

# Die Wirkung von TV-Duellen in politischen Kampagnen: Mythen und Fakten

Mainz, 25.10.2007

Marcus Maurer  
Carsten Reinemann  
Institut für Publizistik

# Fernsehdebatten in Wahlkämpfen



# Fernsehdebatten in Wahlkämpfen

YouTube  
Broadcast Yourself™

Videos Categories Channels Community

Search

2008 SC CNN/ YouTube Democratic Debate (Part 1)



From: [Hobobob10](#)  
Joined: 6 months ago  
Videos: 143

About This Video  
This is part 1 of the 2008 Democratic Presidential Debate between Hillary Clinton and Barack Obama.

► More From: Hobobob10

▼ Related Videos

- [2008 SC CNN/ YouTube Democratic Debate \(Part 2\)](#)  
05:48 From: [Hobobob10](#)  
Views: 54,426
- [2008 SC CNN/ YouTube Democratic Debate \(Part 4\)](#)  
06:26 From: [Hobobob10](#)  
Views: 38,206
- [2008 SC CNN/ YouTube Democratic Debate \(Part 3\)](#)  
06:20 From: [Hobobob10](#)  
Views: 35,095

# Fernsehdebatten in Wahlkämpfen



# Besonderheiten von Wahlkampfdebatten

- ***Größe des Publikums:***  
Mehr Zuschauer als jedes andere Wahlkampfereignis
- ***Struktur des Publikums:***  
Unentschlossene, Late-deciders und Gegner
- ***Format:***  
Dauer, Argumentation, direkter Schlagabtausch
- ***Massive Vor- und Nachberichterstattung***  
Auch die Nicht-Zuschauer werden erreicht

# Wirkungen von Wahlkampfdebatten

- **Während der Debatte:**

- Kurzfristige, unmittelbare Wahrnehmungen

- **Nach der Debatte:**

- Urteile über den Duellsieger
- Meinungen über die Kandidaten (Image)
- Wissen (über die Lage des Landes, Programme etc.)
- Kriterien für die Wahlentscheidung (Priming)
- Einschätzung, wer die Wahl gewinnt
- Wahlabsicht

- **Nach der Berichterstattung über die Debatte:**

- wie oben

# Mutmaßungen über Wirkungen

**Wie viele Stimmen bringt das dem Kanzler?**



Ein Bild voller Liebe und Zärtlichkeit: Bundeskanzler Gerhard Schröder (61, SPD) mit seiner Frau Doris Schröder-Köpf (42) beim Parteitag der vergangenen Woche  
Foto: REUTERS

## Wirbel um Liebes-Erklärung im TV

Von U. BRENDLIN, T. LOBE, und K. UGOWSKI  
Berlin - Deutschland diskutiert über die TV-Liebeserklärun...  
Königswinter - Bundeskanzler Gerhard Schröder an seine...  
Frau Doris (...das ist nicht zuletzt der Grund, weshalb ich sie liebe").

fallen können, „aber da hat jeder seinen eigenen Stil“. Die FDP-Bundestagsabgeordnete Ulrike Flach war Schröder einen plumpen Wahlkampftrick vor: „Geschmacklos“.

Die CDU-Bundestagsabgeordnete Vera Lengsfeld:

„mutig und anrührend“. Grünen-Chef Reinhard Bütikofer: „Ich finde es total richtig, wie er für sie eingetreten ist.“ Und wie urteilen Deutschlands Medien-Frauen? Marina Ruperti, „Mona Lisa“-Moderatorin: „Auf mich kommt bei den Wählern.“

Katja Burkard, „RTL Punkt 12“-Moderatorin: „Zuerst war ich irritiert, dachte, daß gehört da nur wirklich nicht hin. Aber warum eigentlich nicht? Mehr Stimmen wird ihm das aber nicht bringen.“

Und was sagen die Meinungsforscher? Ennid-Chef Klaus-Peter Schöppner: „Ich glaube nicht, daß Schröder damit punktet. Viele Wähler könnten den Verdacht haben, daß es sich nur um einen Wahlkampfzug gehandelt hat.“

# Mutmaßungen über Wirkungen

The screenshot shows the homepage of FAZ.NET (Frankfurter Allgemeine Zeitung) on November 23, 2006. The top navigation bar includes links for 'Aktuell', 'Investor', 'Marktplätze', 'Archiv', and 'F.A.Z.'. Below this, a secondary navigation bar lists categories: 'Politik', 'Gesellschaft', 'Wirtschaft', 'Finanzmarkt', 'Sport', 'Feuilleton', and 'Reise'. The main headline reads 'FAZ.NET > Große Koalition > Nachrichten'. The article text is enclosed in a red box.

Wendepunkt im Wahlkampf sei das TV-Duell gewesen, in dem Frau Merkel zwar inhaltlich eine „exzellente Figur“ gemacht habe, Bundeskanzler Gerhard Schröder jedoch durch das Liebesbekennen zu seiner Frau emotionaler gewirkt habe. „Heute wissen wir, daß diese Aussage eine Schneise geschlagen hat in der Zustimmung zu Schröder und der SPD“, sagte Stoiber.



Einen entsprechenden Antrag verabschiedeten die JU-Delegierten am Sonntag kurz vor dem Auftritt von Merkel einstimmig auf ihrem Deutschlandtag in Augsburg. Am

# Analyse von Wirkungen

Vor dem  
Duell

Während  
des Duells

Unmittelbar  
nach dem Duell

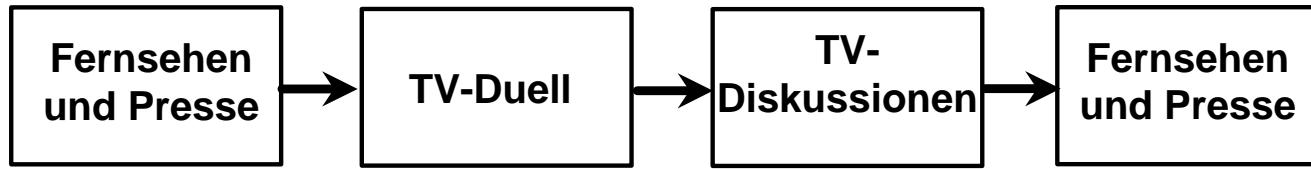
1-3 Tage  
nach dem Duell

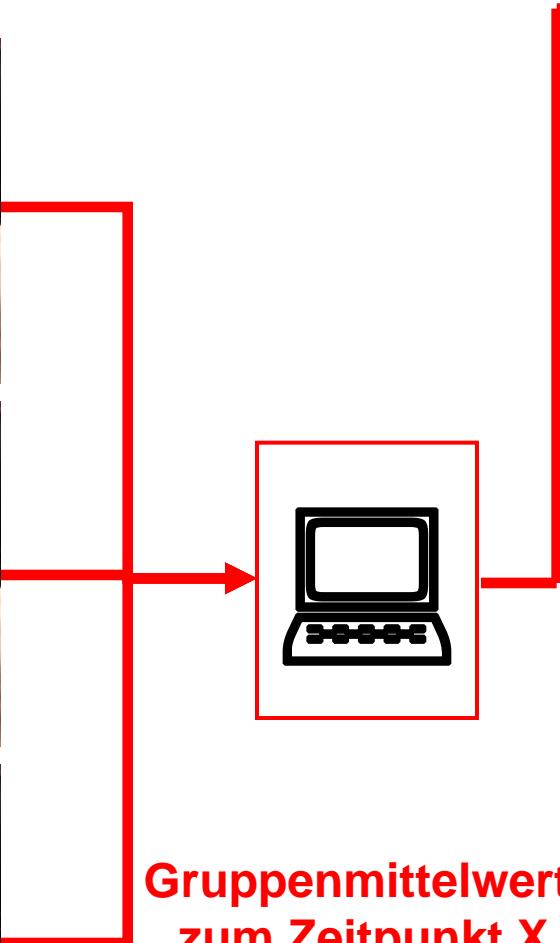
4-5 Tage  
nach dem Duell

## Quasi-experimentelle Untersuchung (Panel)



## Inhaltsanalysen





# Gruppenmittelwert zum Zeitpunkt X

629 : id30

	zeit	id															
		26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
628	0:11:57	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
629	0:11:58	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
630	0:11:59	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
631	0:12:00	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
632	0:12:01	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
633	0:12:02	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
634	0:12:03	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
635	0:12:04	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	1	5	5	5	4	5
636	0:12:05	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5
637	0:12:06	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
638	0:12:07	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
639	0:12:08	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
640	0:12:09	7	5	5	5	5	7	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
641	0:12:10	7	5	5	5	5	7	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
642	0:12:11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
643	0:12:12	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5
644	0:12:13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
645	0:12:14	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
646	0:12:15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
647	0:12:16	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
648	0:12:17	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4

# Gesamtmittelwert Zuschauer X

# **TV-Duelle: Mythen und Fakten**



**In TV-Duellen erfahren die Wähler etwas Konkretes über die Ziele der Parteien**

# Diskussionsgegenstände im TV-Duell 2005

	Schröder (n=2281) %	Merkel (n=2302) %	Moderatoren (n=946) %	Gesamt (n=5529) %
Inhaltliche Position	51	50	32	47
Lage des Landes	22	20	13	19
Politische Kompetenz	10	11	12	11
Persönlichkeit	6	3	4	4
Sonstiges	5	7	19	8
Kein Gegenstand erkennbar	7	9	19	11
Summe	101	100	99	100

# Rhetorische Strategien im TV-Duell 2005

	Schröder (n=2281) sec	Merkel (n=2302) sec	Moderatoren (n=946) sec	Gesamt (n=5529) sec
<b>Evidenzen</b>				
Zahlenbeleg	256	144	73	473
Zitat/Referat	33	35	100	168
Historischer Beleg	92	81	17	190
<b>Emotionale Appelle</b>				
positiv	232	121	3	356
negativ	278	267	75	620
Gemeinplätze	192	441	16	649

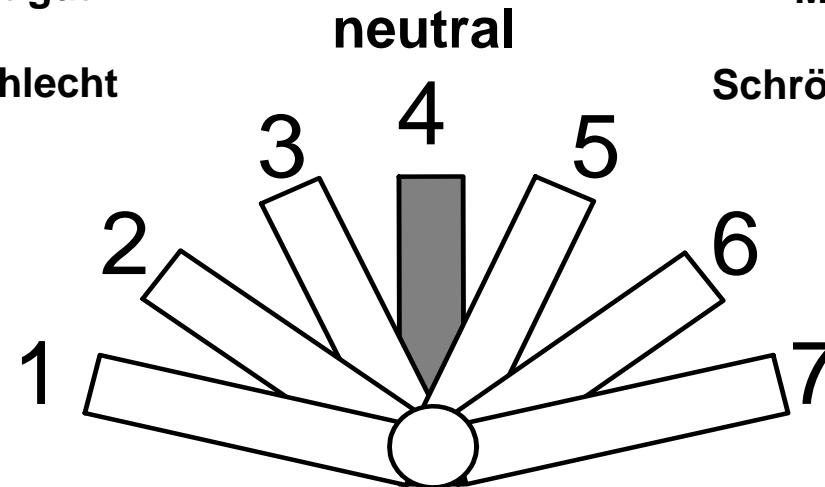
**In TV-Duellen lassen sich die Wähler  
mit Fakten überzeugen**

# Skalen-Belegung des Drehreglers (TV-Duell 2005)

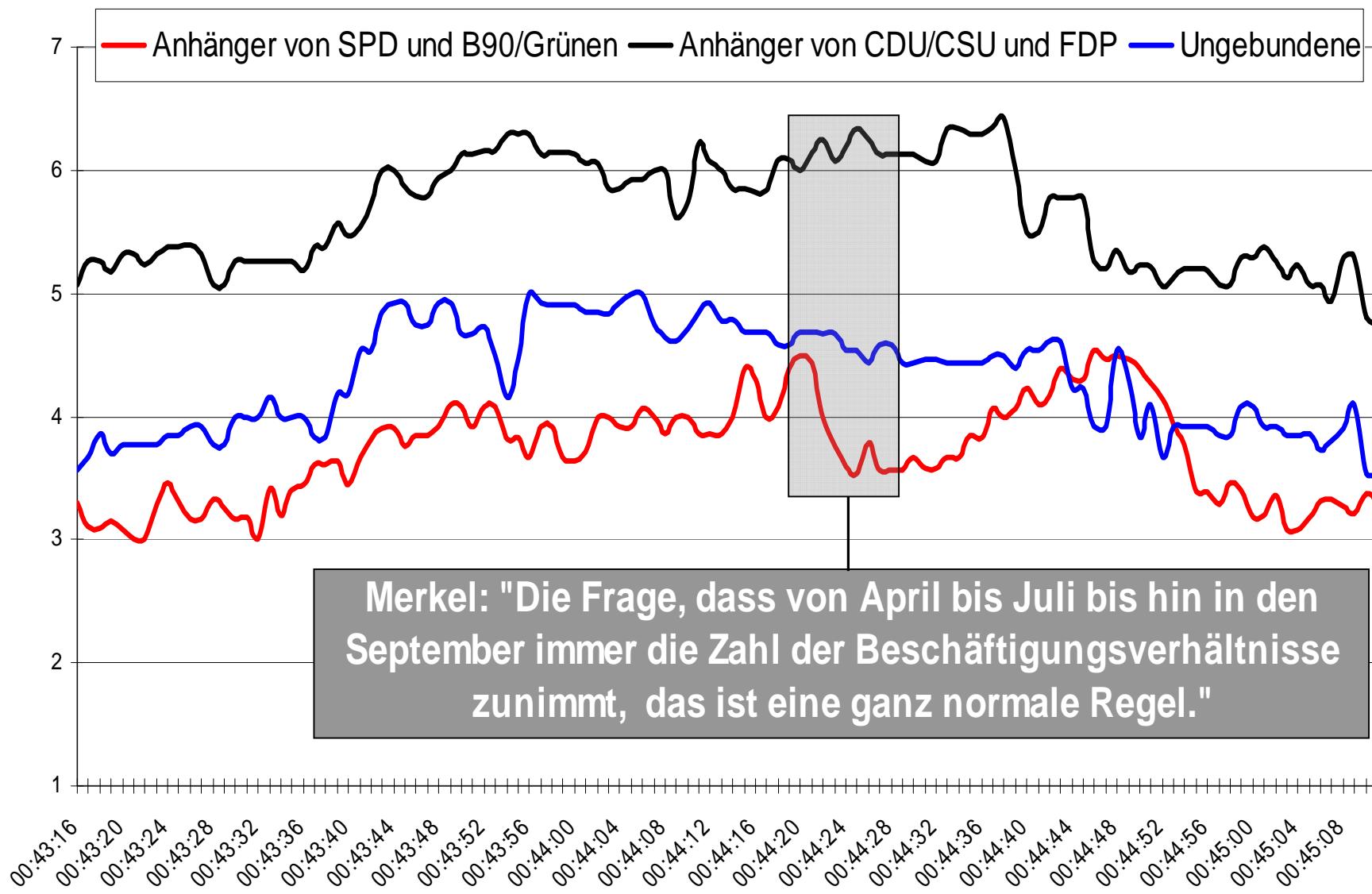
Im Augenblick ist mein Eindruck von der Debatte:

Schröder ist gut  
oder  
Merkel ist schlecht

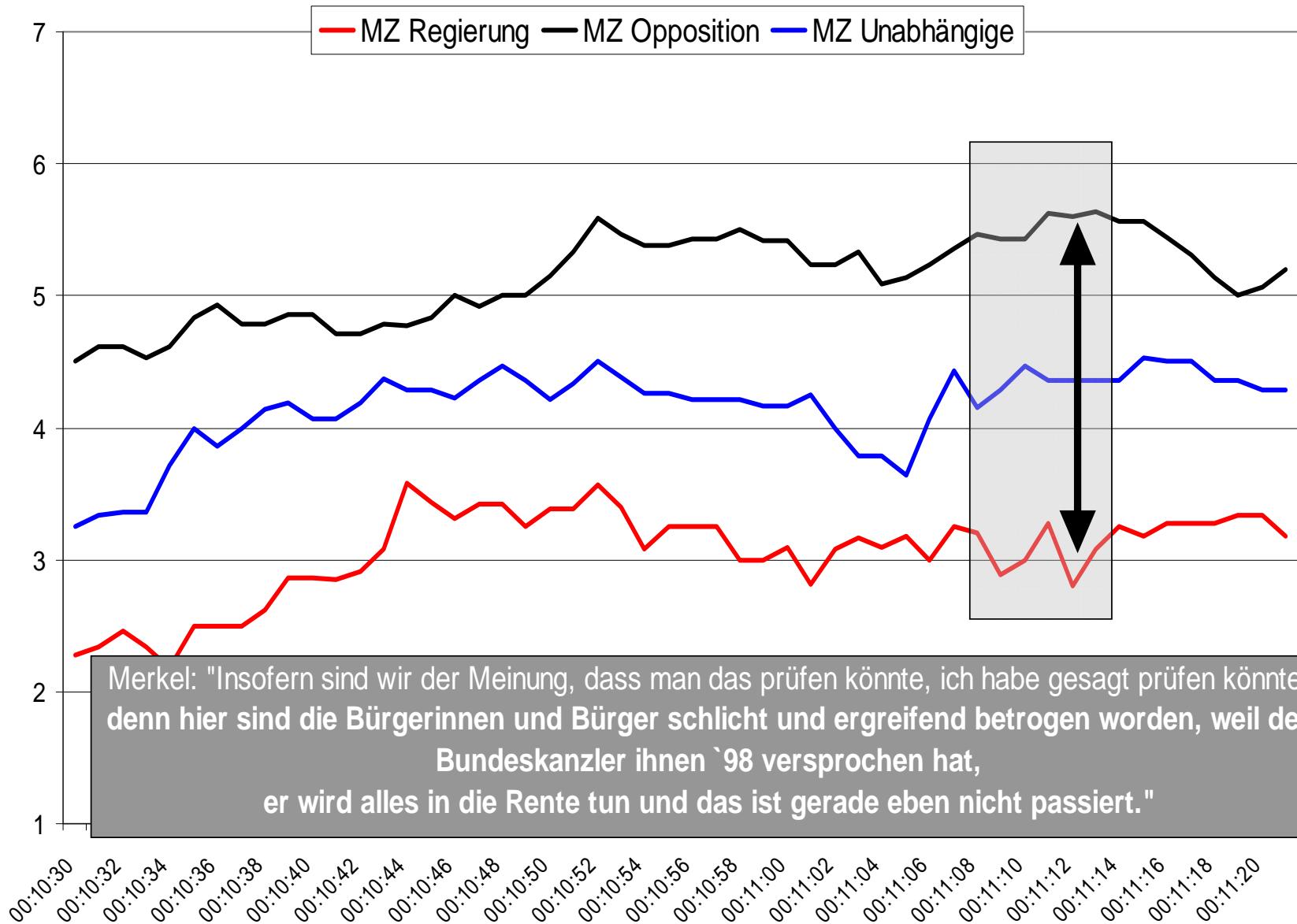
Merkel ist gut  
oder  
Schröder ist schlecht



# Fakten polarisieren das Publikum



# Polarisierung durch Fakten und Kritik am Gegner



**In TV-Duellen kommt es vor allem  
auf die Körpersprache an**

21:51:20  
ARD

wahlos 1

21:51:29  
ARD

wahlos 1

21:51:33  
ARD

wahlos 1

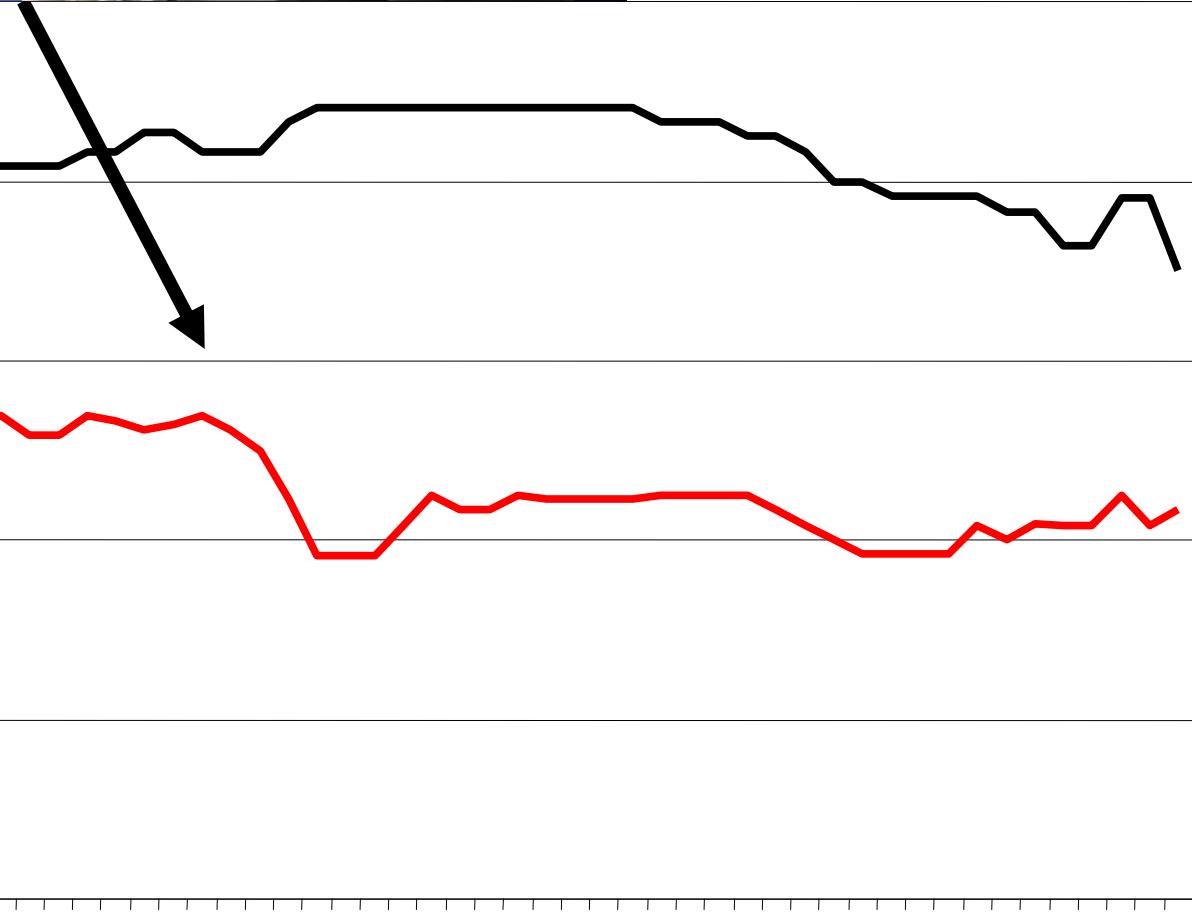


Vorteil Merkel

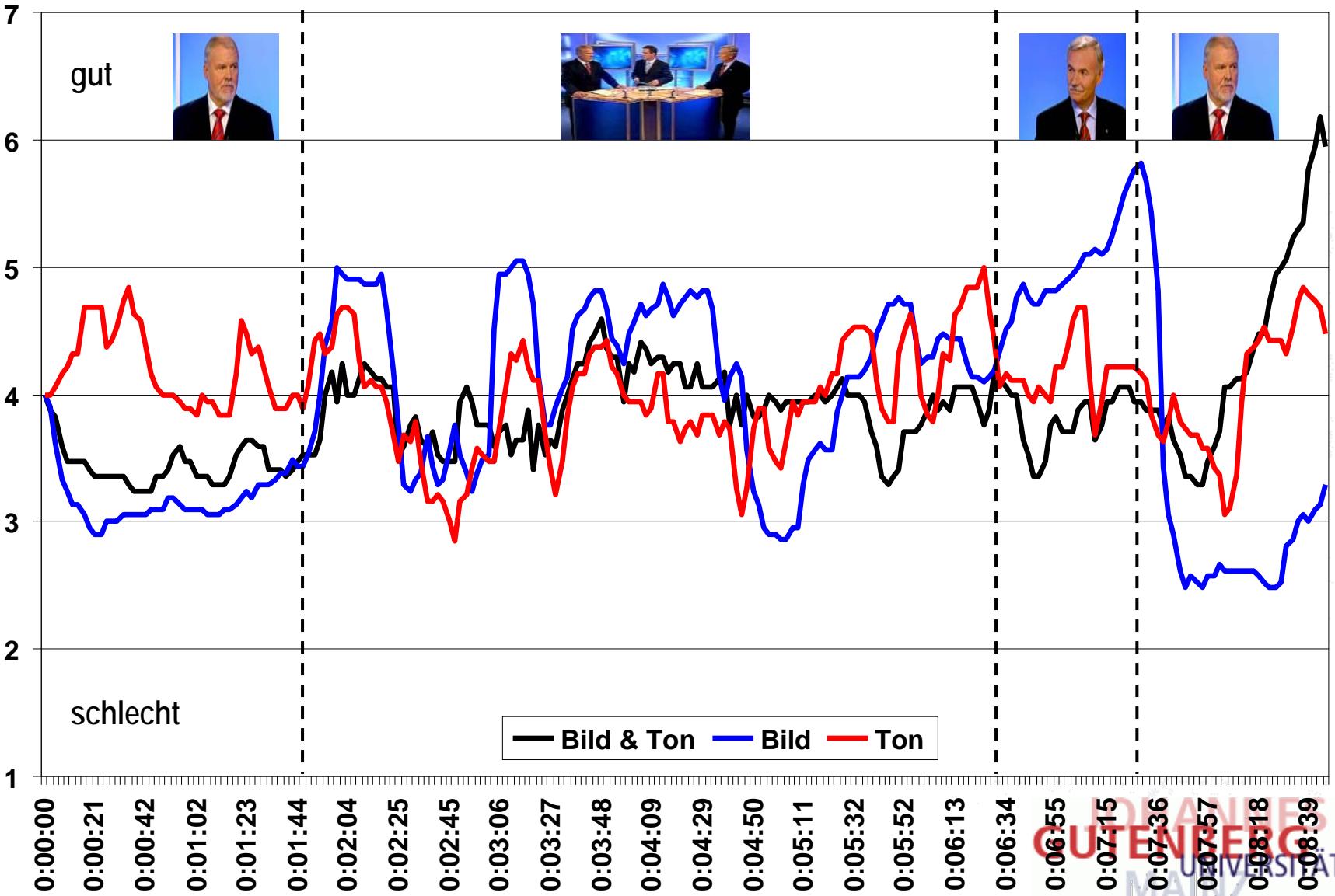
7,00  
6,00  
5,00  
4,00  
3,00  
2,00  
1,00GÖFAK  
4. 9. 2005GÖFAK  
4. 9. 2005GÖFAK  
4. 9. 2005

Vorteil Schröder

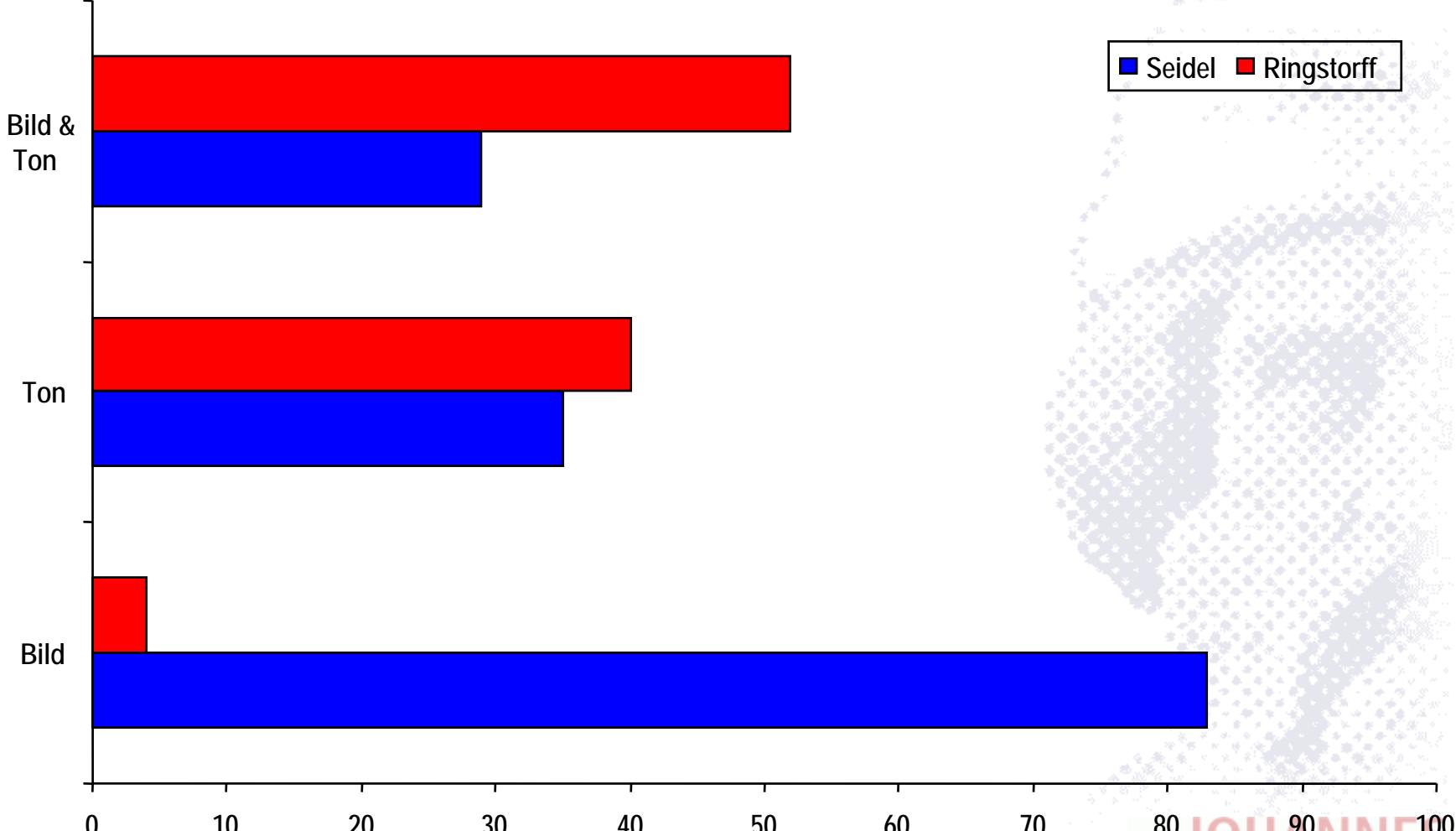
01:22:29 01:22:34 01:22:39 01:22:44 01:22:49 01:22:54 01:22:59 01:23:04 01:23:09 01:23:14 01:23:19 01:23:24 01:23:29



# Ein Experiment zur Wirkung von verbalen und visuellen Signalen (TV-Duell in Mecklenb.-Vorp. 2006)



# Gesamteindruck von den Kandidaten: Wer war besser?



**TV-Duelle werden vor allem  
mit Emotionen gewonnen**

# Mutmaßungen über Wirkungen

**Wie viele Stimmen bringt das dem Kanzler?**



Ein Bild voller Liebe und Zärtlichkeit: Bundeskanzler Gerhard Schröder (61, SPD) mit seiner Frau Doris Schröder-Köpf (42) beim Parteitag der vergangenen Woche  
Foto: REUTERS

## Wirbel um Liebes-Erklärung im TV

Von U. BRENDLIN, T. LOBE, und K. UGOWSKI  
Berlin - Deutschland diskutiert über die TV-Liebeserklärun-  
gen des Bundeskanzlers Gerhard Schröder an seine Frau Doris („das ist nicht zuletzt der Grund, weshalb ich sie liebe“).

fallen können „aber da hat jeder seinen eigenen Stil“. Die FDP-Bundestagsabgeordnete Ulrike Flach war Schröder einen plumpen Wahlkampftrick vor: „Geschmacklos“.

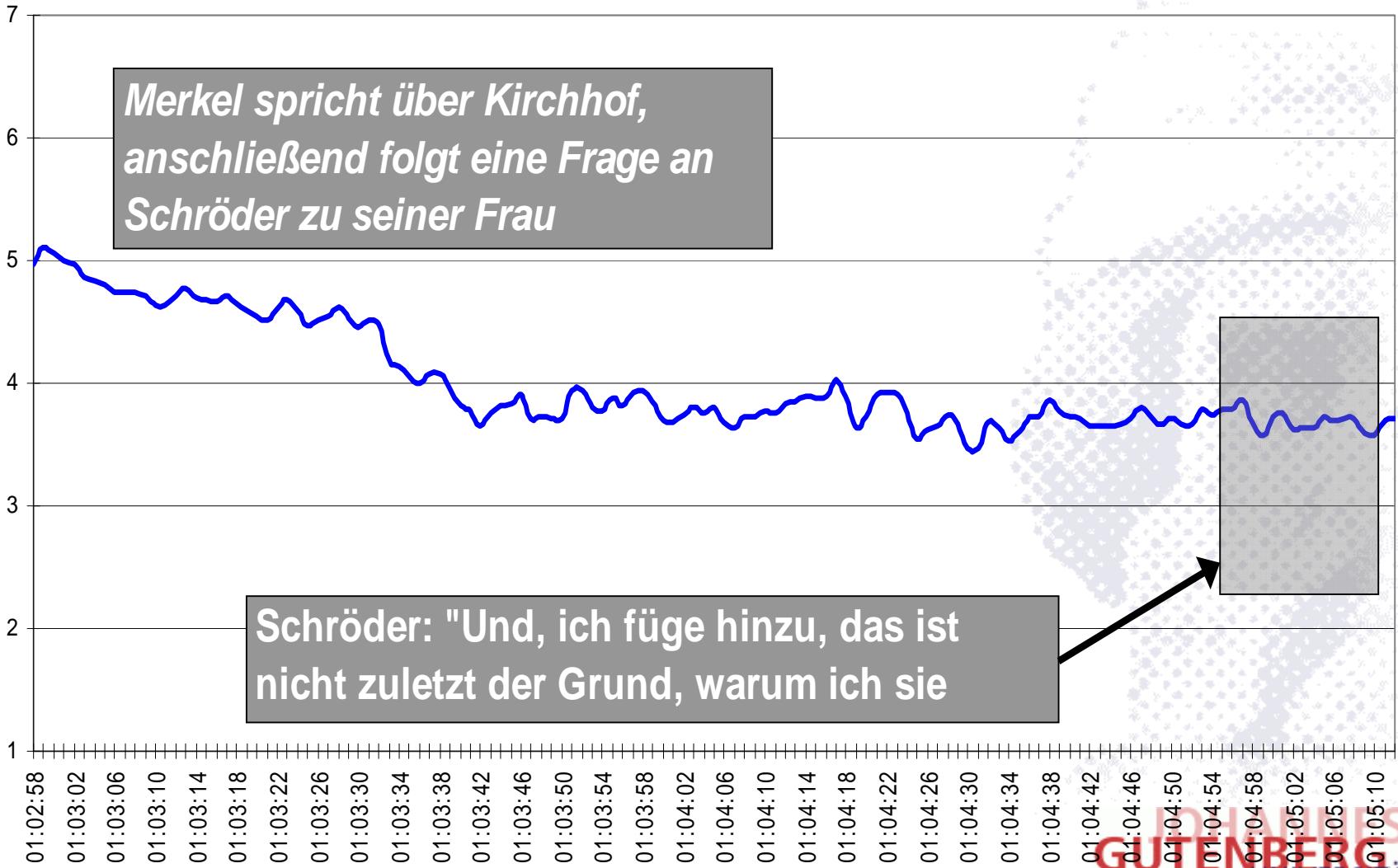
Die CDU-Bundestagsabgeordnete Vera Lengsfeld:

„mutig und anrührend“. Grünen-Chef Reinhard Bütikofer: „Ich finde es total richtig, wie er für sie eingetreten ist.“ Und wie urteilen Deutschlands Medien-Frauen? Marina Ruperti, „Mona Lisa“-Moderatorin: „Auf mich kommt bei den Wählern.“

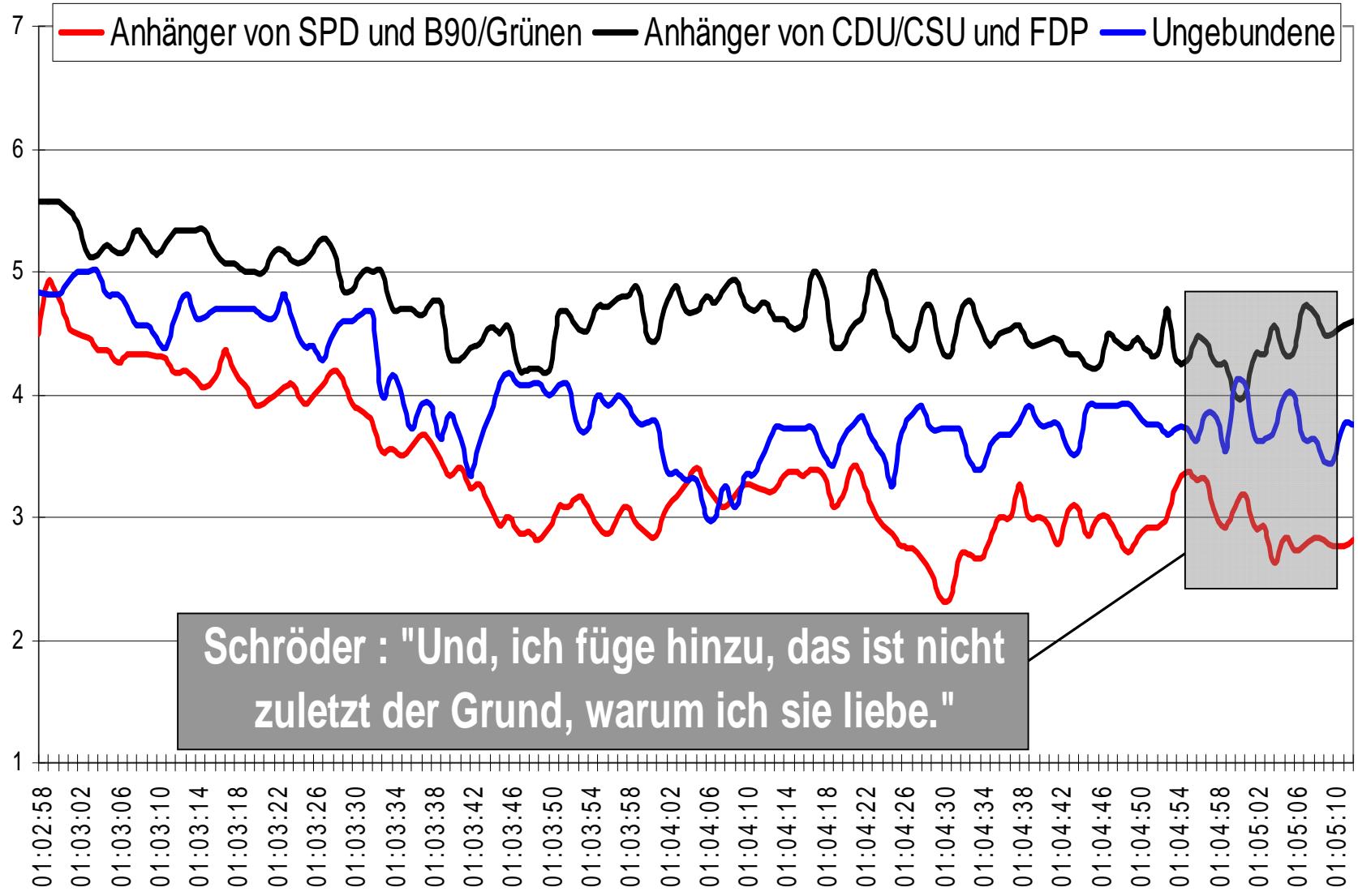
Katja Burkard, „RTL Punkt 12“-Moderatorin: „Zuerst war ich irritiert, dachte, daß gehört da nun wirklich nicht hin. Aber warum eigentlich nicht? Mehr Stimmen wird ihm das aber nicht bringen.“

Und was sagen die Meinungsforscher? Ennid-Chef Klaus-Peter Schöppner: „Ich glaube nicht, daß Schröder damit punktet. Viele Wähler könnten den Verdacht haben, daß es sich nur um einen Wahlkampfzug gehandelt hat.“

# Schröders “Liebeserklärung”

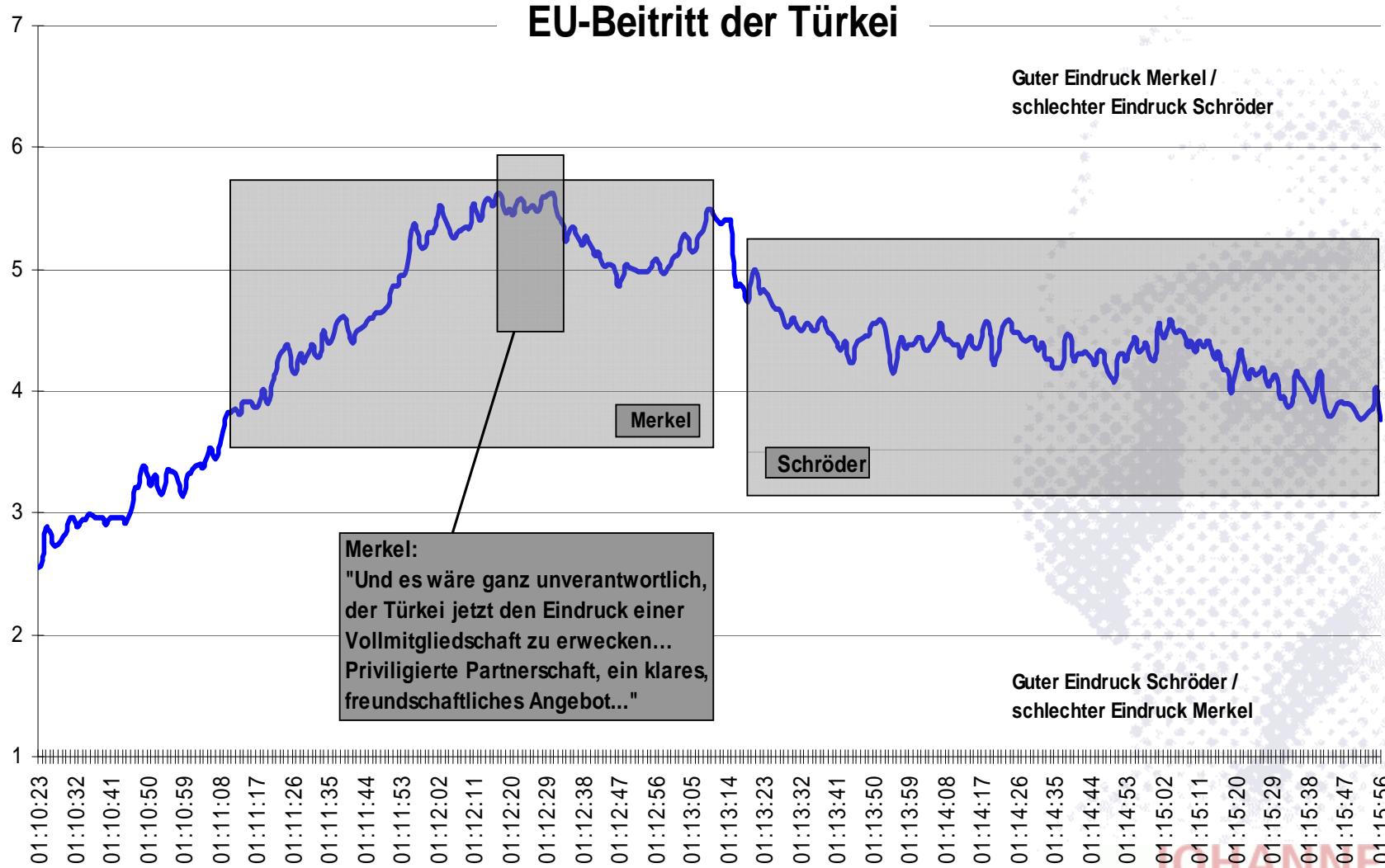


# Schröders “Liebeserklärung”

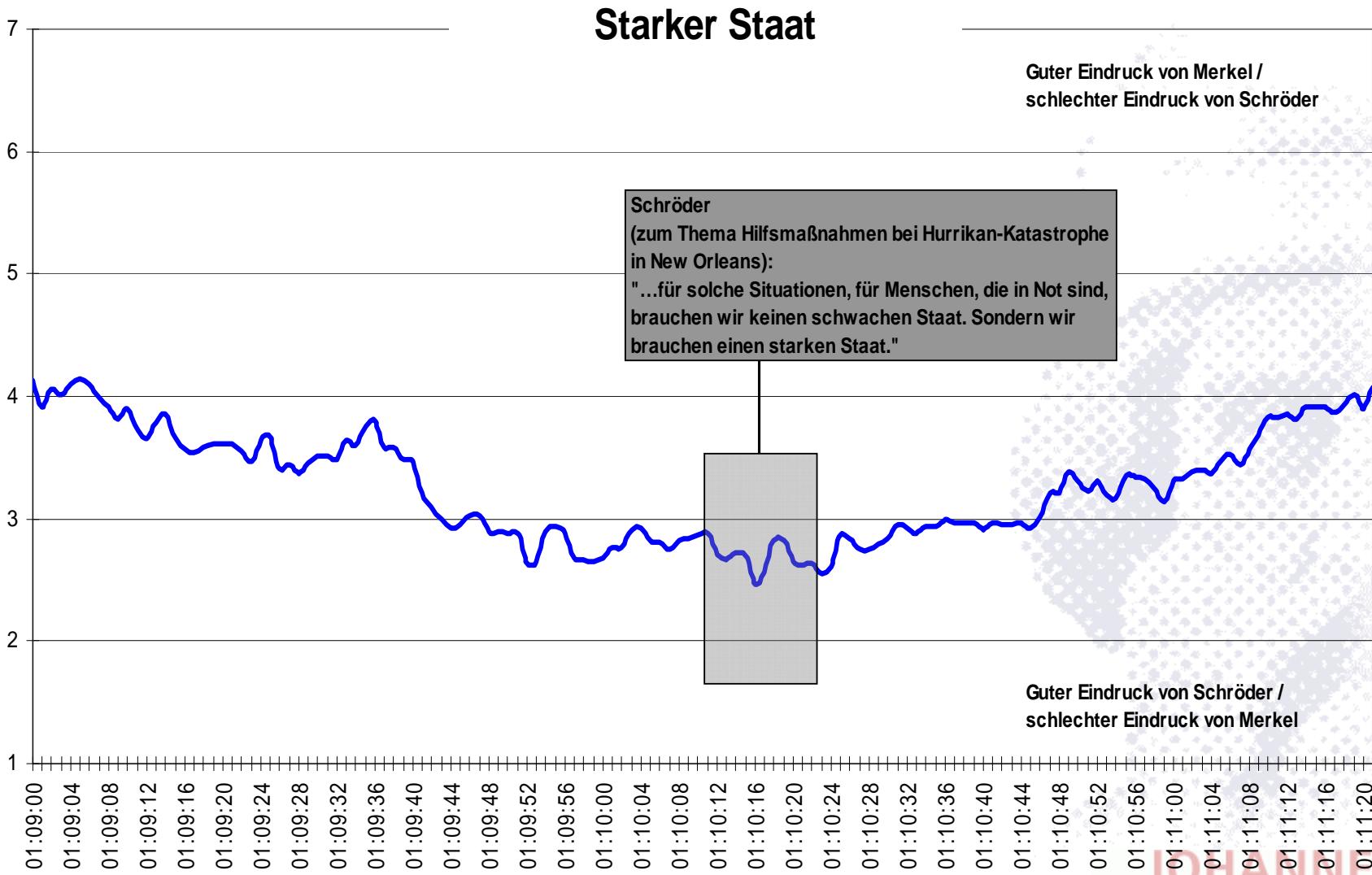


# Wie man die Wähler wirklich überzeugt

# Die erfolgreichste Aussage des TV-Duells 2005

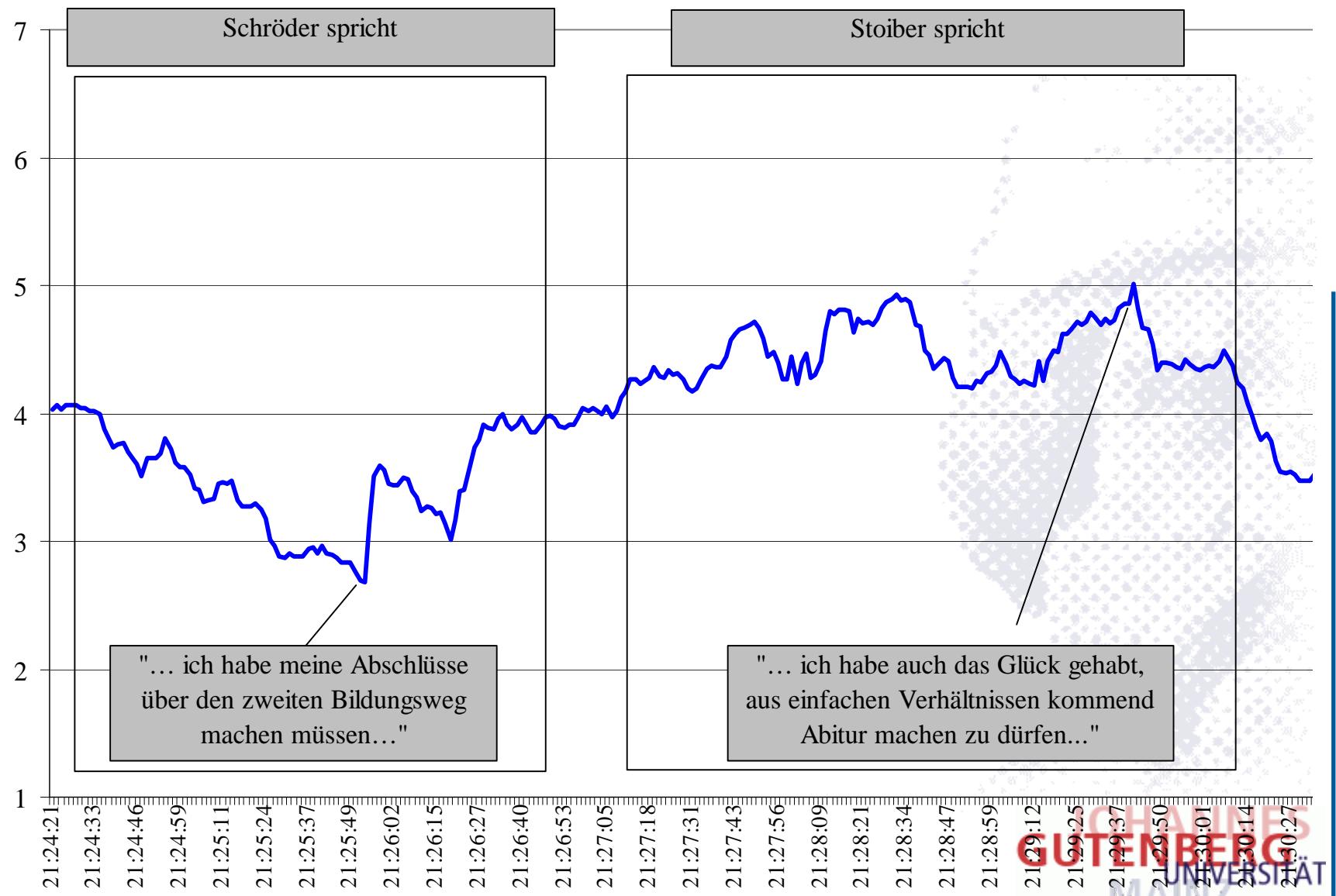


# Schröders erfolgreichste Aussage 2005



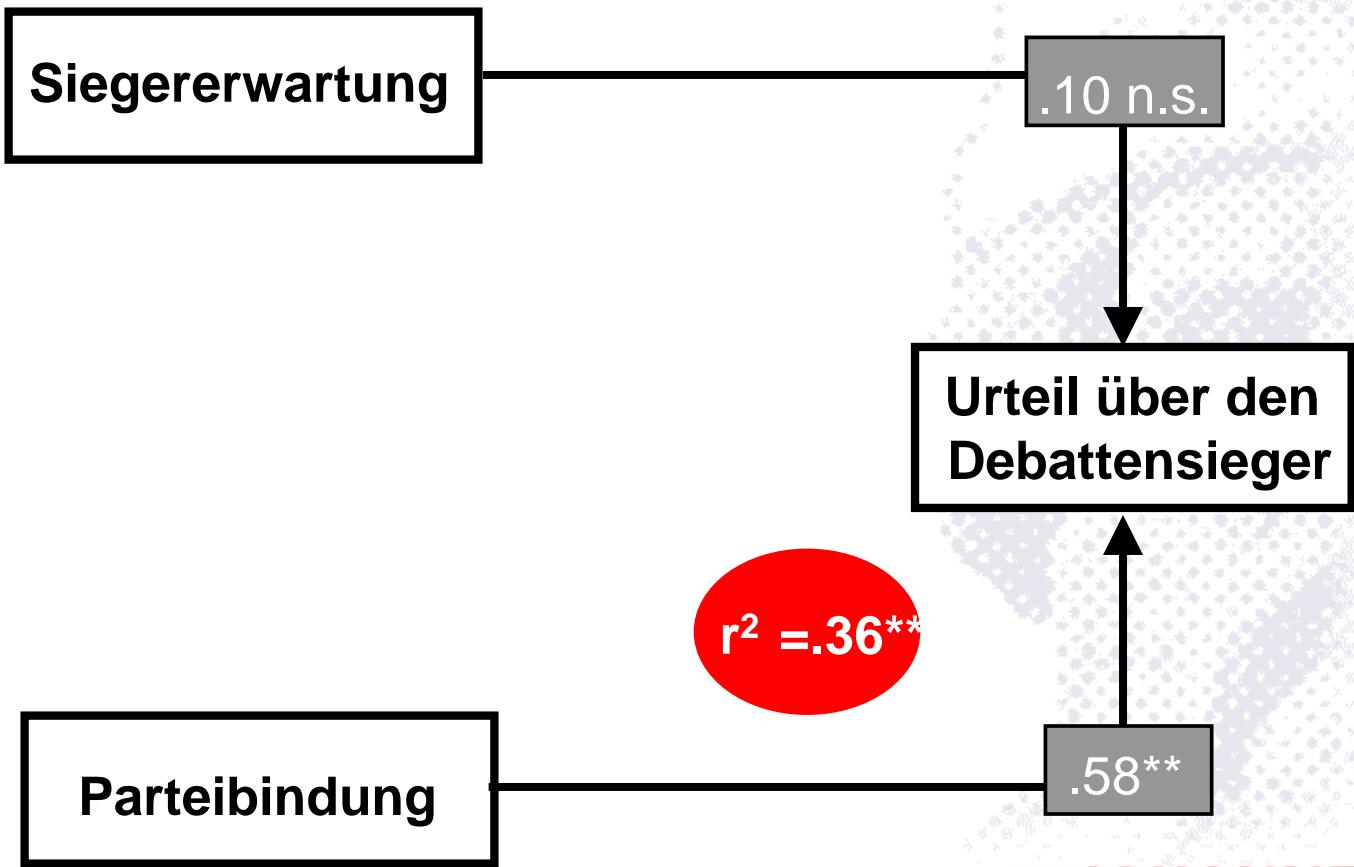
# Überzeugen durch Gemeinplätze und Personalisierung

## Diskussion über Bildung im 2. Duell 2002

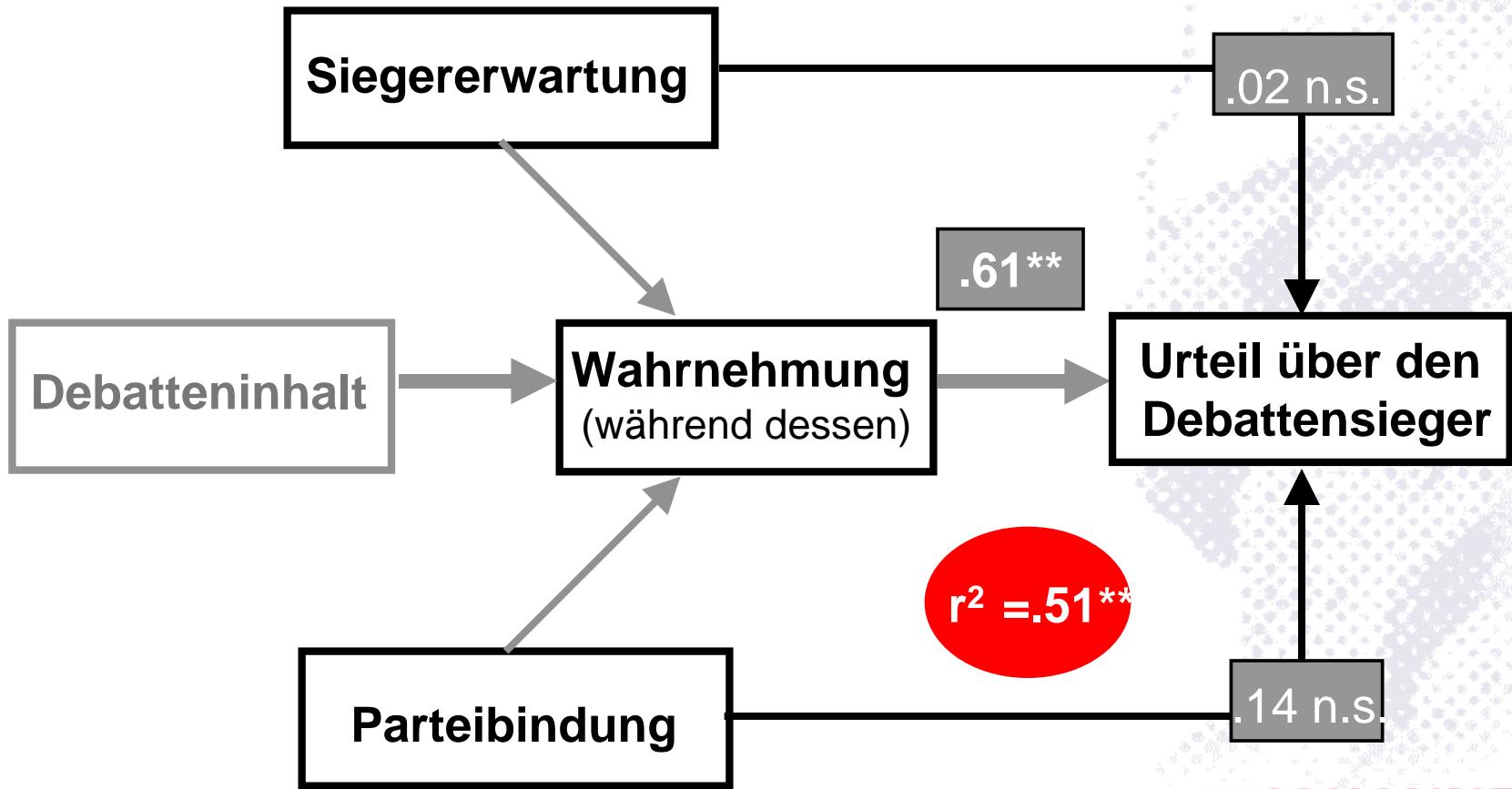


**TV-Duelle bewirken nicht viel, weil die Wähler  
nur sehen, was sie sehen wollen**

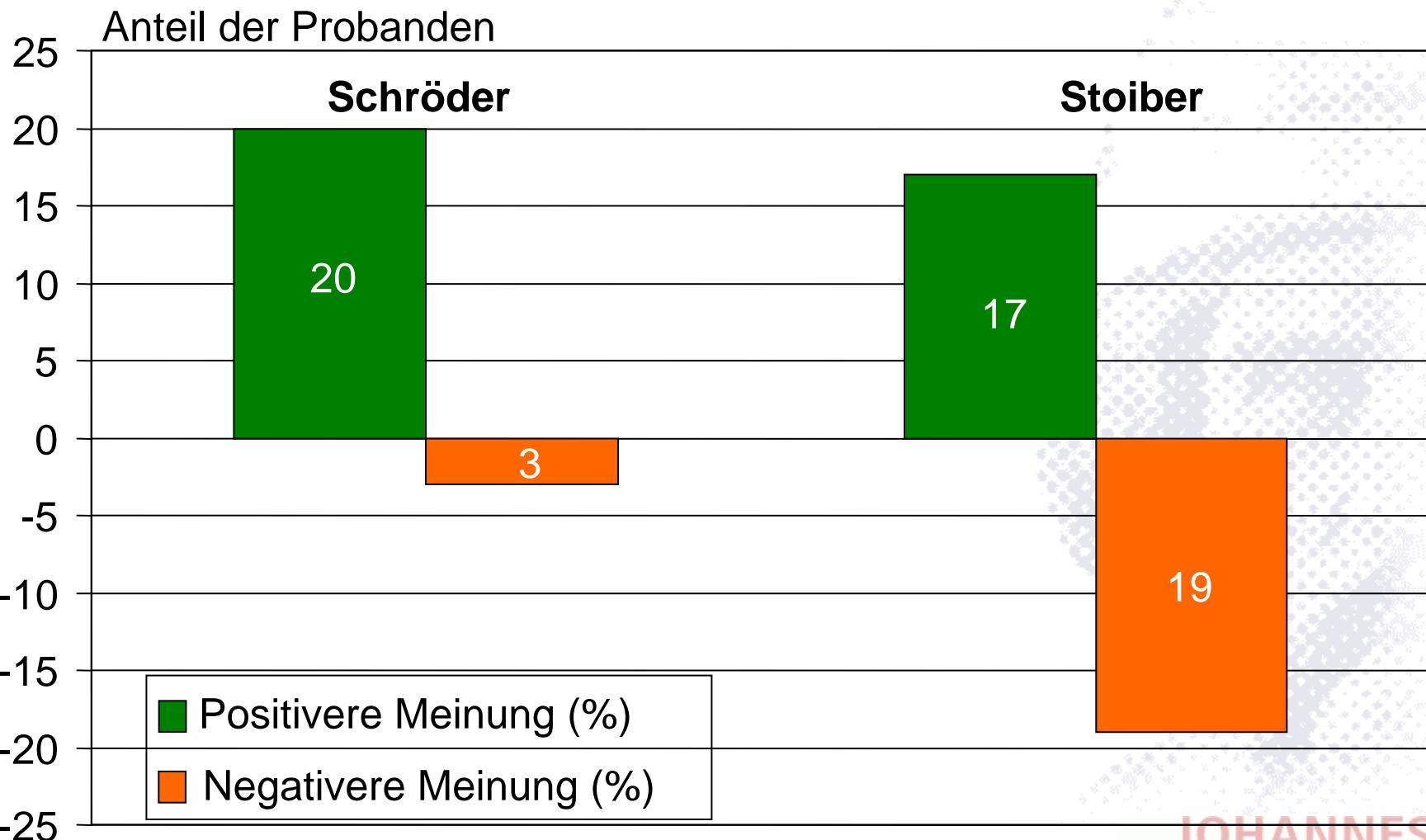
# TV-Duelle selbst beeinflussen Siegerurteile (Duell 2005)



# TV-Duelle selbst beeinflussen Siegerurteile (Duell 2005)



# TV-Duelle verändern die Meinungen über die Kandidaten (2. Duell 2002)



# TV-Duelle verändern das Wissen der Wähler ...aber vergrößern es nicht unbedingt (2. Duell 2002)

Arbeitslosigkeit 2002...	Vor der Debatte %	Nach der Debatte %
<i>Im Vergleich zu 1998</i>		
Mehr	41	21
Weniger	27	57
Genauso viel	28	21
Weiß nicht	4	-
<i>Im Vergleich zu anderen EU-Staaten</i>		
Mehr	43	32
Weniger	20	37
Genauso viel	28	21
Weiß nicht	9	9

# TV-Duelle verändern die Kriterien für Wahlentscheidungen (Duell 2005)

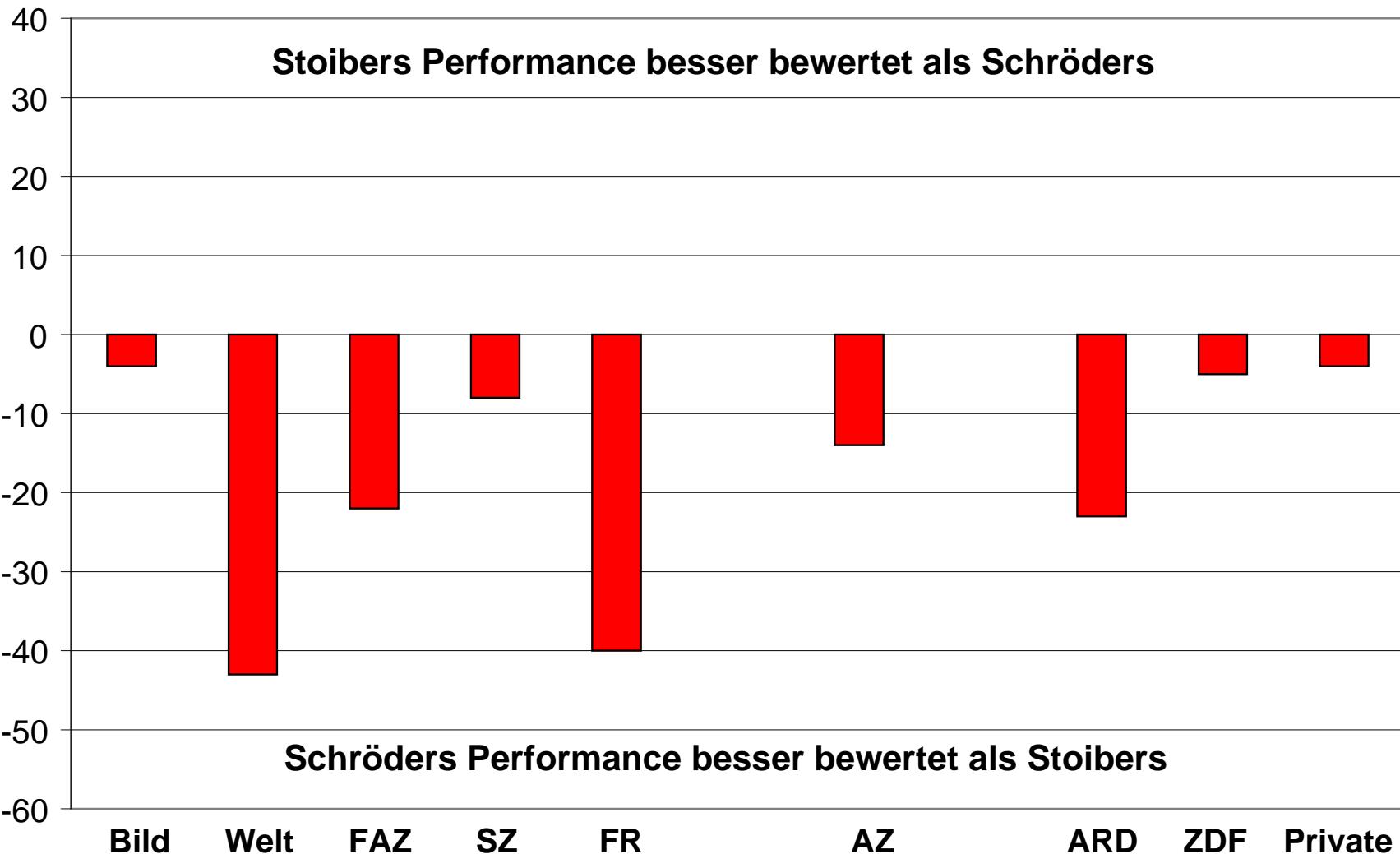
	SPD			CDU			
	Vor dem Duell	Unmittelbar nach dem Duell	5 Tage nach dem Duell	Vor dem Duell	Unmittelbar nach dem Duell	5 Tage nach dem Duell	
	beta	beta	beta	beta	beta	beta	
Parteibindung	.60**	.42**	.52**	.55**	.41**	.53**	
Meinungen Schröder/Merkel		.24**	.43**	.36**	.29**	.50**	.35**
R <sup>2</sup>		.54**	.56**	.59**	.58**	.65**	.61**

# TV-Duelle verändern Wahlentscheidungen (Duell 2005)

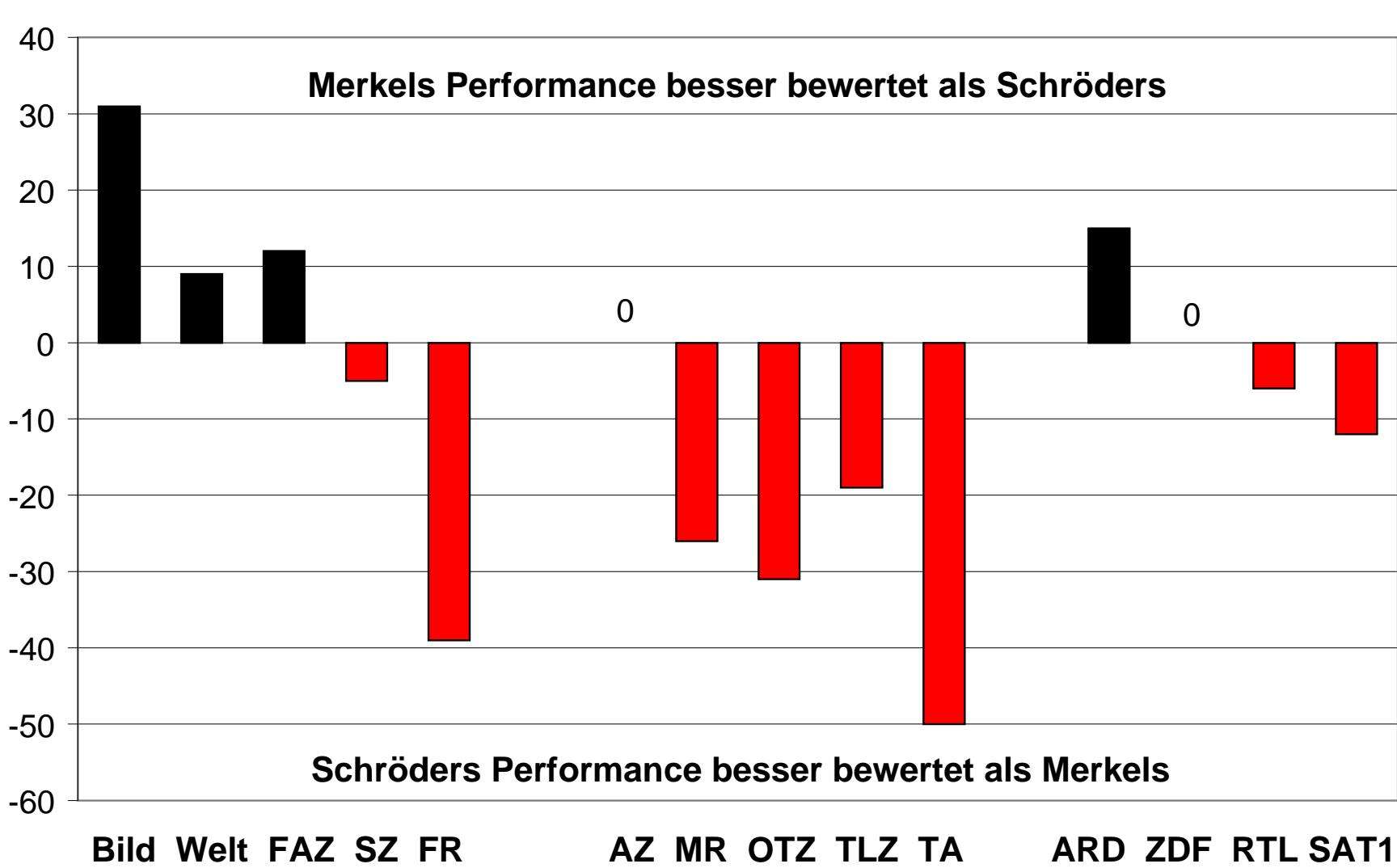
<i>Wahlabsicht</i>	<b>vor dem Duell</b>	<b>unmittelbar nach dem Duell</b>	<b>5 Tage nach dem Duell</b>
	%	%	%
SPD	28	33	33
CDU/CSU	38	43	39
Bündnis90/Grüne	6	7	7
FDP	4	3	4
Andere	1	-	3
Unentschieden	24	14	13
Summe	101	100	99

**Nicht das TV-Duell selbst, die  
Nachberichterstattung ist entscheidend**

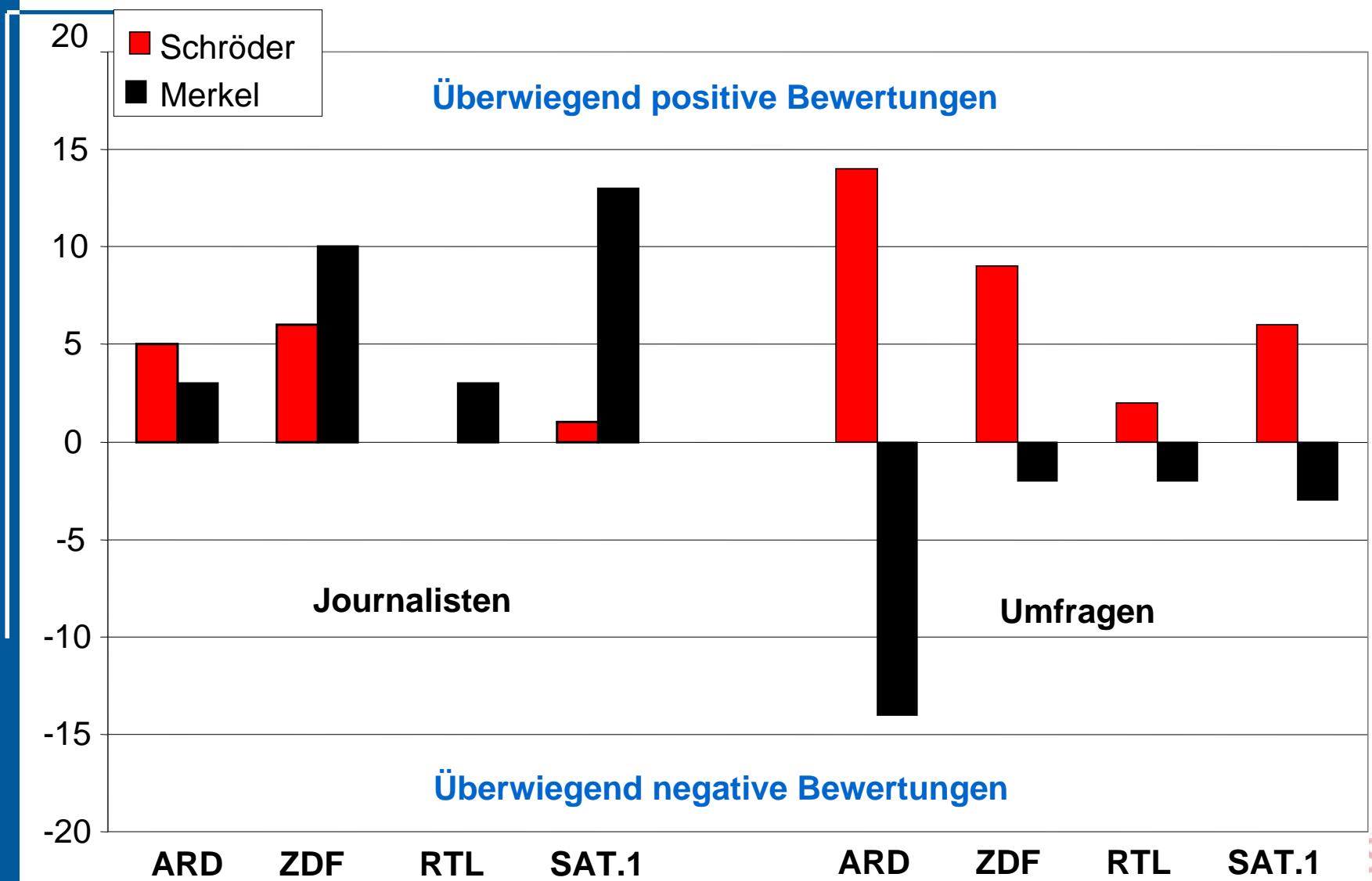
# Konsonanz der Medien: Bewertung der Kandidaten nach dem Duell 2002



# Dissonanz der Medien: Bewertung der Kandidaten nach dem Duell 2005



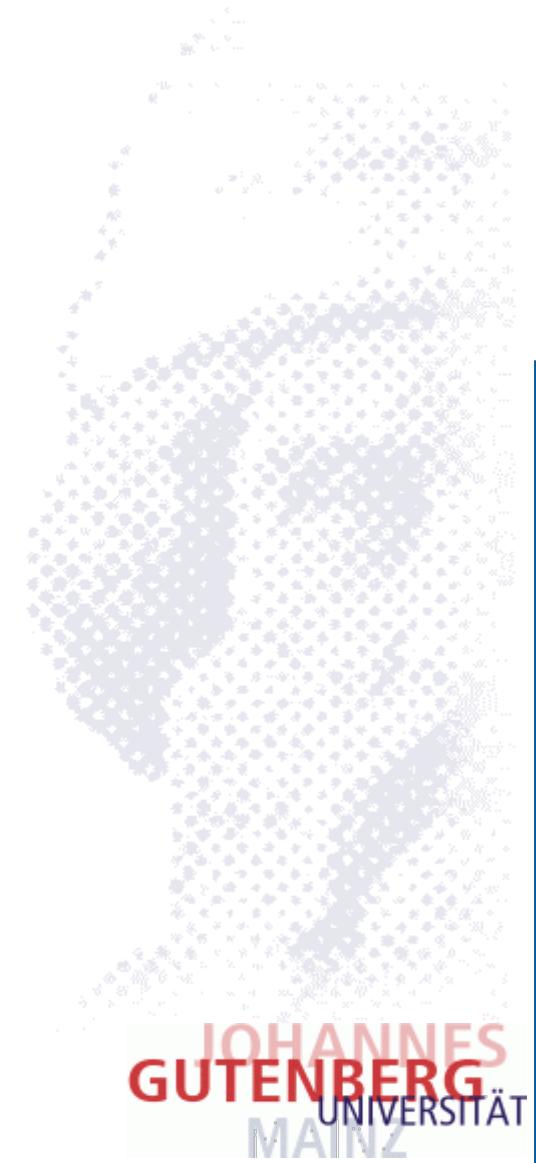
# Dissonanz der Urteilenden: Journalisten vs. Umfragen in den TV-Specials 2005



# Veränderungen der Urteile über den Duellsieger 2005 in den Tagen danach

	Jena %	Mainz %
Schröder	65 (+3)	38 (+7)
Unentschieden	27 (+1)	36 (-4)
Merkel	8 (-5)	26 (-3)

# **Mythen und Fakten – Ein Fazit**



# Fazit

- **Die intensive öffentliche Diskussion über die Wirkung von Fernsehdebatten ist von der (eher heuristischen) Diskussion in der Medienberichterstattung geprägt.**
- **Dies führt dazu, dass sich eine Reihe von Mythen etabliert haben, die sich bei näherer Betrachtung als zumindest partiell falsch herausstellen.**
- **TV-Duelle (in Deutschland) liefern weder tiefsschürfende Informationen, noch sind sie reine Showveranstaltungen – sie haben aber mehr Potenzial als bislang genutzt wird.**
- **Ob die Duelle Wahlen entscheiden, hängt ab von**
  - 1) **der Ausgangslage,**
  - 2) **den Duellauftritten der Kandidaten und**
  - 3) **der Art der Medienberichterstattung über das Duell**



**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit!**