

DGI-Forum Wittenberg 2013

Thorsten Faas, Mainz, und Jürgen Maier, Koblenz-Landau

Wahlkämpfe im Miniaturformat: Fernsehdebatten und ihre Wirkung am Beispiel des TV-Duells 2013 zwischen Angela Merkel und Peer Steinbrück

Fernsehduelle nach amerikanischem Format gibt es in Deutschland seit 2002, als sich Gerhard Schröder und Edmund Stoiber zu zwei Duellen trafen. In der Zwischenzeit sind solche Duelle zu einem festen Bestandteil von Wahlkämpfen geworden. In dem Beitrag gehen wir der Frage nach, warum die Ereignisse bei den beteiligten Akteuren, den übertragenden Medien, den zuschauenden Bürgerinnen und Bürgern, aber auch der Wissenschaft hohe Wertschätzung genießen. Am Beispiel der Bundestagswahl 2013 zeigen wir schließlich, wie sich diese „Wahlkämpfe im Miniaturformat“ erforschen lassen.

Deskriptoren: Politik, Sozialwissenschaft, empirische Sozialforschung, Fernsehen, Deutschland

Miniature campaigns: The impact of televised debates exemplified by the tv debate 2013 between Angela Merkel and Peer Steinbrück

US-style televised debates have been introduced to German campaigns in 2002 when Gerhard Schröder and Edmund Stoiber agreed to hold two debates. Since then, debates have become an integral part of campaigns. We argue that these events are highly valued by the participating politicians, the broadcasting media, viewing voters, but also empirical social researchers. We also show how these “miniature campaigns” can be analyzed using the 2013 debate as an example.

Keywords: election campaign, politics, social science, empirical study, television, Germany

Les Campagnes électorales en miniature: L'influence des débats télévisés à l'exemple du duel télévisé en 2013 entre Angela Merkel et Peer Steinbrück

Les duels télévisés en format américain existent en Allemagne depuis 2002, quand Gerhard Schröder et Edmund Stoiber se sont retrouvés pour deux duels. Entretemps,

ils font partie intégrante des campagnes électorales. Dans cet article, nous essayons de comprendre pourquoi ces événements sont tellement appréciés tant par les acteurs impliqués, que par les médias et les citoyens, mais aussi par la science. Nous montrons, exemple à l'appui des élections fédérales de 2013, comment ces « campagnes électorales en miniature » peuvent être explorées.

Descripteurs: politique, sciences sociales, recherche sociale empirique, télévision, Allemagne

DOI 10.1515/iwp-2014-0029

Einleitung – Fernsehdebatten als win-win-win-win-Ereignisse in heutigen Wahlkämpfen

Wahlen funktionieren heute anders als noch vor einigen Jahren. Die Beziehungen zwischen Wählern und Parteien sind seit einigen Jahren deutlichen Veränderungen unterworfen, sie sind brüchiger geworden. Abnehmende Wahlfreude, zunehmende Wankelmütigkeit und eine Verlagerung der individuellen Wahlentscheidung bis spät in den Wahlkampf hinein sind Kennzeichen des heutigen Elektors. Selbstverständlichkeiten im Wahlprozess, die es früher einmal gegeben hat, sind zwar nicht verschwunden, aber doch seltener geworden. An die Stelle von Stabilität, die Wahlen in Deutschland über viele Jahre und Jahrzehnte geprägt hat, ist zunehmend Dynamik getreten. Bei den Bundestagswahlen 2005, 2009 und 2013 hat sich rund die Hälfte der Wähler nach eigenen Angaben erst im Laufe des Wahlkampfes entschieden, ob und für wen sie ihre Stimme abgeben wollen. Und wenn langfristig stabile Einflussfaktoren nicht mehr in gleichem Maße Wahlentscheidungen prägen wie früher, dann müssen – logisch geradezu zwingend – aktuelle, situativ geprägte Faktoren und Informationen an ihre Stelle rücken.

Mehr denn je stellt sich also die Frage: Von welchen Informationen werden Wähler überhaupt im Vorfeld von Wahlen erreicht? Wie verarbeiten sie diese Informationen? Und welche Effekte haben sie schlussendlich?

Vor diesem Hintergrund betrachtet verwundert es nicht, dass sich die politische Kommunikation im Vorfeld von Wahlen verändert hat. Sie ist intensiver, facettenreicher und zielgerichteter geworden. Da Parteien nicht mehr davon ausgehen können, dass ihre Botschaften bei den Wählerinnen und Wählern automatisch ankommen, verfolgen sie die Wählerschaft auf allen Kanälen und Wegen, um dort ihre Botschaft zu platzieren. Zu diesen Kanälen gehören in Deutschland seit dem Wahljahr 2002 auch Fernsehduelle, die sich an entsprechenden US-amerikanischen Formaten orientieren. Gegenüber früheren „Elefantenrunden“ in Deutschland, in deren Rahmen die Spitzen aller im Bundestag vertretenen Parteien vor einer Bundestagswahl miteinander diskutierten, stehen sich bei Duellen nur die Kanzlerkandidaten von CDU/CSU und SPD gegenüber. In einem zeitlich sehr überschaubaren Rahmen (in der Regel 90 Minuten) stellen sie sich den Fragen von Journalisten. 2002 trafen sich Gerhard Schröder und Edmund Stoiber zu zwei Duellen (vier bzw. zwei Wochen vor dem Wahltag); 2005, 2009 und 2013 gab es jeweils ein Fernsehduell zwischen Angela Merkel auf der einen und Gerhard Schröder, Frank-Walter Steinmeier bzw. Peer Steinbrück auf der anderen Seite. Das mediale ebenso wie das Zuschauerinteresse an diesen Miniaturwahlkämpfen war von Beginn an immens. 2002 verfolgten jeweils rund 15 Millionen Zuschauer die beiden Schröder-Stoiber-Duelle. 2005 waren über 20 Millionen beim Duell Schröder-Merkel dabei, 2009 waren es 14, 2013 18 Millionen.

Fernsehduelle haben sich in kürzester Zeit als die wichtigsten Einzelereignisse in heutigen Wahlkämpfen etabliert; inzwischen sind sie eine feste Institution vor Bundestagswahlen. Wirklich verwundern kann das nicht, denn alle beteiligten Akteure verbinden große Hoffnungen und Erwartungen mit diesem Ereignis. An anderer Stelle haben wir deshalb von einer „win-win-win“-Situation gesprochen. Warum?

Für die beiden Kanzlerkandidaten öffnet sich in diesen 90 Minuten ein einmaliges Gelegenheitsfenster. Millionen von potenziellen Wählern wenige Wochen vor dem Wahltag erreichen zu können, ist gerade vor dem Hintergrund der eingangs skizzierten Entwicklungen von unschätzbarem Wert. Neben der schieren Zahl an Zuschauern macht vor allem auch die Struktur der Zuschau-

erschaft die Debatten für die Kandidaten interessant, denn unter ihnen befinden sich auch viele Bürger, die sich weniger stark für Politik interessieren und deswegen für Wahlkämpfer schwer zu erreichen sind – außer am Tag des TV-Duells. Gerade diese Gruppe ist aber aufgrund ihrer oftmals schwach ausgeprägten politischen Kenntnisse und Präferenzen in hohem Maße beeinflussbar. Kandidaten verknüpfen deshalb mit Fernsehdebatten nicht nur die Hoffnung, viele Zuschauer mit ihren Botschaften direkt zu erreichen, sondern auch die Einstellungen und Verhaltensabsichten von Wählern zu ihren Gunsten tatsächlich *verändern* zu können.

Um zu verstehen, warum das Duell auch für Zuschauer interessant ist, sollte man sich noch einmal die Struktur des Ereignisses ins Gedächtnis rufen. In nur eineinhalb Stunden eine komprimierte Version des Wahlkampfes geliefert zu bekommen, noch dazu die beiden Hauptdarsteller des Wahlkampfes direkt miteinander vergleichen zu können, ist höchst effizient (und potenziell effektiv). Weiter verstärkt wird die Attraktivität des Formats durch die Art und Weise, wie die Medien es aufbereiten. Dass wir von einem „Duell“ sprechen, ist bezeichnend: Indem das Ereignis als ein echter Showdown präsentiert wird, wird es spannend und unterhaltsam. Dass eine Person wie Stefan Raab 2013 zum Kreis der Moderatoren gehört, passt ins Bild. Insgesamt liefert das Fernsehduell damit einen perfekten Beitrag zur heutigen medialen Inszenierung von Wahlkämpfen, die ohnehin sportaffine Züge trägt.

Vor dem Hintergrund dieser (vermuteten) Übereinstimmung von Interessen erscheint der Siegeszug von Fernsehduellen geradezu zwingend. Nicht übersehen werden darf allerdings, dass dieser Analyse einige vergleichsweise starke, häufig aber ungeprüfte Annahmen zugrunde liegen: Wie sieht die Struktur der Zuschauerschaft tatsächlich aus? Wie werden TV-Duelle wahrgenommen und verarbeitet? Wirken sie? Und wenn ja: Für wie lange?

An dieser Stelle wird aus der *win-win-win*-sogar eine *win-win-win-win*-Situation, denn Fernsehduelle bieten auch für die politische Kommunikationsforschung ein sehr geeignetes Setting, um solche Forschungsfragen zu analysieren. Im Gegensatz zum sonstigen, eher kakophonischen Wahlkampfgeschehen stellen Fernsehduelle ein klar abgrenzbares Ereignis dar. Gerade die Wahrnehmung und Wirkung dieser Großereignisse lässt sich so in einem kontrollierbaren Umfeld sehr genau und kleinteilig erfassen und auswerten.

Die Erforschung der Fernsehduelle im Rahmen der *German Longitudinal Election Study*

Mit dem Aufkommen von Fernsehduellen hat sich auch ein einschlägiger Forschungszweig in Deutschland etabliert. Auch im Rahmen der seit 2009 laufenden, DFG-geförderten *German Longitudinal Election Study* (GLES; vgl. www.gles.eu) gibt es ein Modul, das sich speziell der Erforschung von Fernsehdebatten widmet. Ziel dieses Moduls ist es, Prozesse der Wahrnehmung und Verarbeitung von politischen Informationen einschließlich ihrer Effekte für die politischen Einstellungen und das Wahlverhalten der Bürger zu erfassen und auszuwerten.

Wie sieht die Studie im Einzelnen aus? Der Aufbau des Moduls soll im Folgenden am Beispiel der Debatte 2013 zwischen Angela Merkel und Peer Steinbrück dargestellt werden. Diese Debatte fand am 1. September 2013 in Berlin-Adlershof statt, dauerte 93 Minuten, wurde von fünf Sendern – ARD, ZDF, RTL, ProSieben und Phoenix – zeitgleich live übertragen; es moderierten Anne Will, Maybrit Illner, Peter Klöppel und – nicht ganz unumstritten – Stefan Raab.

An unserer Studie haben insgesamt 247 Probanden teilgenommen. Sie haben am Abend des Fernsehduells die Sendung in Räumlichkeiten der Universitäten Koblenz-Landau und Mainz live verfolgt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren im Vorfeld auf Basis eines Quotenplans rekrutiert worden, der eine Gleichverteilung der Merkmale Geschlecht, Alter (18–39 Jahre/40 Jahre und älter), Bildung (Haupt- und Realschule/Fachabitur und Abitur) und Parteiidentifikation vorsah.

Um die Forschungsfragen des Projekts beantworten zu können, also Prozesse der Wahrnehmung und Verarbeitung von politischen Informationen einschließlich ihrer Effekte erfassen und auswerten zu können, nutzen wir zwei eng miteinander verflochtene Instrumente. Um Effekte des Duells einschließlich ihrer Dauerhaftigkeit erfassen zu können, kommt ein vierwelliges Paneldesign zum Einsatz. Die Befragten füllen also insgesamt vier Mal einen (in weiten Teilen identischen) Fragebogen zu ihren politischen Orientierungen und Verhaltensabsichten sowie schlussendlich ihrem tatsächlichen Wahlverhalten aus. Den ersten Fragebogen beantworten sie unmittelbar vor dem Duell, den zweiten Fragebogen unmittelbar nach dem Duell. In beiden Fällen geschieht dies vor Ort in den Räumlichkeiten der Universität. Unterschiede, die sich zwischen diesen beiden Messungen ergeben, können so zuverlässig auf die Rezeption des Duells – und nicht auf andere, nicht kontrollierbare Ein-

flüsse – zurückgeführt werden.¹ Um ferner prüfen zu können, inwieweit unmittelbar nach dem Duell messbare Eindrücke und Effekte im Zeitverlauf stabil bleiben oder aber sich unter dem Eindruck der Nachberichterstattung und der interpersonalen Anschlusskommunikation über das Duell sowie anderer Wahlkampfgeschehnisse wieder verändern, vervollständigen zwei weitere Befragungen das vierwellige Paneldesign: Etwa eine Woche nach dem Duell sowie unmittelbar nach dem Wahltag füllen die Befragten weitere Fragebögen zu Hause aus.

Auf der Basis dieser Panelstudie lassen sich Effekte des Duells auf individueller Ebene (einschließlich ihrer zeitlichen Stabilität) sehr gut nachvollziehen. Was das Panel allerdings nicht liefern kann, sind Einblicke in Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse während des Duells. Um auch diesen Teil unserer Forschungsfragen beantworten zu können, bildet die Messungen von Echtzeitreaktionen (in der Literatur auch firmierend unter den Stichwörtern *real-time-response* (RTR) oder *continuous-reponse-measurement* (CRM)) die zweite Säule des Forschungsdesigns. Unsere Probanden werden dabei mit entsprechender Technik ausgestattet, so dass sie sekundengenau ihre Eindrücke während der Debatte dokumentieren können. Worauf die Probanden dabei reagieren, ist letztlich ihnen überlassen. Die Instruktion, die ihnen vor dem Duell gegeben wird, macht dies sehr deutlich. Sie lautet nämlich: „Sie können z. B. die Art bewerten, wie die Kandidaten auftreten, das, was sie sagen, oder das, was über sie gesagt wird. Kurz gesagt: Sie befinden darüber, wann Sie einen guten oder schlechten Eindruck von den Kandidaten haben, und nur Sie wissen, warum das so ist!“.

Im Rahmen unserer Studie kommen dabei zwei Varianten zur Messung von Echtzeitreaktionen zum Einsatz, nämlich einerseits Drehregler, andererseits auf herkömmlichen Computertastaturen markierte Tasten. Am Beispiel der TV-Debatte Merkel gegen Steinbrück bedeutet das konkret: Beim Einsatz der Tastaturen werden insgesamt vier Tasten – zwei pro Kandidat – definiert, mit denen man *getrennt* für Merkel und Steinbrück positive und negative Bewertungen abgeben kann. In der anderen Variante bedienen die Probanden einen Drehregler, der sieben verschiedene Positionen zur Dokumentation der Echtzeiteindrücke vorsieht und den sie während der Debatte in der Hand halten können, ähnlich einer Fernbedienung. Der Skalenmittelpunkt „4“ wird dabei als neu-

¹ Zusätzlich ist eine Kontrollgruppe Bestandteil der Studie; die Probanden in dieser Gruppe füllen den gleichen Fragebogen aus wie die Teilnehmer der Duellstudie, schauen in der Zwischenzeit aber einen Film anstelle des Duells.

trale Mitte definiert, den die Teilnehmer dann wählen sollen, wenn sie keinen besonders guten oder schlechten Eindruck von den Kandidaten haben. Punkte unterhalb der „4“ (links des Mittelpunkts) zeigen einen guten Eindruck von Steinbrück *oder* einen schlechten Eindruck von Merkel an; Punkte oberhalb der „4“ umgekehrt einen guten Eindruck von Merkel *oder* einen schlechten Eindruck von Steinbrück. Die Teilnehmer haben dabei die Möglichkeit, ihre Urteile abzustufen: Je besser bzw. schlechter der Eindruck aktuell ist, desto weiter sollte der Regler in die entsprechende Richtung gedreht werden. Die Extrempositionen (1 und 7) sind folglich für einen äußerst guten oder schlechten Eindruck vorgesehen.²

Auch wenn beide Systeme Echtzeitreaktionen während der Debatte valide und reliabel erfassen können, wie wir in früheren Vergleichsstudien haben zeigen können, so sei doch auf einige bedeutsame Unterschiede zwischen beiden Verfahren hingewiesen. Erstens unterscheidet sich das Skalenniveau der erfassten Daten: Während die Befragten bei Einsatz der Tastatur nur pauschal zwischen einer positiven oder einer negativen Bewertung unterscheiden können (dies allerdings getrennt für beide Kandidaten), erlauben die Drehregler eine Abstufung der Eindrücke zwischen den sieben Skalenpunkten des Drehreglers. Allerdings verlangt dies zugleich von den Probanden, dass sie ihre Eindrücke beider Kandidaten permanent saldieren und zu einer einzigen Position des Drehreglers verdichten. Getrennte Bewertungen beider Kandidaten sind nicht möglich; auch eine Trennung von positiven und negativen Eindrücken (auch mit Blick auf ihre Effektstärke) ist nur schwer möglich. Dies wiederum ist bei Verwendung der Computertastaturen machbar, schließlich werden hier separat für beide Kandidaten positive und negative Eindrücke getrennt voneinander erfasst. Beide Varianten haben also spezifische Eigenschaften, die sich je nach Fragestellung als Vor- oder Nachteil erweisen. Vergleiche der resultierenden Daten haben allerdings wiederholt gezeigt, dass *beide* Varianten miteinander vergleichbare Ergebnisse liefern, die den sozialwissenschaftlichen Gütekriterien der Validität und Reliabilität genügen.

² Unsere Studie sieht darüber hinaus noch weitere Variationen der Rezeptionssituation vor, um dadurch die Prozesse der Wahrnehmung und Verarbeitung der Informationen noch genauer untersuchen zu können. So erhalten einige Gruppen nur den *Ton* der Debatte, während andere mit Bild und Ton versorgt werden. So können wir uns – zumindest auf indirektem Wege – auch der Bedeutung von nonverbaler Kommunikation widmen.

Um die per RTR-Messung erfassten Eindrücke nach der Debatte sinnvoll interpretieren zu können, müssen die Daten allerdings im Lichte des tatsächlichen Verlaufs der Debatte gesehen werden. Um dies tun zu können, rundet eine Inhaltsanalyse der 93 Debattenminuten unser Modul ab, in der sekundengenau festgehalten ist, wer was zu welchem Zeitpunkt in der Debatte gesagt hat.

Befunde – Echtzeitbewertungen während des Duells

Abbildung 1 zeigt die von uns erfassten Echtzeitreaktionen für das Fernsehduell zwischen Angela Merkel und Peer Steinbrück – getrennt danach, ob sie mittels Drehreglern oder Computertastaturen erfasst wurden.³ Es zeigt sich unmittelbar, dass beide Verfahren zu nahezu identischen Ergebnissen führen: Die Verläufe beider Kurven sind größtenteils deckungsgleich; die Korrelation zwischen beiden Kurven liegt bei $r = 0,75$.

So beeindruckend Abbildung 1 ist, so wenig aussagekräftig ist sie in dieser Form. Um die Ausschläge der Kurven interpretieren zu können, müssen wir auf die tatsächlichen Inhalte der Debatte zurückgreifen. Den deutlichsten Ausschlag können wir in Minute 65 verzeichnen. Steinbrück spricht dort über die Situation in der Pflege in Deutschland. Sein Satz „Es gibt nach wie vor die obskure Situation, dass einige, die sich ausbilden lassen [...] teilweise ihre Ausbildung mitfinanzieren müssen.“ trifft dort offenkundig die Stimmungslage der Befragten sehr genau. Auch seine Ausführungen etwa 10 Minuten später zur NSA finden die Zustimmung der Zuschauer. Umgekehrt punktet die Kanzlerin kurz danach einerseits mit ihrer klaren Absage hinsichtlich einer möglichen militärischen Beteiligung Deutschlands im Syrien-Konflikt sowie mit ihren Ausführungen zu Koalitionen in Deutschland nach der Wahl. „Es geht immer als erstes um das Land, dann um die Partei und dann um die Person“ – gerade dieser Satz, mit dem sie Peer Steinbrücks Ausführungen

³ Aufgrund der Verschiedenartigkeit der beiden Verfahren können sie nicht unmittelbar miteinander in Beziehung gesetzt werden. Vielmehr müssen die Tastatur-basierten Daten zunächst aufbereitet werden. Dazu werden für jede Sekunde des Duells Salden gebildet – zunächst getrennt für beide Kandidaten (also Merkel und Steinbrück) basierend auf den getrennt erfassten positiven und negativen Eindrücken. Anschließend werden die Salden für beide Kandidaten miteinander verrechnet. Die sekundengenauen Daten werden dann – für beide Verfahren – zur Visualisierung auf Minutenebene aggregiert. Schließlich werden beide Datenreihen z-standardisiert, um sie miteinander vergleichen zu können. Diese aggregierten, z-standardisierten Minutenwerte sind in Abbildung 1 dargestellt.

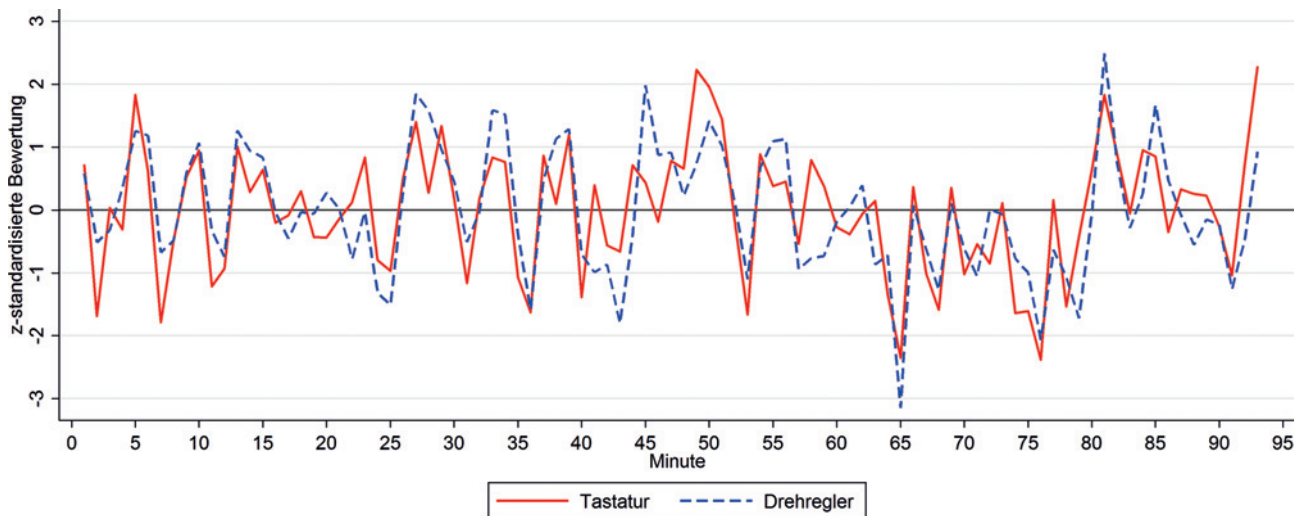


Abbildung 1: Echtzeitbewertungen des Duells Merkel – Steinbrück 2013 nach Bewertungsverfahren: Drehregler vs. Tastatur (Mittelwerte pro Duellminute).

Quelle: Eigene Erhebung im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES), Korrelation zwischen beiden Kurven $r = 0,75$

zu Koalitionen und seiner Erklärung, er als Person werde nicht in eine Koalition unter Führung Merkels mitwirken, kritisiert, findet hohe Zustimmung.

Die Echtzeitreaktionen lassen sich natürlich nicht nur aggregiert betrachten. Vielmehr können wir diese Analysen auch getrennt für Teilgruppen durchführen, indem wir die Echtzeitreaktionen mit den Daten aus den Fragebögen verknüpfen. Vergleicht man in einer solchen Logik etwa die Anhänger von Merkel mit den Anhängern von Steinbrück, so wird deutlich, dass die Ausführungen zur Situation in Griechenland und zu möglichen Hilfszahlungen Deutschlands zu den polarisiertesten Stellen im Duell zählen. Die beiden Anhängerschaften standen sich diesbezüglich deutlicher als bei allen anderen Themen gegenüber.

Betrachtet man die sekundengenaue Bewertungen des Duells nochmals in ihrer Gänze, dann zeigt sich auch, dass Peer Steinbrück im Duell 2013 besser abgeschnitten hat als Angela Merkel. Im Durchschnitt nämlich standen die Drehregler unserer Probanden etwas links der Mitte – und sahen damit Peer Steinbrück im Vorteil gegenüber Angela Merkel.

Befunde – Effekte des Duells

Dies leitet schon über zu unserem zweiten Set an Forschungsfragen – hatte die Debatte 2013 Effekte? Und wie schon bei früheren Debatten, so lautet die Antwort auch 2013: Ja. Obwohl (oder gerade weil) die Erwartungen im Vorfeld an Steinbrück geringer waren, sah eine deutliche Mehrheit unserer Befragten ihn als Sieger des Duells.

Und dabei zeigt sich zum wiederholten Male auch ein Muster, wonach es gerade die Befragten sind, die während des Duells von ihm besonders überzeugt waren, die ihn auch nach dem Duell zum Sieger küren. Zwischen den Wahrnehmungen des Duells in Echtzeit und den nachträglichen Bewertungen des gerade Gesehenen bestehen demnach enge Zusammenhänge. Die Siegerurteile nach Duellen sind nicht bloß Projektionen eigener Wünsche, sondern spiegeln in weiten Teilen den tatsächlichen Verlauf der Debatte wider.

Auch über die Wahrnehmung des Debattensiegers hinaus hat die Fernsehdebatte beachtliche Effekte produziert. Wie wir an anderer Stelle ausführlich haben zeigen können, hat insbesondere Peer Steinbrück durch seinen Auftritt in der Debatte erheblich an Ansehen gewinnen können. Gemessen auf einem elfstufigen Sympathieskalometer, das von -5 bis $+5$ reicht, konnte er bei unseren Probanden einen ganzen Skalenpunkt zulegen. Darüber hinaus zeigt eine genauere Betrachtung der einzelnen Dimensionen seines Profils, dass er an zugeschriebener Kompetenz und Führungsstärke, aber auch an wahrgenommener Integrität und Sympathie – kurzum: in praktisch jeder Hinsicht – gewinnen konnte. Das Image der Kanzlerin wurde durch die Debatte in deutlich geringerem Maße verändert. Infolgedessen konnte Steinbrück in der so genannten K-Frage – wen möchten die Probanden lieber als Bundeskanzler nach der Wahl haben – zulegen, auch wenn er den Vorsprung der Kanzlerin nicht gänzlich wettmachen konnte. Dafür war der Vorsprung, mit dem Merkel in das TV-Duell ging, schlicht zu groß. Ein abschließender Blick auf unser vierwelliges Panel zeigt dabei auch, dass der positive Effekt auf Steinbrücks

Image zwar in den Tagen nach dem Duell wieder etwas nachgelassen hat, der größte Teil seines Ansehensgewinn bis zum Wahltag aber bestehen blieb.

Ausblick

Wir haben oben von den Fernsehduellen als potenziellen *win-win-win-win*-Situationen gesprochen. Im Lichte unserer Ausführungen und insbesondere den Ergebnissen bezogen auf das TV-Duell aus dem Bundestagswahljahr 2013 scheint diese Charakterisierung tatsächlich gerechtfertigt. 18 Millionen Zuschauer sind ein deutliches Zeichen dafür, dass das Ereignis für die Wählerschaft attraktiv war. Diese Einschaltquote dürfte auch die Medien mehr als zufrieden gestellt haben. Steinbrück wird zumindest mit seinem Auftreten im TV-Duell und den dadurch ausgelösten Effekten sehr zufrieden sein. Und auch die Kanzlerin wird das Duell nicht in schlechter Erinnerung behalten. Immerhin ist sie die Kanzlerin geblieben.

Auch aus Sicht der empirischen Wahlforschung hat sich das Ereignis, dem wir uns mit einem vierwelligen Paneldesign in Verbindung mit der Erfassung von Echtzeitreaktionen genähert haben, wieder einmal als lohnenswertes Forschungsobjekt erwiesen. In zunehmend unübersichtlicher werdenden Zeiten bildet es mehr denn je einen Fixpunkt, um Prozesse der Wahrnehmung und Verarbeitung von politischen Informationen einschließlich möglicher Effekte analysieren zu können.

Weiterführende Literatur

Faas, T., Maier, M. & Maier, J. (Hrsg.). *Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften (im Erscheinen).

Maier, J., Faas, T. & Maier, M. (2014). Aufgeholt, aber nicht aufgeschlossen. Ausgewählte Befunde zur Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2013 zwischen Angela Merkel und Peer Steinbrück. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 45, 38–54.

Maier, J., Maurer, M., Reinemann, C. & Faas, T. (2007). Reliability and Validity of Real-Time Response Measurement: A Comparison of Two Studies of a Televised Debate in Germany. *International Journal of Public Opinion Research* 19, 53–73.



Univ.-Prof. Dr. Thorsten Faas

Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Fachbereich 02: Sozialwissenschaften,
Medien und Sport
Institut für Politikwissenschaft
Bereich „Empirische Politikforschung“
55099 Mainz

Thorsten Faas ist Professor für Politikwissenschaft im Bereich „Empirische Politikforschung“ an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Er beschäftigt sich mit Wahlen, Wahlkämpfen und Wahlstudien, analog und digital. Er twittert unter www.twitter.com/Wahlforschung.



Prof. Dr. Jürgen Maier

Frank-Loeb-Institut an der Universität
Koblenz-Landau
Forschungsstelle für Politikvermittlung und
internationale Verständigung
Kaufhausgasse 9
76829 Landau

Jürgen Maier ist Professor für Politische Kommunikation an der Universität Koblenz-Landau. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte liegen neben der Politischen Kommunikationsforschung im Bereich Wahlen und politische Einstellungen sowie dem Einsatz experimenteller Designs bei der Untersuchung sozialwissenschaftlicher Fragestellungen. Er hat zahlreiche Aufsätze zu Inhalt, Wahrnehmung und Wirkung von Fernsehdebatten veröffentlicht.