

# Das TV-Duell 2009

---

Mannheim, 16. September 2009

Thorsten Faas

Juniorprofessor für Politikwissenschaft,  
insbesondere Wählerverhalten

Universität Mannheim

Email:

[Thorsten.Faas@uni-mannheim.de](mailto:Thorsten.Faas@uni-mannheim.de)

- **Wahlen in Deutschland**
  - Koch – Ypsilanti in Hessen
  - (aber NICHT: Koch – Schäfer-Gümbel)
  - Wulff – Jüttner in Niedersachsen
  - Von Beust – Naumann in Hamburg
  - Maget – Beckstein in Bayern
  - Merkel – Steinmeier
- **US-Wahl**
  - 21 Duelle im Vorwahlkampf der Republikaner
  - 26 Duelle im Vorwahlkampf der Demokraten
  - 3 Duelle McCain – Obama
  - 1 Duell Palin - Biden



**JOE THE  
PLUMBER**

**Samuel Joseph  
Wurzelbacher**

- Wahlkämpfe im Miniaturformat, wie unter einem Brennglas:
  - In höchstem Maße verdichtet
  - Zentralen Wahlkampfthemen werden von den zentralen Wahlkampfakteuren diskutiert
- Für Kandidaten:
  - Eine der seltenen Chance, (extrem viele!) Wähler direkt und weitgehend unter Umgehung journalistischer Selektionskriterien anzusprechen
  - Zwar wenden sich vor allem politisch Interessierte und parteipolitisch Involvierte Personen dem TV-Duell zu, aber dennoch:
    - Unter diesen Wählern befinden sich auch viele politisch weniger Interessierte, die in ihren Meinungen noch leichter zu beeinflussen sind und die nach dem Duell den Wahlkampf auch wieder „abschalten“
    - ➔ Möglichkeit dauerhafter Effekte!

# BEDEUTUNG VON TV-DUELLEN

---

4

- Aber auch „High-Risk-TV“:
- [http://www.youtube.com/watch?v=CB\\_d0psNYGI&feature=rrelated](http://www.youtube.com/watch?v=CB_d0psNYGI&feature=rrelated)

# BEDEUTUNG VON TV-DUELLEN

---

5

- Für Medien:
  - Wettkampfcharakter entspricht der Medienlogik
  - „Horse-Race-Journalism“ → TV-Wahlkampf als Sportereignis
  - „Wer hat gewonnen“?
  - → TV-Duell dominiert Medienagenda VOR und NACH dem Duell
- Für Zuschauer:
  - Unmittelbare Vergleichsmöglichkeiten der Positionen und Persönlichkeiten der Kandidaten
  - Effizienter Weg der Informationsgewinnung (90 Minuten!)
- Kritik?
  - Parlamentarisches System?
  - Andere Parteien?
  - All show, no content?

# MÖGLICHE FORSCHUNGSFRAGEN

---



- Wer schaut TV-Duelle?
- Wie werden diese wahrgenommen und verarbeitet?
- Wie agieren Kandidaten in Duellen? Welche Argumentationsmuster verwenden sie?
- Welche Rolle spielen Argumente? Auftreten? Mimik? Format des Duells?
- Welche Effekte haben TV-Duelle?
- Wie dauerhaft sind diese Effekte? Welche Rolle spielt die Nachberichterstattung?

# MEDIALE BERICHTERSTATTUNG

7





**Daten**

schriftliche Befragung (Pretest)	RTR-Messung	schriftliche Befragung (Posttest I)	Befragung (Posttest II)	Befragung (Posttest III)
direkt vor dem Duell	während des Duells	direkt nach dem Duell	wenige Tage nach dem Duell	Unmittelbar nach der Wahl

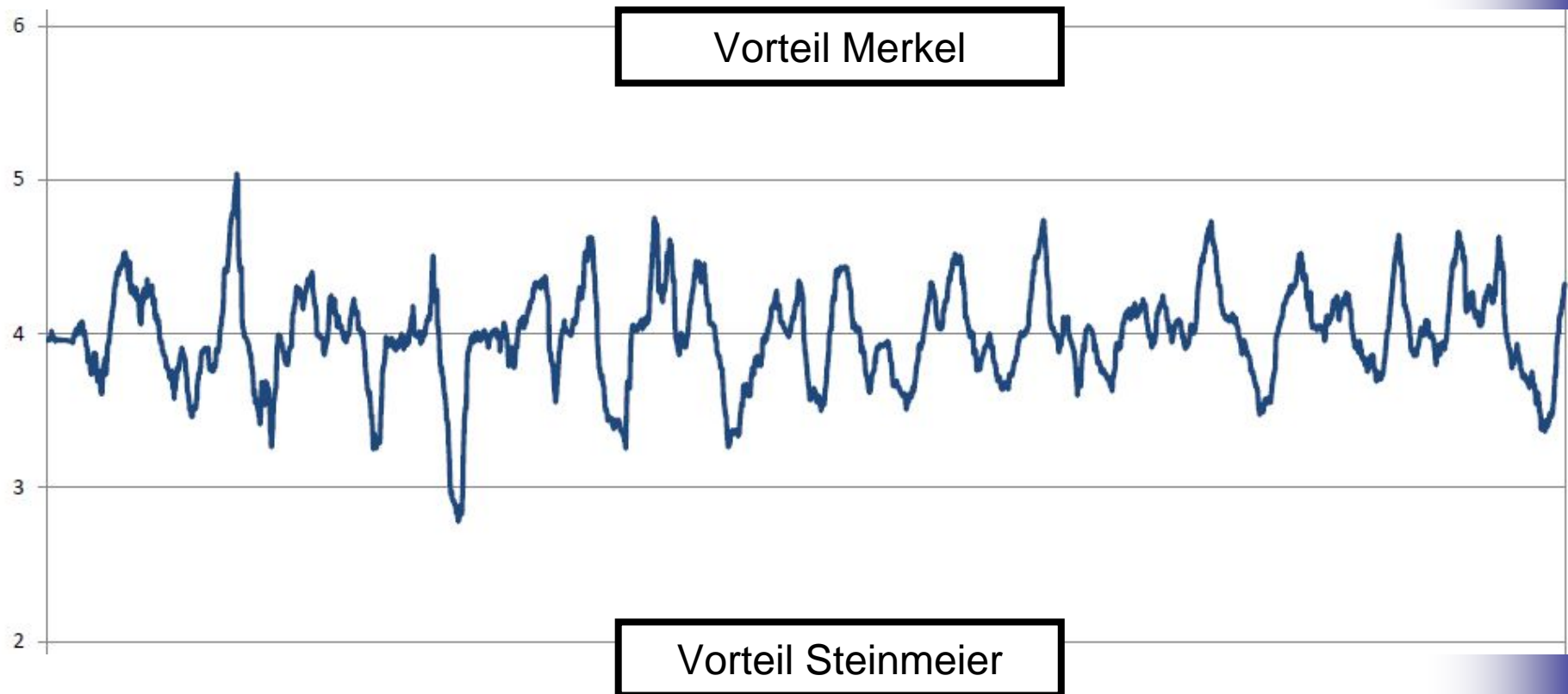
+ diverse Spezifikationen;  
dazu gleich mehr

# ECHTZEITMESSUNGEN

10



# Allererste Ergebnisse



„Und jetzt sage ich: wir brauchen Regeln für die internationalen Finanzmärkte und wir brauchen auch einen Export der Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft, davon bin ich zutiefst überzeugt.“





Vorteil Merkel

Wenn auf der einen Seite, Sie erinnern sich an den Fall, die Kassiererin erwischt wird mit ihrem Pfandbon von 1,50€ in der Tasche, fristlos entlassen wird und zur gleichen Zeit in den selben Monaten ein Manager, der Milliarden versenkt hat für seine Bank und auch noch mit Abfindungen und diese Steuerbegünstigung

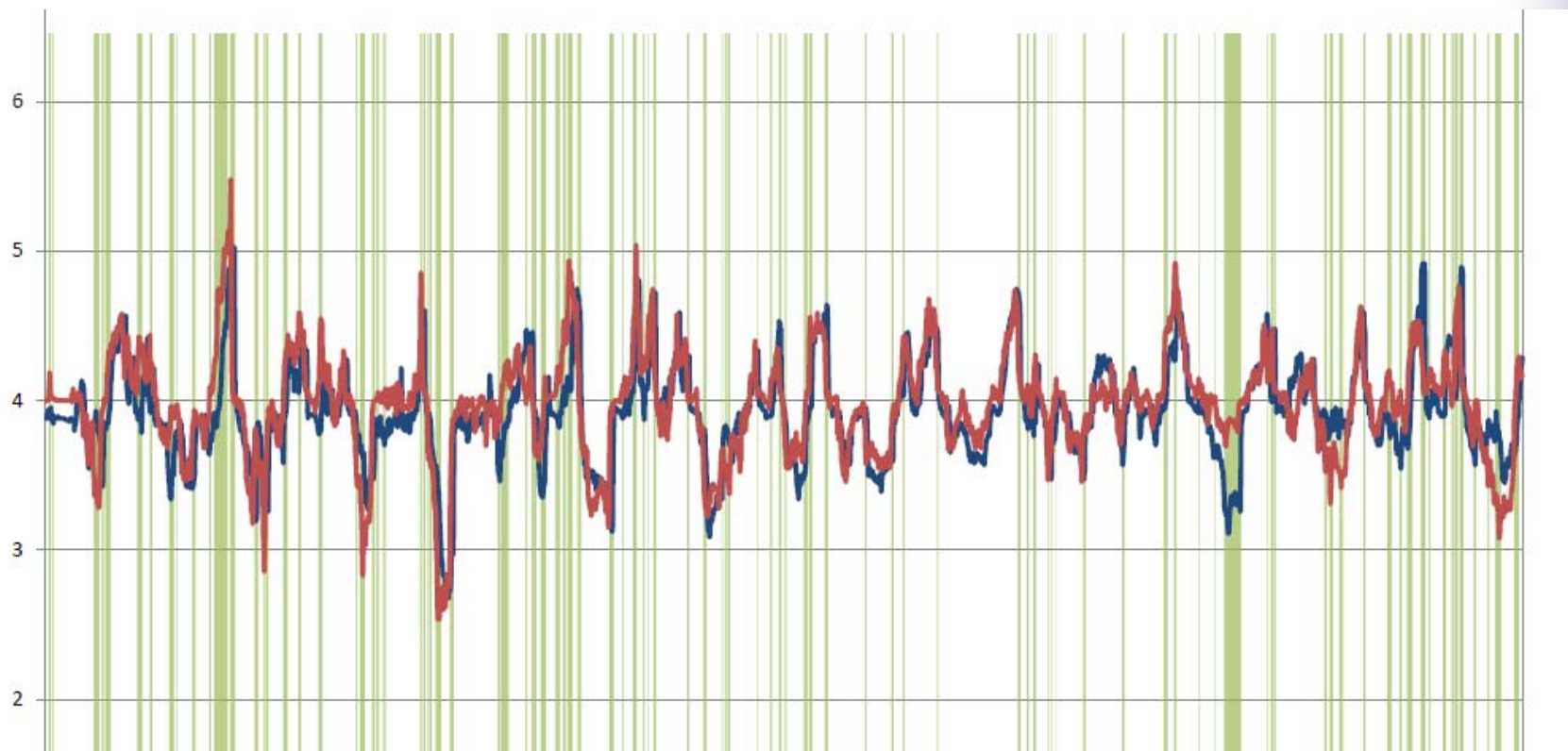




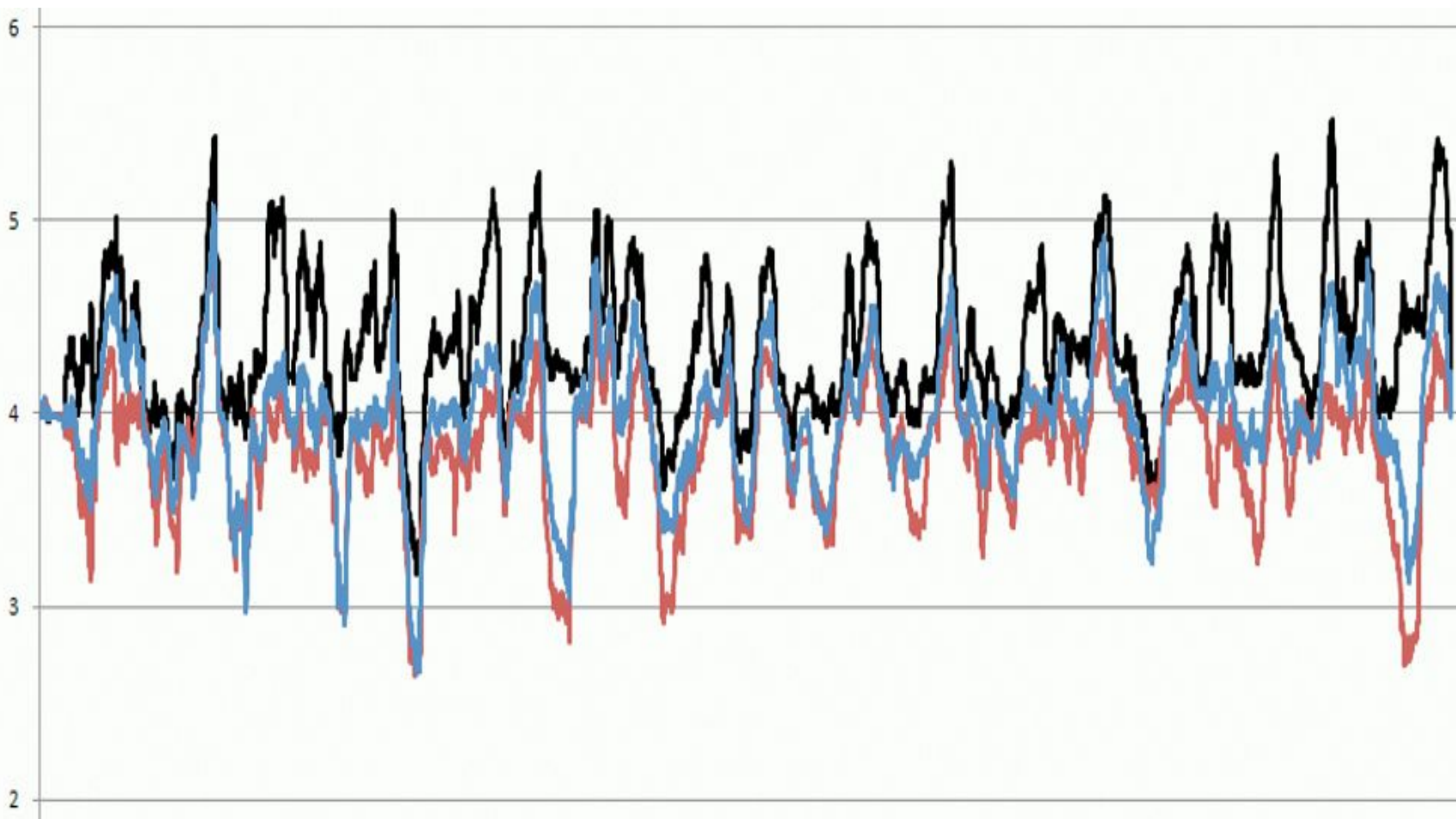
Und es muss ganz klar sein für die folgenden Jahre, dass das nicht in Frage kommt, dass ein Mensch wegen seines Alters, seiner Herkunft oder seiner Kasse bestimmte Leistungen nicht bekommt.



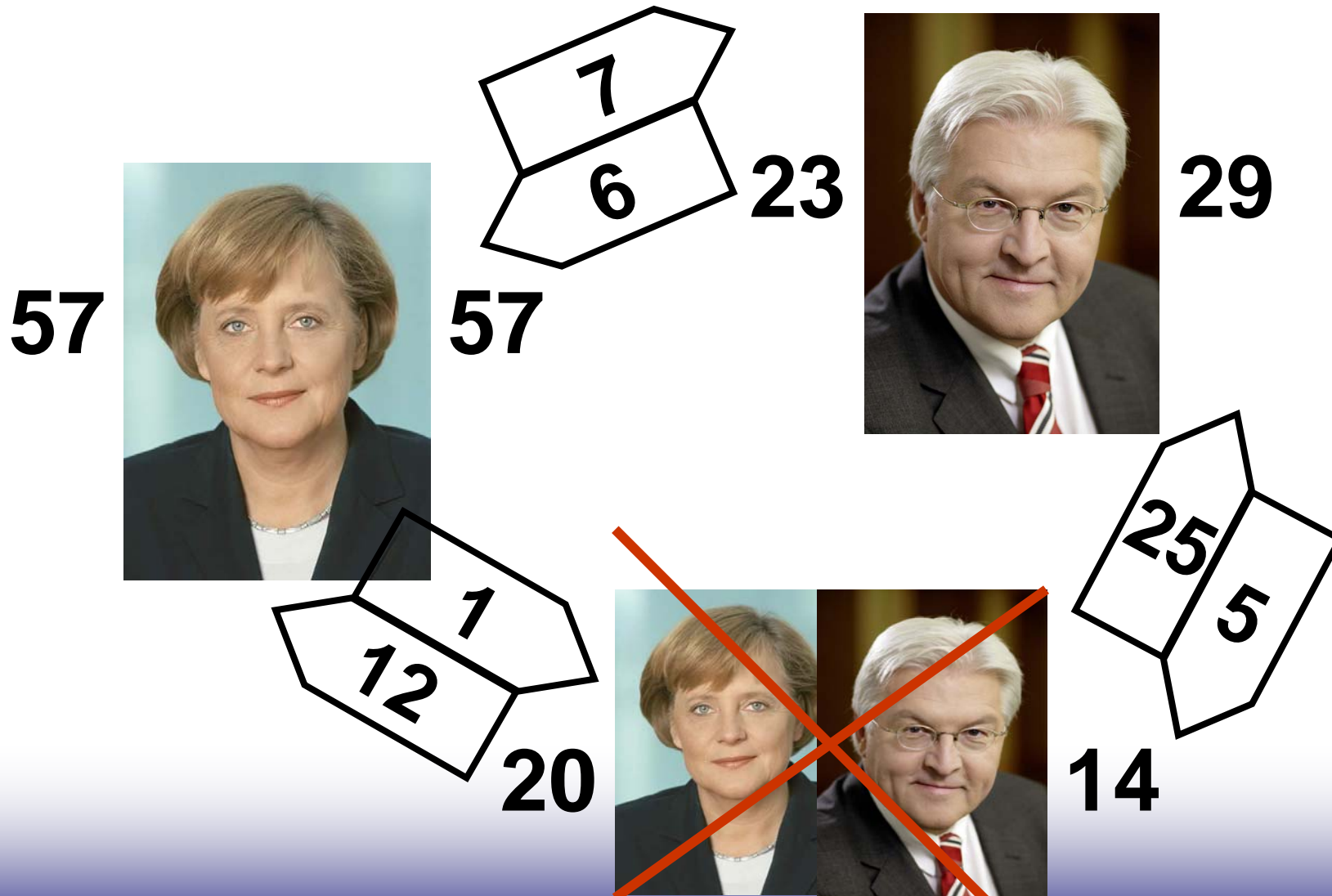
# OST/WEST



# WAHRNEHMUNGSFILTER



# BEFRAGUNGSDATEN: KANZLERPRÄFERENZ



- Effekte der Nachberichterstattung
  - Verknüpfung mit Daten aus Inhaltsanalysen
  - Verknüpfung mit Daten aus Fragebögen (W1-W4)
- 
- ➔ Viel zu tun, auch für Sie?
  - ➔ Daten sind (bald) public good