist, glaube ich, eine ganz maßgebliche Strategie. Und das andere ist natürlich, und ich glaube, das ist der wichtigste Punkt, Donald Trump will einfach seine Macht auch irgendwie noch halten. Ich habe es vorhin schon gesagt, Trumpismus existiert nach wie vor. Der Kern von der Republikanischen Partei ist die Trump-Partei und eben nicht die gute alte Grand Old Party, so wie sie unter Ronald Reagan war. Und Trump will natürlich seine Stellung innerhalb der Republikanischen Partei vergrößern, will eventuell einen Fernsehsender aufmachen, will seine Macht ausbauen und will vielleicht auch dieser King-Maker sein, der dann auch entscheiden kann, wer der nächste Präsident wird. Wer sich der Vorwahl 2024 stellt, ob sein Sohn, seine Tochter, vielleicht er selber nochmal oder eben auch jeder republikanische Präsidentschaftskandidat. Der muss erst an Donald Trump vorbei und auch das Okay vom König bekommen, bevor er oder sie dann eben auch kandidieren kann.

Detlef Altenbeck Und wie schätzt du das ein? Wird Joe Biden die Polarisierung in den nächsten vier Jahren abschwächen können?

Julius van der Laar Auch da müssen wir in Szenarien denken. Szenario 1 ist und das ist, glaub ich, im Moment das wahrscheinlichste Szenario, dass Joe Biden keine Mehrheit im Senat bekommen wird. Es stehen noch zwei Specelections aus, also Stichwahlen, die in dem Bundesstaat Georgia stattfinden. Man braucht mindestens 50 Senatoren, um eine Mehrheit zu haben, weil der Vize-Präsident, in dem Fall Vize-Präsidentin Kamala Harris, dann noch die Entscheidung herbeibringen könnte im Senat. Aber so wie es im Moment aussieht, werden die Republikaner auf 51 Sitze im Senat kommen. Das heißt, Joe Biden kann und er wäre der erste Demokrat im Weißen Haus seit 1848 - da staunste ne, wie viel Informationen hier noch kurz rausprudeln, ich sehe hier, wie du mir zunickst ja - er wäre der erste Demokrat im Weißen Haus seit 1848, der eben nicht alle Kammern auch noch kontrolliert, also ein Abgeordnetenhaus und den Senat, was natürlich extrem schwer macht, wenn du sagst, ich muss jetzt erst erstmal die Coronapandemie bekämpfen, ich muss vor allem erstmal ein Konjunkturpaket auflegen, um hier irgendwie die Leute wieder in die Arbeit zu bringen. Also es wird unheimlich schwer sein für ihn seine Agenda durchzusetzen. Das Andere, und ich finde, dass das ein ganz zentraler Punkt ist, ist, wir wissen, dass z.B. der Staatsanwalt in New York gegen Donald Trump ermittelt und am 20. Januar, Joe Biden wird um 12 Uhr eingeschworen, das heißt, um 12 Uhr 01 ist Präsident Trump nicht mehr der Präsident der Vereinigten Staaten. Das heißt, er verliert auch seine Immunität. Und das heißt auch dort wäre dann im Endeffekt die Möglichkeit, zumindest sollte es dann Charges geben, dass dann vielleicht auch das FBI vor der Tür steht und sagt Mr. Trump, wir würden gerne mit Ihnen sprechen. Und jetzt stelle dir nur diese Auseinandersetzung vor. Die schwerste Pandemie seit 100 Jahren, bis dahin wahrscheinlich 200 000 Tote in den USA, die größte wirtschaftliche Depression in der Geschichte der Vereinigten Staaten, Massenarbeitslosigkeit, keine Zuversicht, was die Konjunktur betrifft und es gibt einen Rechtsstreit um den Ex-Präsidenten, der eventuell ins Gefängnis muss. Und Joe Biden steht zwischendrin mit einem polarisierten Elektorat, mit 70 Millionen Leuten, die gegen ihn gestimmt haben. Nur weil du gefragt hast, wird es leicht sein für Joe Biden, dieses Land zu einen. Ich habe jetzt das absolute Horrorszenario aufgemacht, aber nach einem Rechtsstreit um die Präsidentschaft dann noch einen Rechtsstreit um das Vererben von Donald Trump und das Verbleiben von Donald Trump plus all diesen wirtschaftlichen und gesundheitspolitischen Faktoren, das ist, glaube ich, das Horrorszenario. Und ich glaube, unter diesem Szenario wird es echt schwer, dieses Land zu einen.

Detlef Altenbeck Und wenn du positiv nach vorne blicken solltest?

Julius van der Laar Der Realismus erlaubt es mir zumindest, wenn ich auf Amerika schaue, nur sehr bedingt nach vorne zu schauen und gleichzeitig muss ich sagen, Amerika war immer schon für eine Überraschung gut und ich will jetzt nicht pathetisch werden, aber dieser Traum, der amerikanische Traum, was der möglich gemacht hat, die Geschichte dieses Landes seit 1776, was dort entstanden ist, ist größer als sich es je jemand vorstellen konnte. Natürlich ist auch die Ära immer vorbei. Aber das

haben wir schon oft gesagt über Amerika, das jetzt der amerikanische Moment vorbeigeht. Ich glaube nicht, dass man die Innovationskraft und auch den Spirit in Amerika je unterschätzen darf und dementsprechend, auch wenn es im Moment negativ aussieht, wir nennen es die „crisitunity“, in jeder Krise steckt auch immer eine Chance, die crisis und die opportunity. Ich wünsche mir, dass Amerika diese Möglichkeit auch wieder ergreift, dass wir unter Joe Biden auch einen Präsidenten haben, der sich nicht vom Rest der Welt abwendet, der bereit ist, den Arm auszustrecken, auch wieder Richtung Deutschland und Richtung Europa, den Multilateralismus wieder zurückholt. Und ich glaube, es gibt noch einen Hoffnungsschimmer. Im Parteiprogramm der Demokraten von Joe Biden stand drin, dass er ein Summit of the Democracies abhalten will, wo es nicht um einen Fünf-Punkte-Plan geht, sondern wo er Staats- und Regierungschefs von demokratischen Ländern zusammenbringen will. Noch im ersten Jahr seiner Präsidentschaft und auch über die Zukunft der Welt sprechen möchte. Klar geht es da um Digitalisierung, Klimawandel und Co, aber ich glaube, das kann ein Narrativ werden, eine Erzählung werden, wie vielleicht aus dieser gespaltenen Welt, wo Donald Trump auch durch seinen Protektionismus und America-First-Spirit maßgeblich beigetragen hat. Aber dass da vielleicht auch etwas Neues und etwas Besseres entstehen kann, wie man vielleicht auch einige dieser großen und globalen Probleme wie Pandemie und Klimawandel und auch die ungleiche Verteilung von Wohlstand und Reichtum, wie man die vielleicht auch trotzdem adressieren kann. Und deshalb bin ich nach wie vor, was Amerika betrifft, durchaus zuversichtlich.

Detlef Altenbeck Ich möchte da mithoffen. Bedanke mich, lieber Julius, ich bin wieder mal im Gespräch mit dir klüger geworden. Vielen herzlichen Dank!

Julius van der Laar Ich danke dir vielmals für die Einladung.

Detlef Altenbeck In der nächsten Folge wird Sabine Kluge unser Gast sein. Sie ist Ökonomin mit den Schwerpunkten Strategie- und Unternehmensführung. Sie begleitet Unternehmen bei der digitalen und kulturellen Transformation in Fragen der Strategie-, Personal-, Führungs- und Organisationsentwicklung. Darüber und über das Thema New Work, die Zukunft der Arbeit, über Arbeitskultur und die Frage: Wie funktioniert Kommunikation in Unternehmen? Wie entstehen erfolgreiche Veränderungen? möchte ich mich mit ihr unterhalten.

Und wenn Ihnen die Sendung gefallen hat, dann abonnieren Sie unseren monatlichen mnext Podcast und empfehlen Sie uns weiter. Wir freuen uns auf Kritik, Anregungen und Kommentare auf allen bekannten Kanälen oder direkt unter mnext.marbet.com Danke fürs Zuhören. Bis zum nächsten Mal.