

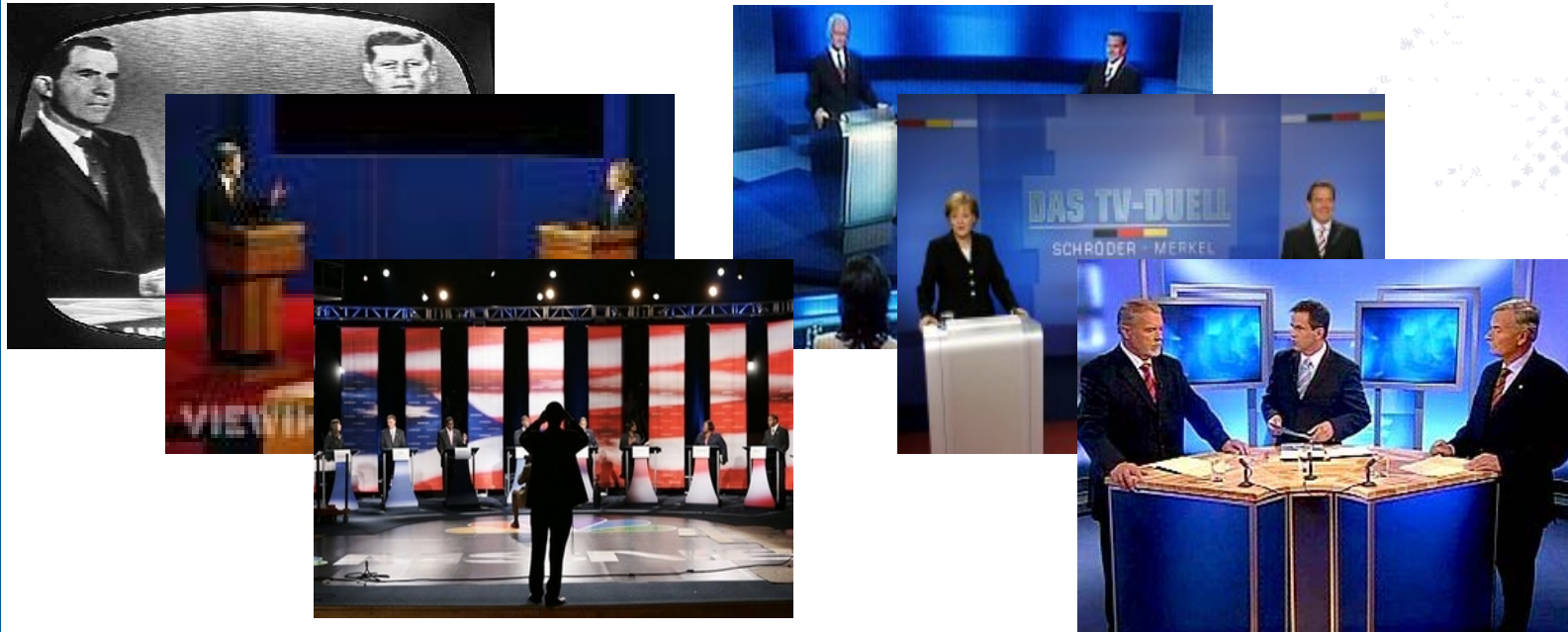
# Die Wirkung von TV-Duellen in politischen Kampagnen: Mythen und Fakten

Mainz, 25.10.2007

Marcus Maurer  
Carsten Reinemann  
Institut für Publizistik



# Fernsehdebatten in Wahlkämpfen



# Fernsehdebatten in Wahlkämpfen



[Sign Up](#) | [My Account](#) | [History](#) | [Help](#)

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 Preside

▶ **More From: Hobobob10**

▼ **Related Videos**



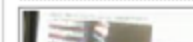
[2008 SC CNN/ YouTube D Debate \(Part 2\)](#)  
 05:48 From: [Hobobob10](#)  
 Views: 54,426



[2008 SC CNN/ YouTube D Debate \(Part 4\)](#)  
 06:26 From: [Hobobob10](#)  
 Views: 38,206



[2008 SC CNN/ YouTube D Debate \(Part 3\)](#)  
 06:20 From: [Hobobob10](#)  
 Views: 35,095



[CNN/YouTube Debates Cr](#)

# Fernsehdebatten in Wahlkämpfen



# Besonderheiten von Wahlkampfdebatten

- ***Größe des Publikums:***  
Mehr Zuschauer als jedes andere Wahlkampfereignis
- ***Struktur des Publikums:***  
Unentschlossene, Late-decidiers 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 in 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-Liebeserklärung von 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 Fiacch warf Schröder einen „plumpen Wahlkampftrick“ vor: „Geschmacklos!“  
Die CDU-Bundestagsabgeordnete Vera Lengsfeld:

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

kommt bei den Wählern an.“  
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 bring

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



# Mutmaßungen über Wirkungen



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 Liebesbekenntnis 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.



FRÜHERICH NIEZ SOLLTE SIE ALS FRAGENSTREITIG ANZUSEHEN.

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

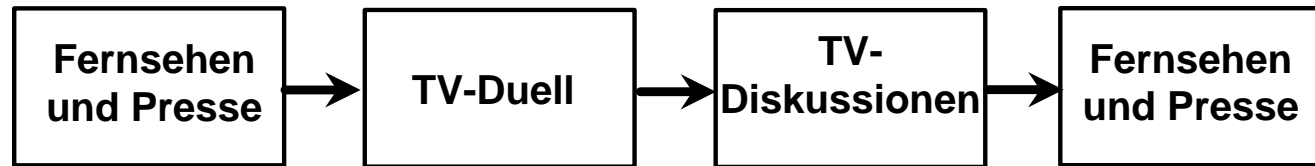
1-3 Tage  
nach dem Duell

4-5 Tage  
nach dem Duell

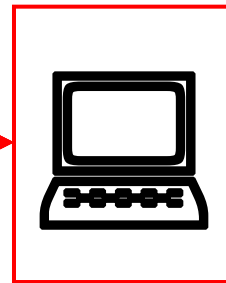
## Quasi-experimentelle Untersuchung (Panel)



## Inhaltsanalysen



# Analyse unmittelbarer Wahrnehmungen: Real-Time-Response-System (RTR)



629 : id30		1																			
	zeit	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id	id
628	0:11:57	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
629	0:11:58	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	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	5	4	5	4	4
631	0:12:00	4	4	5	4	1	5	5	4	4	5	4	5	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	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	4	4	4	4
634	0:12:03	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
635	0:12:04	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	1	5	5	5	4	5	4	5	4	5
636	0:12:05	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5
637	0:12:06	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
638	0:12:07	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
639	0:12:08	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
640	0:12:09	7	5	5	5	5	7	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
641	0:12:10	7	5	5	5	5	7	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
642	0:12:11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
643	0:12:12	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5
644	0:12:13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	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	5	5	5	5
646	0:12:15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	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	5	5	5	5	6
648	0:12:17	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4

Gruppenmittelwert  
zum Zeitpunkt X

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
<b>Gemeinplätze</b>	192	441	16	649

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

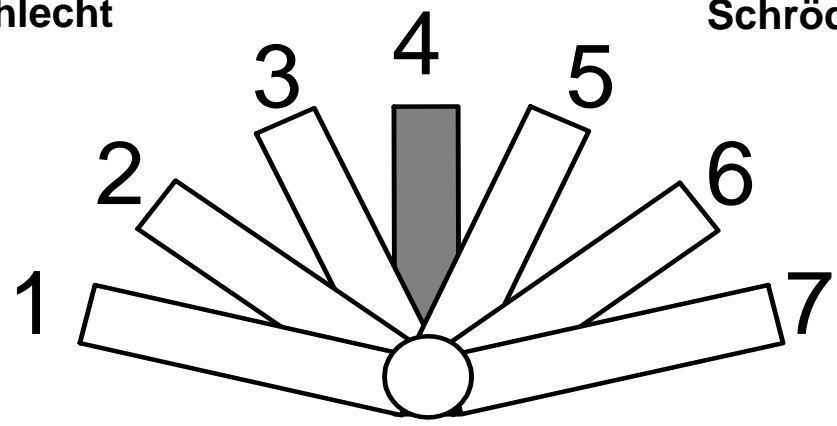
# Skalen-Belegung des Drehreglers (TV-Duell 2005)

Im Augenblick ist mein Eindruck von der Debatte:

Schröder ist gut  
oder  
Merkel ist schlecht

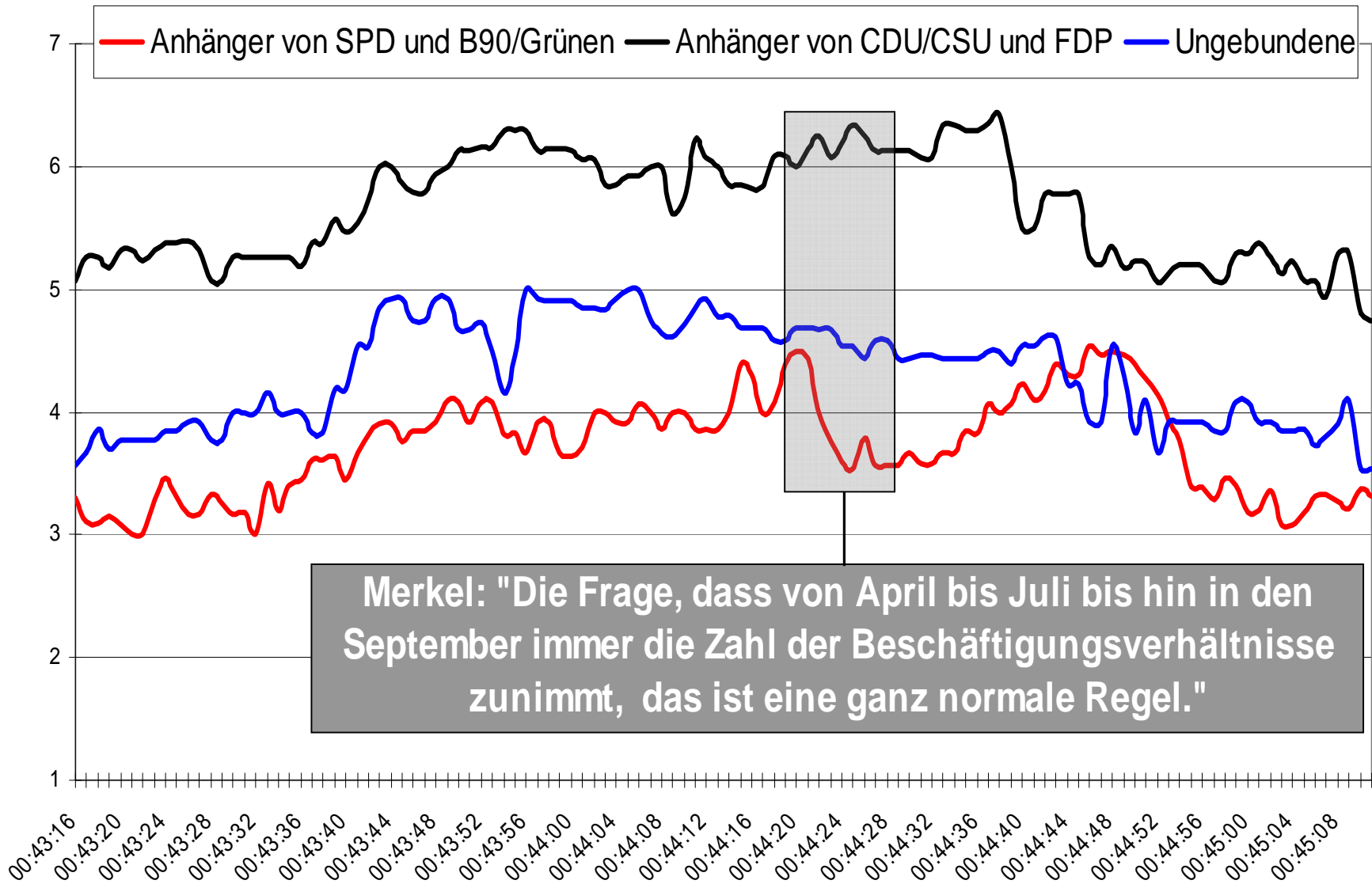
neutral

Merkel ist gut  
oder  
Schröder ist schlecht

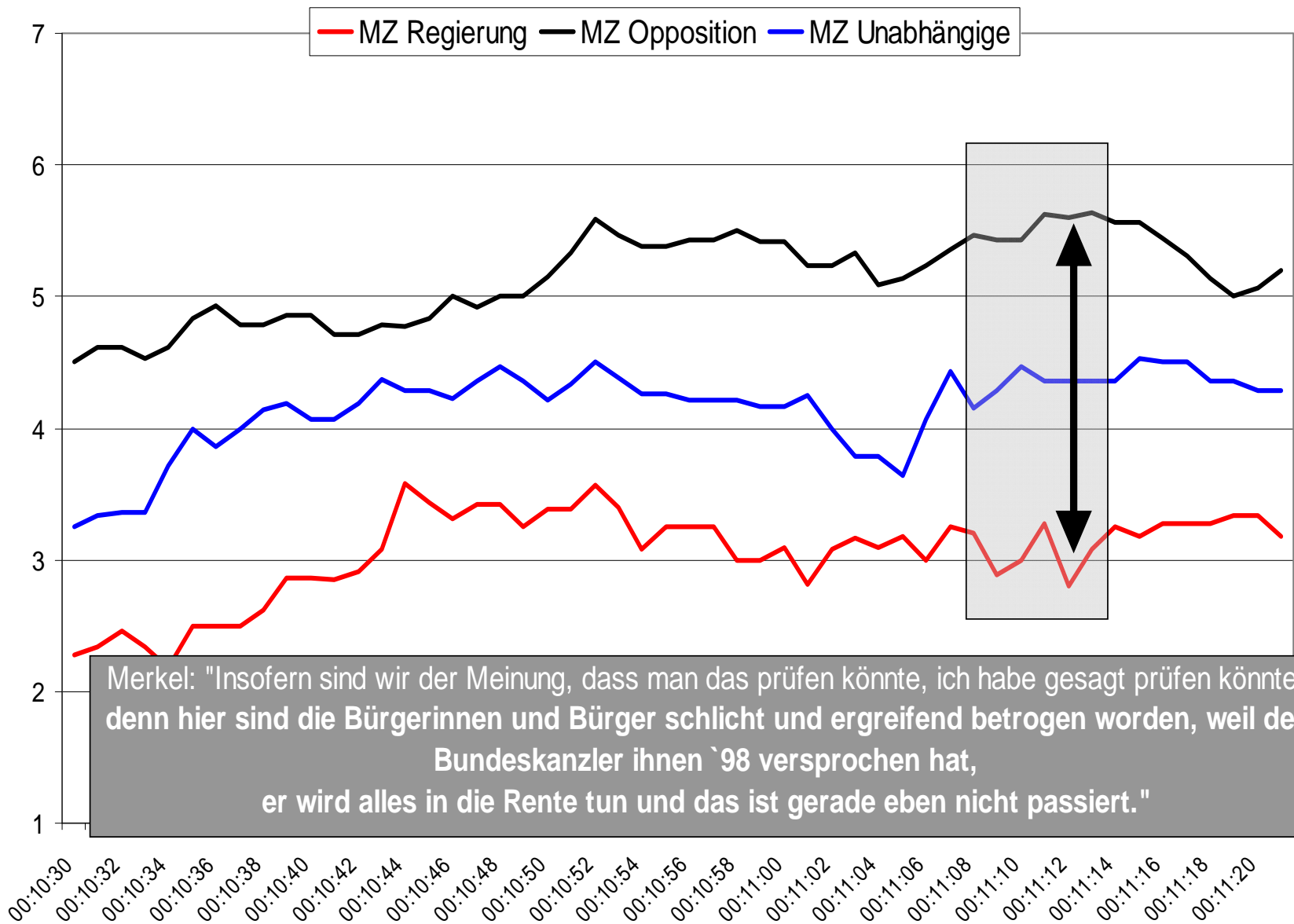




# Fakten polarisieren das Publikum



# Polarisierung durch Fakten und Kritik am Gegner



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

21:51:20  
ARD

wahlos



GÖFAK  
4. 9. 2005

21:51:29  
ARD

wahlos



GÖFAK  
4. 9. 2005

21:51:33  
ARD

wahlos

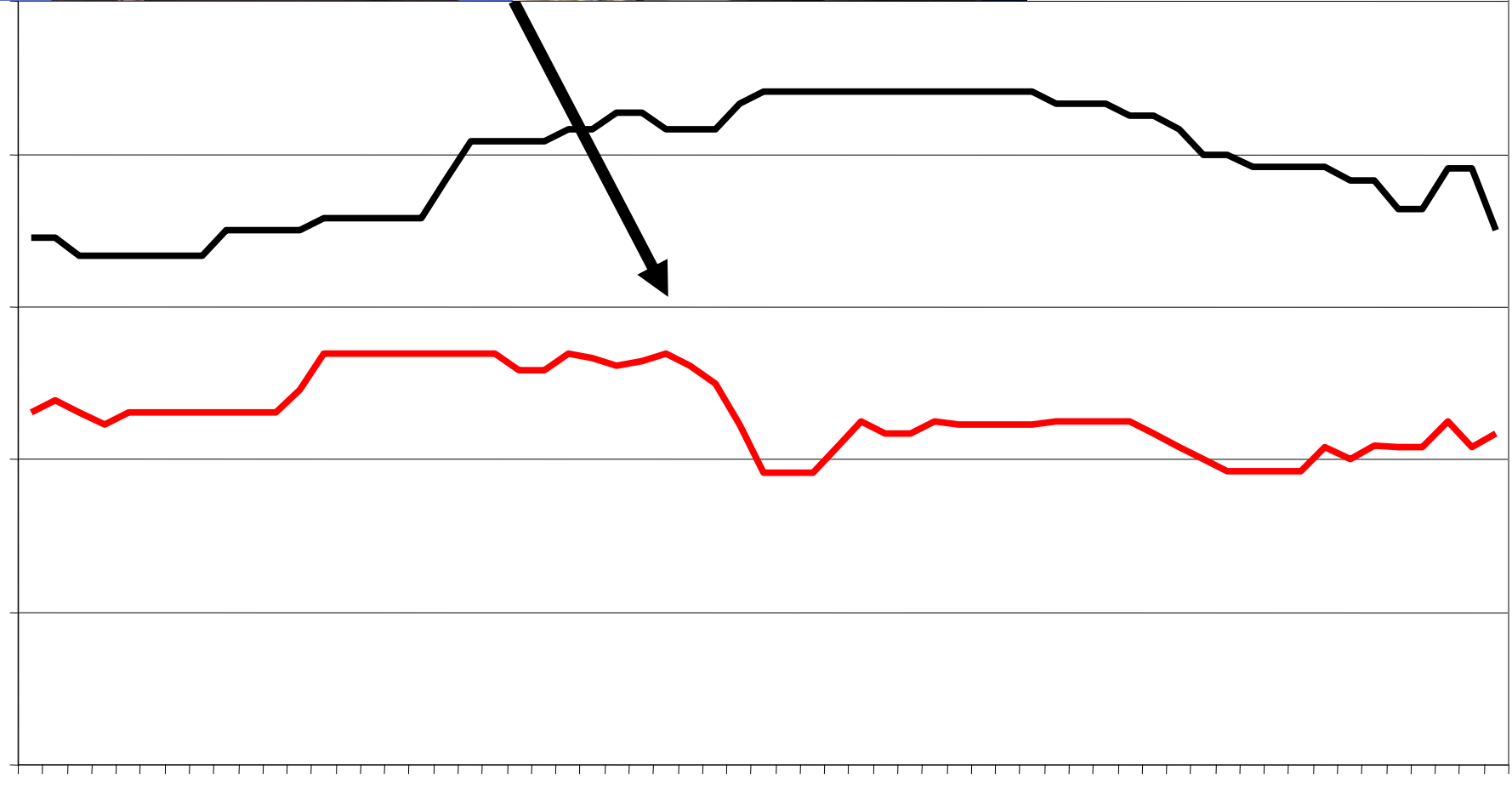


GÖFAK  
4. 9. 2005

Vorteil Merkel

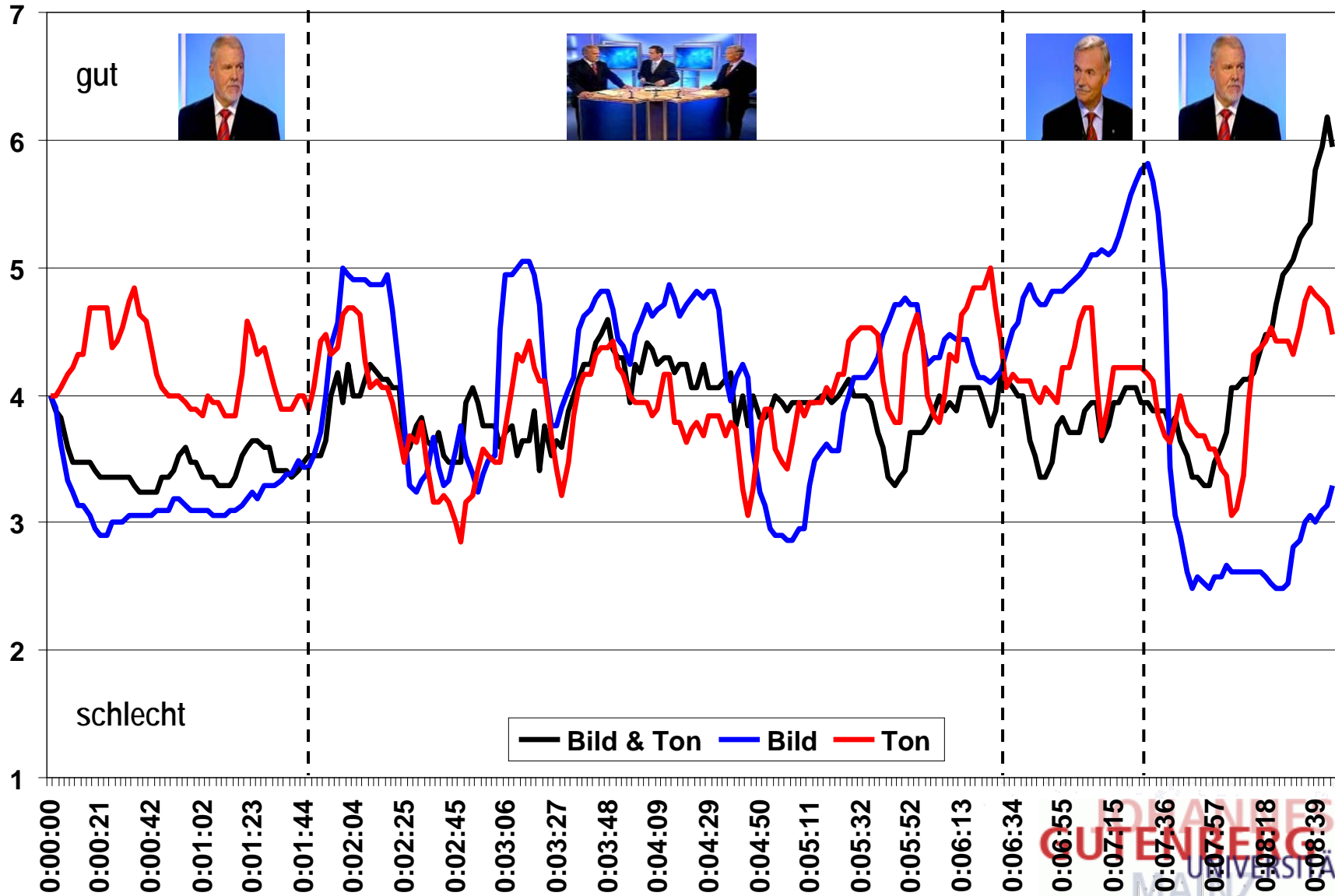
Vorteil Schröder

7,00  
6,00  
5,00  
4,00  
3,00  
2,00  
1,00

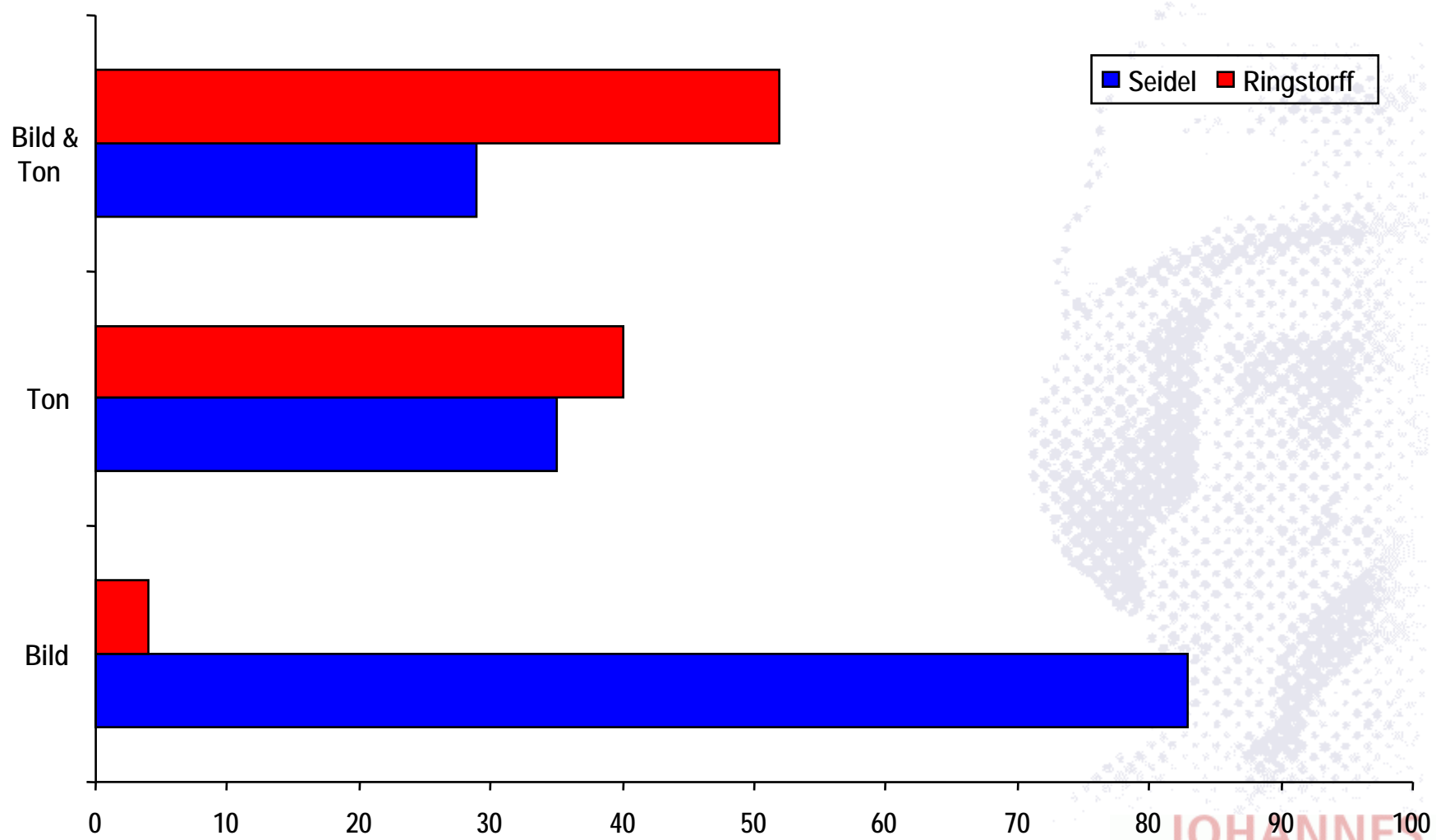


01:22:29 01:22:34 01:22:39 01:22:44 01:22:49 01:22:54 01:22:59 01:23:04 01:23:09 01:23:14 01:23:19 01:23:24 01:23:20

# 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 in 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-Liebeserklärung von 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 Fiacch warf Schröder einen plumpen Wahlkampftrick vor: „Geschmacklos!“  
Die CDU-Bundestagsabgeordnete Vera Lengsfeld:

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

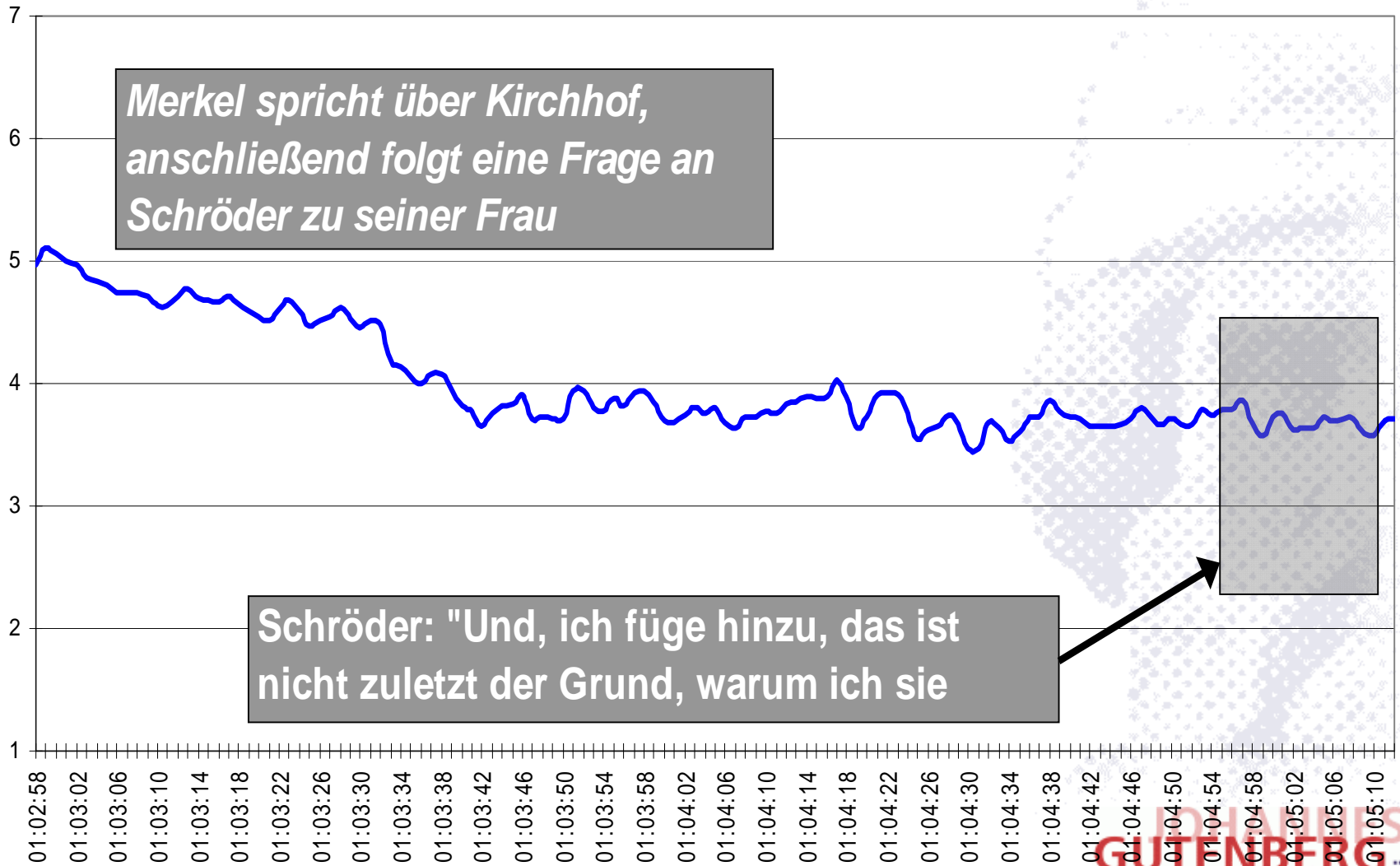
kommt bei den Wählern an.“  
Katja Burkard, „RTL Punkt 12“-Moderatorin: „Zuerst war ich irritiert, dachte, daß gehört da nun wirklich nicht hin. Aber warum eigentlich nicht? Mehr Stimmen wird ihm das aber nicht bring-

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

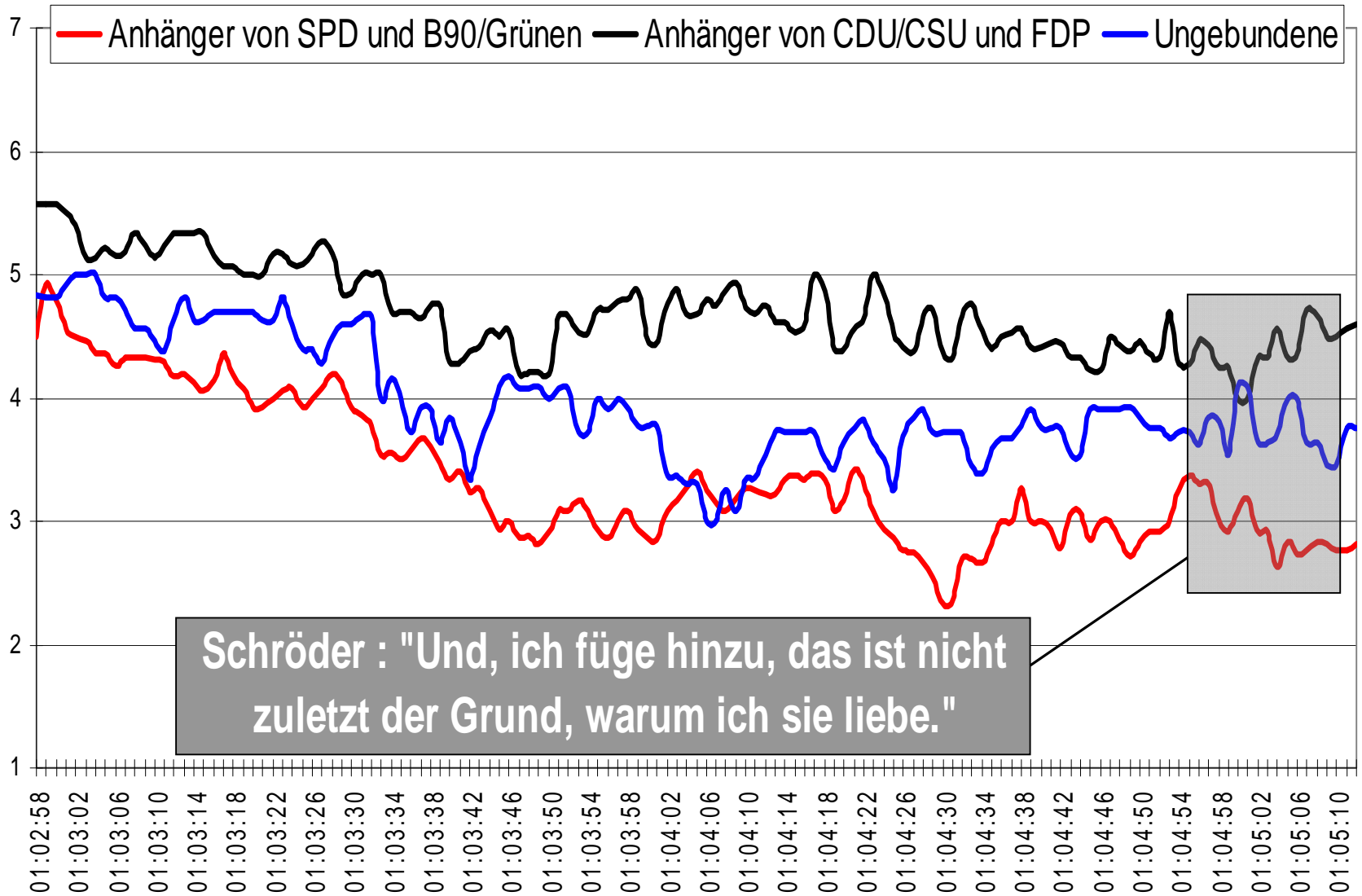




# Schröders "Liebeserklärung"

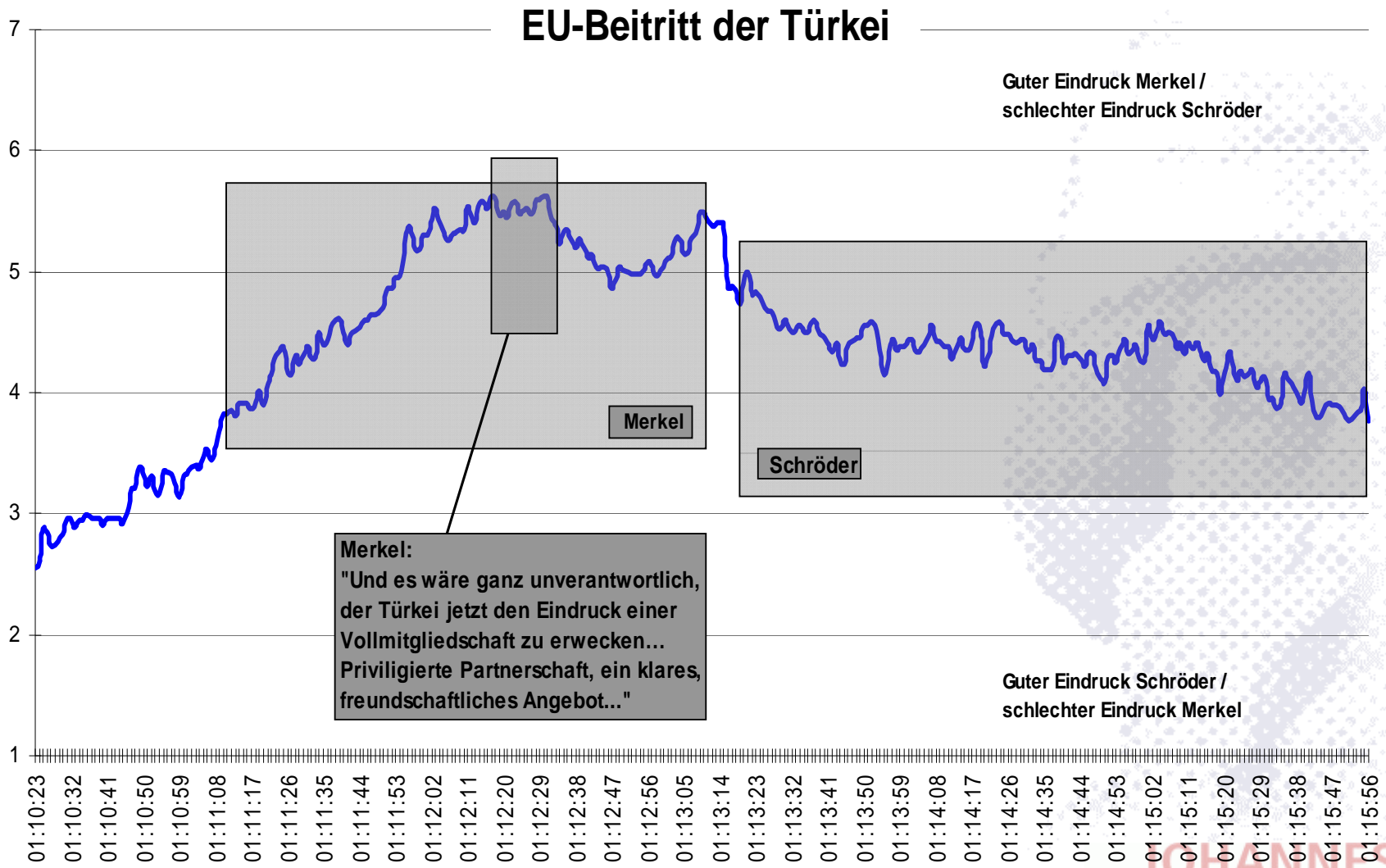


# Schröders "Liebeserklärung"



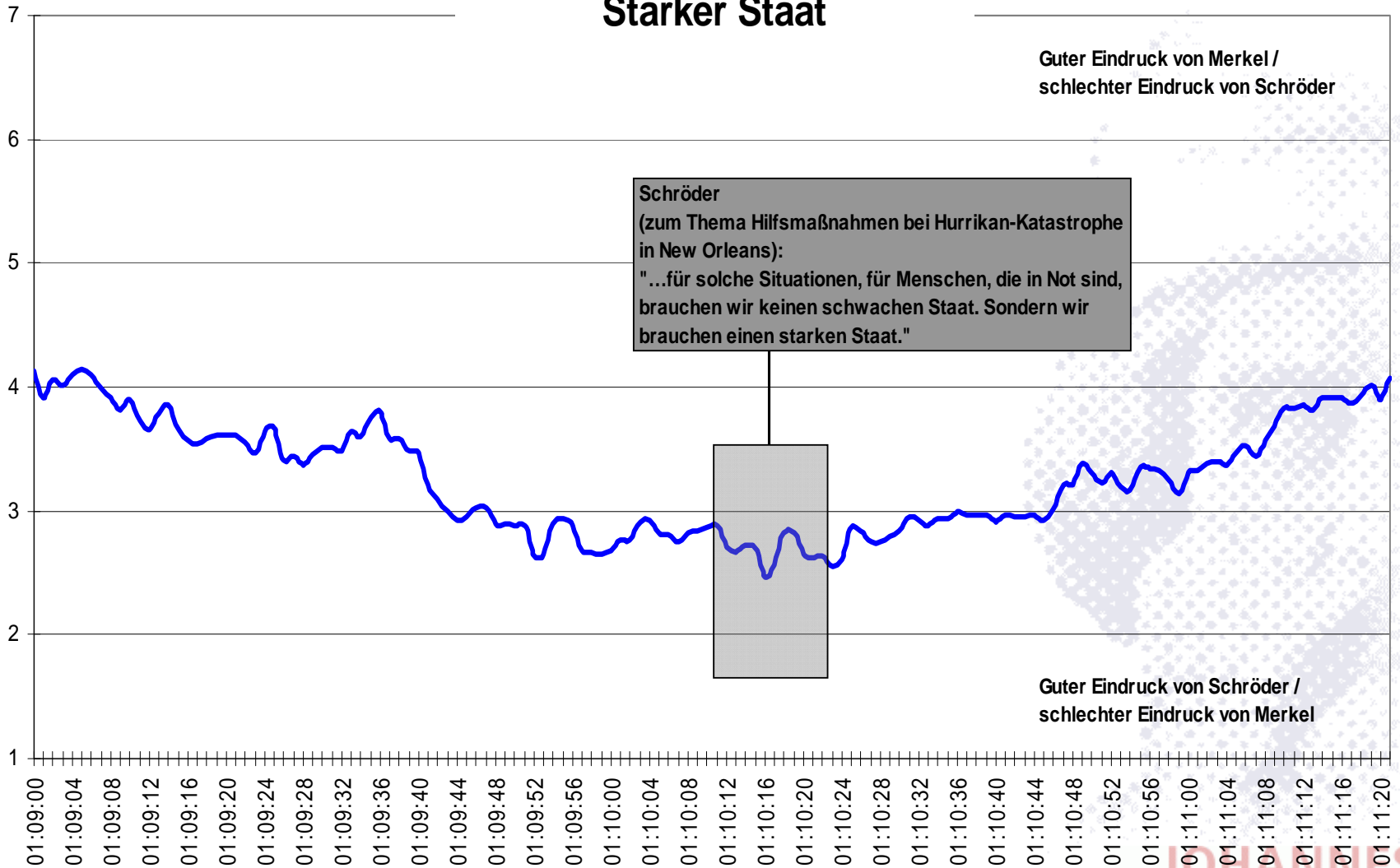
# Wie man die Wähler wirklich überzeugt

# Die erfolgreichste Aussage des TV-Duells 2005



# Schröders erfolgreichste Aussage 2005

## Starker Staat

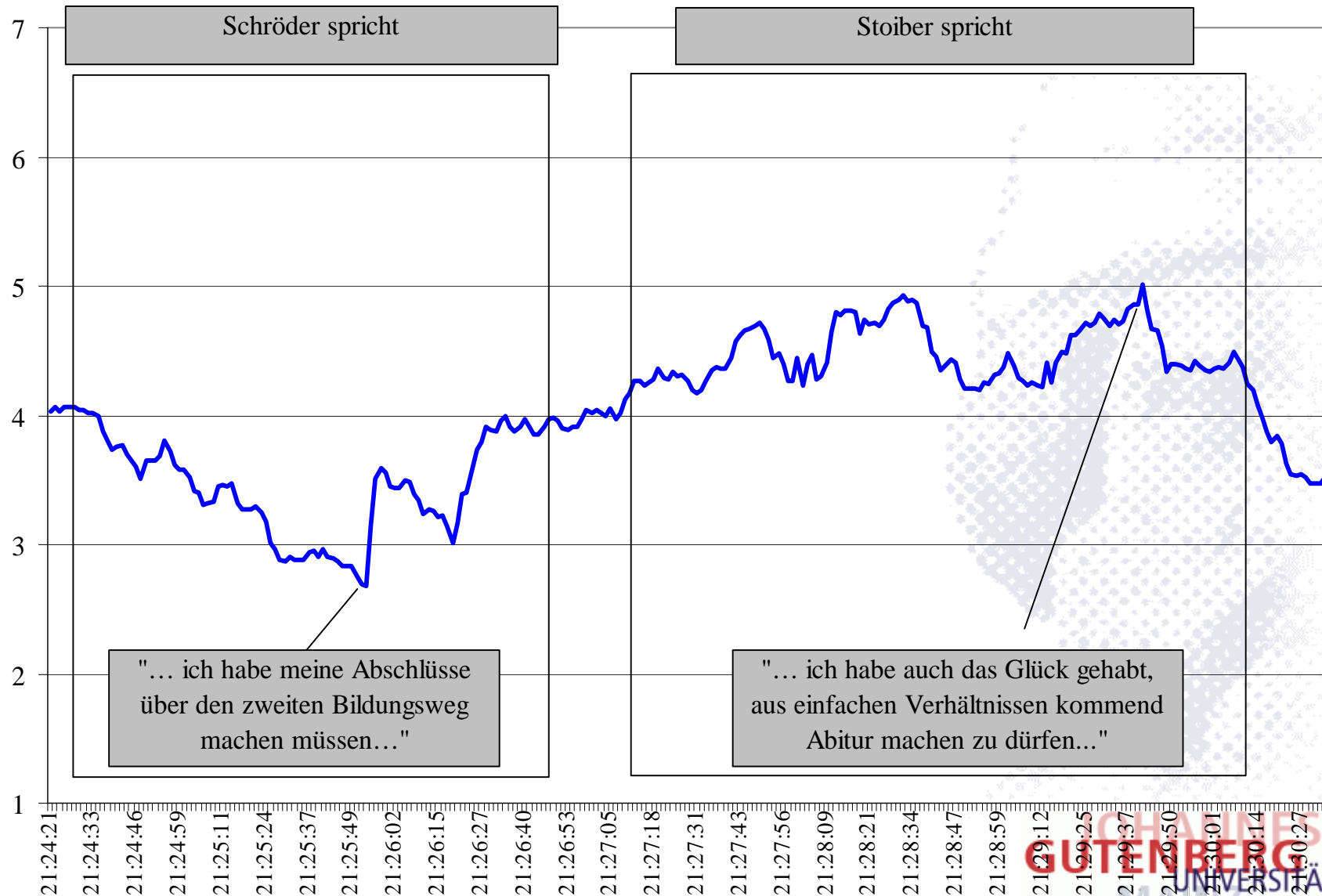


Schröder  
(zum Thema Hilfsmaßnahmen bei Hurrikan-Katastrophe  
in New Orleans):  
"...für solche Situationen, für Menschen, die in Not sind,  
brauchen wir keinen schwachen Staat. Sondern wir  
brauchen einen starken Staat."

Guter Eindruck von Merkel /  
schlechter Eindruck von Schröder

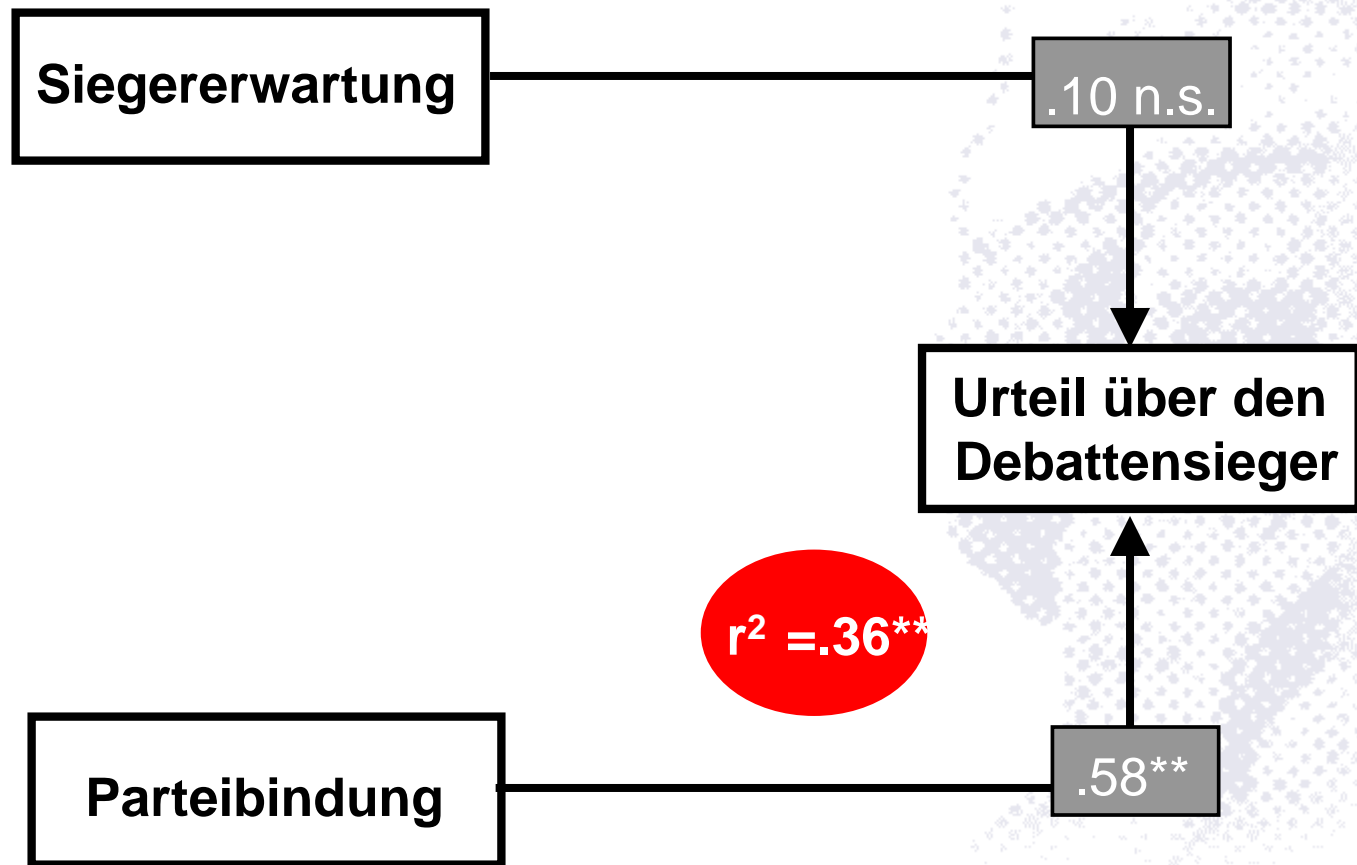
Guter Eindruck von Schröder /  
schlechter Eindruck von Merkel

# Überzeugen durch Gemeinplätze und Personalisierung Diskussion über Bildung im 2. Duell 2002



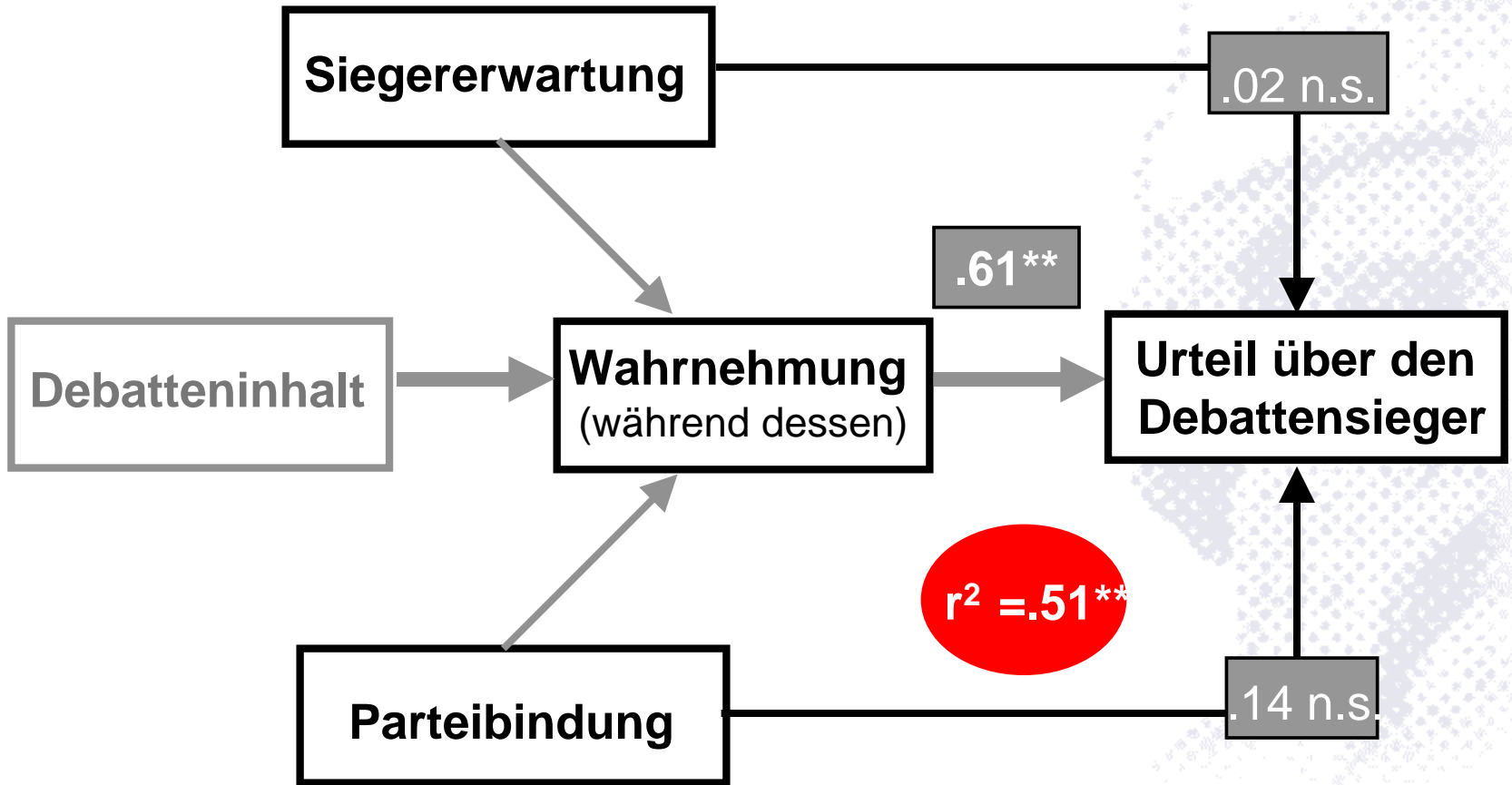
**TV-Duelle bewirken nicht viel, weil die Wähler  
nur sehen, was sie sehen wollen**

# TV-Duelle selbst beeinflussen Siegerurteile (Duell 2005)

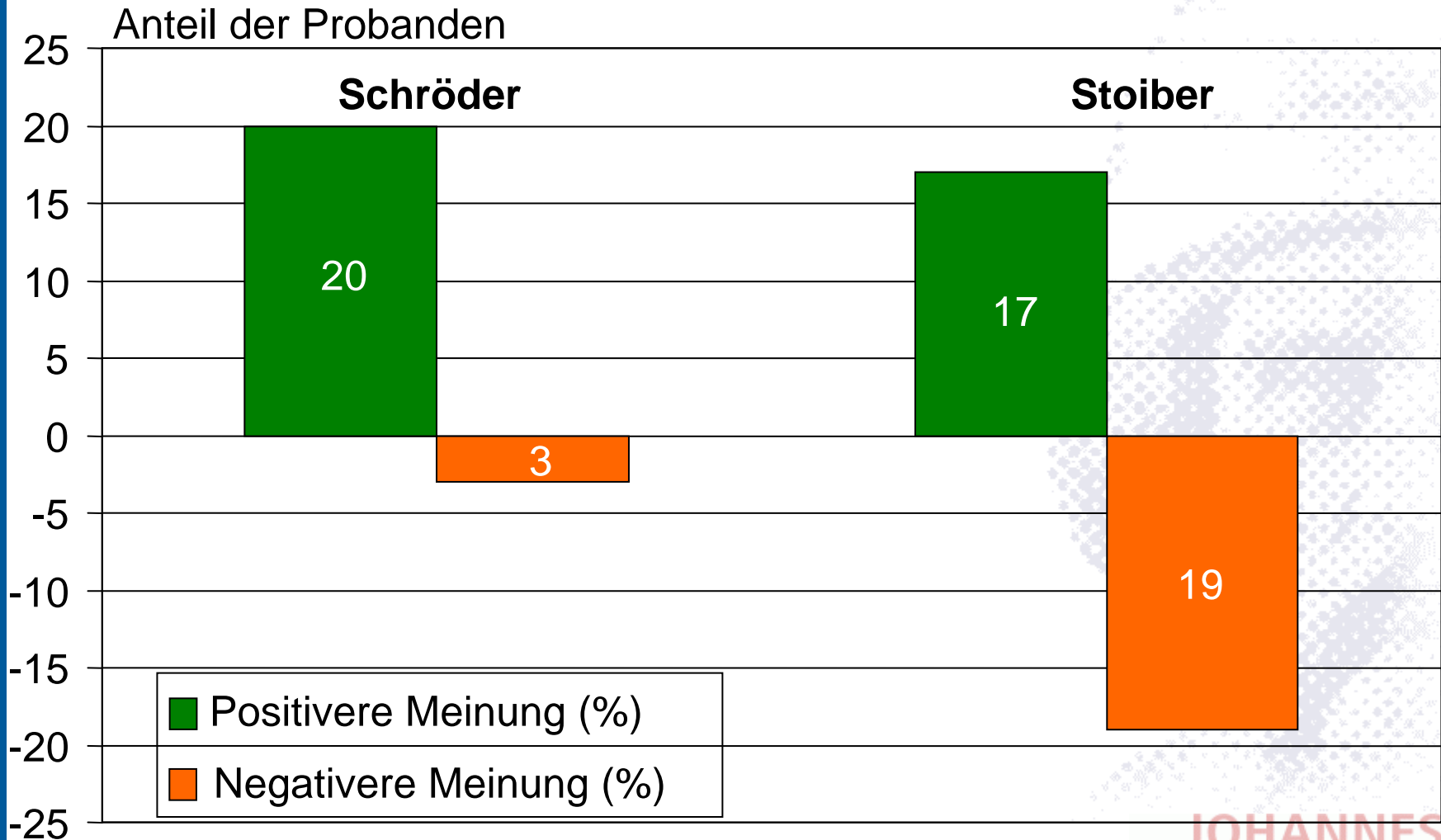




# TV-Duelle selbst beeinflussen Siegerurteile (Duell 2005)



# 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 %
--------------------------	-------------------------	--------------------------

*Im Vergleich zu 1998*

Mehr	41	21
Weniger	27	57
Genauso viel	28	21
Weiß nicht	4	-

*Im Vergleich zu anderen  
EU-Staaten*

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 beta	Unmittelbar nach dem Duell beta	5 Tage nach dem Duell beta	Vor dem Duell beta	Unmittelbar nach dem Duell beta	5 Tage nach dem Duell 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**

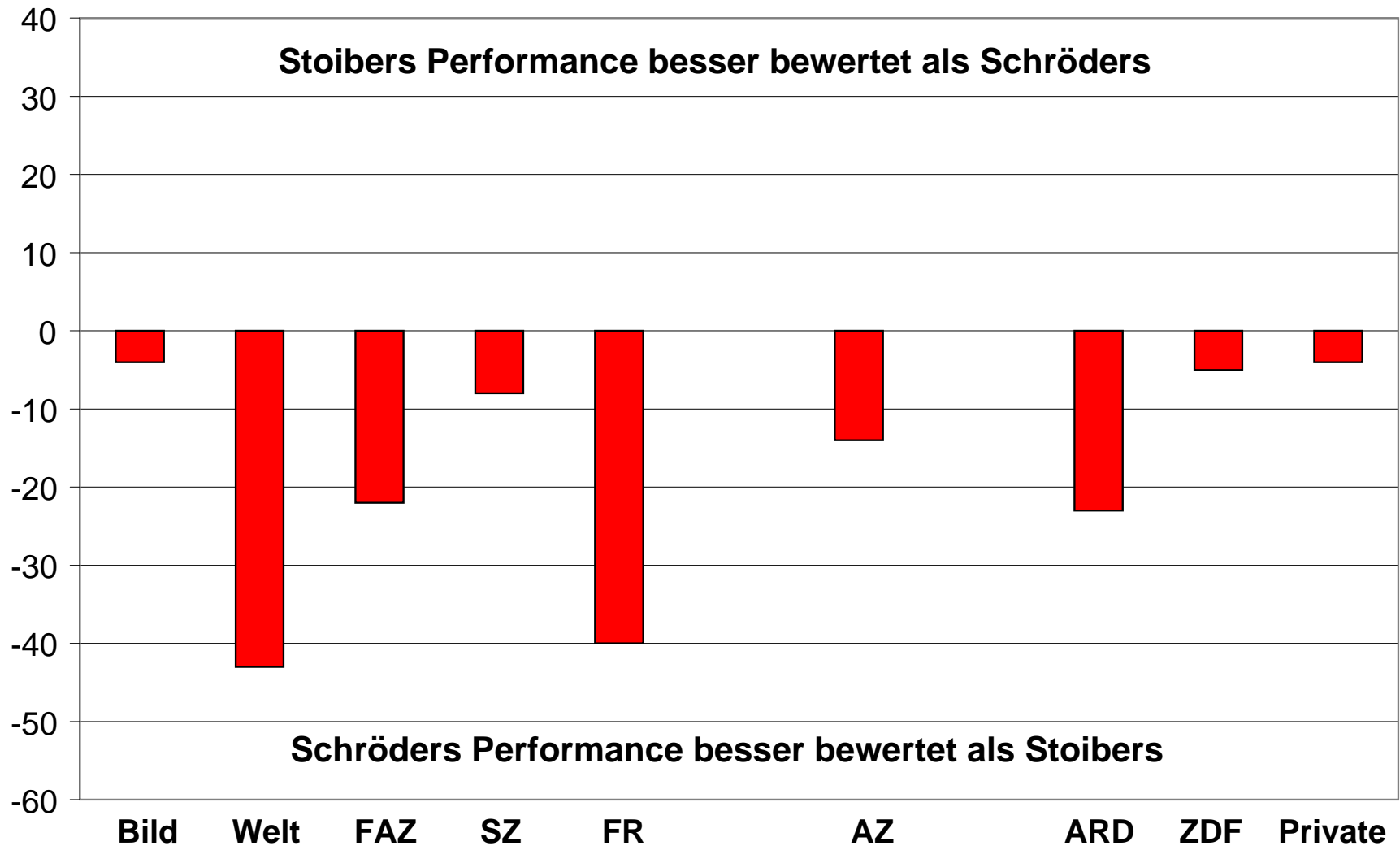
# TV-Duelle verändern Wahlentscheidungen (Duell 2005)

<i>Wahlabsicht</i>	vor dem Duell %	unmittelbar nach dem Duell %	5 Tage nach dem Duell %
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

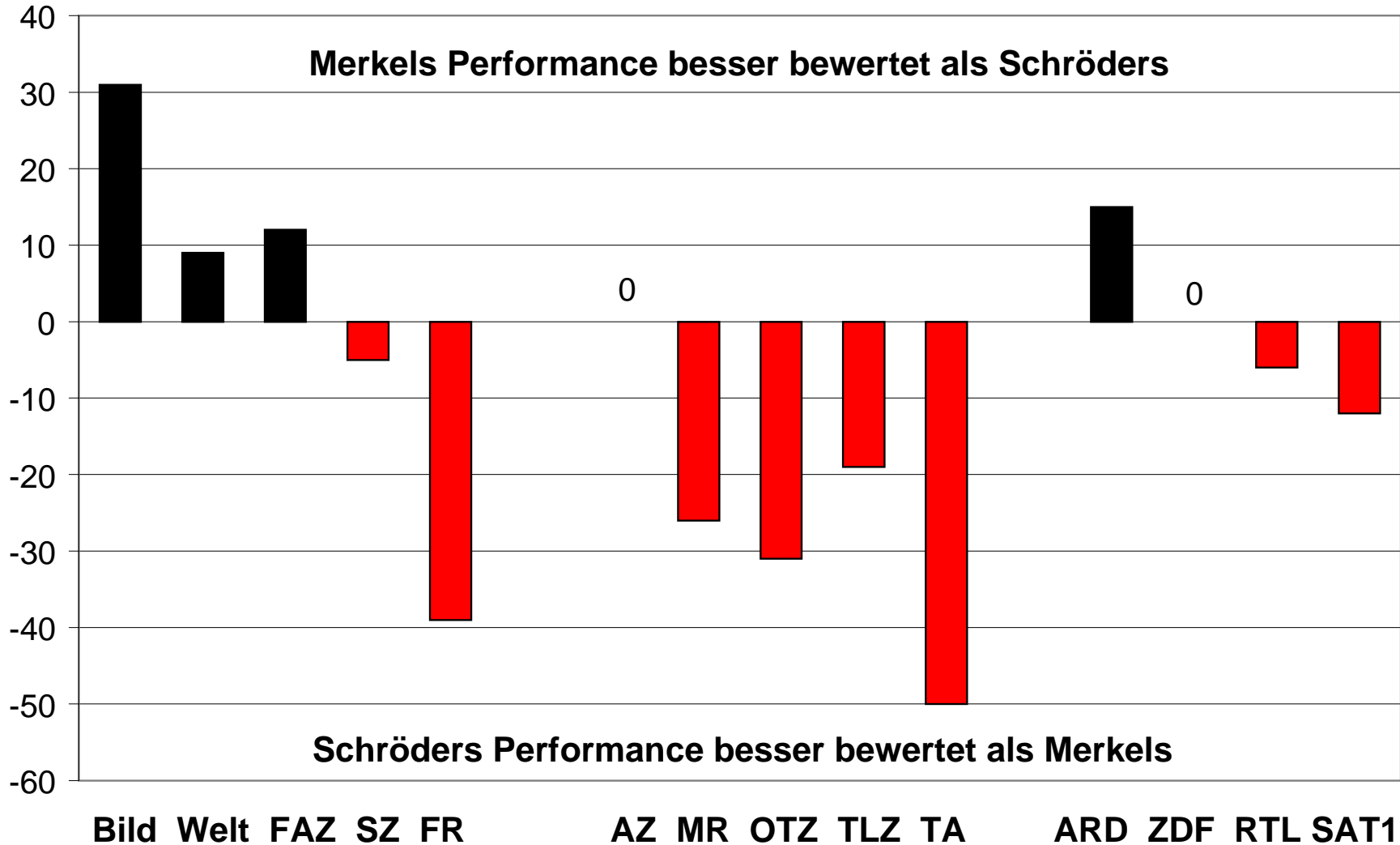
# Konsonanz der Medien:

## Bewertung der Kandidaten nach dem Duell 2002



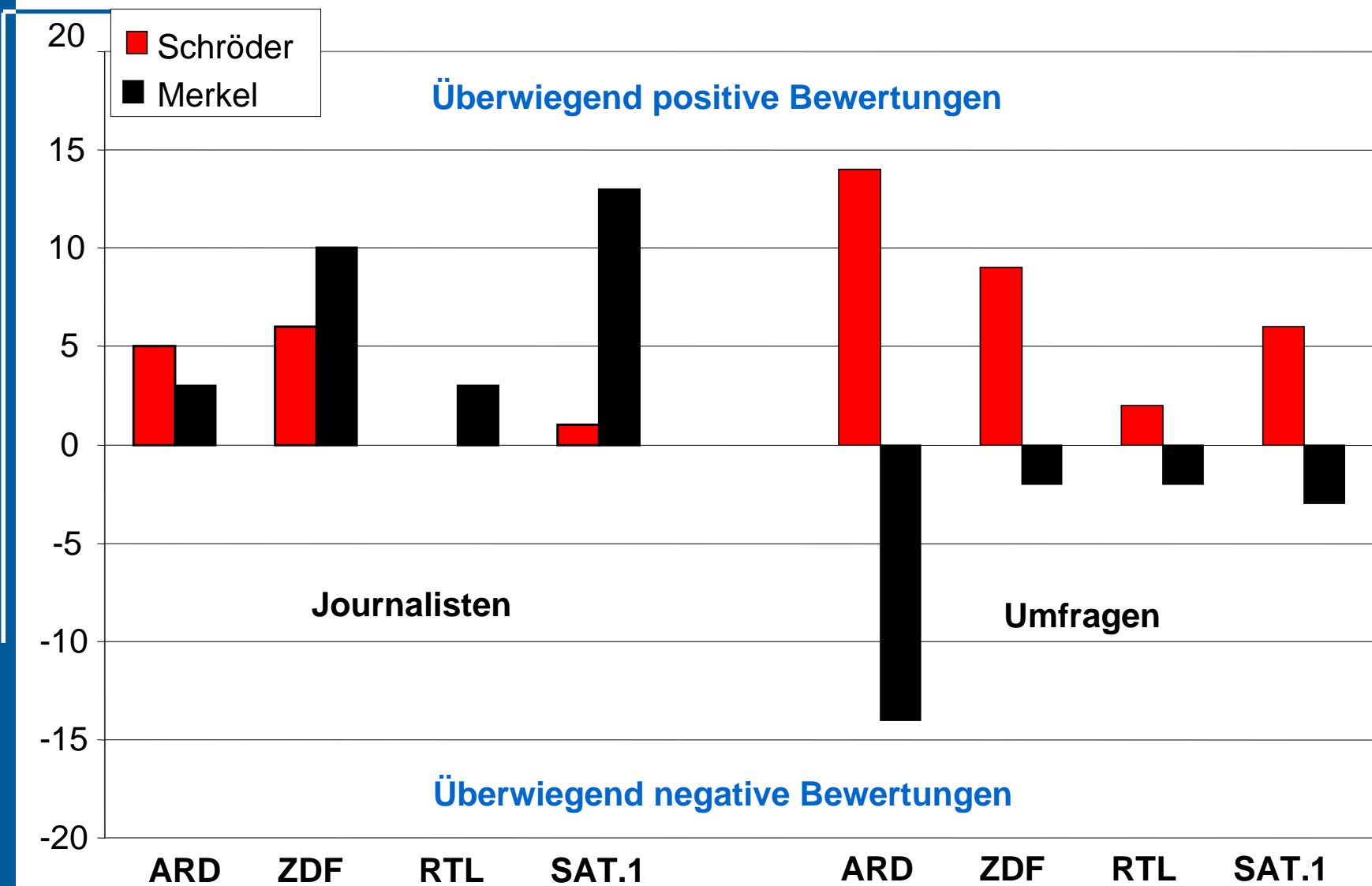
# Dissonanz der Medien:

## 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 tiefschürfende 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!**