

Wahrnehmung und Wirkung von TV-Duellen

Wesseling, 6. Mai 2009

Thorsten Faas
Lehrstuhl für Politische Wissenschaft I
Universität Mannheim

Email:
Thorsten.Faas@uni-mannheim.de

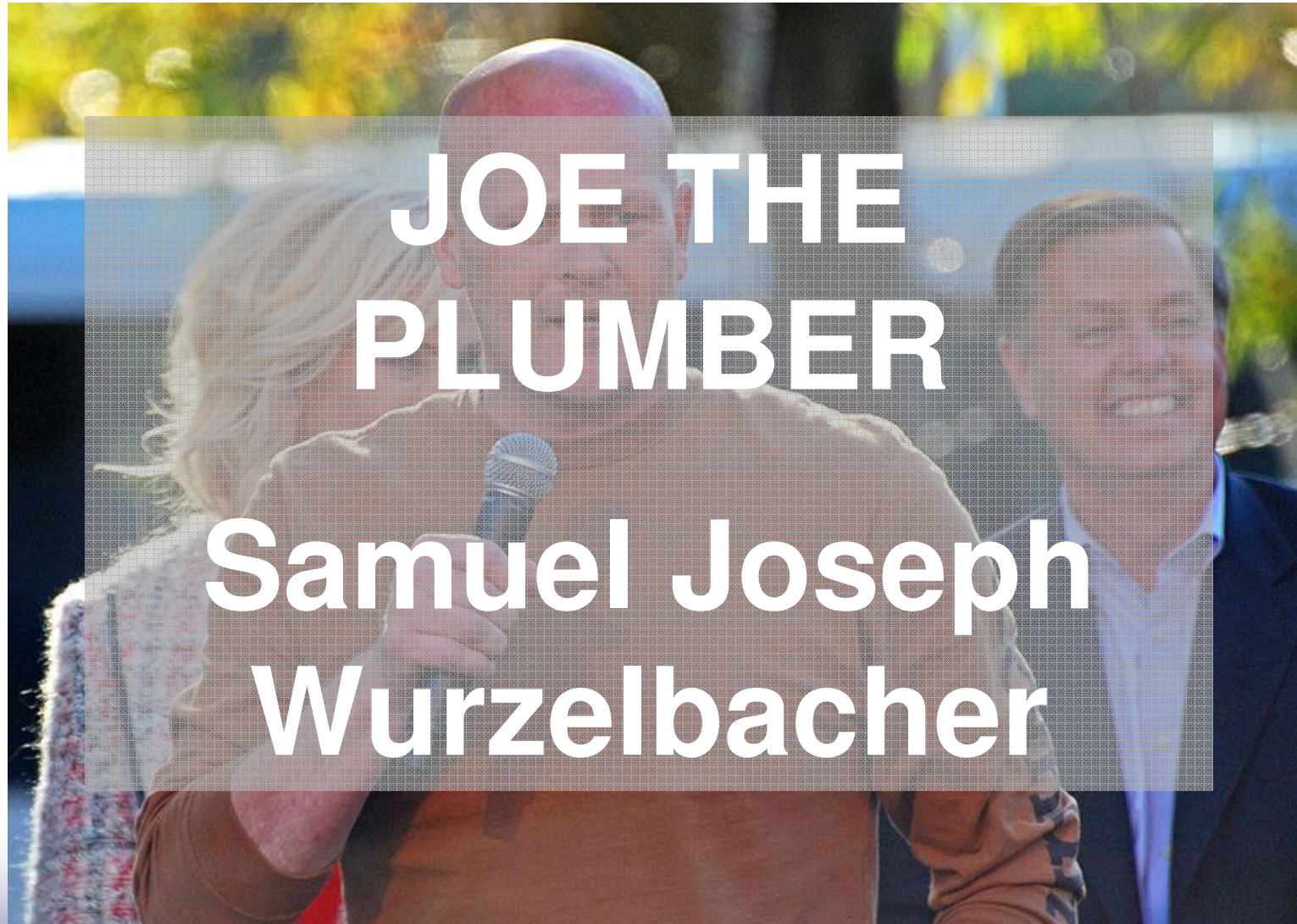
Einführung

PERSONALISIERUNG VON WAHLKÄMPFEN?

2

- **Was kann das bedeuten?**
 - Kandidaten gewinnen in den Kampagnen der Parteien an Bedeutung
 - Medienberichterstattung vor allem auf Kandidaten konzentriert
 - Wähler berücksichtigen Kandidaten in ihrer Wahlentscheidung stärker
- **Auf einer zweiten Ebene...**
 - “Privatisierung”
 - persönliche / private / äußerliche / rollenferne Merkmale gewinnen potenziell an Bedeutung
- **TV-Duelle (und auch Talkshows) erfüllen potenziell alle dieser Aspekte!**

- **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



TV-DISKUSSIONEN IN DEUTSCHLAND

5

- 1969 to 1987 – „Elefantenrunden“ aller Spitzenkandidaten, eher unstrukturiert, bis zu vier Stunden dauernd
- 1990 to 1998 – Keine direkten Aufeinandertreffen im Fernsehen
- 2002/2005 – Wiederauferstehung von TV-Duellen, allerdings in neuem Format
 - US-Format
 - Nur zwei Kontrahenten, zwei / vier Journalisten, kein Publikum
 - Vier bzw. zwei Wochen vor dem Wahltag
 - 75 / 90 Minuten lang
 - Relativ starre Regeln
- 2005 zusätzlich auch „Elefantenrunde“ mit Vertretern aller Parteien in der letzten Woche vor der Wahl
- 2009? Wohl zwei Duelle geplant... Streitigkeit über das Format

- 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



- Aber auch „High-Risk-TV“:
- http://www.youtube.com/watch?v=CB_d0psNYGI&feature=rrelated

BEDEUTUNG VON TV-DUELLEN



- 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

9

- Wer schaut TV-Duelle?
 - ➔ Umfragen, vor allem aber Daten aus dem GfK-Fernsehpanel
- Wie werden diese wahrgenommen und verarbeitet?
 - ➔ Umfragen, vor allem aber Real-Time-Response-Analysen
 - ➔ Ergebnisse unmittelbar nach der Sendung?
- Wie agieren Kandidaten in Duellen? Welche Argumentationsmuster verwenden sie?
 - ➔ Inhaltsanalysen
- Welche Rolle spielen Argumente? Auftreten? Mimik? Format des Duells?
 - ➔ Experimentelle Studien, Verbindung von Inhalten des Duells mit unmittelbaren Zuschauerreaktionen

MÖGLICHE FORSCHUNGSFRAGEN

10

- Welche Effekte haben TV-Duelle?
 - Experimentelle Studien, vor allem aber repräsentative Umfragen für repräsentative Ergebnisse
 - Selbstauskünfte vs. Gruppenvergleiche
- Wie dauerhaft sind diese Effekte? Welche Rolle spielt die Nachberichterstattung?



MÖGLICHE FORSCHUNGSFRAGEN

12

- Welche Effekte haben TV-Duelle?
 - ➔ Experimentelle Studien, vor allem aber repräsentative Umfragen für repräsentative Ergebnisse
 - ➔ Selbstauskünfte vs. Gruppenvergleiche
- Wie dauerhaft sind diese Effekte? Welche Rolle spielt die Nachberichterstattung?
 - ➔ Spezielle Umfragen, die Entwicklungen im Zeitverlauf beobachten können
- Fazit:
 - Vielzahl von Möglichkeiten der Erforschung von TV-Duellen
 - Liefern mitunter widersprüchliche Ergebnisse, unterschiedliche Stärken und Schwächen

- Bedeutung der Duelle im Kontext anderer Wahlkampfformen / Wahrnehmung von Duellen „im Großen“
- Wahrnehmung von Duellen „im Kleinen“ (unter besonderer Berücksichtigung von Zuhörer/Zuschauer-Unterschieden)
- Stabilität von Wahrnehmungen im Zeitverlauf
- Effekte von Duellen auf ...
 - ... Wahlbeteiligung
 - ... Parteiwahl
 - ... sonstige Einstellungen

Daten

schriftliche Befragung (Pretest)	RTR-Messung	schriftliche Befragung (Posttest I)	Befragung (Posttest II)
direkt vor dem Duell	während dem Duell	direkt nach dem Duell	wenige Tage nach dem Duell

- Ziel: Je 36 Teilnehmer aus der Region Bamberg (geschichtet nach Alter, Bildung und Geschlecht) verfolgen die beiden TV-Duelle
- Tatsächlich Teilnehmerzahl: 32 bzw. 35
- Die Hälfte der Teilnehmer verfolgt die Debatte mit Bild und Ton, die andere Hälfte nur mit Ton
- RTR-Messung über Tastatureingaben an PCs
- Zusätzlich Fragebögen unmittelbar vor und nach der Debatte sowie im Abstand von wenigen Tagen nach der Debatte

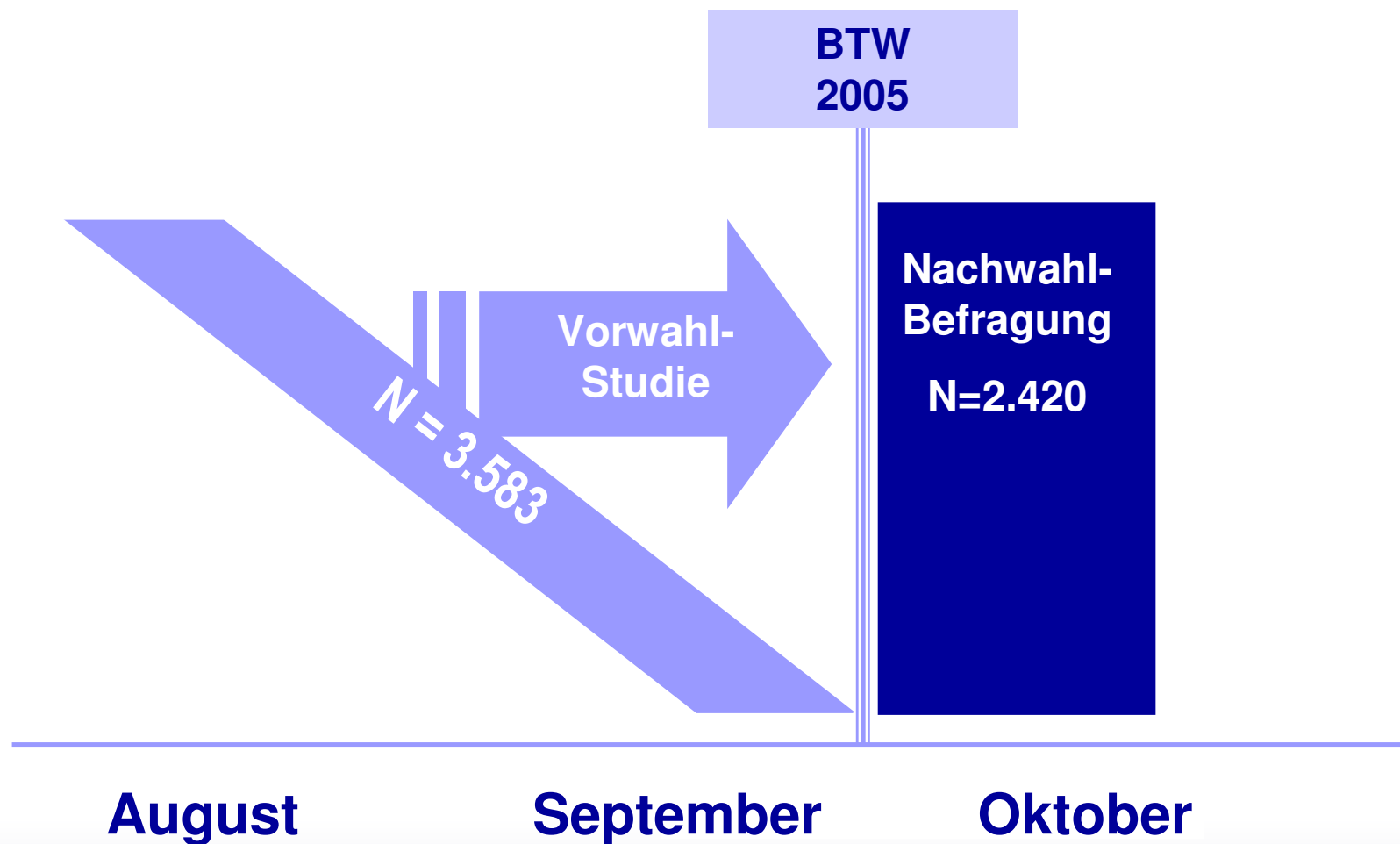
EINGABEMASKE (ÜBER TASTATUR!)

17



ROLLIERENDE QUERSCHNITTE 2005

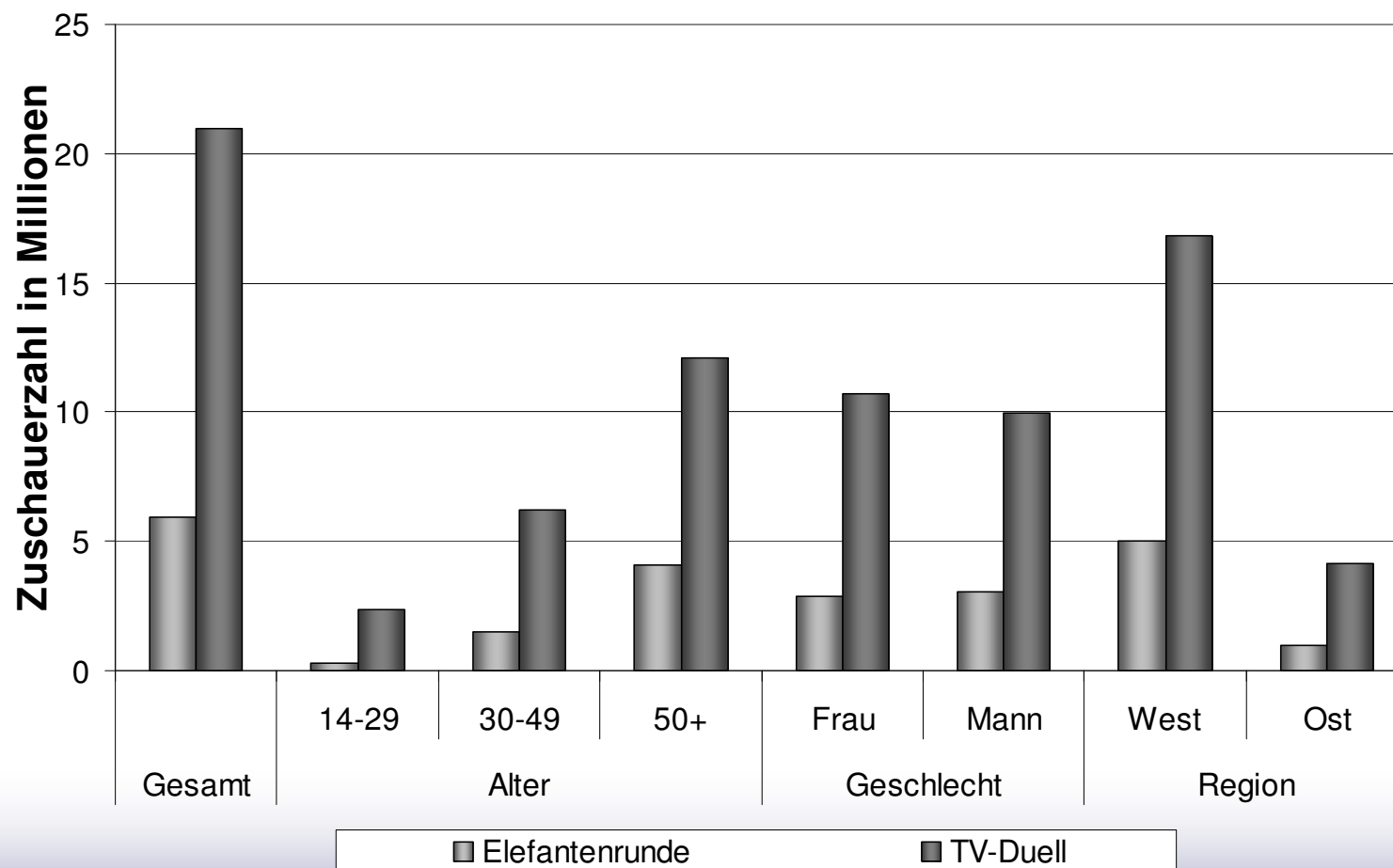
18



Wahrnehmung von Duellen „im Großen“

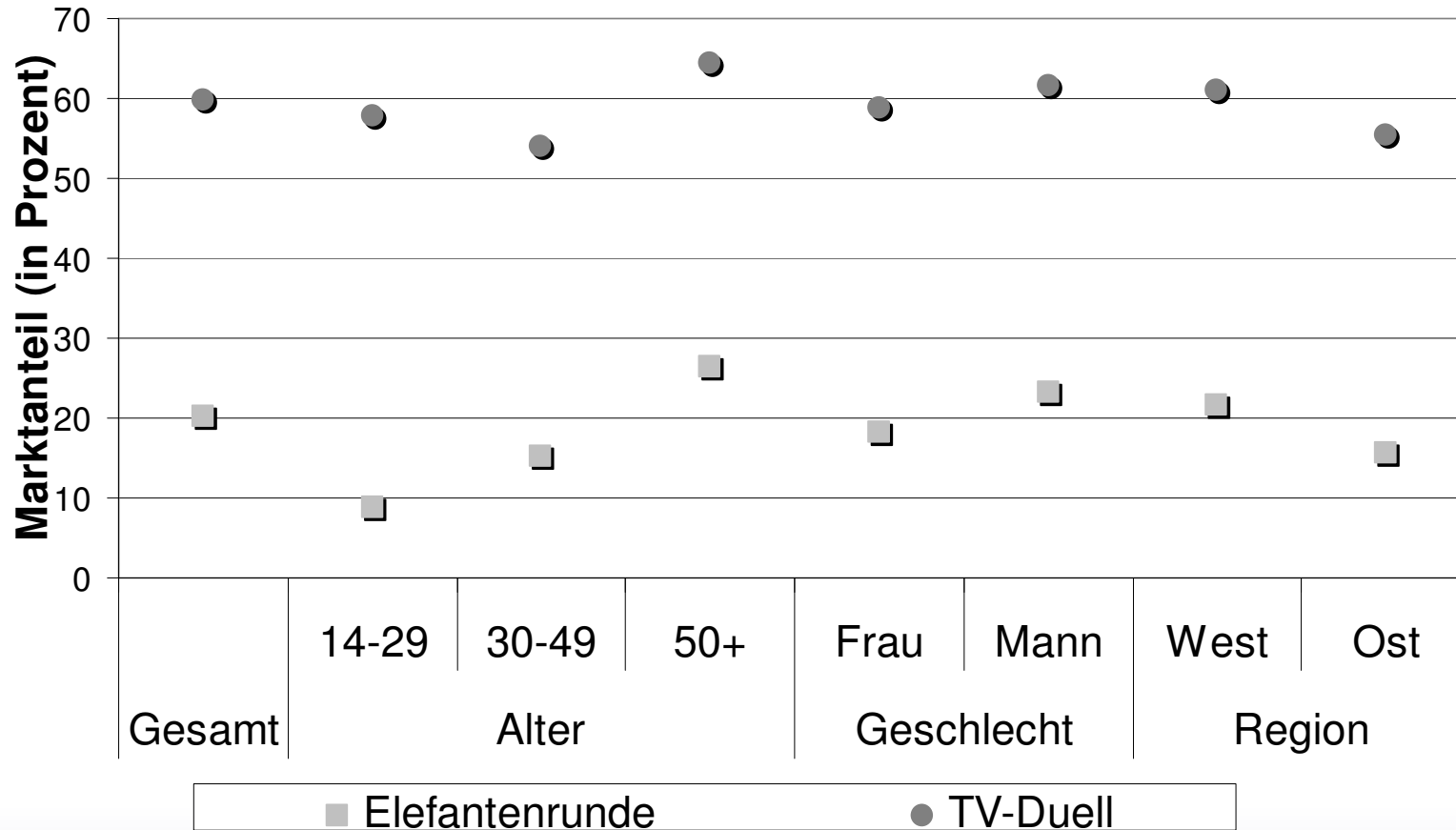
ZUSCHAUERZAHLEN 2005

GfK Fernsehdaten



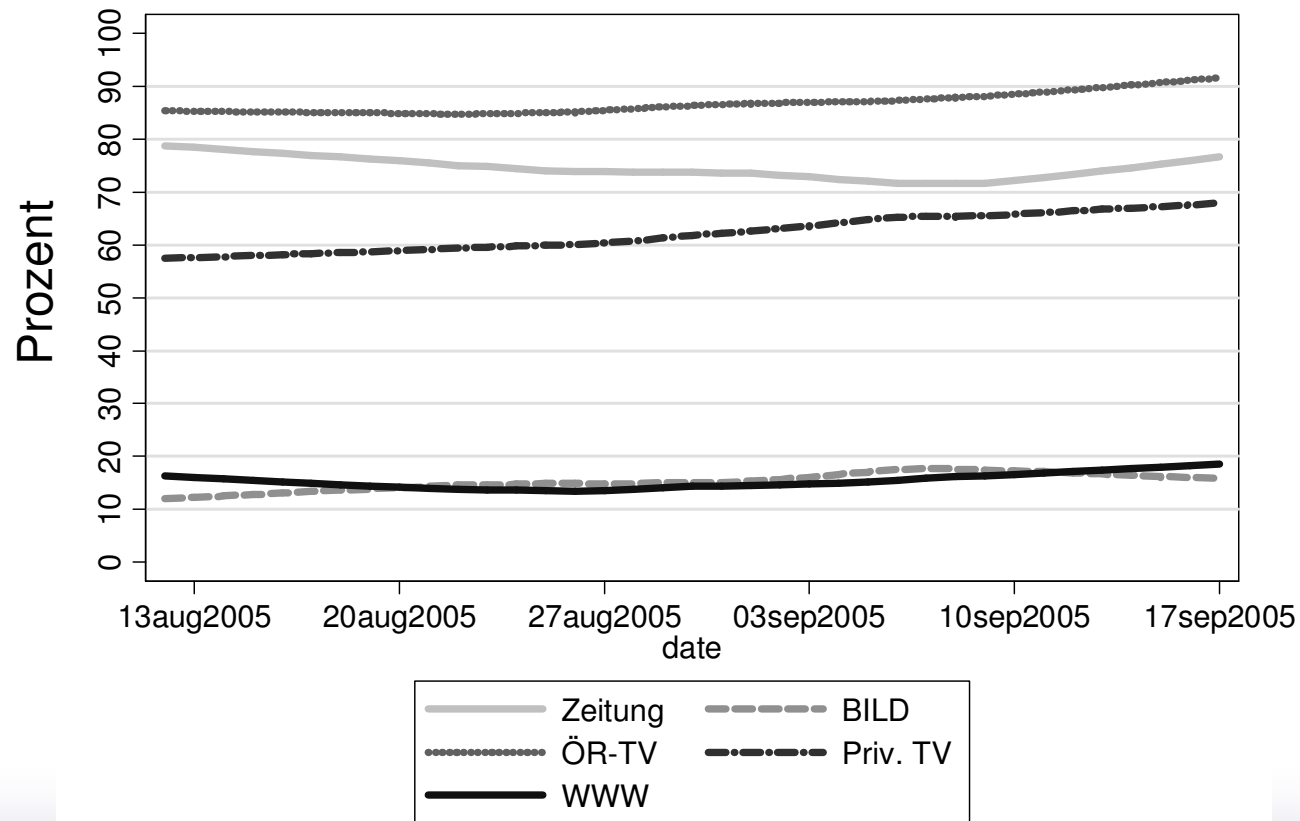
MARKTANTEILE 2005

GfK Fernsehdaten



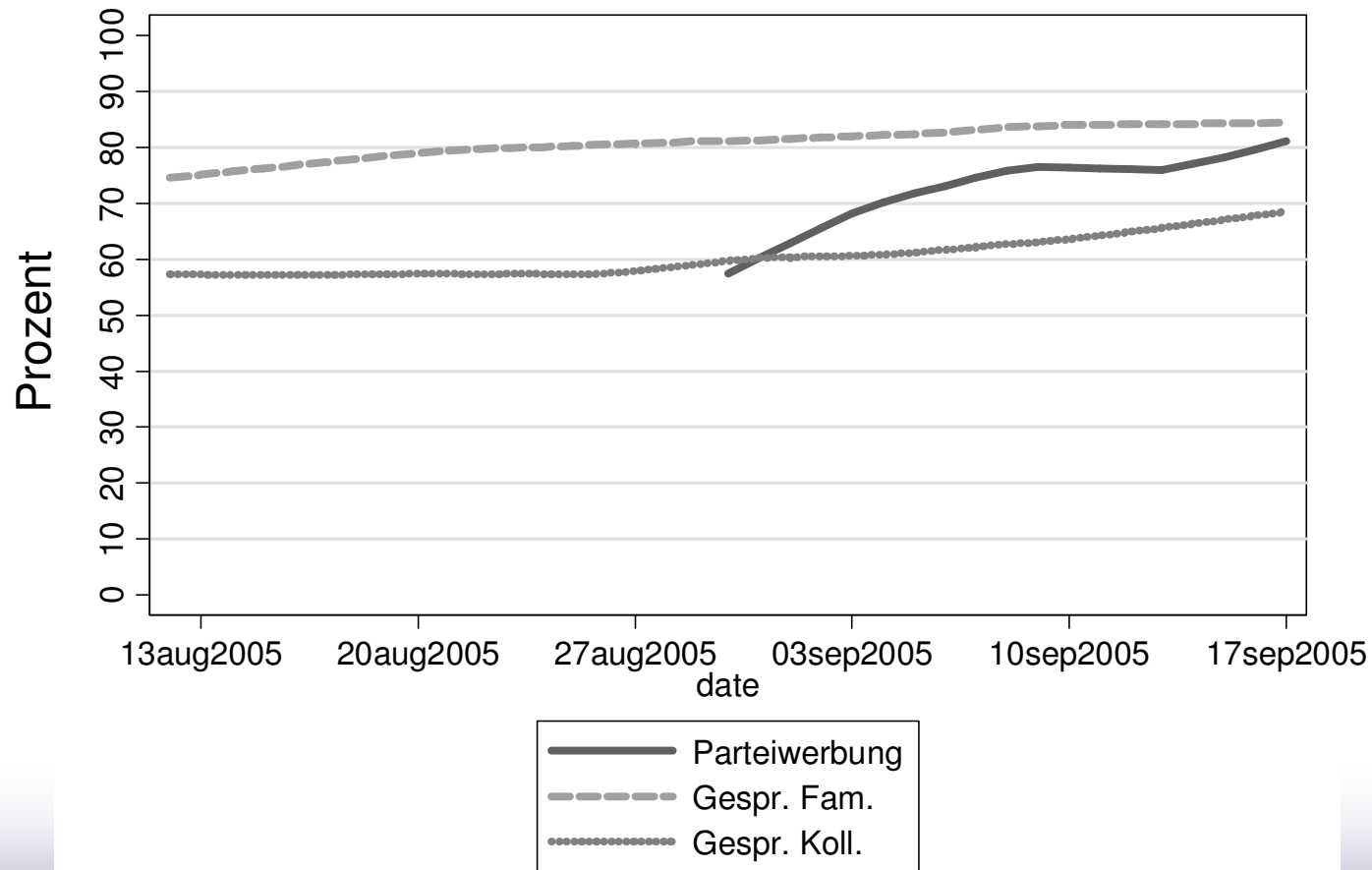
Mediennutzung im Wahlkampf

Anteil der Befragten, die an mindestens einem Tag innerhalb der letzten Woche den jeweiligen Kanal genutzt haben

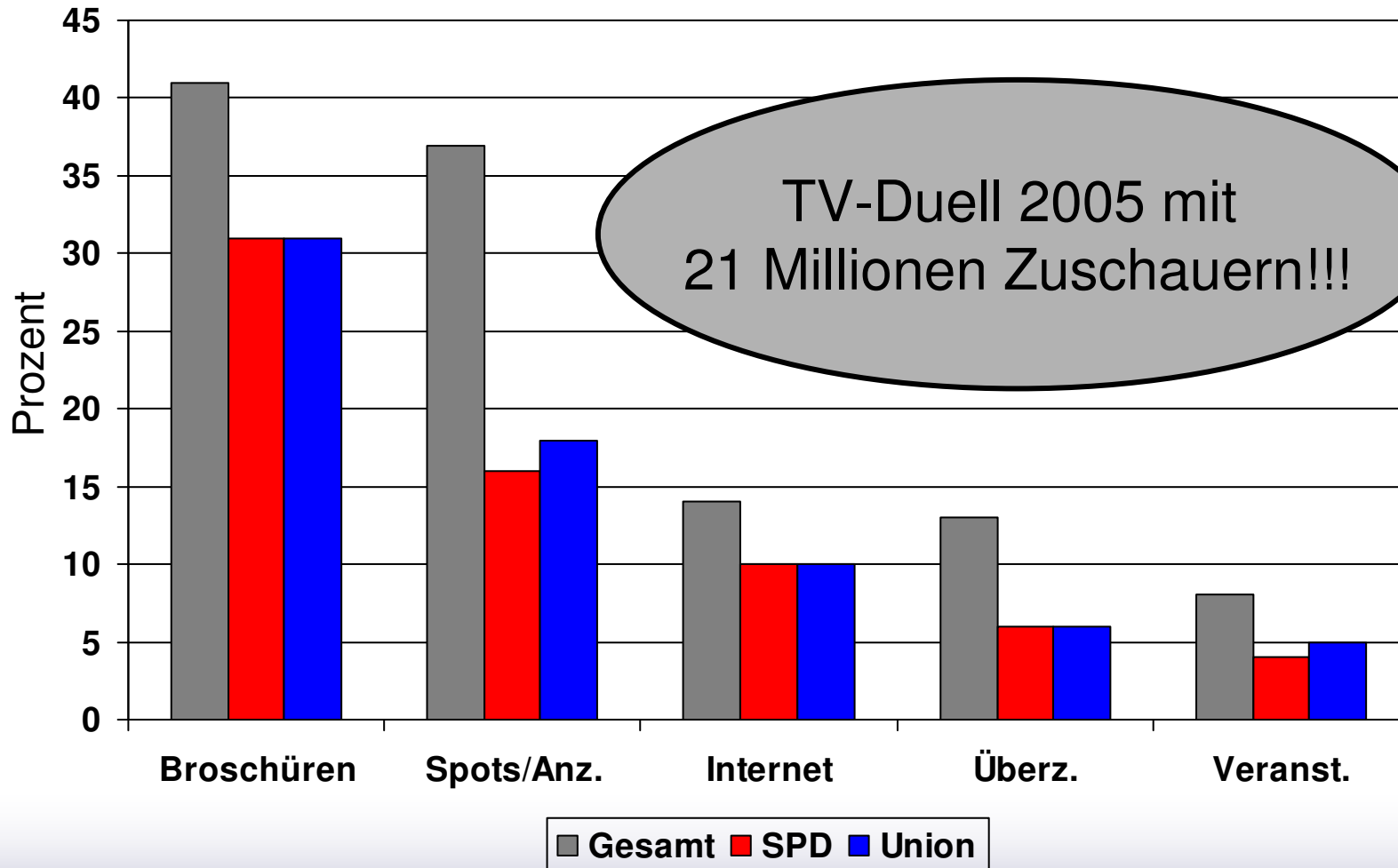


Interpersonale Kommunikation, Parteiwerbung

Anteil der Befragten, die an mindestens einem Tag innerhalb der letzten Woche den jeweiligen Kanal genutzt haben



Parteikontakte im Vergleich



Fazit der Wähler / hilfreiche Einflüsse

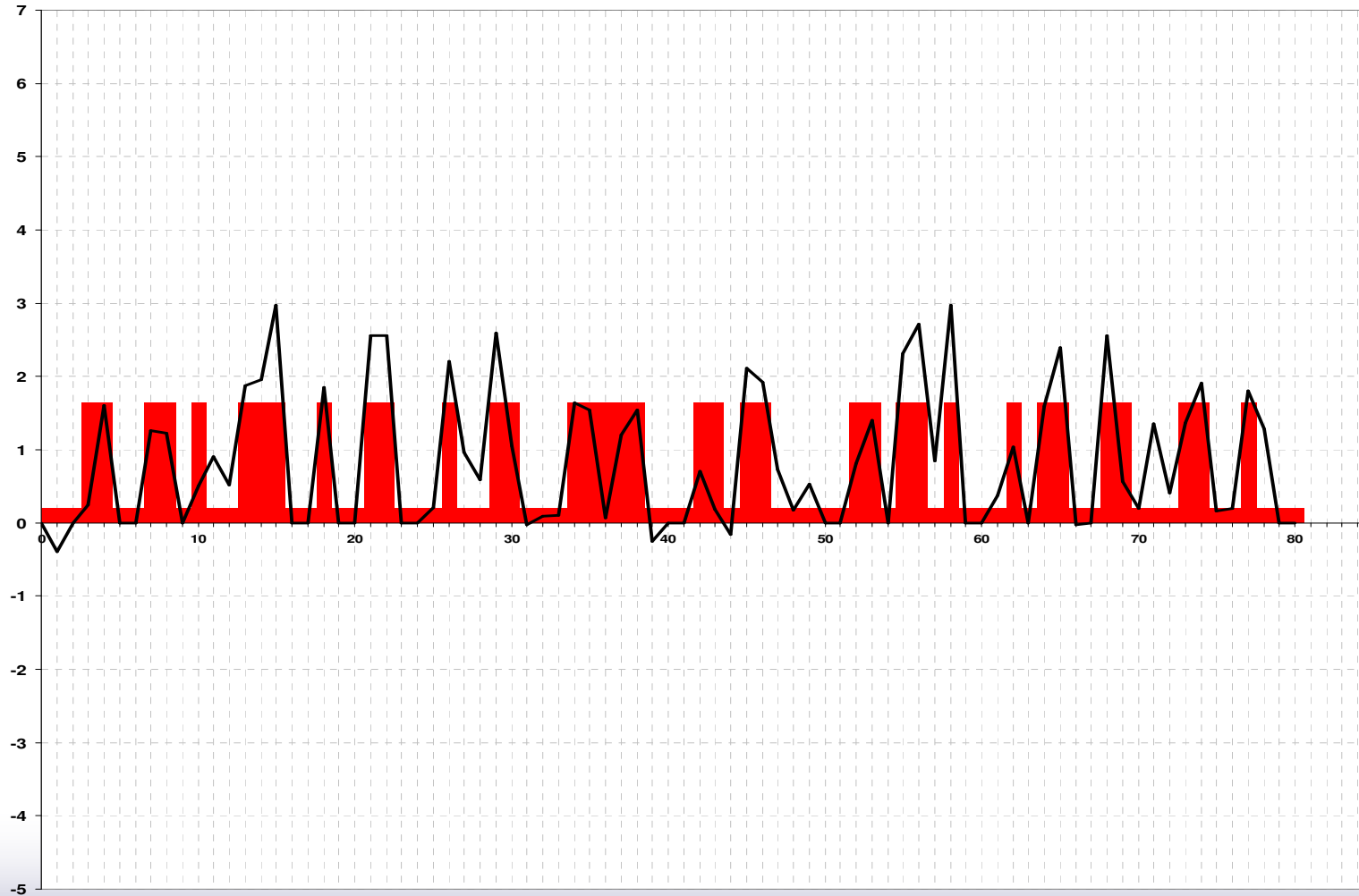
„Im Wahlkampf gibt es ja verschiedene Möglichkeiten, wie man sich über die Parteien und ihre Politik informieren kann. Ich möchte gerne wissen, welche Informationsquellen Ihnen wirklich geholfen haben, Ihre Wahlentscheidung zu treffen.“

	ALLE	Parteiidentifikation			Polit. Interesse	
		SPD	Andere	Keine	Gering	Hoch
Wahlwerbung	1	2	1	1	2	1
TV-Nachr.	48	51	46	47	49	45
Zeitungsberichte	25	22	29	22	20	32
WWW	3	3	2	5	3	4
Gespräch mit And.	19	19	18	23	24	14

Wahrnehmung von Duellen „im Kleinen“

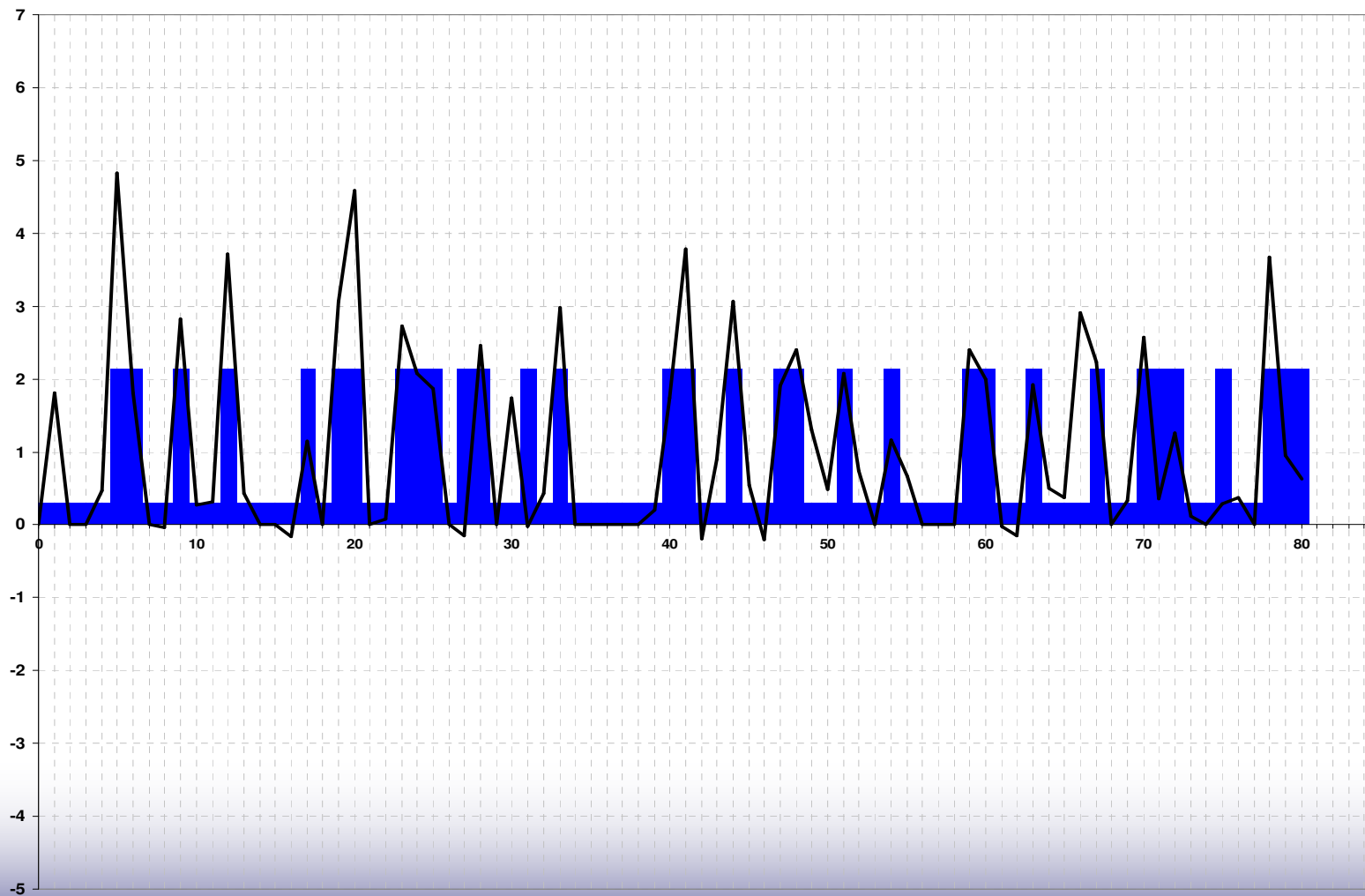
BEWERTUNG SCHRÖDERS IN DUELL I/2002

Saldo (gewichteter) Bewertungen der SPD-/Grünen-Anhänger



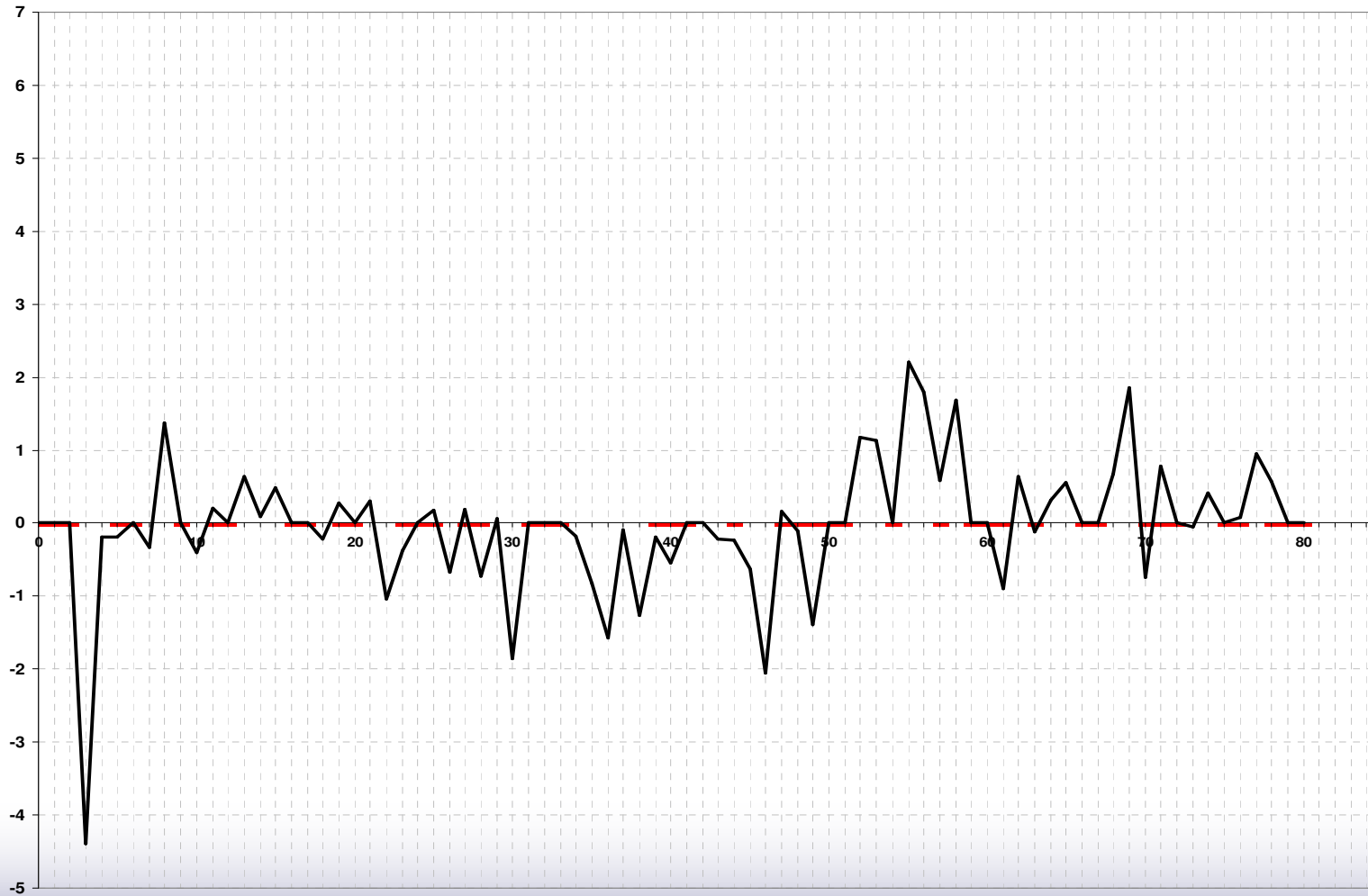
BEWERTUNG STOIBERS IN DUELL I/2002

Saldo (gewichteter) Bewertungen der Unions-/FDP-Anhänger



BEWERTUNG SCHRÖDERS IN DUELL I/2002

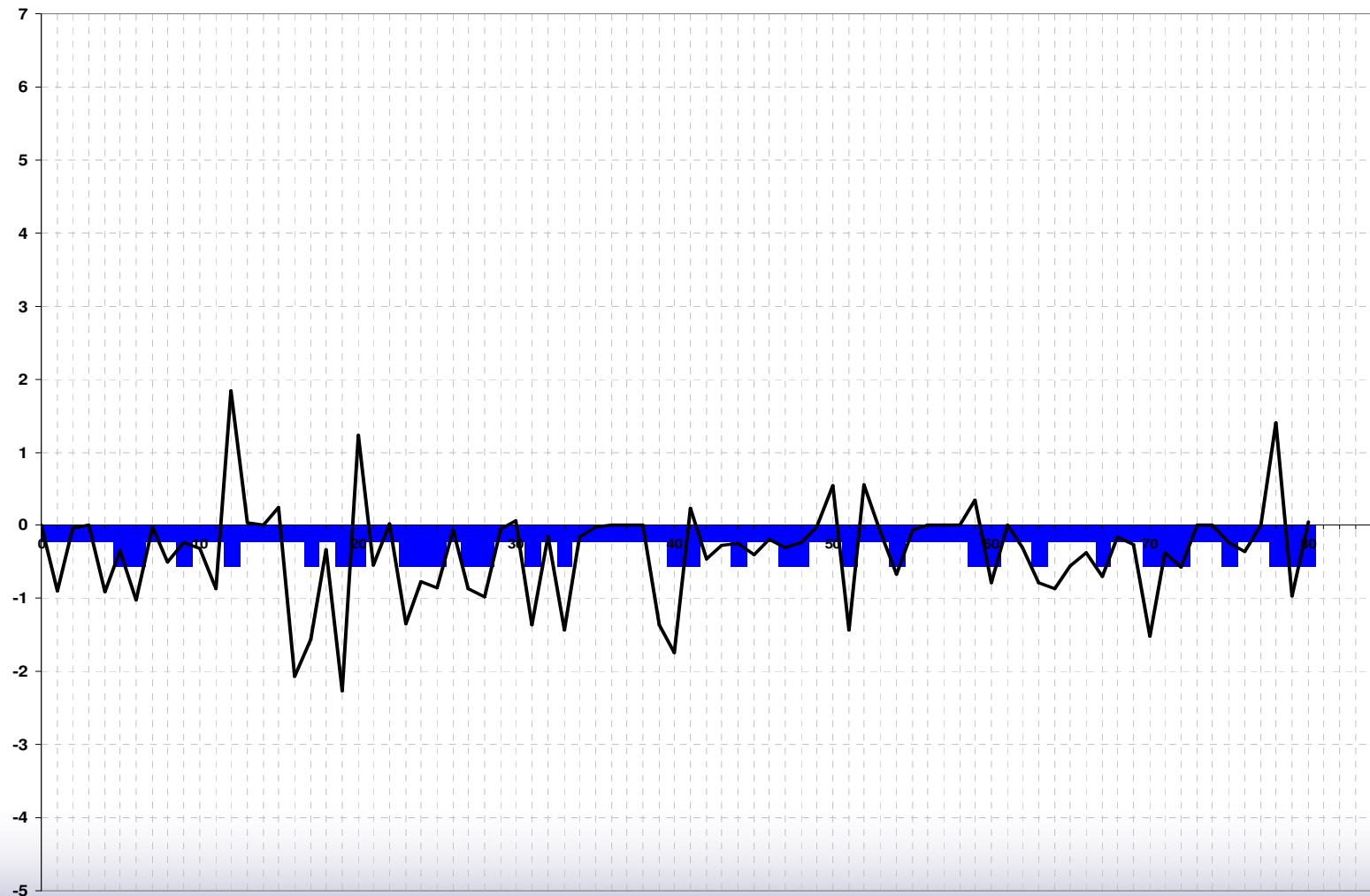
Saldo (gewichteter) Bewertungen der Unions-/FDP-Anhänger



BEWERTUNG STOIBERS IN DUELL I/2002

30

Saldo (gewichteter) Bewertungen der SPD-/Grüne-Anhänger



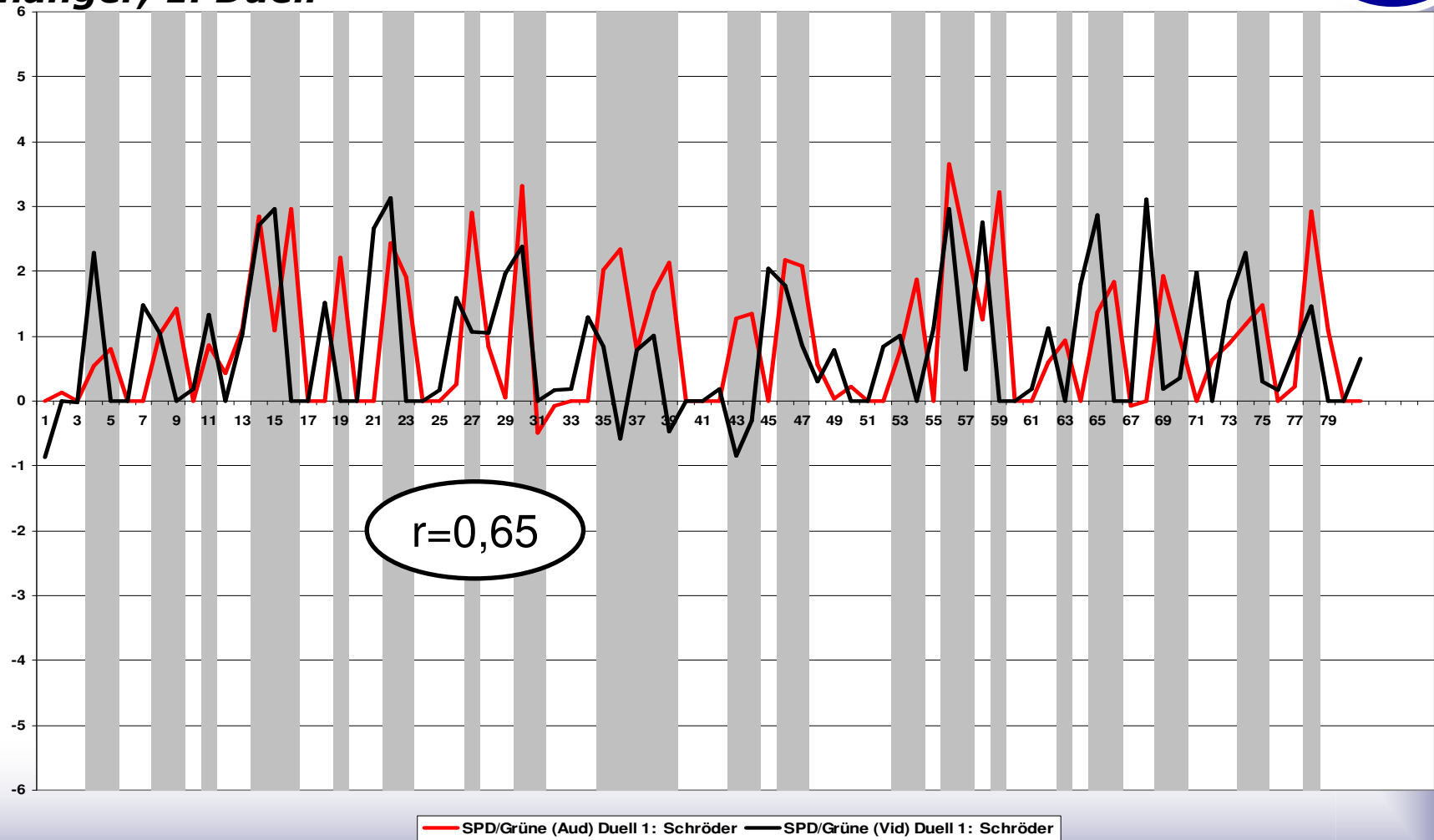
KENNEDY – NIXON 1960

31

- <http://www.youtube.com/watch?v=C6Xn4ipHiwE&feature=related> (6:30)

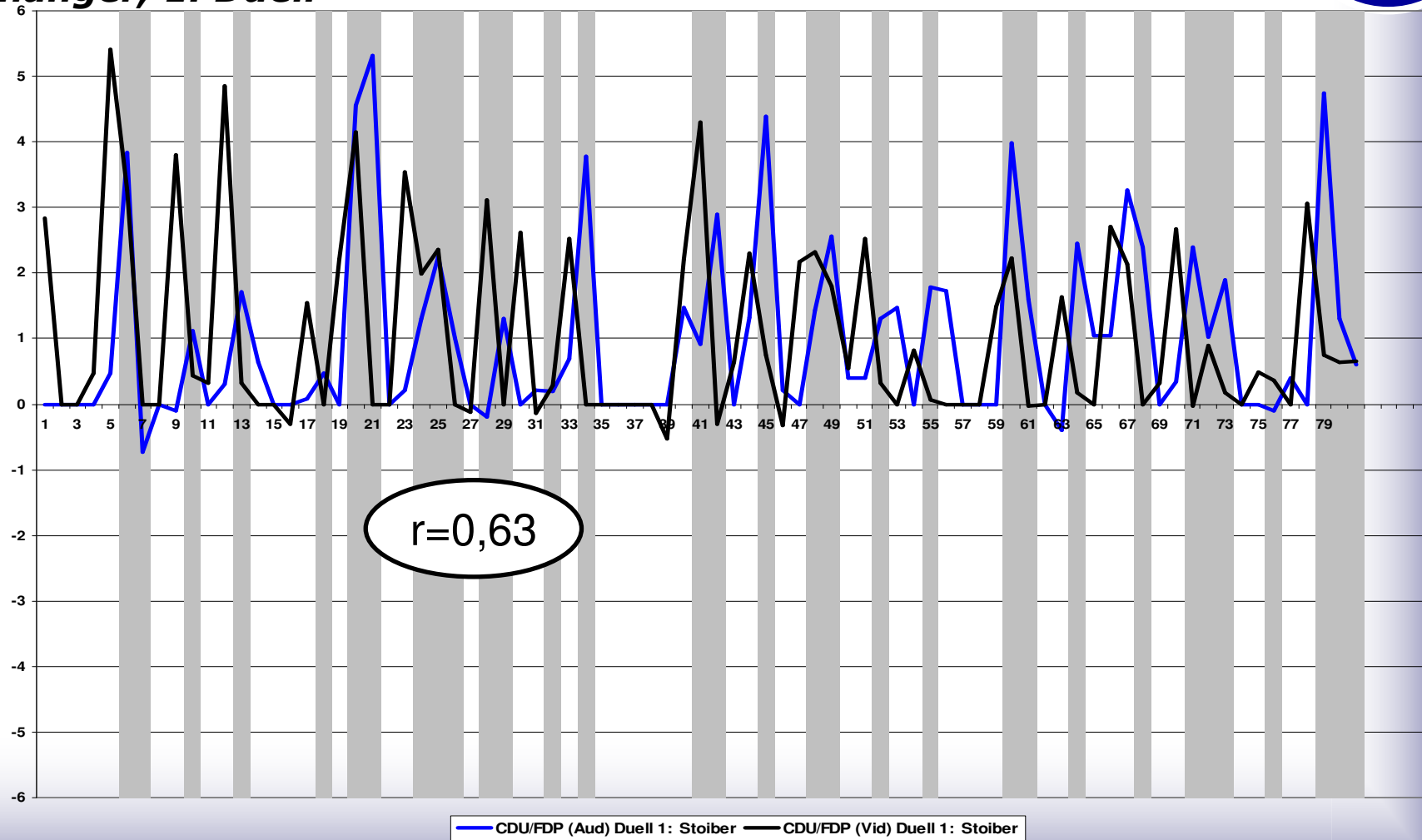
HÖRER VS. SEHER

Saldo (gewichteter) Bewertungen für Schröder, nur SPD-/Grüne-Anhänger, 1. Duell



HÖRER VS. SEHER

Saldo (gewichteter) Bewertungen für Stoiber, nur Unions-/FDP-Anhänger, 1. Duell

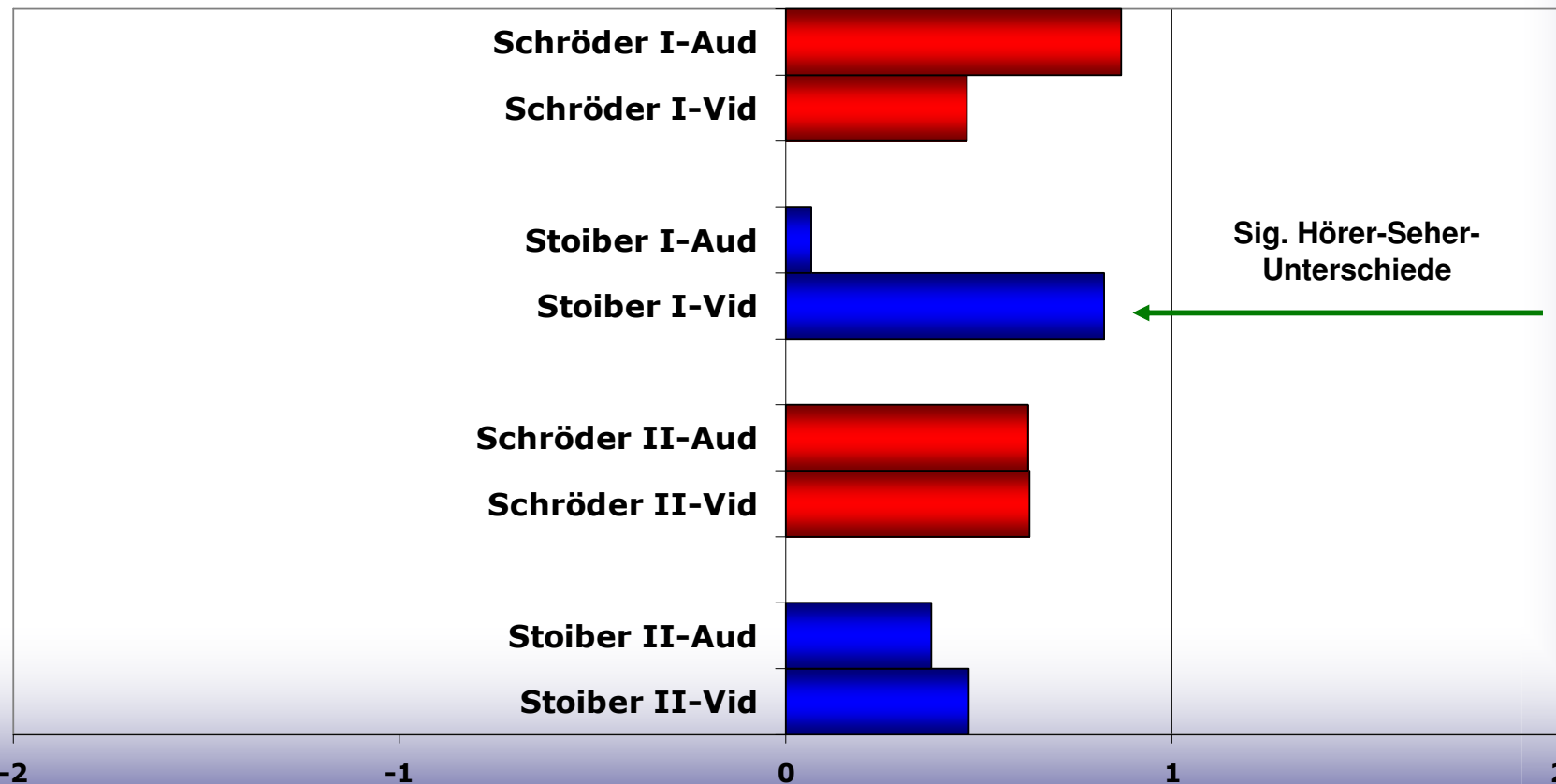


BEWERTUNG DES AUFTRITTS

Wie hat Ihrer Meinung nach Gerhard Schröder / Edmund Stoiber in der heutigen Fernsehdebatte abgeschnitten? (Skala von +2 – sehr gut bis -2 – sehr schlecht)

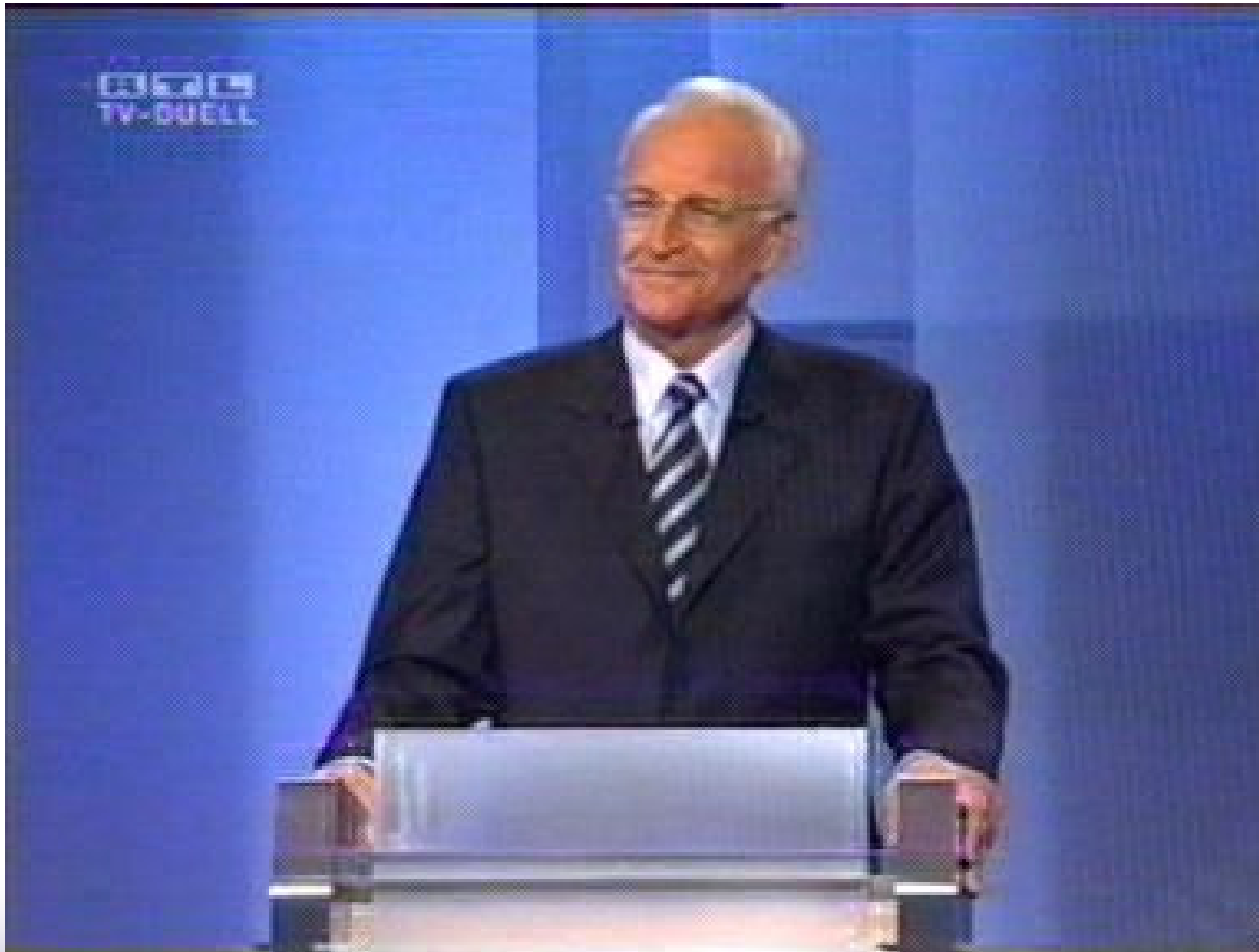
SEHR SCHLECHT

SEHR GUT



BEWERTUNG DES AUFTRITTS

35



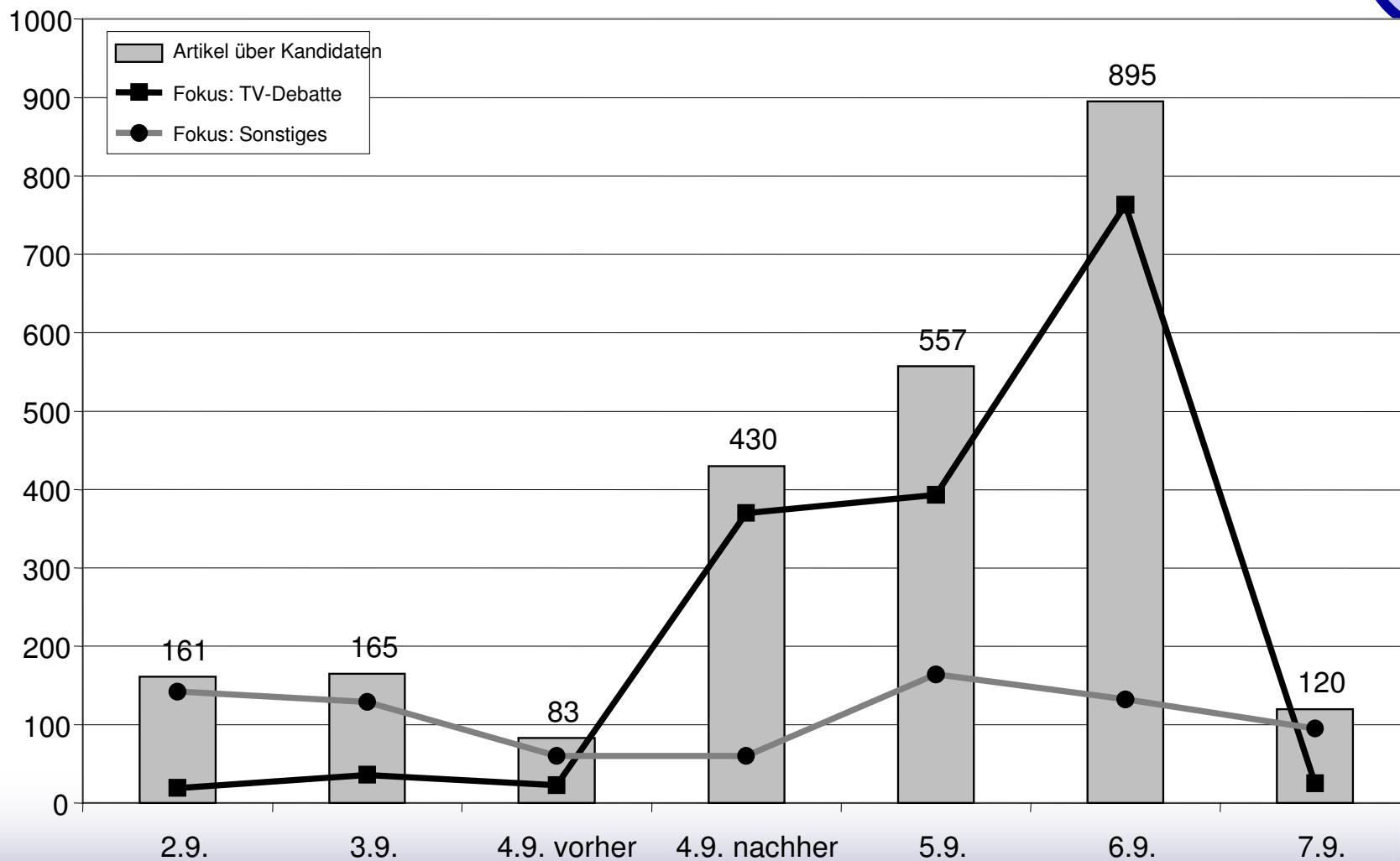
Thorsten Faas: TV-Duelle

- Kennedy – Nixon als Beispiel (bestätigt in späterer Studie!)
- Aber auch Hinweise bei der BTW 2002
 - Stoibers Lächeln
 - Schröders Stimme
 - Mehr Abwägungen bei Hörern

Stabilität

- Lang/Lang (1979: 311): „*(debate) impressions were constantly tested against those of others, including interpretative and analytic commentaries offered by authoritative mass media sources.*“

MEDIENBERICHTERSTATTUNG 2005



QUELLE: Reinemann (2007)

WAHRGENOMMENER SIEGER 2002

	Erste Debatte		Zweite Debatte	
Wahrgenommener Sieger	Schröder	Stoiber	Schröder	Stoiber
... unmittelbar nach der Debatte	50	29	49	29
... einige Tage nach der Debatte	35	39	63	19
Unterschied	-15**	+10**	+14***	-10**

DYNAMIK IN REAKTION AUF MASSEN MEDIEN

41

Individuelle Anpassungen des wahrgenommenen Debattensiegers in Abhängigkeit vom Informationsumfeld: Massenmedien

Erste Debatte

Zweite Debatte

Individuelle Wahrnehmung war...

... besser als Darstellung in den Medien

... identisch mit Darstellung der Medien

... schlechter als Darstellung in den Medien

	Schröder	Stoiber
... besser als Darstellung in den Medien	-.5**	-.3*
... identisch mit Darstellung der Medien	-.2	.2
... schlechter als Darstellung in den Medien	.1	.2

	Schröder	Stoiber
... besser als Darstellung in den Medien	-.1**	-.5***
... identisch mit Darstellung der Medien	.1	-.2
... schlechter als Darstellung in den Medien	.4	.1

DYNAMIK IN REAKTION AUF PERS. UMFELD

Individuelle Anpassungen des wahrgenommenen Debattensiegers in Abhängigkeit vom Informationsumfeld: Interpersonale Kommunikat.

Erste Debatte

Zweite Debatte

Individuelle Wahrnehmung war...	Erste Debatte		Zweite Debatte	
	Schröder	Stoiber	Schröder	Stoiber
... besser als Meinung im Umfeld	-.7***	-.3***	.0	-.5**
... identisch mit Meinung im Umfeld	-.3	.0	.0	-.2
... schlechter als Meinung im Umfeld	.5	.6	.6	.2

Wer hat die TV-Duelle gewonnen?

- Institute liefern unmittelbar nach dem Duell Einschätzungen über den „Ausgang“ des Duells
- Diskussionen nach der ersten Steinbrück-Rüttgers-Debatte (Forsa!) zeigen, für wie wichtig diese Information gehalten wird
- Nur der Sieger kann von dem Duell profitieren, Meinungsklima

2002

- Erste Debatte zwischen Schröder und Stoiber unentschieden
- Zweite Debatte mit deutlichem Punktsieg für Schröder

Um diesen Phänomenen genauer nachgehen zu können, wurden 2005 zwei Fragen gestellt:

Befragte, die das Duell gesehen haben:

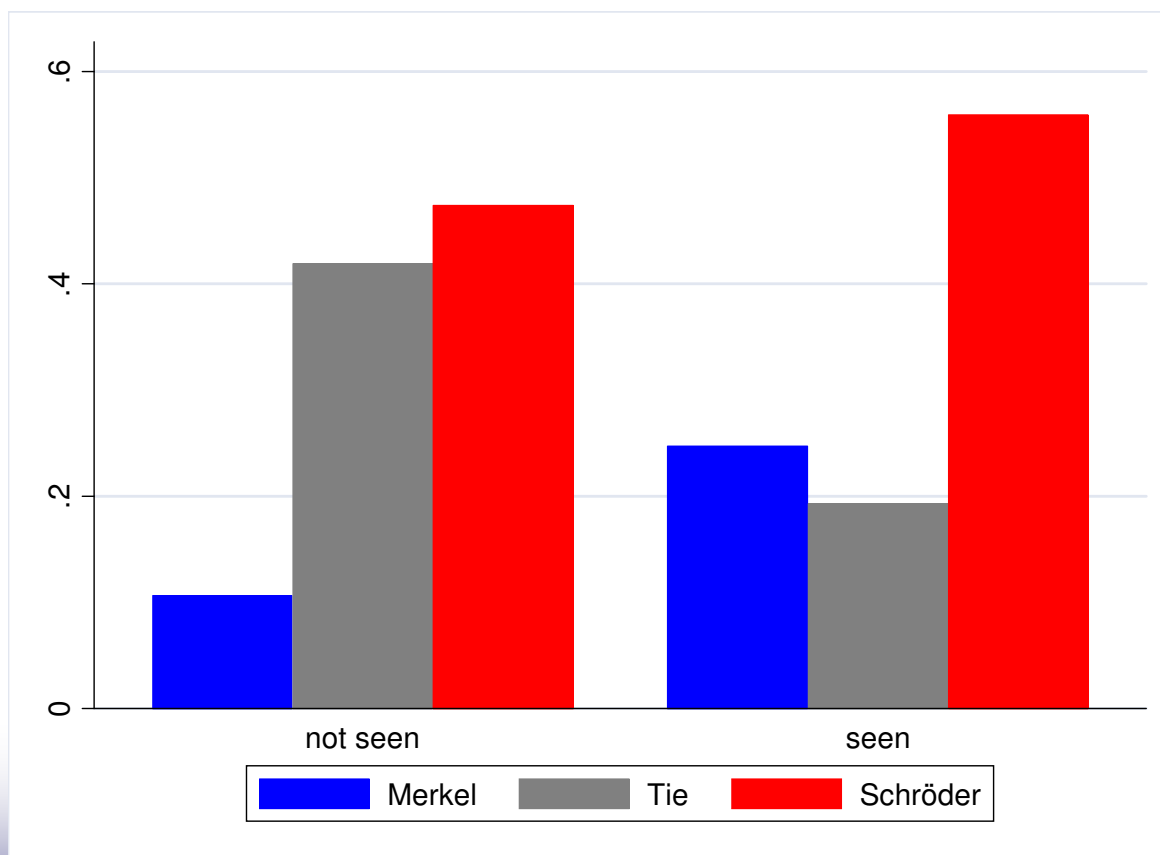
„Wer hat Ihrer Meinung nach in dem Duell besser abgeschnitten – Gerhard Schröder oder Angela Merkel?“

Befragte, die das Duell *nicht* gesehen haben:

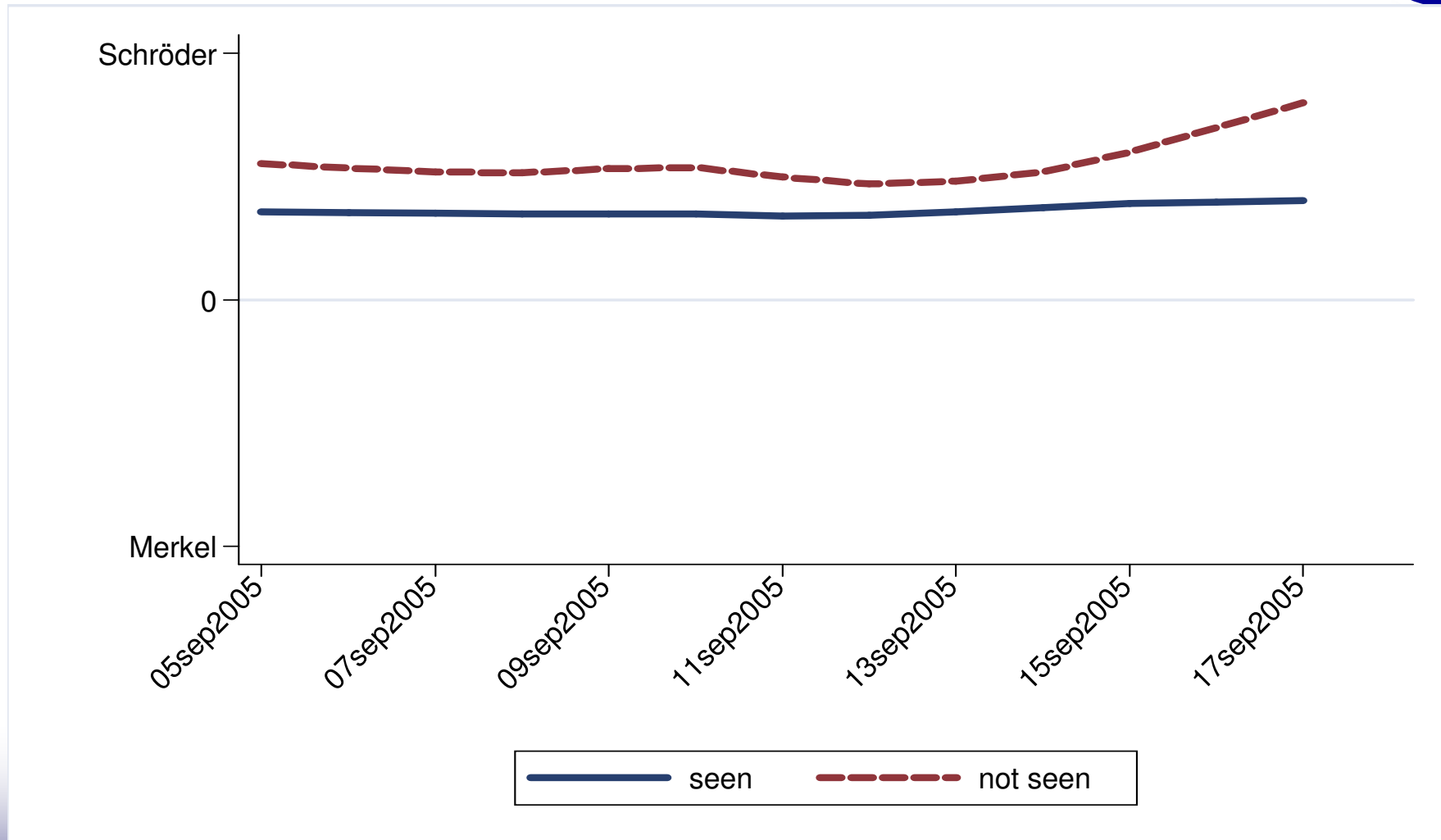
„Haben Sie etwas darüber gehört oder gelesen, wer in dem Duell besser abgeschnitten hat – Gerhard Schröder oder Angela Merkel?“

SIEGERWAHRNEHMUNG 2005

Nicht gesehen Gesehen

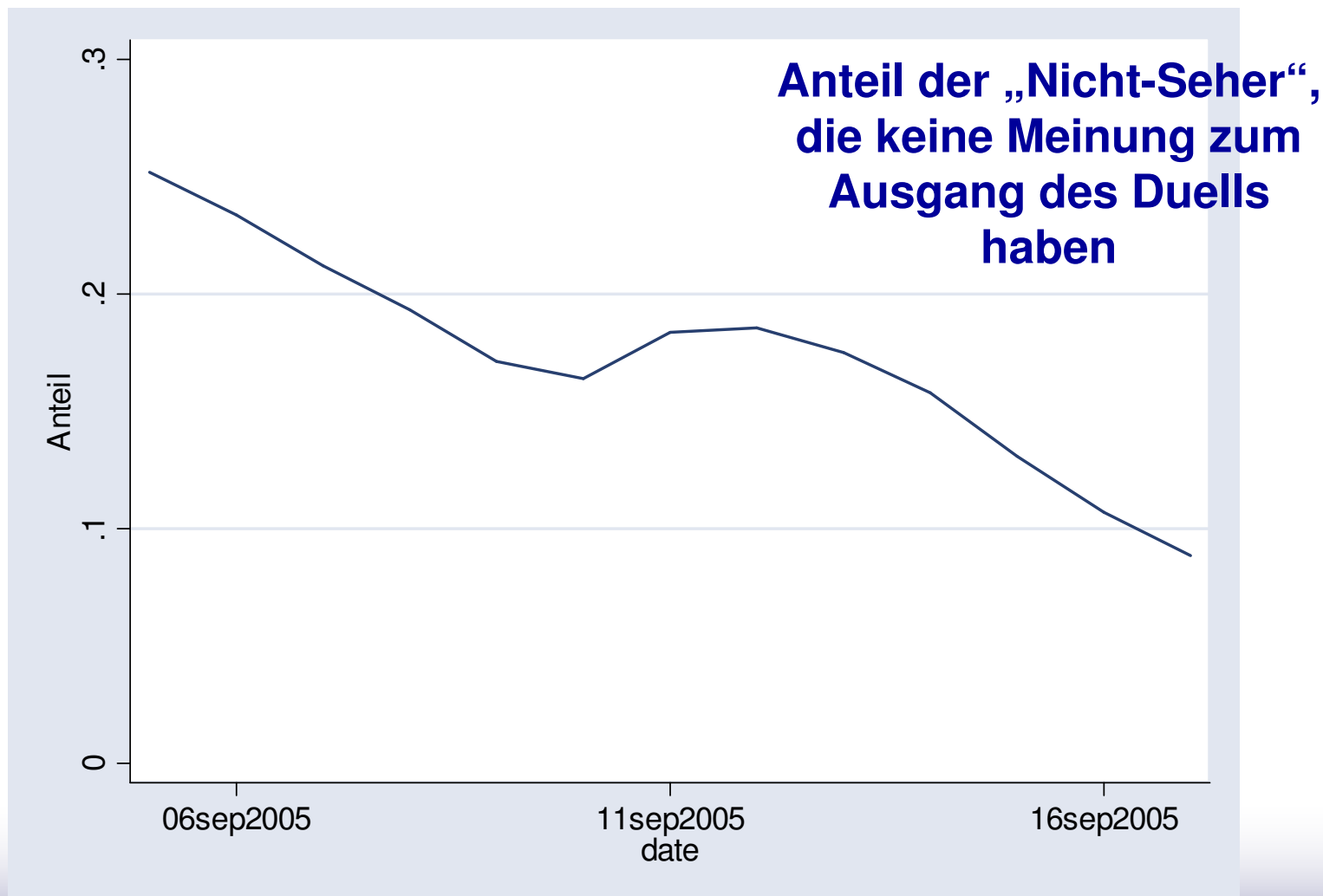


SIEGERWAHRNEHMUNG 2005: STABILITÄT



SIEGERWAHRNEHMUNG 2005: STABILITÄT

47



Effekte von TV-Duellen

- Welche Effekte haben TV-Duelle ...
 - ... auf die Wahlbeteiligung?
 - ... auf die Parteiwahl?
 - ... auf weitere Einstellungen der Bürger?
 - Wahrnehmung von Politikern
 - Wahrnehmung des Wahlkampfes
- Wie dauerhaft sind diese Effekte? Welche Rolle spielt die Nachberichterstattung?

EFFEKTE AUF DIE WAHLBETEILIGUNG

50

2002

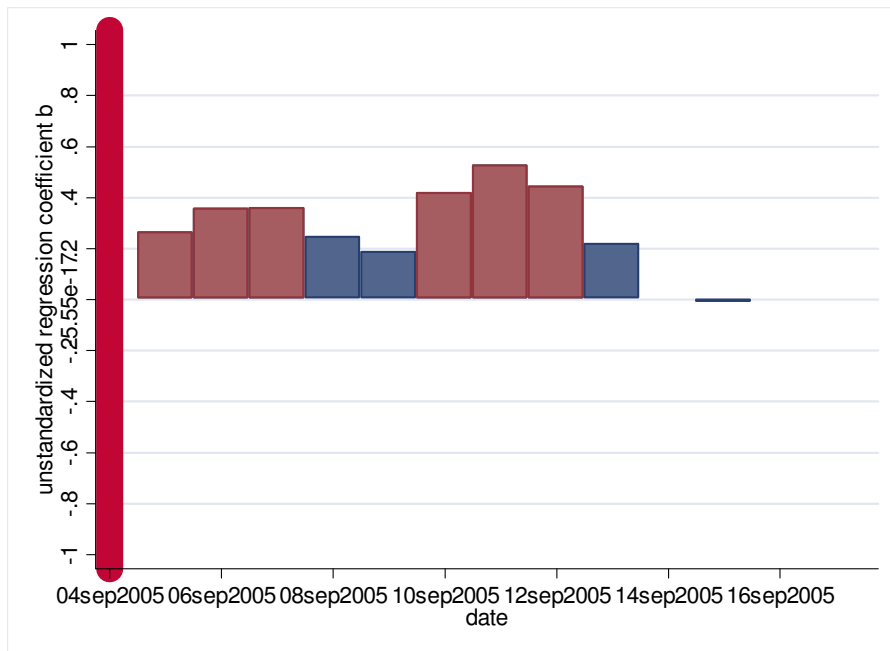
	Keine Debatte gesehen	Eine Debatten gesehen	Beide Debatten gesehen
Gesamt	83 ^c	93	95
<i>Politisches Interesse</i>			
Niedrig	69 ^c	91	93
Mittel	86 ^c	93	97
Hoch	89 ^c	95	98
N	718	506	864

2005

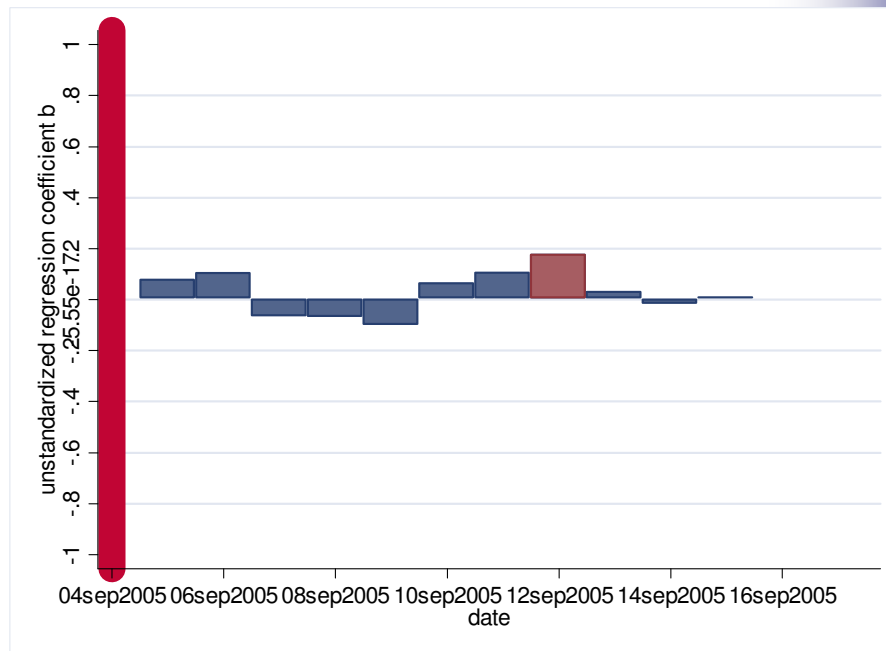
	Debatte nicht gesehen	Debatte gesehen
Gesamt	92	96
<i>Politisches Interesse</i>		
Niedrig	76	82
Mittel	96	97
Hoch	97	98
N	389	989

EFFEKTE AUF DIE WAHLBETEILIGUNG

Geringes Interesse

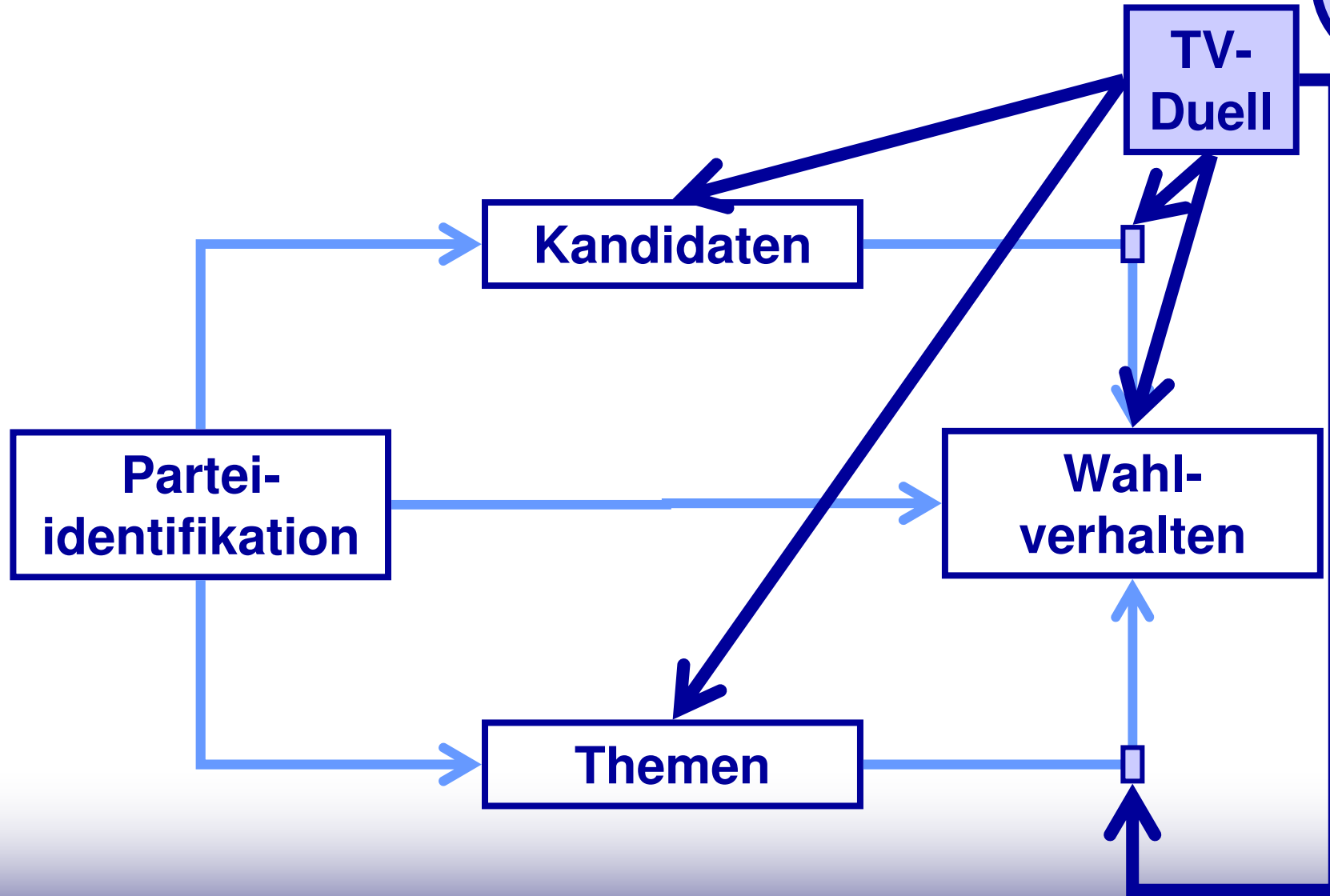


Hohes Interesse



EIN MODELL DES WÄHLERVERHALTENS

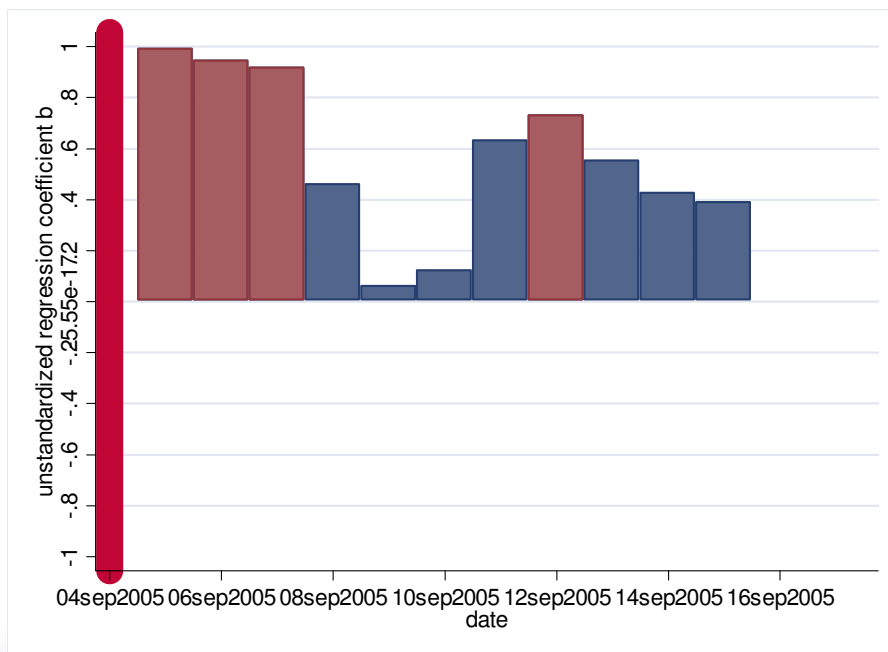
52



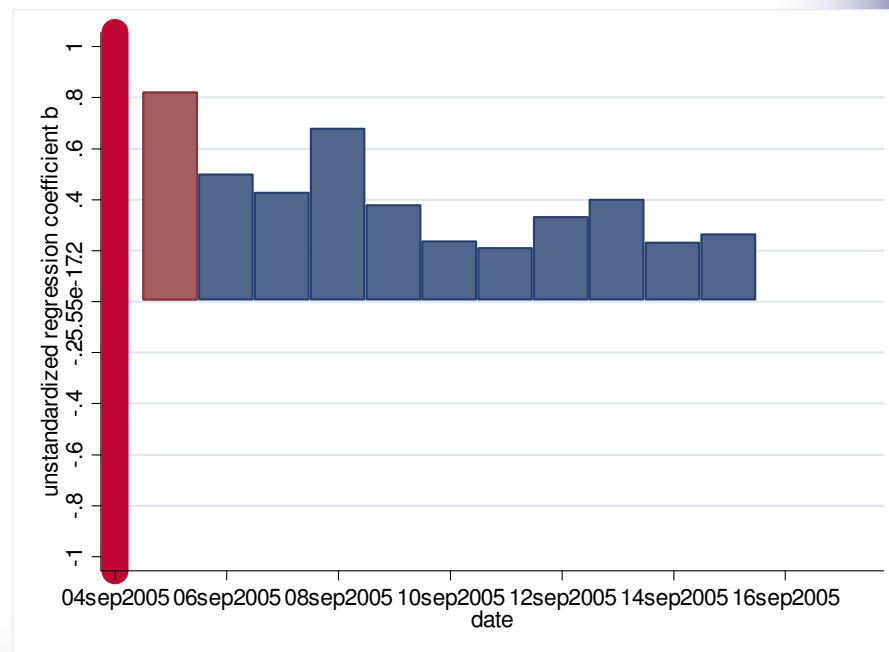
WAHRNEHMUNG DER KANDIDATEN

Werden die Kandidaten *positiver* beurteilt von Personen, die das Duell gesehen haben?

Schröder



Merkel



EFFEKTE AUF DIE PARTEIWAHL 2002

54

	Keine Debatte gesehen %	Stoiber eindeutig besser %	Mindestens eine Debatte gesehen Stoiber etwas besser %	Unent- schieden %	Schröder etwas besser %	Schröder eindeutig besser %
<i>PID für CDU/CSU</i>						
CDU/CSU	90	95	93	94	86	-
SPD	0	2	0	2	11	-
<i>PID für SPD</i>						
CDU/CSU	3	-	8	2	4	2
SPD	89	-	76	74 ^a	87	94
<i>Keine PID</i>						
CDU/CSU	35	-	62 ^c	37	22 ^a	5 ^c
SPD	37	-	8 ^c	29	49	78 ^c
N	749	99	272	350	458	189

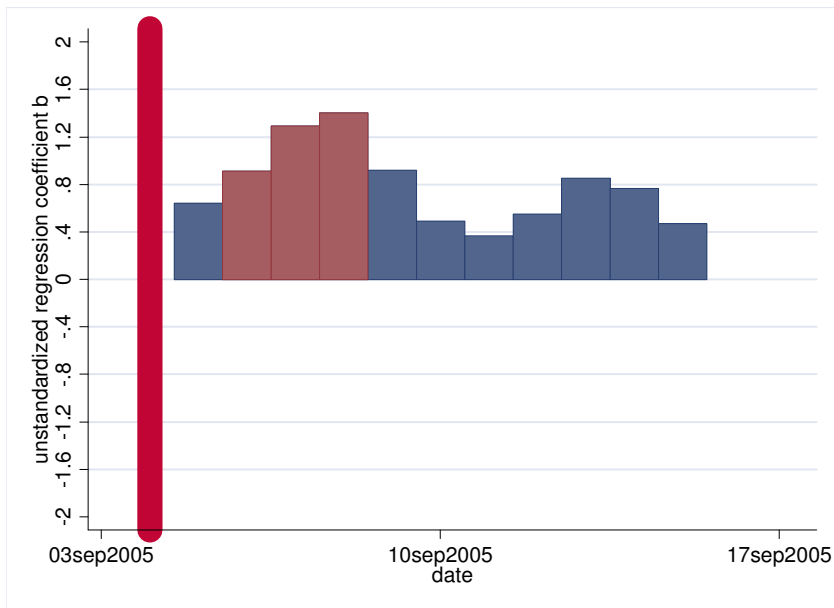
EFFEKTE AUF DIE PARTEIWAHL 2005

55

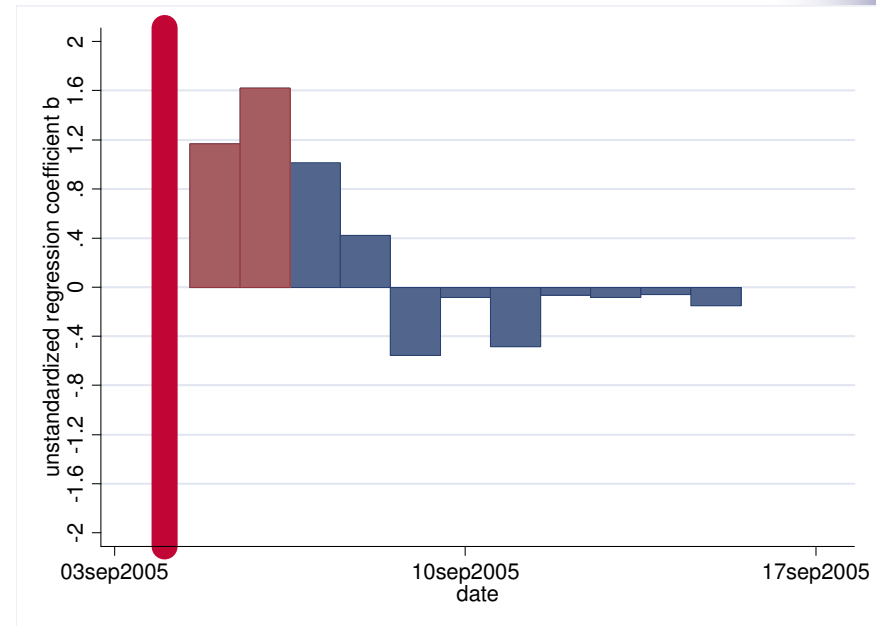
	Debatte nicht gesehen	Debatte gesehen und wahrgenommen als ...		
		Sieg Schröders	Unentschieden	Sieg Merkels
<hr/>				
PID für CDU/CSU				
% CDU/CSU	95	79	97	94
% SPD	0	11	0	0
PID für SPD				
% CDU/CSU	0	2	4	
% SPD	89	89	91	
Keine PID				
% CDU/CSU	39	22	58	61
% SPD	35	60	21	12
<hr/>				
N	389	551	171	245
<hr/>				

Nützt die Sieger-Wahrnehmung der jeweiligen Partei?

SPD

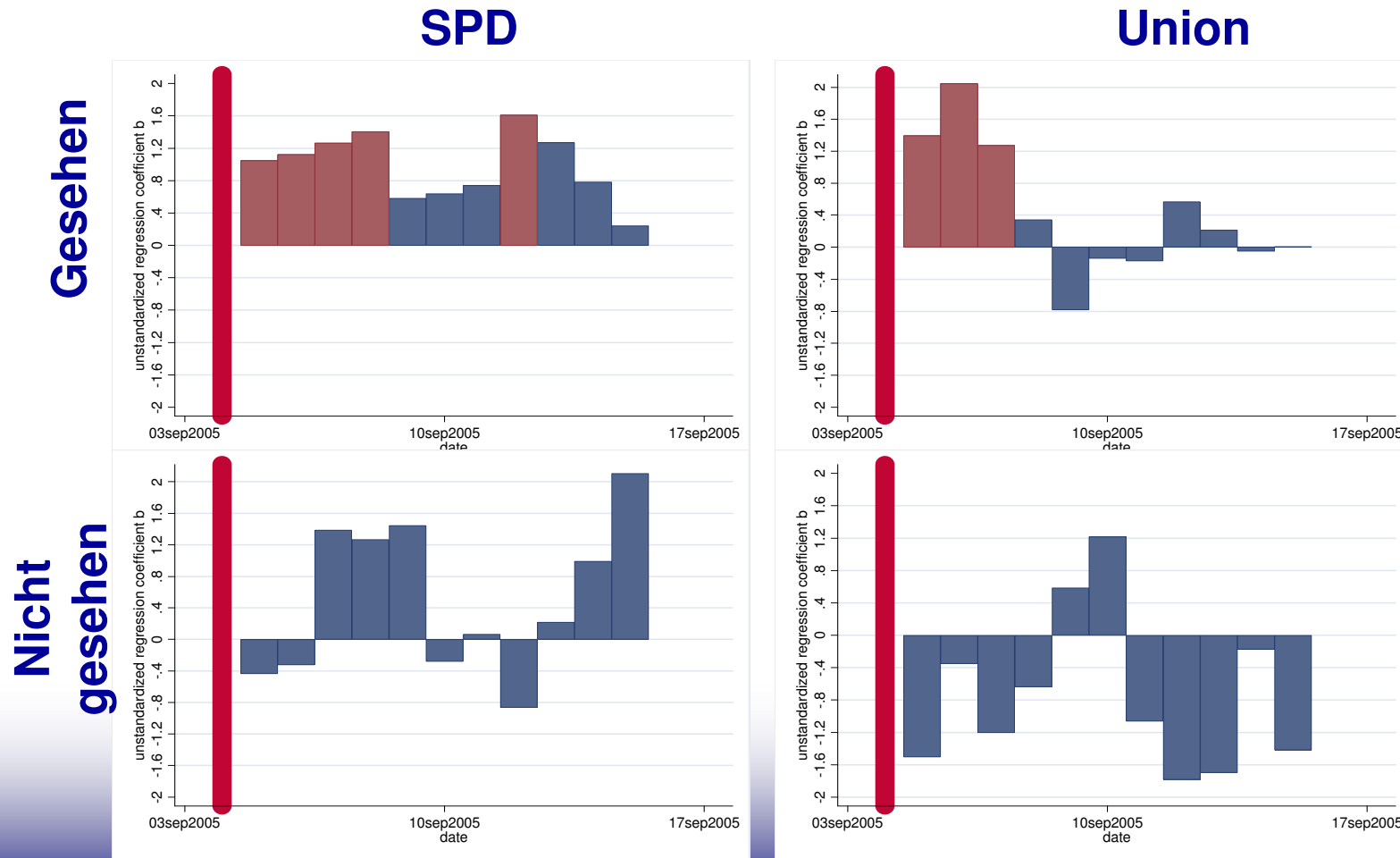


Union



WAHRNEHMUNG DER KANDIDATEN

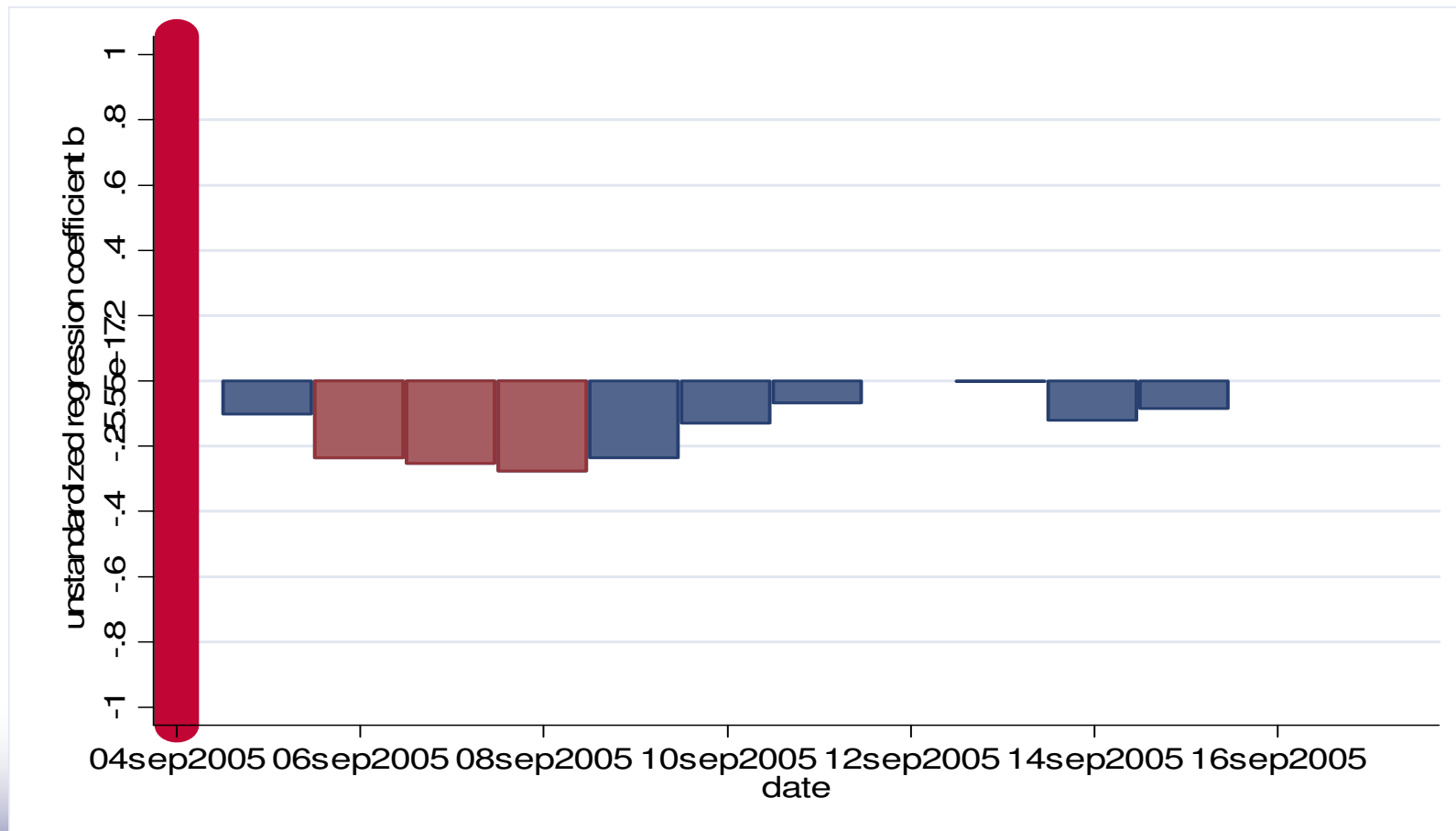
Nützt die Sieger-Wahrnehmung der jeweiligen Partei?

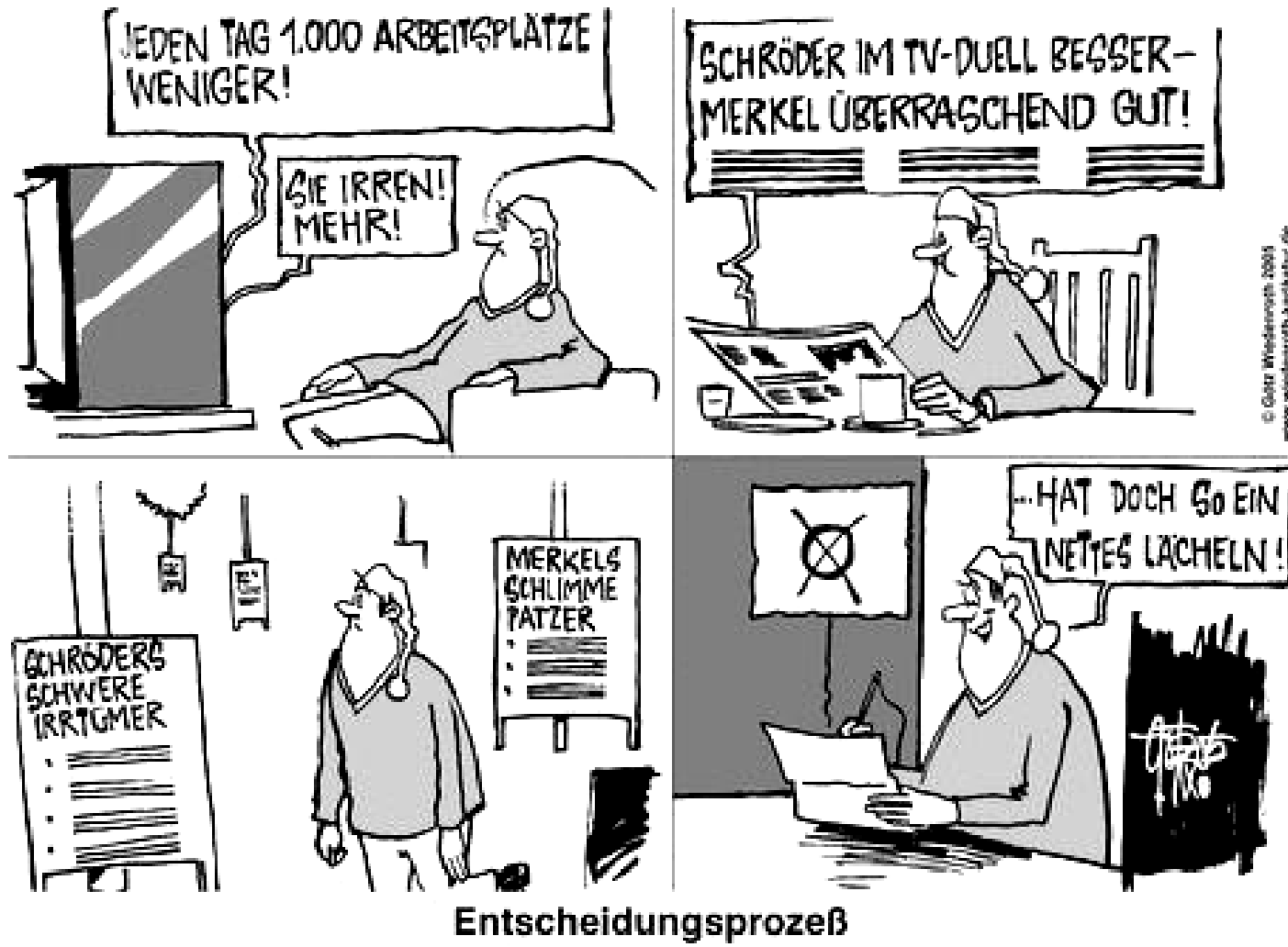


HAT WÄHLEN ÜBERHAUPT EINEN SINN?

58

„Egal, was man wählt, es macht keinen Unterschied für das, was in der Politik passiert.“





VIELEN DANK!



- Zum Nachlesen:
 - Maier, Jürgen / Faas, Thorsten, Schröder gegen Stoiber. Wahrnehmung, Verarbeitung und Wirkung der Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 2002. In: J.W. Falter et al. (Hrsg.), Wahlen und Wähler. VS Verlag, Wiesbaden 2005 (S. 77-101)
 - Faas, Thorsten, Schröder gegen Merkel – Das TV-Duell 2005. In: Winand Gellner / Martin Reichinger (Hrsg.), Deutschland nach der Bundestagswahl 2005: Fit für die globalen Aufgaben der erweiterten EU? NOMOS, Baden-Baden 2006 (S. 59-68)
- Zum Nachfragen:
 - Thorsten.Faas@uni-mannheim.de