

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung

## → Politische Diskussions- sendungen und Magazine im Urteil der Zuschauer

Von Wolfgang Darschin und Camille Zubayr\*

**Bedeutung poli-  
tischer Diskussions-  
sendungen und  
Magazine für die  
Bundesbürger  
ermittelt**

Der folgende Bericht ist ein Versuch, die politischen Diskussions- und Politikmagazine aus der Sicht des Publikums zu beschreiben: Welche Bedeutung besitzen solche Sendungen für die Bundesbürger? Wie bewerten sie die Informationsleistungen der einzelnen Diskussions- und Magazinsendungen? Werden dabei Unterschiede wahrgenommen und worin bestehen sie? Lassen sich unterschiedliche Vorstellungen von der Politik registrieren, wenn unterschiedliche Diskussions- oder Magazinsendungen oder Magazine gesehen werden?

Diese und ähnliche Fragen sollen hier mit den Ergebnissen des ARD/ZDF-Trend beantwortet wer-

den – einer regelmäßigen Repräsentativbefragung mit rund 4000 Interviews, die zuletzt im Winter 2001 durchgeführt wurde. (1)

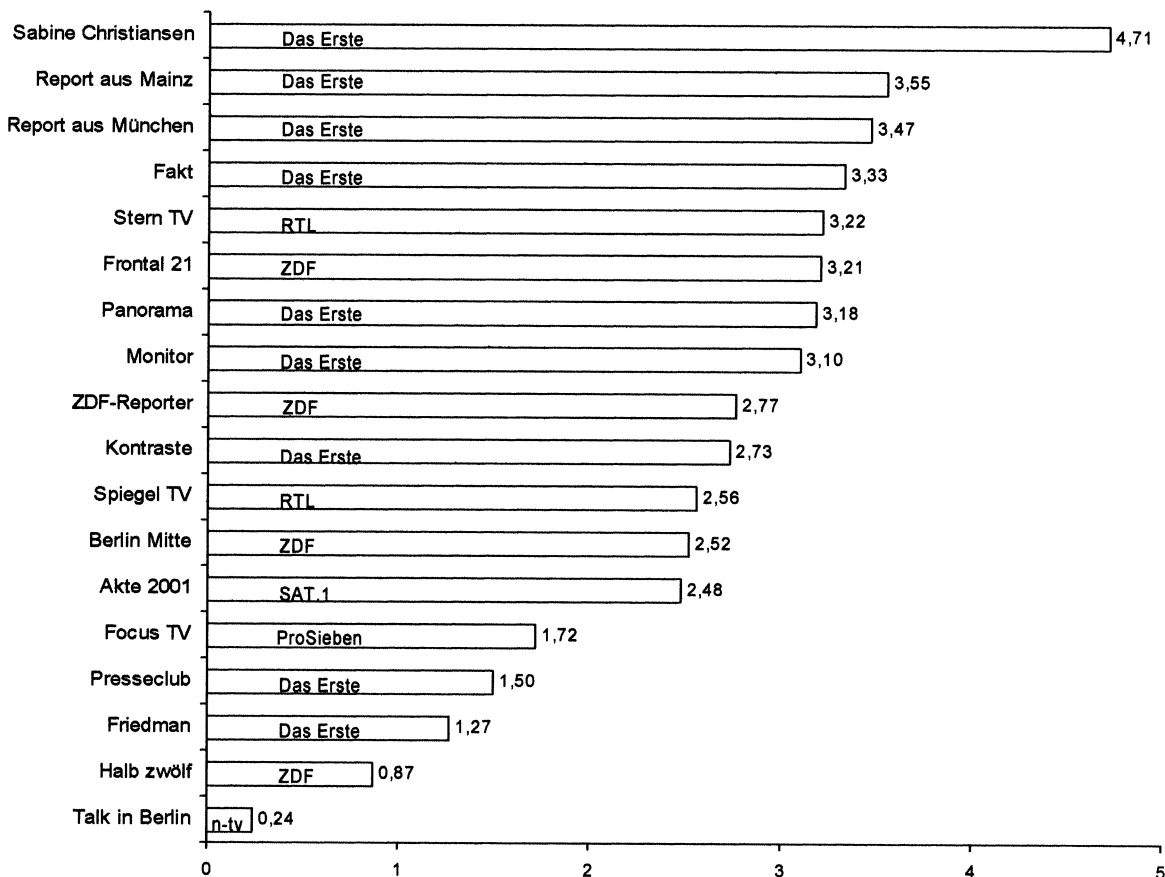
Nur kurz wird in diesem Zusammenhang auf die Nachfrage nach Diskussions- und Magazinsendungen eingegangen – mit dem Ziel, das Publikum der untersuchten Sendungen in seinen Größenordnungen sichtbar zu machen.

### 1. Die Diskussions- und Magazinsendung „Sabine Christiansen“ findet inzwischen ein größeres Interesse als die klassischen Magazine

Aus den GfK-Ergebnissen des Jahres 2001 geht hervor, dass die 1998 eingeführte Sendung „Sabine Christiansen“, die sonntags um 21.45 Uhr im Ersten zu sehen ist, bei den Fernsehzuschauern in Deutschland das größte Interesse findet. Jedenfalls wurde diese Sendung im vergangenen Jahr von durchschnittlich 4,7 Millionen Zuschauern gesehen, was einem Marktanteil von 17,8 Prozent entspricht.

Die Magazine wurden demgegenüber von 1,7 bis 3,6 Millionen Zuschauern verfolgt, wobei die „Report“-Sendungen aus Mainz und München die größte Rolle spielen und „FAKT“ die zweitgrößte (vgl. Abbildung 1).

**Abb. 1 Durchschnittliche Reichweiten der politischen Diskussions- und Magazine im Jahr 2001\***  
Zuschauer ab 3 Jahre, in Mio

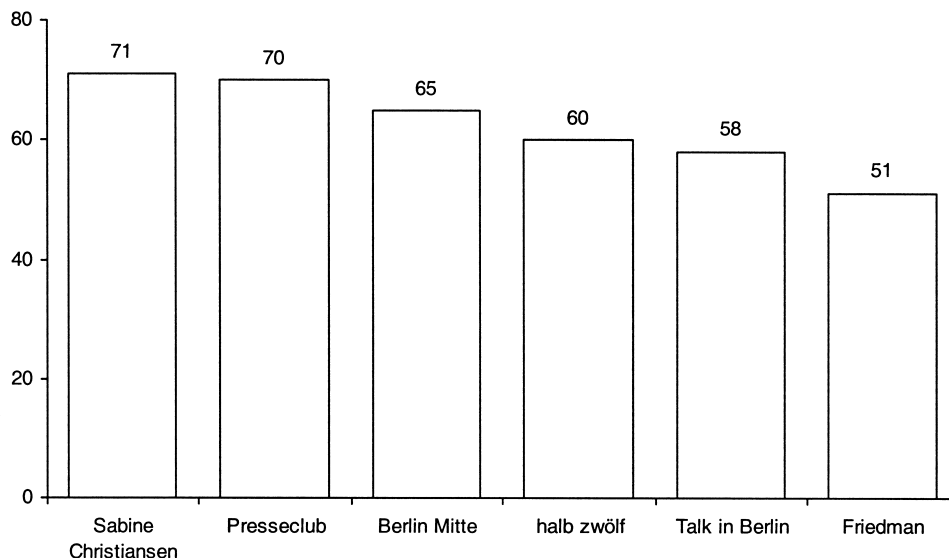


\*Hier sind nur solche Sendungen aufgeführt, die auch in die nachfolgend referierte Zuschauerbewertung eingegangen sind.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV, Fernsehpanel (D).

\* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

**Abb. 2 Pauschale Bewertung der politischen Diskussionssendungen**  
*„Und wie gefällt Ihnen die Sendung ... ? Bitte vergeben Sie so etwas wie eine Schulnote“*  
 Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest  
*„selten“ sehen; Noten 1 und 2 in %*



Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

Bei der Bewertung dieser Zahlen ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Gesamtangebot an Magazinen größer ist als das entsprechende Angebot an Diskussionssendungen, so dass auch mit einer größeren Gesamtnachfrage nach Magazinen zu rechnen ist. Berücksichtigt man daher alle Bundesbürger, die sich im Verlauf des letzten Jahres mindestens zweimal ein politisches Magazin angesehen haben, kommt man auf 48 Millionen Magazinleser – 26 Millionen sind es dagegen bei den Diskussionssendungen.

ihrer Zuschauer bewerten sie als „sehr gut“ oder „gut“. Die Zuschauer des „Presseclub“, der Journalistendiskussion vom Sonntagmittag, kommen mit Zustimmungswerten von 70 Prozent zu einem ähnlich wohlwollenden Urteil. Und auf dem dritten Platz folgt die ZDF-Sendung „Berlin Mitte“, die von 65 Prozent ihrer Zuschauer die Höchstnoten „1“ und „2“ erhielt.

Auf den Plätzen vier und fünf folgen die ZDF-Sendung „halb zwölf“ und der bei n-tv ausgestrahlte „Talk in Berlin“ mit positiven Bewertungen bei 60 und 58 Prozent ihrer Zuschauer. Und danach wiederum folgt das am späten Mittwochabend im Ersten ausgestrahlte Streitgespräch „Friedman“, das von 51 Prozent seiner Zuschauer sehr gute oder gute Noten erhält. (vgl. Abbildung 2).

Dabei gibt es – in Übereinstimmung mit anderen Befragungsergebnissen zur Bewertung der Fernsehprogramme (2) – einen weitgehenden Zusammenhang mit dem Alter und der Senderbindung der befragten Zuschauer: Wer älter als 49 Jahre ist oder einen öffentlich-rechtlichen Sender für unverzichtbar hält, beurteilt die meisten Diskussionssendungen besonders positiv, während jüngere Zuschauer und solche mit einer besonderen Vorliebe für die Privatsender alle Diskussionssendungen etwas skeptischer bewerten – wovon nur die Sendung „Friedman“ ausgenommen ist. Zugleich gilt jedoch: Auch die jüngeren und mittleren Generationen kommen mehrheitlich zu dem Ergebnis, „Sabine Christiansen“ und der „Presseclub“ seien die besten Diskussionssendungen des deutschen Fernsehens. Und selbst die Zuschauer mit einer

**Zusammenhang mit Alter und Senderbindung der befragten Zuschauer**

**Politische Diskussionssendungen werden zusätzlich zu den Magazinen gesehen**

Außerdem ist zu beachten, dass der Erfolg der Diskussionssendungen nicht auf Kosten des Magazinkonsums geht. So hat eine Sonderanalyse der GfK-Daten für das Jahr 2001 ermittelt, dass von den 26 Millionen Diskussionszuschauern 86 Prozent auch zum Zuschauerkreis der Politikmagazine gehören – so dass man festhalten kann: Wer politische Diskussionssendungen im Fernsehen sieht, tut dies nicht anstelle des Magazinkonsums, sondern zusätzlich.

Es liegt nahe anzunehmen, dass vielgesehene Sendungen anders bewertet werden als weniger gesehene. Dies ist aber – auf den ersten Blick – nicht der Fall. Fragt man dabei zunächst nach der Bewertung von Diskussionssendungen und konzentriert sich auf diejenigen Zuschauer, die diese Sendungen zumindest selten sehen, dann ergibt sich nämlich:

## **2. Alle Diskussionssendungen werden von ihren Zuschauern sehr wohlwollend beurteilt**

**„Sabine Christiansen“ und „Presseclub“ mit besten Zuschauerbewertungen**

Einen ersten Hinweis darauf erhält man, wenn man die Zuschauer bittet, die Gesamtleistung der einzelnen Diskussionssendungen anhand von Schulnoten zu bewerten. Dabei schneidet die Sendung „Sabine Christiansen“ am besten ab: 71 Prozent

ausgeprägten Vorliebe für die Privatsender kommen zu diesem Urteil, wie Tabelle 1 belegt.

**① Pauschale Bewertung von Diskussionssendungen nach Alter und Senderbindung der Zuschauer**

„Und wie gefällt Ihnen die Sendung ...? Bitte vergeben Sie so etwas wie eine Schulnote“ Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest „selten“ sehen; Noten 1 und 2 in %

	Gesamt	Alter in Jahren		Senderbindung*	
		14-49	50+	privat	öff.-rechtl.
Christiansen	71	64	77	63	75
Presseclub	70	64	74	58	74
Friedman	51	54	47	52	50
halb zwölf	60	56	63	48	66
Berlin Mitte	65	60	70	52	71
Talk in Berlin	58	57	60	55	61

\* Zusammengefasste Werte für Zuschauer, die sich bei alternativem Entscheidungszwang für einen öffentlich-rechtlichen Sender entschieden hätten, gegenüber denjenigen, die einen privaten Sender für unverzichtbar erklärten.

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

Genauere Hinweise zur Akzeptanz von Diskussionssendungen erhält man, wenn man das pauschale Publikumsurteil in einzelne Urteilskomponenten zerlegt. Dazu wurden den befragten Diskussionszuschauern Aussagen vorgelegt, die sich auf die Sendungsthemen, die Auswahl der Gesprächspartner, den Informationsgehalt der Diskussionen und weitere Aspekte der Politikvermittlung bezogen. Für jede dieser Aussagen mussten die Befragten dann entscheiden, auf welche der von ihnen gesehenen Diskussionssendungen sie zutreffen. Dabei zeigt sich:

**3. Ausschlaggebend für die Akzeptanz der Diskussionssendungen ist die Prominenz der Diskussionsteilnehmer, die Aktualität der Themen und die Pluralität der dazu geäußerten Meinungen**

**Interessante Gesprächspartner und Aktualität sind Merkmale der Diskussionssendungen**

Allen Diskussionssendungen gemeinsam ist zunächst, dass ihre jeweiligen Zuschauer davon überzeugt sind, die von ihnen gewählte Sendung habe „interessante Gesprächspartner“ und sei mit ihrem Thema „immer hochaktuell“. Jedenfalls erhalten diese beiden Aussagen bei allen untersuchten Sendungen die größte Zustimmung, wobei „Sabine Christiansen“ jeweils am besten abschneidet: Bei dieser Sendung kommen 85 Prozent ihrer Zuschauer zu dem Ergebnis, sie habe besonders prominente Diskussionsteilnehmer – deutlich mehr als bei den übrigen Sendungen.

Fast genau so viele Zuschauer – 84 Prozent – attestieren „Sabine Christiansen“, mit ihren Diskussionsthemen immer besonders aktuell zu sein. Außerdem schätzen die Fernsehzuschauer die Forumsfunktion dieser Sendung, die es ermöglicht, „die wichtigsten Ansichten zu einem Thema“ zu

verfolgen und in der „die Politiker auf die Argumente der anderen eingehen müssen“, wie es wörtlich heißt.

Die Journalistendiskussion „Presseclub“ und die ZDF-Reihe „Berlin Mitte“ gelten bei 59 Prozent der Zuschauer ebenfalls als Sendungen, bei denen man die wichtigsten Ansichten zu aktuellen Themen erfahren kann. Aber für die Akzeptanz der übrigen Diskussionssendungen spielt diese Frage keine entscheidende Rolle.

Ähnliche Unterschiede ergeben sich, wenn es um die Bewertung der politischen Vermittlungsleistung geht. So kommen 71 Prozent der „Christiansen“-Zuschauer und 60 bis 61 Prozent des Publikums von „Presseclub“ und „Berlin Mitte“ zu dem Schluss, dass „ihre“ Sendung eine lebendige Veranschaulichung von Politik biete – deutlich mehr als bei den übrigen Sendungen.

Und auch bei den Urteilskriterien, die sich auf den Informationsgehalt der Diskussionen beziehen, schneiden „Sabine Christiansen“, „Berlin Mitte“ und der „Presseclub“ am besten ab. Bei diesen Diskussionen haben – in Übereinstimmung mit den zuvor zitierten Ergebnissen – 48 bis 62 Prozent ihrer Zuschauer den Eindruck: „Diese Sendung ist informativer als manche Debatte im Bundestag“ – bei den übrigen Diskussionssendungen teilen dagegen nur 37 bis 39 Prozent diesen Eindruck.

Wenn man die zuletzt erwähnten Urteilsdimensionen noch etwas genauer betrachtet, indem man die jeweiligen Gegenstatements untersucht, dann bestätigt sich:

**4. Trotz punktueller Kritik gelten politische Diskussionssendungen mehrheitlich als unverzichtbar**

Bei den zuvor zitierten Zahlenangaben ist in Erinnerung zu behalten, dass hier nicht alle Fernsehzuschauer urteilen, sondern nur diejenigen, die zum tatsächlichen Diskussionspublikum gehören. Wer solche Sendungen ablehnt, wird sie in der Regel nicht ansehen, so dass man mit negativen Äußerungen kaum rechnen kann.

So wundert es nicht, wenn nur eine Minderheit von 7 bis 13 Prozent der Zuschauer der negativen Aussage zustimmt, in den Diskussionssendungen würden „nur leere Phrasen gedroschen“. Auch die Zahl derjenigen, die der Ansicht sind, die von ihnen gesehene Diskussionssendung sei „eher verwirrend als aufklärend“, ist mit 7 bis 19 Prozent noch relativ gering.

Deutlich größer ist jedoch die Zahl der Zuschauer, die erkennen, Sendungen dieser Art würden von Politikern „nur zur Selbstinszenierung“ genutzt: Jeder dritte Zuschauer von „Friedman“, „Berlin Mitte“ oder „Talk in Berlin“ kommt zu diesem Schluss, und bei „Sabine Christiansen“ sind es sogar 44 Prozent der Diskussionszuschauer.

Zu beachten ist jedoch: Obwohl die Zuschauer bei manchen Politikerauftritten den Verdacht haben, etwas Inszeniertes vorgesetzt zu bekommen, wird dieser Verdacht nicht den Diskussionssendungen angelastet.

**Beste politische Vermittlungsleistung bei „Christiansen“, „Presseclub“ und „Berlin Mitte“**

**Diskussionssendungen werden kaum kritisiert**

**Allerdings wird Politikern Drang zur Selbstinszenierung unterstellt**

② **Detailbewertung der politischen Diskussionssendungen**

Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest „selten“ sehen, in %

	Christiansen	Presseclub	Friedman	halb zwölf	Berlin Mitte	Talk in Berlin
Diese Sendung hat interessante Gesprächspartner	85	60	64	51	66	62
Das Thema der Sendung ist immer hochaktuell	84	68	49	45	65	55
In dieser Sendung sind die wichtigsten Ansichten zu einem Thema vertreten	74	59	37	39	59	46
Gut finde ich, dass die Politiker auf die Argumente der anderen eingehen müssen	73	35	42	36	55	47
Diese Sendung bringt mir das politische Geschehen nahe	71	60	35	41	61	47
Diese Sendung ist informativer als manche Debatte im Bundestag	62	48	37	34	50	39
In dieser Sendung werden nur leere Phrasen gedroschen	12	7	11	8	7	13
Die Diskussionen hier sind eher verwirrend als aufklärend	19	10	17	7	10	13
Diese Sendung nutzen Politiker nur zur Selbstinszenierung	44	18	31	22	32	34
Wer sich für Politik interessiert, sollte diese Sendung sehen	76	68	49	48	65	57
Diese Sendung leistet einen wichtigen Beitrag zur politischen Diskussion in Deutschland	72	61	42	38	56	46

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

**Sendungen leisten wichtigen Beitrag zur politischen Diskussion in Deutschland**

Alles in allem gelten diese Sendungen nämlich bei der großen Mehrheit der Zuschauer als Pflichtprogramm für politisch Interessierte und als Sendungen, die „einen wichtigen Beitrag zur politischen Diskussion in Deutschland (leisten)“, wobei „Sabine Christiansen“ wiederum die größte Rolle spielt und der „Presseclub“ – zusammen mit „Berlin Mitte“ – die zweitgrößte (vgl. Tabelle 2).

Bezieht man auch die Moderatorenbewertung in die Betrachtung ein, dann kommt man zu dem Ergebnis:

**5. Die Moderatorenleistung trägt in unterschiedlicher Weise zur Akzeptanz der Diskussionssendungen bei**

**Glaubwürdigkeit und Sachkompetenz der Moderatoren spielen wichtige Rolle**

Als wichtigste Bedingung für die Akzeptanz von Informationssendungen gilt üblicherweise die Glaubwürdigkeit der Fernsehsender und der Personen, die als Informationsvermittler auftreten. (3) Dieser Zusammenhang wird auch durch die hier referierte Untersuchung bestätigt. So werden die Moderatoren von „Sabine Christiansen“ und „Presseclub“ von 81 bis 84 Prozent der Zuschauer als glaubwürdig beurteilt, und auch bei den Moderatoren der übrigen Diskussionssendungen sind die Zuschauer mehrheitlich dieser Meinung.

Fast genau so wichtig für die Akzeptanz der Diskussionssendungen ist die Überzeugung der Fernsehzuschauer, dass die Diskussionsleiter etwas von der Politik verstehen: 62 bis 88 Prozent der Diskussionszuschauer kommen zu diesem Urteil, wobei den männlichen Moderatoren eine etwas größere politische Sachkenntnis zugetraut wird als den weiblichen.

Auch die Fähigkeit der Moderatoren, „für jedes Thema Interesse zu wecken“, spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle und gilt für alle Diskussionssendungen gleichermaßen. Aber bei den übrigen Qualitätskriterien, die sich auf den Moderationsstil, die Art des Auftretens und persönliche Eigenschaften der Moderatoren beziehen, machen die Zuschauer deutliche Unterschiede. So wird vor allem der Moderator Michel Friedman von den Zuschauern wesentlich dynamischer erlebt als die übrigen Moderatoren, wobei seine Schlagfertigkeit die größte Rolle spielt: Auf 75 Prozent Zuschauer wirkt Friedman schlagfertig – aber nur 42 bis 64 Prozent bringen diese Eigenschaft mit den anderen Moderatoren von Diskussionssendungen in Verbindung.

Zugleich hat jedoch fast jeder zweite, „Friedman“-Zuschauer den Eindruck, dieser Moderator falle „den Gästen zu oft ins Wort“ und gehe „mit den Gästen zu hart ins Gericht“, was auf ein geteiltes Meinungsbild beim „Friedman“-Publikum hinweist (vgl. Tabelle 3).

Auf die sonstigen Unterschiede im Auftreten der Moderatoren wird hier jedoch nicht näher eingegangen, weil dabei kein unmittelbarer Zusammenhang mit der wahrgenommenen Informationsqualität der Diskussionssendungen erkennbar ist. Viel wichtiger für die Beurteilung der Informationsqualität sind jene Kriterien, die sich auf die Aus-

**Moderator Friedman wirkt besonders schlagfertig**

**... fällt den Gästen aber oft ins Wort**

③ **Detailbewertung der Moderatoren von Diskussionsendungen**

Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest „selten“ sehen, in %

	Sabine Christiansen	Fritz Pleitgen*	Michel Friedman	Ruprecht Eser	Maybrit Illner	Erich Böhme
Ist glaubwürdig	81	84	58	79	73	75
Versteht was von Politik	71	88	71	81	62	79
Versteht es, für jedes Thema Interesse zu wecken	69	59	51	51	58	61
Ist schlagfertig	52	46	75	42	49	64
Fällt den Gästen zu oft ins Wort	17	4	49	4	12	22
Geht mit den Gästen zu hart ins Gericht	6	5	46	7	5	17

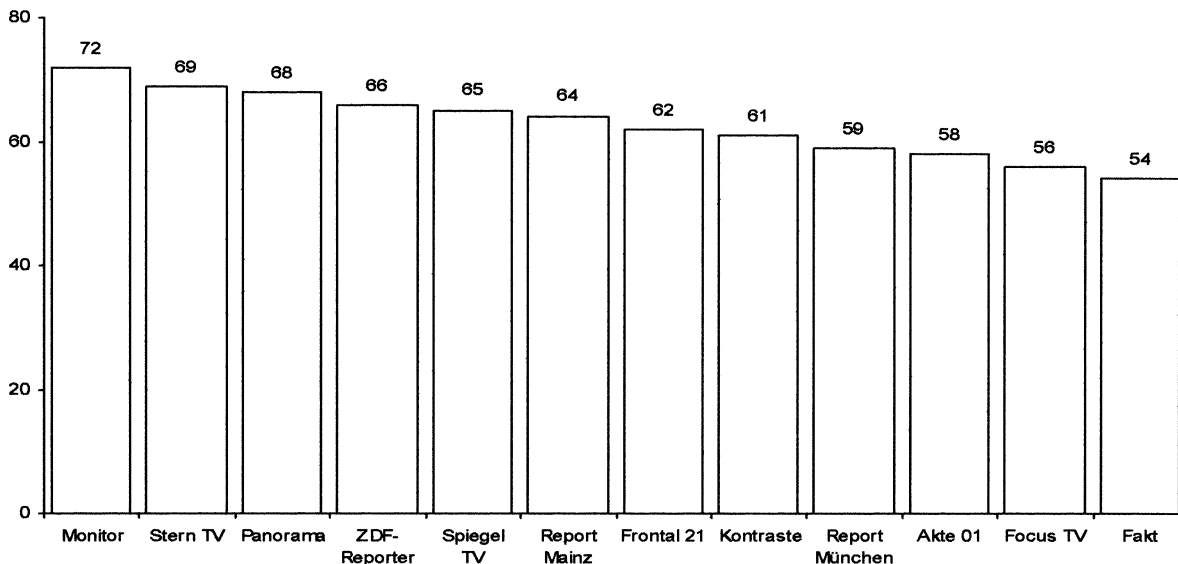
\* Wegen des Moderatorenwechsels beim „Presseclub“ wurde hier nur ein Moderator bewertet.

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

**Abb. 3 Pauschale Bewertung der politischen Magazinsendungen**

„Und wie gefällt Ihnen die Sendung ... ? Bitte vergeben Sie so etwas wie eine Schulnote“

Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest „selten“ sehen; Noten 1 und 2 in %



Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

wahl der Diskussionsteilnehmer, die Aktualität der Themen und die Pluralität der Meinungen – aber auch auf die Glaubwürdigkeit und Sachkompetenz der Moderatoren beziehen.

Fragt man nun nach der Bewertung der Magazinsendungen, dann lautet die Antwort:

**6. Das Publikumsurteil über die klassischen Politikmagazine wird von ihrer Kritik- und Kontrollfunktion geprägt**

Zunächst zeigt sich aber auch hier, dass alle Magazine von ihren Zuschauern sehr wohlwollend bewertet werden, wobei „Monitor“, „Stern TV“ und „Panorama“ am besten abschneiden: 68 bis 71 Prozent der Zuschauer bewerten die Gesamtleistung dieser drei Sendungen jedenfalls als „sehr gut“ oder „gut“, und auch die übrigen Magazine erhalten von ihren Zuschauern überwiegend positive Gesamtnoten (vgl. Abbildung 3).

Überwiegend positiv bleibt das Publikumsurteil auch, wenn man die globalen Sendungsbewertungen konkretisiert. Dabei ergibt sich, dass die Akzeptanz aller Magazine vor allem auf der Relevanz der Magazinthemen und dem Vertrauen in die Sachkompetenz der Magazinmoderatoren beruht, wobei „Monitor“, „Stern TV“ und „Panorama“ wiederum die meisten Nennungen erhalten.

Leichte Unterschiede zeigen sich jedoch bei der Frage der Seriosität der Berichterstattung. So erleben 63 bis 66 Prozent der „Panorama“- und „Monitor“-Zuschauer die dort gezeigten Informationen als „umfassend und seriös“ – bei „Focus TV“, „Akte 01“ oder „Stern TV“ sind es 42 bis 54 Prozent.

Noch etwas deutlicher werden die Bewertungsunterschiede, wenn es um die Kritik- und Kontrollfunktion der Magazine geht. So kommen die Fernsehzuschauer zu dem Urteil, dass vor allem das klassische Politikmagazin „Monitor“ „politische und soziale Missstände (aufdeckt)“ und „den Mächtigen

**Vor allem „Monitor“ gilt als Magazin, das politische und soziale Missstände aufdeckt**

**Magazine: „Monitor“, „Stern TV“ und „Panorama“ mit besten Noten**



④ **Detailbewertung der politischen Magazine**

Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest „selten“ sehen, in %

	Report aus München	Report aus Mainz	FAKT	Frontal 21	Akte 01	ZDF reporter
berichtet über Themen, die ich interessant finde	61	59	52	58	58	58
hat einen kompetenten Moderator	58	56	46	55	55	53
informiert umfassend und seriös	61	59	47	52	46	56
deckt politische und soziale Missstände auf	55	54	46	52	49	46
schaut den Mächtigen auf die Finger	44	43	33	41	33	34
liefert wichtige Hinweise für den Alltag	36	36	36	34	43	36
wühlt zu sehr im Dreck	4	3	3	4	17	4
ist mir zu sehr auf Skandale aus	6	3	4	5	24	5
verbreitet eine zu negative Stimmung	6	4	3	4	9	3
stimmt mit meiner politischen Meinung überein	23	23	17	21	18	20

	Stern TV	Panorama	Monitor	Kontraste	Spiegel TV	Focus TV
berichtet über Themen, die ich interessant finde	66	63	69	55	61	54
hat einen kompetenten Moderator	67	60	68	50	50	44
informiert umfassend und seriös	54	63	66	54	48	42
deckt politische und soziale Missstände auf	51	60	68	46	52	43
schaut den Mächtigen auf die Finger	35	48	59	36	40	36
liefert wichtige Hinweise für den Alltag	45	39	40	32	34	35
wühlt zu sehr im Dreck	7	5	7	3	12	12
ist mir zu sehr auf Skandale aus	14	5	8	3	19	17
verbreitet eine zu negative Stimmung	4	6	9	3	8	6
stimmt mit meiner politischen Meinung überein	23	25	29	18	20	18

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

auf die Finger (schaut)“, wie es wörtlich heißt. Auf diesem Gebiet sind die Zustimmungswerte bei „Monitor“ um 17 bis 27 Prozentpunkte höher als bei „Focus TV“, „Akte 01“ oder „Stern TV“.

**„Akte 01“ und „Stern TV“ liefern Informationen für den Alltag**

Dies ist ein Hinweis darauf, dass die zuletzt genannten Magazine für die Zuschauer eine andere Funktion besitzen als die klassischen Politikmagazine. Tabelle 4 fasst die wichtigsten Aussagen zur Bewertung der Magazine zusammen und bestätigt: Was die Zuschauer an Sendungen wie „Akte 01“ und „Stern TV“ schätzen, ist die größere Nützlichkeit der dort vermittelten Informationen „für den Alltag“.

**Magazinen der Privatsender wird Skandalisierung vorgeworfen**

Nachzutragen ist noch, dass Kritisches – wie bei den Diskussionssendungen – nur von einer Minderheit der Magazinzuschauer geäußert wird. Dennoch stimmen 12 bis 17 Prozent der Zuschauer von „Focus TV“, „Spiegel TV“ und „Akte 01“ der kritischen Aussage zu, diese Sendungen wühlten „zu sehr im Dreck“. Und noch etwas größer ist die Zahl derjenigen, die den Magazinen der Privatsender einen Hang zur Skandalisierung unterstellen. 14 bis 24 Prozent ihrer Zuschauer waren jedenfalls der Ansicht, diese Sendungen seien „zu sehr auf Skandale aus“.

Nicht geklärt ist bisher die Frage, welche Rolle die politischen Einstellungen der Fernsehzuschauer in diesem Zusammenhang spielen. Dazu ergibt die Untersuchung zunächst:

**7. Die Übereinstimmung mit der politischen Position der Magazine ist nicht entscheidend für ihre Akzeptanz**

Nur jeder fünfte Magazinzuschauer antwortet auf eine entsprechende Testfrage, das von ihm gesehe-

ne Magazin stimme mit der eigenen politischen Meinung überein, und bei „Panorama“ oder „Monitor“ äußern sich 25 bis 29 Prozent der Zuschauer in diesem Sinne, woraus man schließen kann, dass Magazine und Magazinpublikum in der Regel unterschiedliche Standpunkte besitzen (vgl. Tabelle 4).

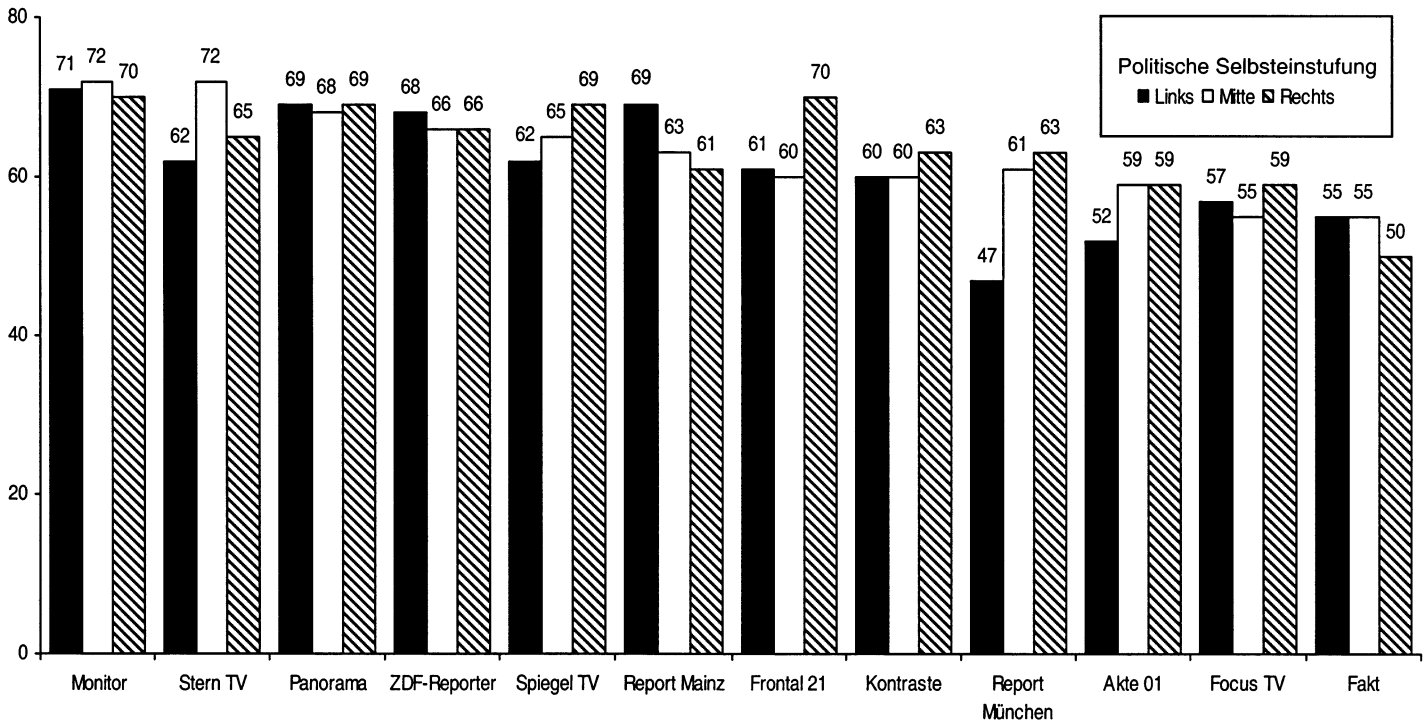
Zugleich gilt jedoch, dass die angedeuteten Meinungsdifferenzen nicht zu einem Akzeptanzverlust führen. So werden die Magazine „Monitor“ und „Panorama“ von „linken“ und „rechten“ Zuschauern gleichermaßen positiv beurteilt, was hier am Beispiel der Gesamtbewertung der Magazine belegt werden soll. Aber auch bei den meisten anderen Politikmagazinen ist die Bewertung weitgehend unabhängig vom politischen Standort ihrer Zuschauer (vgl. Abbildung 4).

Wichtig zu wissen ist dabei: Alle Magazine werden zum größten Teil von Zuschauern gesehen, die sich – wie die Gesamtbevölkerung – zur politischen Mitte zählen: Rund 70 Prozent der Magazinzuschauer sehen ihren politischen Standort in der Mitte. Nur eine Minderheit von 15 bis 19 Prozent ordnet sich links davon ein und 11 bis 14 Prozent rechts davon (vgl. Abbildung 5).

Bezieht man auch die übrigen Ergebnisse zur Wahrnehmung von Politik in die Betrachtung ein, dann lässt sich ableiten:

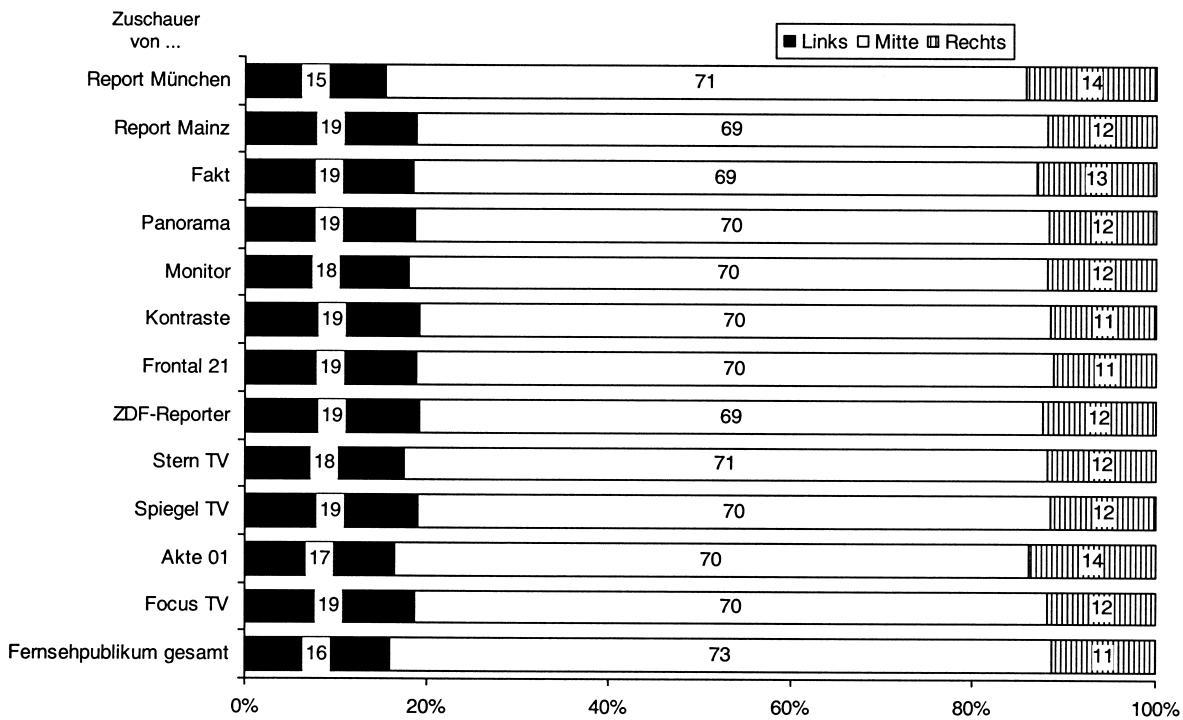
**„Monitor“ und „Panorama“ werden von „linken“ und „rechten“ Zuschauern positiv beurteilt**

**Abb. 4 Pauschalbewertung der politischen Magazinsendungen in Abhängigkeit von der politischen Position ihrer Zuschauer**  
 "Und wie gefällt Ihnen die Sendung ... ? Bitte vergeben Sie so etwas wie eine Schulnote"  
 Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest "selten" sehen; Noten 1 und 2 in %



Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

**Abb. 5 Politische Selbsteinstufung der Zuschauer von Politikmagazinen**  
 Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest "selten" sehen  
 Anteil der Zuschauer in %, die sich politisch als links (0-3), in der Mitte (4-6) oder als rechts (7-10) auf einer Skala von 0-10 einstufen



Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

⑤ Politisches Selbstvertrauen von Zuschauern politischer Diskussionssendungen und Magazine

	Nutzung von polit. Diskussionssendungen			politischen Magazinen		
	keine	1-2	3 und mehr	keine	1-5	6 und mehr
Wichtige politische Fragen kann ich gut verstehen und einschätzen	36	58	78	33	50	74
Die ganze Politik ist so kompliziert, dass jemand wie ich nicht versteht, was vorgeht	37	30	19	40	32	21
Ich traue mir zu, in einer Gruppe, die sich mit pol. Fragen befasst, eine aktive Rolle zu übernehmen	16	26	43	15	23	39
Hohes politisches Interesse (Top Boxes)	14	35	64	12	25	61
Eigene politische Diskussionen (manchmal+oft)	35	59	80	30	50	78

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

⑥ Politisches Selbstvertrauen von Zuschauern öffentlich-rechtlicher und privater Politikmagazine

	Nutzung von politischen Magazinen			
	der öff.-rechtl. Sender		der privaten Sender	
	1-4	5-8	1-2	3-4
Wichtige politische Fragen kann ich gut verstehen und einschätzen	58	77	56	62
Die ganze Politik ist so kompliziert, dass jemand wie ich nicht versteht, was vorgeht	28	21	29	26
Ich traue mir zu, in einer Gruppe, die sich mit pol. Fragen befasst, eine aktive Rolle zu übernehmen	28	41	26	31
Hohes politisches Interesse (Top Boxes)	36	65	32	43
Eigene politische Diskussionen (manchmal+oft)	60	80	55	66

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

8. Wer regelmäßig politische Diskussionen oder klassische Politikmagazine sieht, hat ein größeres politisches Selbstvertrauen

Aus früheren Untersuchungen zur Bewertung der Fernsehprogramme ist bekannt, dass Fernsehzuschauer, die ihre Informationen vor allem bei ARD und ZDF suchen, ein größeres politisches Selbstvertrauen besitzen und auch ein weniger pessimistisches Bild von der Politik haben als diejenigen, die sich gar nicht oder ausschließlich bei den Privatsendern informieren. (4)

Der Zusammenhang mit dem politischen Selbstvertrauen bestätigt sich auch bei den Zuschauern von Diskussionssendungen. So bekunden drei Viertel (78 %) der Zuschauer, die nicht nur eine, sondern mehrere Diskussionssendungen im Fernsehen verfolgen, „politische Fragen ... gut verstehen und einschätzen“ zu können. Aus dem Kreis derjenigen, die solche Sendungen vermeiden, behaupten dies nur 36 Prozent. Sie trauen sich auch weniger zu, „in einer Gruppe, die sich mit politischen Fragen befasst, eine aktive Rolle zu übernehmen“ (vgl. Tabelle 5).

Sinngemäß gilt diese Aussage auch für das Publikum der politischen Magazine: Wer sich bei mehreren Magazinen informiert, versteht mehr

von Politik und traut sich mehr zu auf diesem Gebiet als derjenige, der dies selten oder gar nicht tut.

In Übereinstimmung mit früheren Ergebnissen zu diesem Thema gilt außerdem, dass das Magazinpublikum der öffentlich-rechtlichen Sender ein etwas größeres politisches Selbstvertrauen besitzt und eher bereit ist, sich politisch zu engagieren als die Magazinzuschauer der Privatsender.

Zu beachten ist, dass diese Differenzen auch mit den Prädispositionen des Publikums zusammenhängen, wobei das politische Interesse die größte Rolle spielt: Zwei Drittel (65 %) der öffentlich-rechtlichen Magazinzuschauer bezeichnen sich als politisch interessiert, bei den Magazinen der Privatsender dagegen nur 43 Prozent. Und vieles spricht für die Vermutung, dass die Magazine von ARD und ZDF deswegen von den politisch Interessierten bevorzugt werden, weil sie ihren Interessen besonders entgegenkommen, sie deswegen mehr von Politik verstehen und sich daher mehr zutrauen auf diesem Gebiet (vgl. Tabelle 6). Im Übrigen gilt:

Scher von Diskussionssendungen und Magazinen verstehen politische Fragen besser und übernehmen aktive Rolle

Magazinpublikum der ö.-r. Sender besitzt größeres politisches Selbstvertrauen als das der Privatsender



⑦ **Politikbild von Zuschauern politischer Diskussionssendungen und Magazine**

	Nutzung von polit. Diskussionssendungen			politischen Magazinen		
	keine	1-2	3 und mehr	keine	1-5	6 und mehr
Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht	61	63	60	55	64	61
Leute wie ich haben so oder so keinen Einfluss darauf, wie gut unsere Regierung ist	63	58	51	58	62	53
Politik ist ein schmutziges Geschäft	47	51	49	47	49	50
Politiker sagen nie, was sie wirklich denken	62	64	64	58	65	64
Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken	12	14	14	15	12	13

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

⑧ **Politikbild von Zuschauern öffentlich-rechtlicher und privater Politikmagazine**

	Nutzung von politischen Magazinen			
	der ö.-r. Sender		der privaten Sender	
	1-4	5-8	1-2	3-4
Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht	63	61	64	64
Leute wie ich haben so oder so keinen Einfluss darauf, wie gut unsere Regierung ist	56	54	62	57
Politik ist ein schmutziges Geschäft	50	50	48	50
Politiker sagen nie, was sie wirklich denken	63	66	64	67
Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken	14	14	11	12

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2001.

**9. Zu einem positiveren Bild von der Politik führt die regelmäßige Nutzung von Diskussions- und Magazinsendungen jedoch nicht**

Vor drei Jahren wurde in dieser Zeitschrift – im Rahmen eines Artikels über die Bewertung der Fernsehberichte zur Bundestagswahl 1998 – ausführlich über das Politikbild der Fernsehzuschauer in Deutschland berichtet. (5) Damals äußerten Zuschauer, die keine Vorwahlberichte oder nur solche bei RTL und SAT.1 gesehen hatten, etwas pessimistischere Vorstellungen von der Politik als die Zuschauer der öffentlich-rechtlichen Wahlsendungen. So kamen damals die Zuschauer von RTL und SAT.1 häufiger zur Auffassung, dass Politik ein „schmutziges Geschäft“ sei und dass Politiker sich nur für die Stimmen, nicht aber für die Ansichten der Wähler interessieren.

Wenn man nun in ähnlicher Weise das Politikbild der Diskussions- und Magazinzuschauer des Jahres 2001 untersucht, sind vergleichbare Unterschiede nicht mehr zu erkennen. Wie in Tabelle 7 zu sehen ist, haben Zuschauer, die regelmäßig Diskussions- sendungen oder Magazine verfolgen, kein positive-

res Bild von der Politik und den Politikern als diejenigen, die keine Diskussionssendungen oder Magazine sehen. Und auch das Magazinpublikum der öffentlich-rechtlichen Sender besitzt keine positiveren Vorstellungen von der Politik als das entsprechende Publikum der Privatsender (vgl. Tabelle 8).

Um diese Angleichung der Politikbilder zu verstehen, lohnt sich ein Blick auf die generelle Entwicklung politischer Einstellungen. Dabei zeigt sich:

**10. In den letzten zwei Jahren hat sich das Politikbild der Gesamtbevölkerung verschlechtert**

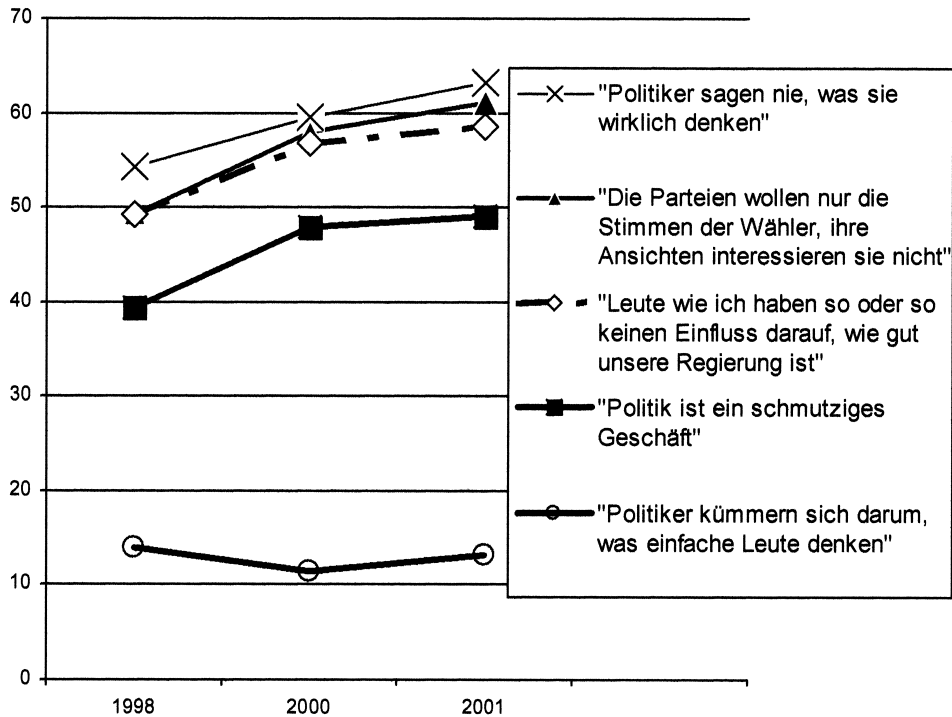
Aus den Ergebnissen des Jahres 1998 ging hervor, dass sich das Politikbild der Bundesbürger im Lauf der Zeit verbessert hat. Diese Aussage muss jedoch aus heutiger Sicht relativiert werden, weil die damaligen Ergebnisse durch die Bundestagswahl des Jahres 1998 und eine damit einhergehende Hoffnung auf Veränderung überhöht waren. Seitdem hat sich das Bild, das sich die Deutschen von der Politik und den Politikern machen, nämlich wieder verschlechtert (vgl. Abbildung 6). Besonders die Aufrichtigkeit der Politiker wird immer stärker in Zweifel gezogen: Waren 1998 noch 54 Prozent der Deutschen der Meinung, dass Politiker nie sagen,

**Aufrichtigkeit der Politiker wird immer stärker bezweifelt**

**Politikbild der Zuschauer ö.-r. und privater Politikmagazine hat sich angeglichen**

**Abb. 6 Das Politikbild der Deutschen im Zeitvergleich**

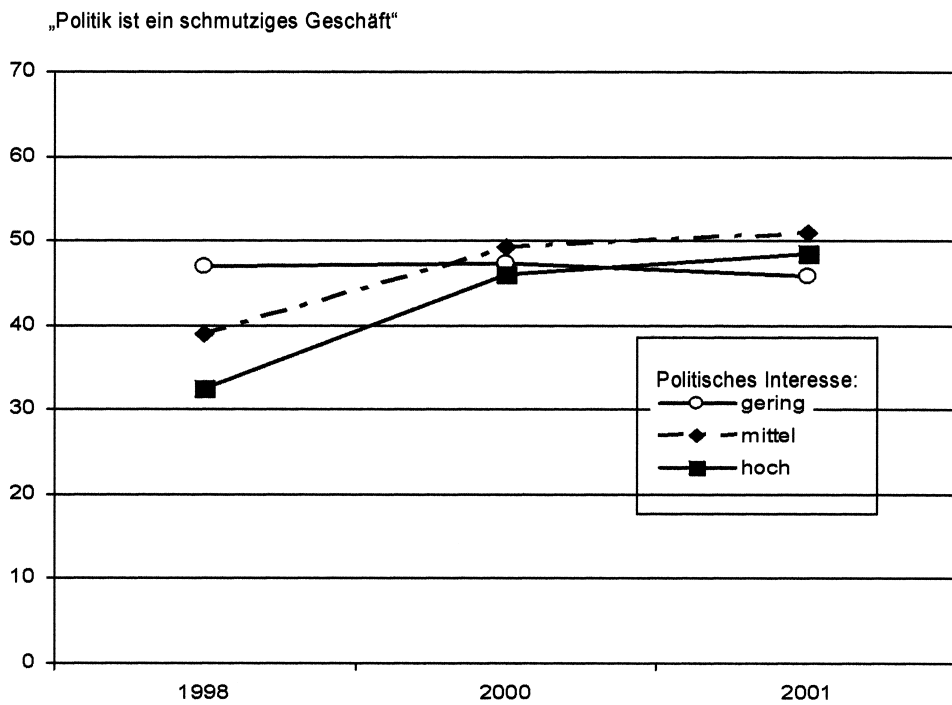
Top Boxes (1+2 auf einer 5-stufigen Skala von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme ganz und gar nicht zu“) in %



Quelle: ARD/ZDF-Trend 1998, 2000 und 2001.

**Abb. 7 Die Entwicklung des Politikbilds nach politischem Interesse**

Top Boxes (1+2 auf einer 5-stufigen Skala von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme ganz und gar nicht zu“) in %



Quelle: ARD/ZDF-Trend 1998, 2000 und 2001.

„was sie wirklich denken“, sind es im Jahr 2001 bereits 63 Prozent. Außerdem hält inzwischen jeder zweite Bundesbürger Politik für ein „schmutziges Geschäft“ – vor drei Jahren waren es nur 39

Prozent. Allerdings ist das Ansehen von Politik und Politikern nicht bei allen Bevölkerungsgruppen rückläufig:

**Auch politisch Interessierte halten Politik inzwischen für „schmutziges Geschäft“**

Überraschend ist dabei, dass die Verschlechterung des Politikbildes vor allem von den politisch interessierten Bundesbürgern ausgeht. In Abbildung 7 ist am Beispiel einer Testaussage die Entwicklung seit 1998 in Verbindung mit dem politischen Interesse der Bundesbürger dokumentiert. Daraus geht hervor, dass politisch weniger interessierte Bundesbürger seit 1998 nahezu unverändert der Überzeugung sind, Politik sei „ein schmutziges Geschäft“. Wer aber ein durchschnittliches oder starkes Interesse am politischen Geschehen besitzt, denkt inzwischen deutlich negativer über die Politik und hat sich so dem politischen Pessimismus der Desinteressierten angenähert.

**Wird sich das fatalistische Bild von der Politik durch Bundestagswahl verbessern?**

Hinweise auf die Gründe für diese Annäherung kann unsere Untersuchung nicht bieten. Vieles weist jedoch darauf hin, dass Veränderungen in den Einstellungen zur Politik auch in Abhängigkeit von der Politik selbst zu sehen sind, von wirt-

schaftlichen und sozialen Problemen, vom Versagen der Politiker bei der Lösung von Problemen oder von Affären und Skandalen, über die natürlich auch im Fernsehen berichtet und diskutiert wurde. Es bleibt abzuwarten, ob sich mit der Bundestagswahl in diesem Jahr und der damit verbundenen Möglichkeit der Bundesbürger, aktiv in die Politik einzugreifen, das fatalistische Bild von der Politik wieder verbessert.

Anmerkungen:

- 1) Die hier referierte Untersuchung wurde von NFO Infratest (München) vom 22. Oktober bis 3. Dezember 2001 bei rund 4 000 Personen in Form von Face-to-Face-Interviews (CAPI) durchgeführt.
- 2) Vgl. Darschin, Wolfgang/Camille Zubayr: Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme. In: Media Perspektiven 5/2001, S. 238-246, hier S. 241.
- 3) Genauere Hinweise dazu finden sich zum Beispiel bei: Deimling, Susanne/Jürgen Bortz/Gerhard Gmel: Zur Glaubwürdigkeit von Fernsehanstalten. Entwicklung und Erprobung eines Erhebungsinstruments. In: Medienpsychologie, 5/1993, S. 203-221.
- 4) Vgl. zuletzt: Darschin/Zubayr (Anm. 2), S. 244-246.
- 5) Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Wahlberichterstattung und Politikbild aus Sicht der Fernsehzuschauer. Die Bundestagswahl 1998 im Fernsehen. In: Media Perspektiven 5/1999, S. 237-250.

