

Klientelen und Wahlkampf im Spiegel des *commentariolum petitionis*

von GÜNTER LASER, Duisburg

Das *commentariolum petitionis* gewährt intime Einblicke in die politischen Abläufe während der Späten Römischen Republik, sei es, dass Q. Tullius Cicero der Autor der Schrift ist, sei es, dass ein Plagiator besonders die Schriften des M. Tullius Cicero ausgewertet hat¹. Das *commentariolum petitionis* richtete sich an M. Cicero, der sich im Jahr 64 v. Chr. um den Konsulat bewarb, und fasste unter den Rubriken: „*Novus sum, consulatum peto, Roma est*“ alle wesentlichen Wahlkampfstrategien seiner Zeit zusammen. Einen spezifischen Aspekt des Wahlkampfes näher zu betrachten, lohnt sich besonders: Die Frage, welche Bedeutung Klienten im Rahmen der *petitio magistratum* zukam.

M. Gelzer hat mit seiner Habilitationsschrift „Die Nobilität der römischen Republik“ die Forschung bis heute geprägt, derzufolge ein dichtes Netz von stabilen Beziehungen die gesamte Gesellschaft durchzogen habe. Klienten hätten sich keine eigene Meinung zu politischen Fragen erlauben dürfen, sondern seien gezwungen gewesen, sich der Einstellung ihres Patrons anzupassen².

Die Gültigkeit dieser Position soll im Folgenden anhand des *commentariolum petitionis* überprüft werden, um die vermeintliche Abhängigkeit der Klienten von übermächtigen Patronen zu relativieren. Zu diesem Zweck stehen in einem ersten Schritt die verwendeten Bezeichnungen für Klienten und Patrone und ihre jeweiligen Rechte bzw. Pflichten im Vordergrund, da die Wortwahl Rückschlüsse auf das Selbstverständnis der Nobilität ermöglicht. In einem zweiten Schritt soll exemplarisch die morgendliche *salutatio* im Haus des Amtsbewerbers im Hinblick auf die Enge der Bindung zwischen Klienten und Patronen näher betrachtet werden.

¹ Die Frage der Urheberschaft wird sich wahrscheinlich nicht endgültig klären lassen, da das vorhandene literarische Œuvre des Quintus Tullius Cicero zu gering ist, um durch Vergleiche zu sprachlich-stilistischen Mitteln seinen bevorzugten Stil zu konkretisieren. L. Waibel, *commentariolum*, vergleicht die sprachlichen Wendungen des *commentariolum* vor allem mit jenen des Marcus Cicero und gelangt so zu dem Ergebnis, ein Plagiator habe das *commentariolum* aus Textzitaten spätrepublikanischer Autoren zusammengesetzt.

² M. Gelzer, *Nobilität*, 1912.

Patrone, Klienten und Freunde

Bei der Aufzählung der Personengruppen, die ein Kandidat für seinen Wahlkampf als Multiplikatoren gewinnen sollte, nehmen die Klienten keine herausragende Stellung ein. Sie werden überhaupt nur einmal im *commentariolum petitionis* erwähnt; der Bewerber solle sich bemühen die Stimmung der *tribules*, *vicini*, *clientes*, schließlich der *liberti* und sogar seiner *servi* zu gewinnen³. Diese Aussage ist als Klimax gestaltet. Sie beschreibt die räumliche Nähe der Anhängerschaft; Sklaven hatten als Mitbewohner desselben Hauses den engsten Kontakt zu ihrem Herrn. Weil sie dessen Vorlieben und Schwächen bestens kannten, konnten sie durch entsprechend gestreute Gerüchte seinen Ruf verbessern oder ihm schädigen. Die Freigelassenen werden im *commentariolum petitionis* von den *clientes* ausdrücklich getrennt. Üblicherweise zählten Freigelassene zu den Klienten⁴. Das gemeinsame Kriterium waren *officia*, Dienstleistungen, sowohl der *liberti* als auch der übrigen *clientes* gegenüber ihrem Patron, der sich durch *beneficia*, Gefälligkeiten, „gute Taten“, um seine Klienten verdient gemacht hatte. Die größte Gefälligkeit gegenüber Sklaven war deren Freilassung. Freigelassene verstanden sich häufig besonders gut auf ein Handwerk, das sie bereits als Sklaven ausgeübt hatten. Für die Eröffnung einer eigenen Werkstatt fehlte ihnen jedoch in der Regel das Eigenkapital. Hier konnte der Patron mit einem Kredit unterstützend eingreifen. Aber auch ohne diese finanzielle Abhängigkeit dürfte das Verhältnis des ehemaligen Herrn zu seinem früheren Sklaven aufgrund jahrelanger Bekanntschaft sehr eng gewesen sein. Neben die emotionale Anhänglichkeit trat die vor der Freilassung unter einem Eid geleistete Selbstverpflichtung (*obsequium*)⁵ des Freigelassenen zu unterschiedlichen Dienstleistungen (*ministeria/opera*) gegenüber seinem früheren Herrn⁶. Die Erfüllung derartiger *officia* wurde erwartet, auch wenn der Freigelassene nach der *vindicatio in libertatem* über seine persönliche Freiheit verfügte und somit vom früheren Herrn rechtlich nicht mehr abhängig war, also keine *persona alieni iuris* war⁷.

³ Comm. pet. 17.

⁴ W. Waldstein: *Operae*, 77. 80, Anm. 195.

⁵ S. hierzu Waldstein, *Operae* 66ff. Waldstein zeigt überzeugend auf, dass unter *obsequium* keine unbedingte Gehorsamspflicht des Freigelassenen zu verstehen ist, sondern vielmehr ein *reverentiae debitae munus*, und zwar als eine „sittliche ... Verpflichtung“, ebd. 68. Erst seit der *lex Aelia Sentia* entwickelte sich aus der Gewohnheit heraus allmählich auch eine rechtliche Verpflichtung des *obsequium*.

⁶ Vgl. S. Treggiari, *Freedmen*, 70, 81.

⁷ Waldstein, *Operae* 50.

Die Bindung der *clientes* zu dem Bewerber war nach Aussage des *commentariolum* weniger intensiv als die der *liberti*. Wegen der Wechselseitigkeit von *beneficium* und *officium* muss sich der Amtsbewerber Marcus Tullius Cicero daher zwar auch durch herausragende Leistungen um seine Klienten verdient gemacht haben, allerdings mit einem geringeren Grad an Verbindlichkeit für die Klienten. Seine Biographie und die Aussagen des *commentariolum* verdeutlichen, dass Marcus Tullius Cicero den Patronat während seiner Tätigkeit als Verteidiger vor Gericht etablierte. Der Schutz seiner Mandanten verpflichtete diese zu Gegenleistungen. Im Vorfeld seiner Kandidatur sicherte sich Marcus die Unterstützung von Konsularen: *non potest, qui dignus habetur patronus consularium, indignus consulatu putari*⁸. Der Anwalt trat also als Patron auf; seine erfolgreiche Verteidigung war ein *beneficium*, dem sich die Verteidigten verpflichtete fühlten. So hatte sich Marcus in den beiden Jahren vor seiner Wahl zum Konsul die führenden Männer von vier *sodalitates* verpflichtet, d.h. Vereinen (*collegia*), die sich gegen Bezahlung um das Beschaffen von Wählerstimmen kümmerten: C. Fundanius, Q. Gallius, C. Cornelius, C. Orchivius⁹.

Die von Marcus Tullius Cicero verteidigten Anführer der *sodalitates* waren zwar im Hinblick auf den Sachverhalt *clientes*, aber ihre gesellschaftliche Position ließ die Anwendung eines Begriffs, der in gleicher Weise auf Freigelassene anwendbar gewesen wäre, kaum zu. Deshalb mied auch der Autor des *commentariolum* diese Verfänglichkeit und bezeichnete alle diejenigen, die in irgendeiner Weise den Wahlkampf des Kandidaten unterstützten, als *amici*¹⁰:

Sed hoc nomen amicorum in petitione latius patet quam in cetera vita; quisquis est enim, qui ostendat aliquid in te voluntatis, qui colat, qui domum ventitet, is in amicorum numero est habendus. Sed tamen, qui sunt amici ex causa iustiore cognationis aut adfinitatis aut sodalitatis aut alicuius necessitudinis, iis carum et iucundum esse maxime prodest.

Aber dieser Freundesbegriff erstreckt sich bei der Bewerbung weiter als im übrigen Leben; wer auch immer es nämlich ist, der dir irgendeine Zuneigung zeigt, der dich achtet, der dein Haus immer wieder aufsucht, der muss einfach zu den Freunden gezählt werden. Dennoch aber nützt es in besonderer Weise denen lieb und angenehm zu sein, die aufgrund eines angemesseneren Grundes Freunde sind: auf-

⁸ Comm. pet. 2. Tatsächlich hatte er bis zu seiner Bewerbung um den Konsulat noch keinen Konsular verteidigt.

⁹ Comm. pet. 19. Die *sodalitates* wurden üblicherweise als *collegia* bezeichnet, so dass sie hinsichtlich des Begriffes von den alten Genossenschaften der Handwerker nicht zu unterscheiden waren; s. F. M. Ausbüttel: Untersuchungen, 19.

¹⁰ Comm. pet. 16. Die deutsche Übersetzung ist Laser, *Commentariolum*, 69ff., entnommen.

grund einer Verwandtschaft, eines Angehörigenverhältnisses, der gemeinsamen Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft oder eines anderen engen Verhältnisses.

Der Autor differenzierte zwischen der *petitio* und der *cetera vita*; während des Wahlkampfes sollten die hehren Ideale der Führungsschicht und die Bevorzugung der Familienmitglieder einem gewissen Opportunismus Platz machen. Der Unterschied zwischen *tribules*, *vicini*, *clientes* oder *liberti* spielte in dieser Hinsicht keine Rolle. Jeder, der half und für einen Wahlsieg arbeitete, war zugleich ein *amicus*, und sei es lediglich *ad speciem*, um von der Zuneigung zu diesem Mann auch auf den Kandidaten ein wenig Glanz abfärben zu lassen¹¹.

Diese großzügige Verwendung des *amicus*-Begriffes, die eine eindeutige Abgrenzung zwischen *clientes* und *amici* nicht zulässt, reflektiert zumindest für den Zeitraum des Wahlkampfes ein hohes Maß an Vertraulichkeit gegenüber einer großen und sozial heterogenen Gruppe aus den führenden Männern des Staates und einfachen Freigelassenen. Eben diese persönliche Nähe äußerte sich im Verhalten des Kandidaten. Grundsätzlich war es dem Bewerber möglich, seine Anhängerschaft um Unterstützung zu bitten oder diese von ihnen gewissermaßen als Bringschuld einzufordern. Beide Verhaltensweisen lassen sich, allerdings mit unterschiedlicher Gewichtung, im *commentariolum* belegen.

Das Einfordern der Unterstützung von *amici* und *clientes*

Wäre es eine unbestrittene Selbstverständlichkeit gewesen, Klienten zur Unterstützung zu zwingen, hätte der Autor des *commentariolum* zweifellos häufiger Wörter verwendet, aus denen das Befehlen oder Kommandieren einzelner Tätigkeiten hervorgeht. Im Vergleich zu den Ausdrücken des Bittens, auf die im Folgenden eingegangen werden soll, finden sich jedoch Forderungen wesentlich seltener. Das eindeutige Einfordern von Leistungen wird viermal empfohlen¹², zweimal das Ermahnen der Anhängerschaft¹³.

¹¹ Comm. pet. 18.

¹² *Exigere*: comm. pet. 19: *munus exigere*; 37 *postulare*: 24; 38.

¹³ *Commonere* steht in beiden Fällen in Zusammenhang mit *rogare* (comm. pet. 4) oder *confirmare* und *curare* (19), so dass es in seiner Schärfe relativiert wird.

Wörter wie *iubere* oder *imperare* fehlen vollständig. Wenn der Kandidat Druck ausüben sollte, dann sollte er seinen Anhängern gegenüber Erwartungen artikulieren und deren erwartete Erfüllung spüren lassen¹⁴. Die Bezeichnung eines Anhängers als *amicus* war mit befohlenen Verhaltensweisen nicht zu vereinbaren.

Die demonstrative Bitte um Unterstützung

Allgemein wurde erwartet, dass der Bewerber potenzielle Wähler durch seine Autorität überzeugte¹⁵ oder aber die Bürger um ihre Stimme bat¹⁶, und zwar dadurch, dass er sich möglichst unablässig bei den Bürgern aufhielt¹⁷ – und dies mit der gebotenen Gründlichkeit¹⁸. Das mindeste, was ein Kandidat einrichten sollte, war physische Anwesenheit beim *populus Romanus*¹⁹. Geradezu selbsterniedrigend für die Bewerber, die aus früheren Ämtern das Kommandieren gewohnt waren, musste die Forderung klingen, sich demonstrativ den Mitbürgern gefällig zu erweisen (*inservire*²⁰/*studiose inservire*²¹), da sich die Kandidaten gewiß am wenigsten in irgendeiner Hinsicht als *servi* begriffen.

Häufig verweist das *commentariolum petitionis* auf die Wichtigkeit demonstrativer Gesten: Der Bewerber solle deutlich zu erkennen geben, dass er die Unterstützung gutheiße²². Er solle aber auch unverholen registrieren, wie groß der Einsatz seiner Anhänger war²³, und die Wahlhelfer nach Leistungsfähigkeit gründlich unterscheiden²⁴. Selbst wenn der Kandidaten an der Treue seiner Anhänger zweifle, so solle er dennoch nachhaltig jeglichen Zweifel leugnen²⁵. Ansonsten kam es darauf an, jeden einzelnen Wahlhelfer zu schätzen und

¹⁴ *Exspectare* wird zweimal in comm. pet. 24 verwendet.

¹⁵ *Persuadere*: comm. pet. 5; 45.

¹⁶ *Supplicare*: comm. pet. 8; *rogare*: comm. pet. 4; 5; 19; 21; 44; *petere*: comm. pet. 2 bis; 7; 10; 11; 13; 15; 27; 31; 43; 50; 51; 53; 54; 56; 58.

¹⁷ *Adsidue petere*: comm. pet. 43.

¹⁸ *Pete adsidue ac diligenter*: comm. pet. 50.

¹⁹ *Adesse populo Romano*: comm. pet. 8.

²⁰ Comm. pet. 21; 23; 24; 40.

²¹ Comm. pet. 49.

²² *Significare*: comm. pet. 23; 35; 36; 40; 42; 45. *Ostendere* und *significare* können auch zusammenfallen wie in comm. pet. 36: *gratius tibi esse significato atque ostendito*. Offensichtlich ist an eine besonders nachdrückliche Bekundung von Anerkennung gedacht.

²³ *Animadvertere, quantum a quoque proficiscatur*: comm. pet. 21; 22; 35; *plane*: comm. pet. 22; 37; 38; 40; 56.

²⁴ *Internosere*: comm. pet. 24; *perquirere et investigare*: comm. pet. 31; *iudicare et perpendere, quantum quisque posset*: comm. pet. 23.

²⁵ *Dissimulare*: comm. pet. 35.

dies auch deutlich zu machen²⁶. Die Kenntnis des Namens möglichst vieler Bürger schien Zeichen eines aufrechten Interesses zu sein²⁷. Sollten Hinderungsgründe bestehen, etwa eine Verteidigung zu übernehmen, so war eine Rechtfertigung hierfür zu geben, damit nicht der Eindruck etwaiger Distanzierung aufkam²⁸.

Induc, quod natura non habes

Die demonstrative Bitte um die Unterstützung der Bürger entsprach nicht in jedem Fall der Natur der Kandidaten. Daher empfahl der Autor des *commentariolum*, fehlende Charaktereigenschaften für die Dauer des Wahlkampfes als vorhanden zu heucheln²⁹. Müsse der Kandidat eine erwartete Dienstleistung verweigern, solle er freundlich verneinen³⁰ und auf andere Verpflichtungen hinweisen³¹. Es sei jedoch besser, gar nichts zu verweigern³². Ratsam sei vielmehr, jedem interessierten Zuhörer vor der Wahl alles mögliche zu versprechen³³. Auf jeden Fall sollten die Zuhörer in größerer Verbundenheit vom Bewerber weggehen als sie gekommen waren³⁴.

Den Mitgliedern der Führungsschicht war bewusst, dass der Zeitraum des Wahlkampfes grundverschieden vom übrigen Leben war. So musste ein Bewerber während seiner *petitio* die Freundschaft zu Menschen suchen, die ihm andernfalls nicht zugestanden worden wäre; ja, der Kandidat wäre kaum als solcher akzeptiert worden, hätte er sich nicht gerade um die Menschen bemüht, deren Freundschaft üblicherweise nicht opportun war³⁵.

Freundlichkeit und Volksnähe – Ausdruck der Selbstdarstellung der Führungsschicht

Die Auswertung der vom Autor des *commentariolum petitionis* verwendeten Wörter schließt zwar nicht aus, dass konkrete Handlungen oder Verhaltens-

²⁶ *Intellegat te magni se aestimare*: comm. pet. 26.

²⁷ Comm. pet. 32; 41; 50.

²⁸ Comm. pet. 30; 35; 36; 40; 45

²⁹ Comm. pet. 42.

³⁰ *Icunde negare*: comm. pet. 45.

³¹ Comm. pet. 40

³² Comm. pet. 45

³³ *Polliceri*: comm. pet. 47.

³⁴ Comm. pet. 49.

³⁵ Comm. pet. 25.

weisen der Kandidaten trotz allem einen imperativen Eindruck auf ihre jeweilige Anhängerschaft hervorriefen. Immerhin aber verdeutlicht die Wortwahl das Selbstdarstellung der Führungsschicht, der daran gelegen war, die Mitbürger, und zwar in allen gesellschaftlichen Gruppen, für sich zu gewinnen. Als ideale Verhaltensweise galt im Rahmen des Wahlkampfes, auf die Bürger freundlich zuzugehen³⁶, Unmut der Masse zu besänftigen³⁷, unliebsame Verhaltensweisen zu rechtfertigen³⁸, um Wählerstimmen zu bitten und auf die Interessen der Bürger einzugehen. Selbstherrliches Auftreten wäre in jedem Fall kontraproduktiv gewesen. Der Kandidat konnte seine Anhänger nicht zur Unterstützung zwingen, sondern höchstens moralischen Druck ausüben und ausstehende Gegenleistungen anmahnen. Eine beliebige Verfügungsmasse waren *amici* oder *clientes* nicht. Sie nahmen die unterschiedlichen Aussagen und materiellen Angebote der jeweiligen Bewerber zur Kenntnis und schlossen sich in leicht lösbarer Anhänglichkeit demjenigen an, der kurzfristig die attraktivsten Positionen darstellte. Aus diesem Grunde gewannen Kandidaten nicht durch das Ankündigen politischer Ziele, sondern aufgrund ihrer großen Popularität in der Bürgerschaft und – vor allem – bei den tonangebenden Zenturien der *prima* und *secunda classis* sowie den *equites*. Die Sympathien der Mitbürger sicherten sie sich durch demonstrativ volksfreundliches Verhalten, weil die Bürger in ihren potentiellen Beamten in erster Linie die Vertreter ihrer *commoda*, nicht aber arrogante Herren sehen wollten, die das Volk verachteten oder allerhöchstens zu kommandieren gedachten. Ein Mindestmaß an Popularität war Voraussetzung für den Wahlerfolg.

Die morgendliche *salutatio*

Die Tatsache, dass die Führungsschicht überhaupt eine Notwendigkeit darin sah, Mitbürger zu umwerben, verweist besonders deutlich auf die geringe Stabilität der vorhandenen Beziehungen. Wären die Bürger in stabile und zudem beliebig steuerbare Klientelen eingebunden gewesen, so wäre jeglicher Wahlkampf entbehrlich gewesen. Die Bindungen, die Kandidaten und potentielle Wähler während einer *petitio* eingingen, waren auf beiden Seiten von Interesse und Opportunismus geprägt. Ein eindrucksvolles Beispiel hierfür stellt die im *commentariolum* beschriebene morgendliche Aufwartung von *salutatores* im Hause des Kandidaten dar:

³⁶ Comm. pet. 42: *comitas tibi non deest*; vgl. 50.

³⁷ *Placare*: comm. pet. 26.

³⁸ *Purgare*: comm. pet. 35; 40.

In saluatoribus, qui magis vulgares sunt et hac consuetudine, quae nunc est, ad plures veniunt, hoc efficiendum est, ut hoc ipsum minimum officium eorum tibi gratissimum esse videatur; qui domum tuam venient, iis significato te animadvertere (eorum amicis, qui illis renuntiant, ostendito, saepe ipsis dicito); sic homines saepe, cum obeunt pluris competitores et vident unum esse aliquem, qui haec officia maxime animadvertat, ei se dedunt, deserunt ceteros, minutatim ex communibus proprii, ex fucosis firmi suffragatores evadunt³⁹.

Bei den Begrüßern, die mehr aus der Volksmasse stammen und nach der heutigen Gewohnheit zu mehreren Kandidaten kommen, muss man sich darum bemühen, dass dir gerade dieser äußerst unbedeutende Dienst von ihnen äußerst willkommen erscheint; wer zu deinem Haus kommt, denen gib zu erkennen, dass du es bemerkst (teile es ihren Freunden mit, die es jenen weitersagen, sage es ihnen oft selbst); auf diese Weise stellen sich Männer häufig, wenn sie mehrere Bewerber aufsuchen und sehen, dass einer dieses pflichtschuldige Verhalten besonders bemerkt, diesem zur Verfügung, verlassen die anderen und entwickeln sich nach und nach von gemeinsamen zu den eigenen, von unechten zu zuverlässigen Stimmwerbern.

Die *salutatio* galt als geringste Leistung (*minimum officium*) von Anhängern, weil sie von kurzer Dauer war, sich eher einfache Bürger aus dem Volk einfanden (*vulgares*) und selbst eine große Menge von Bürgern nur innerhalb des Hauses Eindruck machen konnte. Bei der *deductio* des Kandidaten auf das *forum* hingegen oder bei einer *adsectatio* ließ sich ein umfangreicher Anhang aus bekannten Bürgern in aller Öffentlichkeit zeigen⁴⁰. Hinzu kam, dass die *salutatores* in der Späten Republik (*hac consuetudine, quae nunc est*) mehrere Kandidaten (*plures competitores*) aufsuchten. Sie waren nicht an einen einzigen Bewerber gebunden oder in ihrem Abstimmungsverhalten festgelegt, sondern unabhängig in ihrer Entscheidung, wem sie am Wahltag ihre Stimme gaben (*communes/fucosi suffragatores*). Gerade in diesen Situationen war es für Kandidaten zwingend erforderlich, auch diesen *salutatores* möglichst freundlich und dankbar zu erscheinen (*efficiendum est, ut ... videatur*) und die Dankbarkeit demonstrativ gegenüber anderen Bürgern auszudrücken. Wenn die *salutatores* schließlich in privaten Unterredungen erfahren hätten, dass ein Kandidat ihre *officia* in besonderer Weise geschätzt hatte, würden sie – so die Hoffnung der

³⁹ Comm. pet. 35; Übersetzung aus Laser, *Commentariolum*, 83.

⁴⁰ Die Wirkung der Klientel war an ein Auftreten in der Öffentlichkeit gebunden, vgl. P. Brunt, *Fall*, 430f.; L. Burckhardt, *Strategien*, 26. Daraus resultierte Neid bei denjenigen, deren Klientel kleiner war: *Rhet. Her.* I 8.

Kandidaten – die Mitbewerber ignorieren und zu zuverlässigen Wählern (*proprii/firmi suffragatores*) werden. Der Wettbewerb um die Gunst der *salutatores* musste auf diese Weise zu immer größeren Versprechungen der Bewerber gegenüber den Wählern mit zunehmender Unverbindlichkeit führen. Die Stabilität derartiger Beziehungen konnte nur gering sein. Bewerber und Wähler wägen die jeweiligen Leistungen und die Leistungsbereitschaft des anderen ab und entschieden anschließend nach ihrem Nutzen, ob sie Unterstützung gewährten oder höflich distanziert blieben.

Aus diesem Grund scheinen bereits C. Gracchus und Livius Drusus die *salutatores* in drei Gruppen eingeteilt zu haben: Eine erste Gruppe, offensichtlich die engsten Vertrauten des Patrons, erhielt unmittelbaren Zutritt zum Kandidaten. Im *atrium* fanden sich die weniger engen Freunde als zweite Gruppe ein; wenn die Masse der *humiles*, die dritte Gruppe, nicht ohnehin außerhalb des Hauses blieb, erhielt sie nur kollektiv Zugang⁴¹. Der Kontakt zum Patron richtete sich nach dem *gradus dignitatis* der *salutatores*, der intime und erste Kontakt blieb auf prestigereiche Männer beschränkt, die ihrerseits aufgrund ihrer *auctoritas* den Eindruck vermittelten, der Patron verdiene Unterstützung⁴². Von größter Bedeutung waren daher angesehene wohlhabende Männer, deren Urteil sich weite Kreise der Bevölkerung anvertrauen zu können glaubten. Diese *amici* ließen sich nicht durch finanziellen Druck zur Unterstützung zwingen oder durch entsprechende Anreize gewinnen; sie mussten an ihre Gegenleistung freundlich erinnert und darum gebeten werden. Ärmeren Bürgern konnten zwar finanzielle Angebote in Aussicht gestellt werden, doch weil die Mitbewerber diese Angebote erhöhen konnten, wäre es hier kaum gelungen, Abhängigkeitsverhältnisse zu etablieren. Statt dessen musste ein Bewerber um ein politisches Amt auch gegenüber *salutatores humiles* Respekt erweisen. Die Art und Weise, wie die Kandidaten mit allen Bürgern interagierten, reflektierte ihr Selbstverständnis, im Interesse der Gemeinschaft die leitenden Positionen zu bekleiden⁴³.

⁴¹ Sen. ben. VI 33,3ff., besonders 34,2. H. Benner, Clodius 26, geht von 3-4 000 Klienten aus, die allmorgendlich ihre Aufwartung machten. Die eher geringe Wertschätzung der morgendlichen Begrüßung seitens der ärmeren Bürger zeigt sich in Columella, rr I 1,9: *mercennarii saluatoris mendacissimum aucupium* („äußerst verlogenes Haschen nach einem, der für Lohn seine Aufwartung macht“); Mart. III 58,33 hob den Sprecher ausdrücklich von der üblichen Praxis ab: *nec venit inanis rusticus saluator* („nicht wertlos kommt der Grüßer vom Lande“) und spottete über Corvus in ep. XIV 74,1: *Corve saluator, quare fellator habetis?* („Corvus, du Grüße, warum wirst du eigentlich für einen Lügner gehalten?“)

⁴² Comm. pet. 30: *ex his principes ad amicitiam tuam si adiunxeris, per eos reliquam multitudinem facile tenebis* („wenn du von diesen die führenden Männer zu deinen Freunden gemacht hast, wirst du durch sie die restliche Menschenmasse mit Leichtigkeit in der Hand halten“).

⁴³ Laser, Masse, 204f.

Klientelen waren im Rahmen des Wahlkampfes durchaus von Bedeutung. Die Anzahl der Klienten schien einen Aufschluss über das Leistungsvermögen des Bewerbers zu geben; sie waren *domestica ornamenta*⁴⁴. Je mehr *salutatores* das Haus aufsuchten und je mehr Bürger den Kandidaten den ganzen Tag über begleiteten, desto effektiver schien er sich um die Belange seiner Klienten zu bemühen. War er erfolglos, wenig kontaktfreudig oder unwillig, auf die Bedürfnisse der Bürger einzugehen, so gingen diese zur *salutatio* eines anderen Bewerbers und hofften auf dessen Gehör. Infolgedessen waren Klientelen keine Instrumente, mit denen Patrone die Masse steuerten. Vielmehr entschieden die Klienten ihrerseits, in wessen Obhut sie sich begaben und wie lange sie ihrem Patron treu blieben.

Zusammenfassung

Als Mittel der Information und Kommunikation⁴⁵ trugen *amicitiae* bzw. *clientelae* ihren Teil dazu bei, einerseits innenpolitische Spannungen zu reduzieren und andererseits die Sympathien für bestimmte Kandidaten zu vergrößern; deswegen mußte einem Bewerber daran gelegen sein, *amici* aus einem möglichst großen Teil der Gesellschaft zu gewinnen. Denn so konnte er sich auf die Vertretung von Anliegen vorbereiten, durch die er breite öffentliche Gunst gewann. Die Kommunikation innerhalb der Freundschaften und Klientelen diente der sozialen Integration: Indem die Bewerber die Verbindung zwischen den einzelnen Bürgern in der Stadt, auf dem Land oder in den Provinzen zur politischen Zentrale herstellten und aufrechterhielten, waren sie unverzichtbare Bindeglieder der in starkem Maße auf persönlichen Kontakten beruhenden *res publica Romana*⁴⁶. Die Verbindung musste im beiderseitigen Interesse aufzulösen sein, damit sich der *saluator* rechtzeitig einem noch leistungsfähigeren Kandidaten anschließen und der Kandidat prestigereiche *amici* zu sei-

⁴⁴ Cic. Cato 37, part. orat. 87; Sall. ep. II 11,3. – L. Burckhardt, *Elite*, 94.

⁴⁵ Klienten als Informanten: Cic. Sex. Rosc. 19. 96, p. red. ad Quir. 3, p. red. in sen. 20, de orat. III 225; Sall. Iug. 71,5. Als Elemente der Kommunikation stellte Cic. p. red. ad Quir. 3 die Klientelen neben *amicitiae*, *consuetudines*, *vicinitas*, *ludi* und *dies festi*, p. red. in sen. 20 reihte nach den Klientelen *liberti*, *familia*, *copia* und *litterae* aneinander. In beiden Fällen betonte er, daß er von ihnen jeweils über die Ereignisse in Rom unterrichtet worden sei. S. auch E. Flaig, *Lebensführung*, 210ff.; R. Laurence, *Rumour*, 65f.

⁴⁶ E. Badian, *Clientelae*, 286. – Die steigende Bedeutung der Italiker veranlasste Q. Cicero, seinem Bruder zu raten, er solle die Einteilung ganz Italiens in *tribus* kennen und in jedem *municipium*, in jeder *colonia*, *praefectura* und jedem *locus* ein *firmamentum* haben; comm. pet. 30. Die Kommunikation war insofern bilateral, als Marcus in jeder *regio* einen Mann bereitstellen sollte, der stellvertretend für den Kandidaten dessen Überzeugungen vertrat, comm. pet. 31.

ner eigenen Unterstützung gewinnen konnte. Zugleich dürfte es möglich gewesen sein, sich von Bewerbern oder *amici* zu trennen, die den eigenen Ruf zu gefährden drohten⁴⁷.

Der Wert einer Klientel oder einer *amicitia* für den Wahlerfolg eines Kandidaten hing von einer überzeugenden gegenseitigen und freiwilligen Einsatzbereitschaft im Wahlkampf ab⁴⁸. Daher war die Bereitschaft der Bürger, sich Kandidaten anzuschließen, aber sich auch in die Anhängerschaft anderer Kandidaten zu begeben, eine wirksame Möglichkeit, sozialen und politischen Einfluß außerhalb der bestehenden Institutionen auf die Handlungen der Führungsschicht auszuüben⁴⁹. Die Größe des Gefolges demonstrierte die Zustimmung der Bürger zu den Handlungen und der Umgänglichkeit eines Politikers⁵⁰; eine numerisch schwindende Klientel musste einen Politiker wegen des damit einhergehenden Prestigeverlusts zum Überdenken seiner Position und seiner Verhaltensweisen gegenüber seinen Mitbürgern zwingen. Die *amicitia/clientela* diente als vermittelnde Instanz zwischen den Belangen der Masse und den Erwartungen der Führungsschicht. Sie symbolisierte geradezu ihre Interdependenz.

Kein Patron konnte davon ausgehen, seine Position „durch simples, schematisches Manövrieren großer Klientenmassen“ zu stützen⁵¹. Klienten und Freunde gehörten selbstverständlich zu denjenigen Kräften, welche ein Politiker mobilisierte, aber sie bildeten nur einen Teil seines Anhangs, wie aus der genannten Position der *clientes* in der Mitte der Auflistung im *commentariolum* hervorgeht⁵². Ergänzend traten *cognati, adfines, gentiles, necessarii, vicini, tribules, amici, liberti* und – als Kommunikationsmittel – auch *servi* hinzu⁵³. Es kam für Amtsbewerber darauf an, möglichst viele unterschiedliche soziale Beziehungen durch freundliches und respektvolles Zugehen auf sozial Gleichrangige und Unterlegene zu knüpfen, um weithin bekannt sowie beliebt zu sein und auch über die Kontakte der Bekannten Prestige und Unterstützung zu erlangen. Allein im Vertrauen auf Klienten war eine Wahl nicht zu gewinnen, wes-

⁴⁷ Den Aspekt der gegenseitigen Abhängigkeit betont W. Eck, *Abhängigkeit*, bes. 47.

⁴⁸ So auch A. Drummond, *Cientes*, 101.

⁴⁹ A. Wallace-Hadrill, *Patronage*, 78f.

⁵⁰ *Comm. pet.* 37: ... *ad rem pertinere arbitror semper cum multitudine esse*.

⁵¹ So auch K.-J. Hölkeskamp, *Nobilität*, 256; North, *Counter-revolution*, 151.

⁵² *Comm. pet.* 17.

⁵³ *Cic. Cluent.* 94, *Mur.* 69, *ad Q. fr.* I 2,16, *Sex. Rosc.* 93, *Phil.* VI 12, VIII 26; *comm. pet.* 3. P. Brunt, *Fall*, 415f., vermutet zwar, dass die Reihenfolge der Glieder häufig zufällig war, dass aber auffälligerweise im historischen Verlauf die Klienten immer mehr aus der Auflistung ausschieden.

halb die vorhandenen Quellen einen Wahlerfolg durch das Mobilisieren lediglich von Klienten nicht bestätigen.

Die Achtung vor der Klientel eines Bewerbers konnte zwar die Sympathien der übrigen Bürger beeinflussen; den Wahlausgang aber bestimmte der Teil des *populus Romanus*, der sich zum Wahltermin auf dem Marsfeld einfand. Die Klienten stimmten nicht ohne weiteres im Sinne ihres Patrons, sondern erwarteten, wie *amici* mit allem gebührendem Respekt behandelt zu werden. Sie wollten in aller Form und Freundlichkeit um ihre Stimme gebeten werden – oder suchten sich einen anderen Patron. Insofern waren Klientelbeziehungen und *amicitiae* zumindest während der Zeit, als sich Marcus Tullius Cicero um den Konsulat bewarb, unverbindliche Zusagen auf Unterstützung und gekennzeichnet durch instabile Beziehungen, keinesfalls aber Druckmittel oder Garanten des Wahlerfolgs. Um die Sympathien seiner *amici* zu sichern, war vielmehr der Bewerber darauf angewiesen, politische Themen möglichst zu meiden⁵⁴ und sich den jeweiligen Wünschen seines potentiellen Anhangs anzupassen.

Die Attraktivität der *clientelae* und der *amicitiae* bestand in der Anzahl der Anhänger und der Zugehörigkeit zu den ausgezeichneten Männern der Bürgerschaft, die sich in den Beziehungen, so unverbindlich sie auch waren, ausdrückte. Selbst wenn das *commentariolum petitionis* nicht aus der Hand des Q. Cicero stammt, sondern ein Plagiator Textstücke vor allem aus dem Werk des Marcus Tullius Cicero zusammengesetzt hat, ändert sich nicht die Bedeutung der eher instabilen Bindungen einer Klientel für den Wahlkampf: Die Unterstützung durch eine differenzierte Anhängerschaft entsprang einer individuell empfundenen moralischen Verpflichtung oder in Aussicht gestellter materieller Vorteile und konnte, falls es der Bewerber an Umgänglichkeit fehlen ließ, einem anderen Kandidaten gewährt werden.

Quellen- und Literaturverzeichnis

M. Tulli Ciceronis scripta quae manserunt omnia fasc. 1, incerti auctoris de ratione dicendi ad C. Herennium lib. IV, recens. F. Marx, ND Leipzig 1964

⁵⁴ Comm. pet. 53: *Atque etiam in hac petitione maxime videndum est, ut spes rei publicae bona de te sit et honesta opinio; nec tamen in petendo res publica capessenda est neque in senatu neque in contione.* („Und man muss bei dieser Bewerbung vor allem darauf achten, dass eine gute Erwartung und eine ehrenhafte Meinung gegenüber deiner Amtsleitung besteht“).

- M. Tulli Ciceronis orationes I-VI, recogn. A. C. Clark/G. Peterson, Oxford, 1905-1911
- M. Tulli Ciceronis rhetorica II, ed. A. S. Wilkins, ND Oxford 1960
- L. Iunii Columellae rei rusticae I-II, rec. V. Lundström, Uppsala 1917
- Commentariolum petitionis, in: W. S. Watt: M. Tulli Ciceronis epistulae III, Oxford 1958, 192-212
- M. Valerii Martialis epigrammaton libri, recogn. W. Heraeus, Leipzig 1982
- C. Sallusti Crispi Catilina, Iugurtha, Historiarum fragmenta selecta, appendix Sallustiana, recogn. L. D. Reynolds, Oxford 1991
- Lucius Annaeus Seneca: Philosophische Schriften, hrsg. von M. Rosenbach, 5 Bde., Darmstadt, 2. unver. Auflage 1995
- F. M. Ausbüttel: Untersuchungen zu den Vereinen im Westen des Römischen Reiches (Frankfurter Althistorische Studien 11), Kallmünz 1982
- E. Badian, Foreign clientelae (264-70 B.C.), Oxford 1958, 286
- H. Benner, Die Politik des P. Clodius Pulcher. Untersuchungen zur Denaturierung des Clientelwesens in der ausgehenden römischen Republik (Historia Einzelschriften 50), Stuttgart 1987
- P. Brunt, The Fall of the Roman Republic and related Essays, Oxford 1988
- L. Burckhardt, Politische Strategien der Optimaten in der späten römischen Republik, Wiesbaden 1988
- L. Burckhardt, The political elite of the Roman republic: Comments on recent discussion of the concepts *nobilitas* and *homo novus*, in: Historia 39/1990
- A. Drummond, Early Roman *clientes* in Dionysius and Livy, in: A. Wallace-Hadrill (Hgg.): Patronage in ancient society, London–New York 1989
- W. Eck, Abhängigkeit als ambivalenter Begriff. Zum Verständnis von Patronus und Libertus in: Memorias de Historia antigua 2/1978
- E. Flaig, Politisierte Lebensführung und ästhetische Kultur. Eine semiotische Untersuchung am römischen Adel, in: Historische Anthropologie 1,3/1993
- M. Gelzer, Die Nobilität der römischen Republik, Leipzig–Berlin 1912
- K.-J. Hölkeskamp, Die Entstehung der Nobilität. Studien zur sozialen und politischen Geschichte der römischen Republik im 4. Jhdt. v. Chr., Stuttgart 1987
- G. Laser, Populo et scaenae serviendum est. Die Bedeutung der städtischen Masse in der Späten Römischen Republik (Bochumer Altertumswissenschaftliches Colloquium 29), Trier 1997

- G. Laser, *Das commentariolum petitionis. Text und Kommentar (Texte zur Forschung)*, Darmstadt 2000
- R. Laurence, *Rumour and Communication in Roman Politics*, in: *Greece & Rome* 41/1994
- J. A. North, *The Roman counter-revolution*, in: *JRS* 79/1989
- S. Treggiari, *Roman Freedmen during the Late Republic*, Oxford 1969
- L. Waibel, *Das commentariolum petitionis – Untersuchung zur Frage der Echtheit*, München 1969
- W. Waldstein: *Operae libertorum. Untersuchungen zur Dienstpflicht freigelassener Sklaven (Forschungen zur antiken Sklaverei 19)*, Stuttgart 1986
- A. Wallace-Hadrill, *Patronage in Roman society: From Republic to Empire*, in: *ders., Patronage in ancient society*, London–New York 1989

Dr. Günter Laser
Moerser Str. 265
D-47198 Duisburg