

Eine Befragung des ZDF zum Wahlduell zwischen Herausforderin Angela Merkel und Kanzler Gerhard Schröder

→ Das TV-Duell 2005 aus Zuschauersicht

Von Ursula Dehm*

„It's Fernsehen, stupid!“ titelte die Internetausgabe der „taz“ am 6. September 2005 zum TV-Duell. (1) Wenn man das TV-Duell zwischen Gerhard Schröder und Angela Merkel am Sonntag, den 4. September 2005, gesehen habe, habe man nichts Besseres zu tun gehabt oder man könne die Inszenierung eines Nichtereignisses beklagen, und als letzte Möglichkeit: „...für den halbwegs aufgeklärten einigermaßen fernseherproben Staatsbürger kam aber noch eine dritte Variante des Umgangs mit dem TV-Duell in Frage: das Vergessen.“ Anders die „Welt“ am gleichen Tag, hier heißt es im Untertitel des Artikels „Zwei Sieger, ein Verlierer“: „Angela Merkel bot dem Medienkanzler im steril moderierten Fernsehduell die Stirn. Das Unentschieden vor den Kameras ist eine Niederlage für den Amtsinhaber.“ (2)

Repräsentativbefragung zum TV-Duell Merkel – Schröder

Das Medienecho war also sehr unterschiedlich. Wie aber beurteilen die Zuschauer das TV-Duell? Hierzu liegen Daten einer Repräsentativbefragung vor, die – um Beeinflussungen der Befragten durch die folgende Medienresonanz und -bewertung des TV-Duells auszuschließen – im direkten zeitlichen Anschluss an das TV-Duell stattfand. Befragt wurden 515 Zuschauer und Zuschauerinnen des Fernsehduells, die vorher rekrutiert wurden und die Absicht hatten, das TV-Duell zu sehen. Die Befragung erfolgte im Rahmen des forsa.omninet-Panels. (3) Die Untersuchung fand zusätzlich zu der von ARD und ZDF gemeinsam durchgeführten Repräsentativbefragung zur Bundestagswahl 2005 (4) statt und spiegelt das Meinungsbild des Publikums direkt nach dem TV-Duell wider.

Eine ähnliche Befragung hatte die ZDF-Medienforschung bereits 2002 zu den damals zwei TV-Duellen zwischen Gerhard Schröder und Edmund Stoiber durchgeführt. (5) Das Fazit lautete damals: „Sehen, was man sehen will“, das heißt, bei den Befragten bereits vor den Duellen vorhandene Präferenzen für die beiden damaligen Kanzlerkandidaten Gerhard Schröder oder Edmund Stoiber beeinflussten maßgeblich den Eindruck vom vermeintlichen Sieger des jeweiligen Duells. Gefallen hatten beide Duelle nicht besonders, allerdings wurde das zweite TV-Duell bei ARD und ZDF besser bewertet als das erste bei RTL und SAT.1.

4. 9. 2005: Abgesehen von der anderen politischen Ausgangslage – 2002 reguläre Bundestagswahlen, 2005 eine vorgezogene Neuwahl – erreichte das TV-Duell am 4. September 2005, das auf vier Sendern gleichzei-

tig ausgestrahlt wurde, trotz der schlechten Bewertungen beider Duelle im Jahr 2002 seitens der Zuschauer Rekordquoten und war die meistgesehene Fernsehsendung des Jahres. Rund 21 Millionen Seher wurden erreicht mit einem Marktanteil von insgesamt rund 60 Prozent. Das Erste/ARD wurde mit 9,7 Millionen Zuschauern von den meisten Menschen eingeschaltet, es folgten das ZDF und RTL vor SAT.1 (vgl. Tabelle 1).

Bewertung des TV-Duells

Im Unterschied zu den beiden TV-Duellen des Jahres 2002 geben die befragten Zuschauer und Zuschauerinnen dem einzigen TV-Duell 2005 zwischen Gerhard Schröder und Angela Merkel sehr gute Noten: 63 Prozent sagen, das TV-Duell hat sehr gut/gut gefallen (vgl. Tabelle 2). Damit wird das aktuelle TV-Duell deutlich besser als beide TV-Duelle drei Jahre zuvor bewertet (1. Duell 2002 auf RTL/SAT.1: 34% sehr gut/gut; 2. TV-Duell auf ARD/ZDF: 45% sehr gut/gut). Männer bewerten das aktuelle TV-Duell besser als Frauen. CDU/CSU-Anhängern (72%) hat das TV-Duell etwas besser als SPD-Anhängern (66%) gefallen. In allen Altersgruppen jedoch und in Ost und West hat das TV-Duell etwa gleich gut gefallen. Erwartungsgemäß vergeben diejenigen, die neue Erkenntnisse durch das TV-Duell gewonnen haben, sowie Befragte mit hohem Politikinteresse oder Befragte, die eine große Affinität zu politischen Sendungsformaten haben, deutlich bessere Noten als die entsprechenden Komplementärgruppen.

Warum hat das TV-Duell 2005 besser gefallen als die Duelle 2002? Gefragt danach, was besonders gut am TV-Duell gefallen hat, loben die Befragten aktuell am häufigsten die „Sachlichkeit/Fairness, den guten Umgangston“ (21%), gefolgt von „(es war) ein richtiger Dialog, dass sie direkt miteinander geredet haben, aufeinander eingegangen sind“ (16%) (vgl. Tabelle 3). Das weitere Spontanlob bezieht sich weniger auf die Art der Gestaltung der Sendung als auf die Kandidaten direkt. Zwar wird Gerhard Schröder tendenziell etwas mehr gelobt als Angela Merkel, aber insgesamt zeigt sich, Schröder-Anhänger loben Schröder und Merkel-Anhänger loben Merkel (allgemeines Lob für Schröder: 21 Prozent Schröder-Anhänger und 1 Prozent Merkel-Anhänger; allgemeines Lob für Merkel: 22 Prozent Merkel-Anhänger, 2 Prozent Schröder-Anhänger). Spontan sagen 3 Prozent der Befragten, „Merkel war besser als erwartet“, ausschließlich CDU-Wähler (8%) und Merkel-Anhänger (9%). Es fällt jedoch auf, dass diejenigen Befragten, die angeben, durch das TV-Duell neue Erkenntnisse gewonnen zu haben, Schröder häufiger loben (20%) als diejenigen, denen das Duell keine neuen Erkenntnisse gebracht hat (9%). Anders ist dies beim Lob für Merkel: Jeweils 9 Prozent loben spontan Merkel, unabhängig davon, ob sie etwas Neues erfahren haben oder nicht.

TV-Duell 2005 besser bewertet als TV-Duelle 2002

Was hat besonders gefallen?

* *Zweites Deutsches Fernsehen/Medienforschung, Mainz.*

① **Das TV-Duell zur Bundestagswahl 2005**

Sender	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer ab 3 Jahre		Erwachsene 14-49 Jahre	
					in Mio	MA in %	in Mio	MA in %
ARD: Das TV-Duell	So	04.09.05	20:30	1:34	9,70	27,6	3,29	21,1
ZDF: Das TV-Duell	So	04.09.05	20:30	1:33	6,06	17,3	1,77	11,3
RTL: Das TV-Duell	So	04.09.05	20:30	1:33	3,79	10,8	2,55	16,3
SAT.1: Das TV-Duell	So	04.09.05	20:30	1:34	1,43	4,1	0,97	6,2

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

② **Bewertung des TV-Duells 2005¹⁾**

	„sehr gut/gut“ in %	Durchschnittsnote
Gesamt	63	2,3
18-29 Jahre	62	2,3
30-49 Jahre	63	2,3
ab 50 Jahre	63	2,3
Männer	68	2,2
Frauen	57	2,4
Ost	64	2,3
West	62	2,3
CDU/CSU-Anhänger	72	2,2
SPD-Anhänger	66	2,2
neue Erkenntnisse gewonnen	75	2
keine neuen Erkenntnisse gewonnen	54	2,4
sehr starkes/starkes politisches Interesse	77	2,1
mittleres/wenig/überhaupt kein politisches Interesse	59	2,4
sehe sehr gern/gerne politische Sendungen	66	2,2
sehe weniger/überhaupt nicht gern politische Sendungen	59	2,4

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

Was wird kritisiert?

2002 waren beide TV-Duelle insbesondere wegen des Zeitlimits für die jeweilige Sprechzeit der Kandidaten kritisiert worden, wegen der Zurückhaltung der Kandidaten und weil sie als langweilig empfunden wurden. Das Zeitlimit für die Kandidatenantworten wird aktuell nicht kritisiert. „Ausweichen bei Fragen“, eine ähnlich gelagerte Kritik wie 2002, kritisieren aktuell 13 Prozent (vgl. Tabelle 4) und „langweilig“ 2 Prozent der Befragten. Aktuell werden vielmehr deutlich heftiger und detaillierter, allerdings mit jeweils niedrigen Nennungen, die beiden Kandidaten kritisiert. Neben dem Ausweichen bei Fragen wird am häufigsten spontan Angela Merkel allgemein kritisiert (18%), Kritik an der Moderation geübt (10%) oder Gerhard Schröder allgemein kritisiert (9%). Die Kritik an der Moderation ergänzen 5 Prozent der Befragten mit dem Hinweis, dass vier Moderatoren bzw. Moderatorinnen zu viele gewesen seien. Dass es 2005 nur ein TV-Duell gab, wurde von den Befragten nicht kritisiert.

Eigenschaftsprofil des TV-Duells

Das Eigenschaftsprofil des TV-Duells Schröder-Merkel ist insgesamt ausdrucksstärker als die Eigenschaftsprofile der Duelle aus 2002 (vgl. Abbildung 1). Mit 69 Prozent in den Top-2-Boxen wird an erster Stelle gesagt, das TV-Duell war „gut gemacht“. Auch wird das aktuelle TV-Duell mit 66 Prozent häufiger als „interessant“ empfunden. Es folgt „verständlich“, allerdings mit niedrigerem Wert als 2002. „Verständlich“ war 2002 die Eigenschaft, die deutlich am häufigsten beiden Duellen zugeschrieben worden war, mit großem Abstand vor anderen positiven Aussagen. Plausibel erscheint dies dadurch, dass das aktuelle TV-Duell sich mit konkreteren Themen beschäftigt hat als die Duelle im Jahr 2002 und demnach vermutlich schwerer fachlich zu verstehen war. Alle anderen folgenden Positiveigenschaften werden jedoch 2005 deutlich häufiger genannt als 2002: Das TV-Duell zwischen Schröder und Merkel wird für „unterhaltsam“ gehalten (61%), für „wichtig“ (59%), „informativ“ (53%) und „glaubwürdig“ (41%). Damit erreicht das aktuelle TV-Duell deutlich bessere Werte als beide Duelle 2002. Insgesamt ist das Eigenschaftsprofil jedoch nicht auffallend ausdrucks-

**„Gut gemacht“
und „interessant“
mit höchsten
Zustimmungen**

stark. Erfahrungswerte aus dem ZDF-Programmqualitätscontrolling, denen mehr als 400 Formattests zugrunde liegen, zeigen, dass von Ausdrucksstärke erst bei Werten ab 70 Prozent gesprochen werden kann. Im Vergleich zu den TV-Duellen 2002 wird jedoch aktuell deutlich seltener Negatives genannt: „Steif“ fanden das aktuelle TV-Duell nur 11 Prozent der Befragten und „langweilig“ sagten 13 Prozent. Ein ähnlicher Wert wie 2002 wird mit 21 Prozent für „oberflächlich“ erreicht.

Zielgruppenunterschiede in den Bewertungen

Bei Männern erreicht das TV-Duell ein nahezu durchgängig besseres Eigenschaftsprofil als bei Frauen (vgl. Abbildung 2). So finden Männer häufiger als Frauen das TV-Duell „glaubwürdig“, „interessant“. Frauen haben sich häufiger beim TV-Duell gelangweilt und fanden es auch oberflächlicher als Männer. Je jünger die Befragten, desto häufiger empfinden sie das TV-Duell als „informativ“ und „interessant“ (vgl. Abbildung 3). „Gut gemacht“ hingegen sagen die Jüngsten seltener als Ältere. Für ab 50-Jährige war das TV-Duell jedoch „verständlicher“ und „glaubwürdiger“ als für Jüngere. Bei Befragten aus dem Osten ist das Eigenschaftsprofil nahezu durchgängig etwas besser als bei Befragten aus dem Westen (vgl. Abbildung 4) – das entspricht den Ergebnissen aus 2002, auch hier hatten Befragte aus dem Osten häufiger als Befragte aus dem Westen den beiden TV-Duellen Positives zugeschrieben. Auch Befragte, die vor dem TV-Duell Gerhard Schröder als Kanzler präferierten, schreiben dem TV-Duell häufiger Positives zu als Befragte, die vor dem Duell Angela Merkel präferierten – insbesondere halten sie das Duell für „wichtig“ (Schröder-Anhänger: 63%; Merkel-Anhänger: 54%). Ein erwartungsgemäß deutlich besseres Eigenschaftsprofil erreicht das TV-Duell bei Befragten, die angeben, durch das TV-Duell neue Erkenntnisse gewonnen zu haben. Besonders auffallend ist dies bei „informativ“ (neue Erkenntnisse: 77%; keine neuen Erkenntnisse: 38%), „wichtig“ (neue Erkenntnisse: 80%; keine neuen Erkenntnisse: 47%) und auch bei „unterhaltsam“ (neue Erkenntnisse: 76%; keine neuen Erkenntnisse: 52%). Entsprechend wird das TV-Duell für diejenigen, die keine neuen Erkenntnisse gewonnen haben, „oberflächlicher“, „langweiliger“ und „steifer“ empfunden. Hohes Politikinteresse bewirkt ebenfalls, dass dem TV-Duell häufiger Positiveigenschaften und seltener Negativeigenschaften zugeschrieben werden. Das TV-Duell wird jedoch unabhängig von der Intensität des Politikinteresses von gut jedem zweiten Befragten für „wichtig“ gehalten.

Für jeden Dritten bringt das TV-Duell neue Erkenntnisse

„Eine Sendung in dieser Form hilft der politischen Aufklärung nicht“, schreibt Lutz Hachmeister im „Tagesspiegel“. (6) Aus Publikumsicht hat das TV-Duell 2005 jedoch jedem Dritten neue Erkenntnisse gebracht und war damit auch in dieser Hinsicht deutlich erfolgreicher als die beiden Duelle vor der letzten Wahl (vgl. Tabelle 5). 2002 hatten nur 19 Prozent der Befragten (1. TV-Duell) bzw. 15 Prozent (2. TV-Duell) durch das jeweilige Duell neue Erkenntnisse gewonnen. Das TV-Duell 2005 hat Jün-

③ **Spontanlob für das TV-Duell 2005¹⁾**

„Was hat Ihnen an diesem TV-Duell besonders gut gefallen?“
zusammengefasste Spontanaussagen

Spontanaussagen (Auswahl)	Angaben in %
Sachlichkeit/Fairness/Höflichkeit/der gute Umgangston	21
richtiger Dialog	16
allgemeines Lob für Schröder	13
Stellungnahmen zu Fragen/Themen	9
allgemeines Lob für Merkel	9
die Fragen/Fragestellungen	7
konkretes sachliches Lob für Schröder	7
gleiche Redezeiten	7
konkretes Lob für Schröders Art/Auftreten	6
Merkel besser als erwartet	3
Kampfgeist/Angriffslust von Merkel	2
konkretes Lob für Merkels Art/Auftreten	1

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

④ **Spontankritik am TV-Duell 2005¹⁾**

„Was hat Ihnen am TV-Duell nicht so gut gefallen?“
zusammengefasste Spontanaussagen

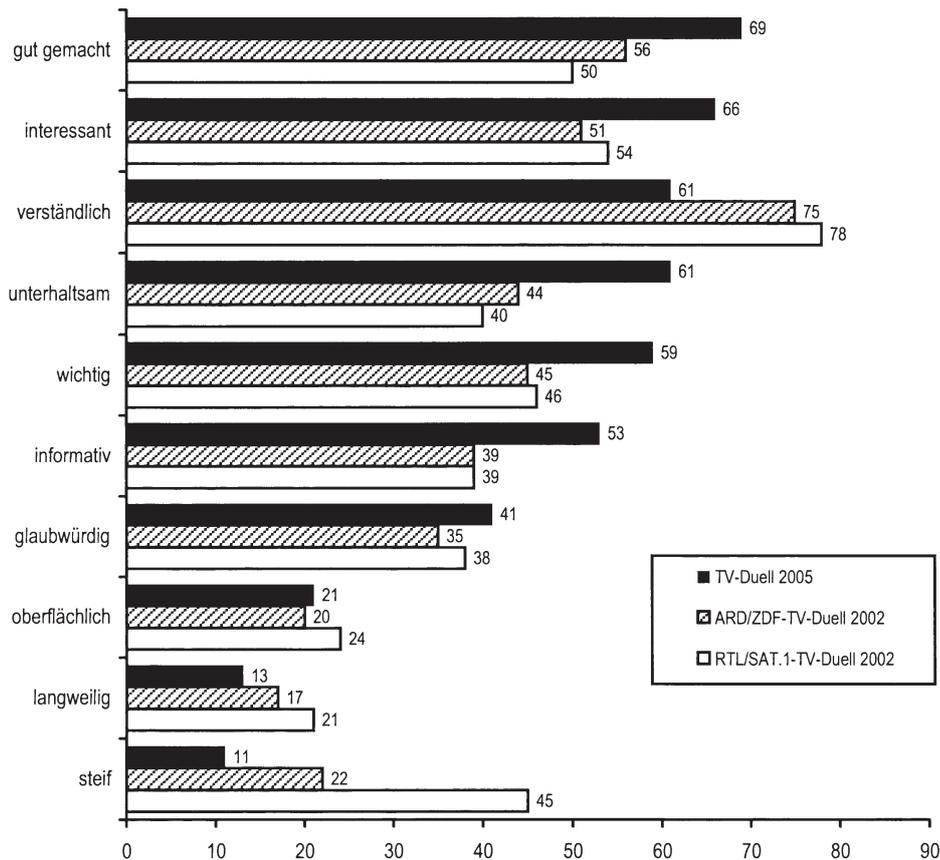
Spontanaussagen (Auswahl)	Angaben in %
allgemeine Kritik an Merkel	18
Ausweichen bei Fragen (beide)	13
allgemeine Kritik an Moderation	10
allgemeine Kritik an Schröder	9
Verhalten/Auftreten von Merkel	8
keine neuen Erkenntnisse/immer das Gleiche	7
schlechte/keine Lösungen für Probleme	7
politische Aussagen von Merkel	7
nicht alle wichtigen Themen wurden behandelt	5
zu viele Moderatoren	4
Arroganz von Schröder	4
Moderatoren haben unterbrochen	4
Moderatoren haben zu wenig nachgefragt	4

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

geren deutlich häufiger Orientierungshilfe geboten als Älteren (vgl. Abbildung 5): Jedem Zweiten 18- bis 29-Jährigen (51%) hat das Duell neue Erkenntnisse geliefert, aber nur rund jedem Fünften über 50-Jährigen (22%). Tendenziell haben auch Befragte aus dem Westen (ja: 34%; nein: 61%; weiß nicht: 5%) etwas häufiger neue Erkenntnisse gewonnen als Befragte aus dem Osten (ja: 30%; nein: 70%). Die Stärke des Politikinteresses und die Affinität zu politischen Sendungsformaten haben keinen Einfluss darauf, ob man neue Erkenntnisse gewonnen hat oder nicht. Unabhängig davon, ob man viel oder eher wenig über Politik weiß, haben viele Neues im TV-Duell erfahren.

Abb. 1 Eigenschaftsprofil des TV-Duells 2005¹⁾ im Vergleich mit den TV-Duellen 2002²⁾
 "trifft voll und ganz zu/trifft zu", in %



1) n= 515.

2) 1. TV-Duell : n=806; 2. TV-Duell: n=489.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duelle 2002 und TV-Duell 2005.

⑤ **Neue Erkenntnisse durch das TV-Duell 2005**

„Hat Ihnen das TV-Duell neue Erkenntnisse gebracht?“

Angaben in %

hat neue Erkenntnisse gebracht	Gesamt n=515	Kanzlerpräferenz vor TV-Duell		Wahlabsicht vor TV-Duell		
		Gerhard Schröder n=258	Angela Merkel n=138	CDU/CSU n=126	SPD n=167	unentschieden n=123
ja	33	38	32	28	42	31
nein	62	57	67	71	53	62
weiß nicht	4	5	1	1	5	8

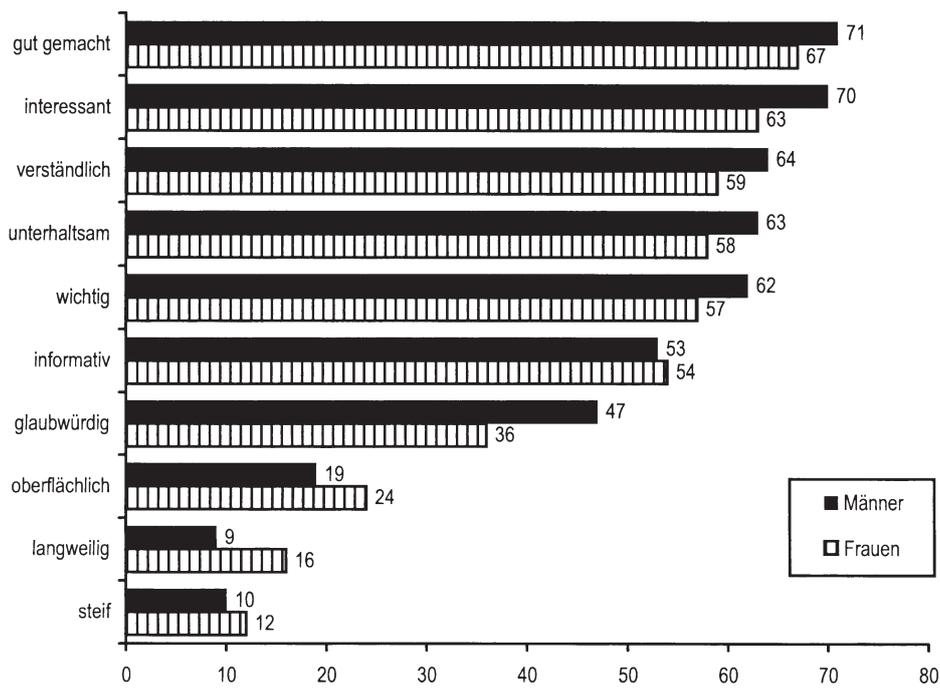
Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

Bewertung der Moderatoren des TV-Duells

Peter Kloeppe wird von allen Moderatoren am besten bewertet (vgl. Abbildung 6) und erfährt mit 76 Prozent Zustimmung zu „sehr gut/gut“ eine geringfügig bessere Bewertung als 2002. Es folgt Maybrit Illner, die ähnlich wie 2002 bewertet wird. Deutlich schlechter als 2002 wird Sabine Christiansen bewertet (aktuell: 64%; Note 2,3; 2002: 74%; Note 2,2). Am schlechtesten schneidet Thomas Kausch ab. Alle vier Moderatoren erhalten von Befragten

aus dem Osten bessere Noten als von Befragten aus dem Westen. Peter Kloeppe wird in allen Altersgruppen nahezu gleich bewertet, Sabine Christiansen wird von Jüngeren (18–29 Jahre: 72%) am besten beurteilt und Maybrit Illner von Älteren (ab 50 Jahre: 74%). Auch Thomas Kausch wird von Älteren (44%) und von Männern (45%) am besten bewertet. Die Antworten auf die Frage, wer von den vier Moderatoren am besten gefallen hat, ergibt die gleiche Rangfolge wie der Vergleich der Einzelbewertungen: Peter Kloeppe (34%), Maybrit Illner (27%), Sabine Christiansen (22%),

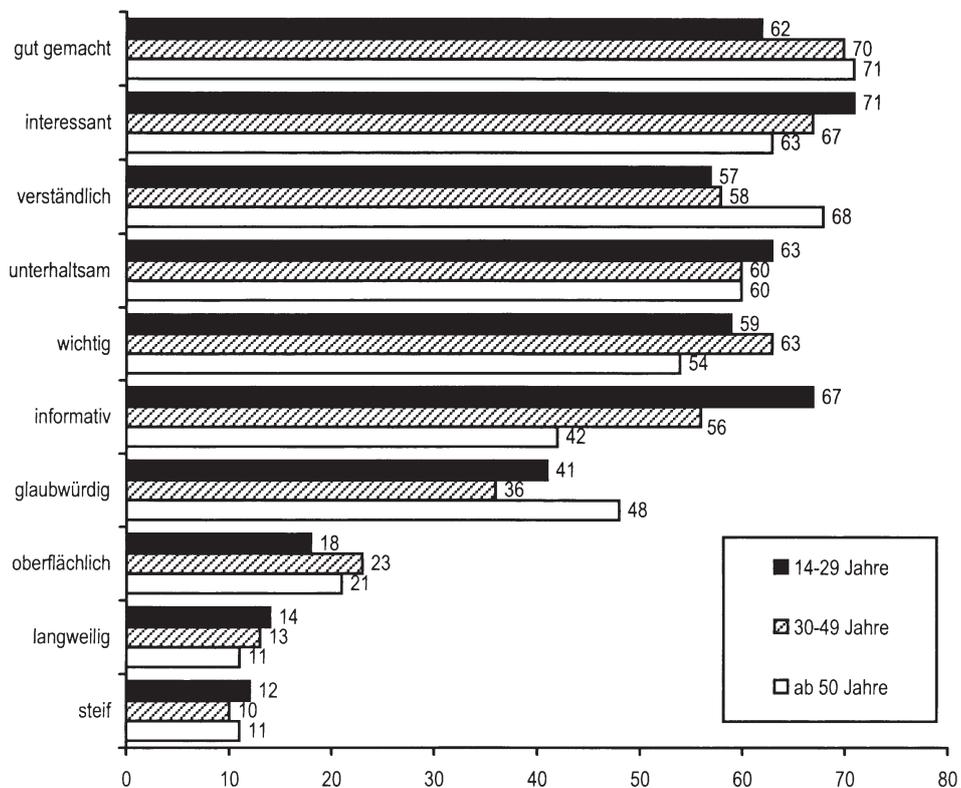
Abb. 2 Eigenschaftsprofile des TV-Duells 2005¹⁾ nach Geschlecht
 "trifft voll und ganz zu/trifft zu", in %



1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

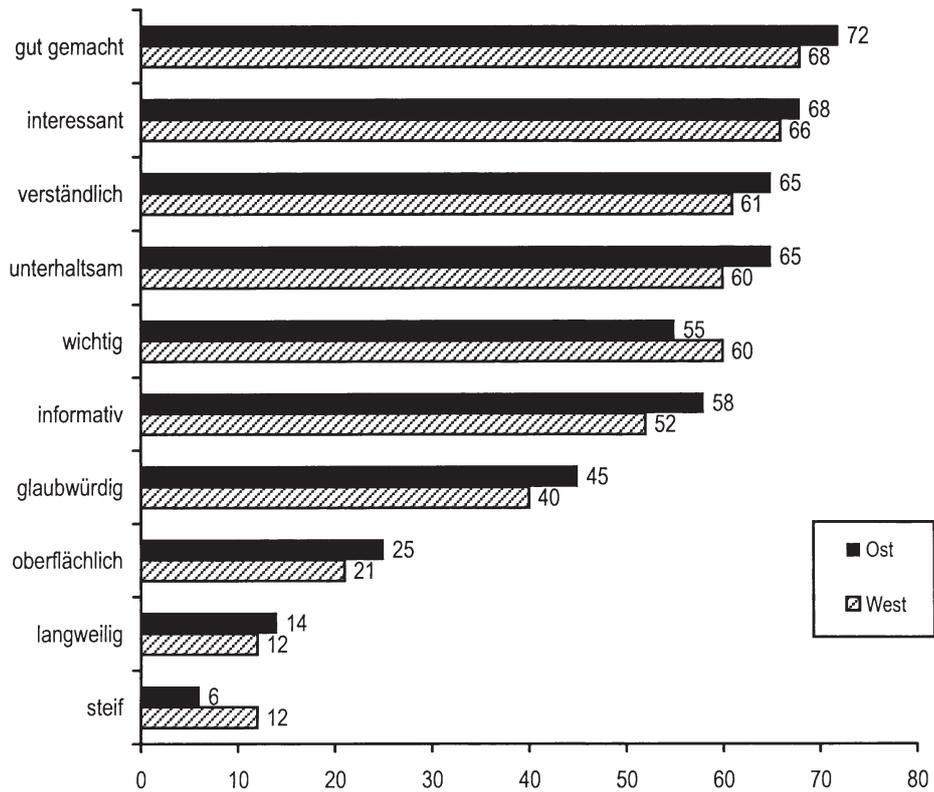
Abb. 3 Eigenschaftsprofil des TV-Duells 2005¹⁾ nach Alter der Befragten
 "trifft voll und ganz zu/trifft zu", in %



1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

Abb. 4 Eigenschaftsprofil des TV-Duells 2005¹⁾ im Ost/West-Vergleich
 "trifft voll und ganz zu/trifft zu", in %

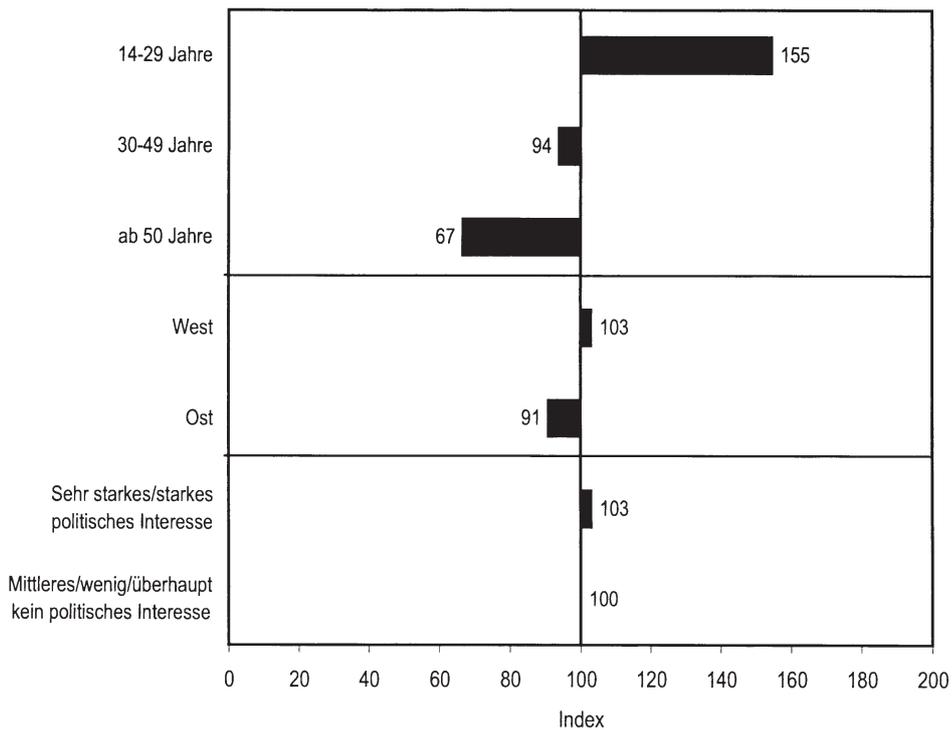


1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

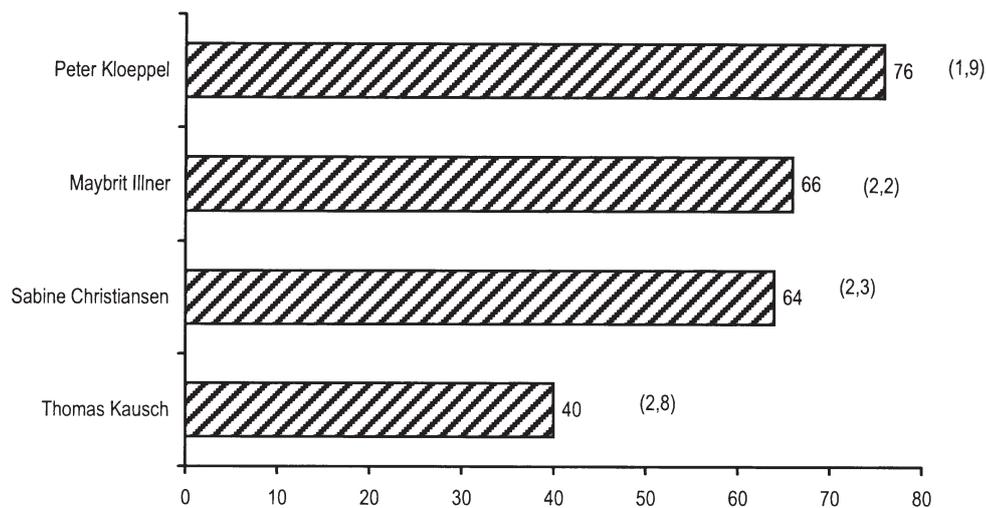
Abb. 5 "Hat das TV-Duell neue Erkenntnisse gebracht?"

indexierte Zielgruppenauswertung: Abweichung vom Durchschnitt/TV-Duell 33 % = 100



Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

Abb. 6 Bewertung der Moderatoren und Moderatorinnen des TV-Duells 2005
 "sehr gut/gut", in % und Durchschnittsnote



Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

Thomas Kausch (3%). 13 Prozent der Befragten haben alle Moderatoren gleich gut gefallen. Als Moderatorenpaar haben eindeutig Maybrit Illner und Peter Kloeppe am besten gefallen. Rund jeder Zweite gibt diesem Paar die Noten sehr gut/gut (48%). Deutlich schlechteren Anklang fand das Moderatorenpaar Sabine Christiansen und Peter Kausch: Nur knapp jeder Siebte (15%) gibt ihnen die Noten sehr gut/gut.

Eigenschaftsprofile der Moderatoren

Die Eigenschaftsprofile der vier Moderatoren zeigen die Gründe für das mehr oder weniger ausgeprägte Gefallen der Einzelnen (vgl. Abbildung 7). Die gute Bewertung von Peter Kloeppe ist insbesondere auf seine im Vergleich zu den anderen deutlich stärkere Wahrnehmung durch die Befragten als „kompetent“, „glaubwürdig“, „souverän“ und „hartnäckig“ zurückzuführen. Die bessere Bewertung von Maybrit Illner im Vergleich mit Sabine Christiansen liegt insbesondere daran, dass sie als deutlich „sympathischer“ und „natürlicher“ als ihre Mitmoderatorin empfunden wird. Etwa gleich hohe Werte erreichen Peter Kloeppe, Maybrit Illner und Sabine Christiansen bei den Eigenschaften „verständlich“ und „sachlich“. Die im Moderatorenvergleich schlechtere Bewertung von Thomas Kausch korrespondiert mit seiner vergleichsweise seltenen Wahrnehmung als „souverän“, „hartnäckig“ und „kompetent“. Zudem wird Thomas Kausch am häufigsten von allen Moderatoren als „langweilig“ und „unsicher“ empfunden. Relativierend muss angemerkt werden, dass erfahrungsgemäß Moderatoren desto besser bewertet werden und desto bessere Eigenschaftsprofile erreichen, je länger sie auf dem Bildschirm schon zu sehen waren und je bekannter sie sind. Thomas Kausch verfügt im Vergleich mit seinen drei Mitmoderatoren über die kürzeste Bildschirmpräsenz, insbesondere in der Primetime.

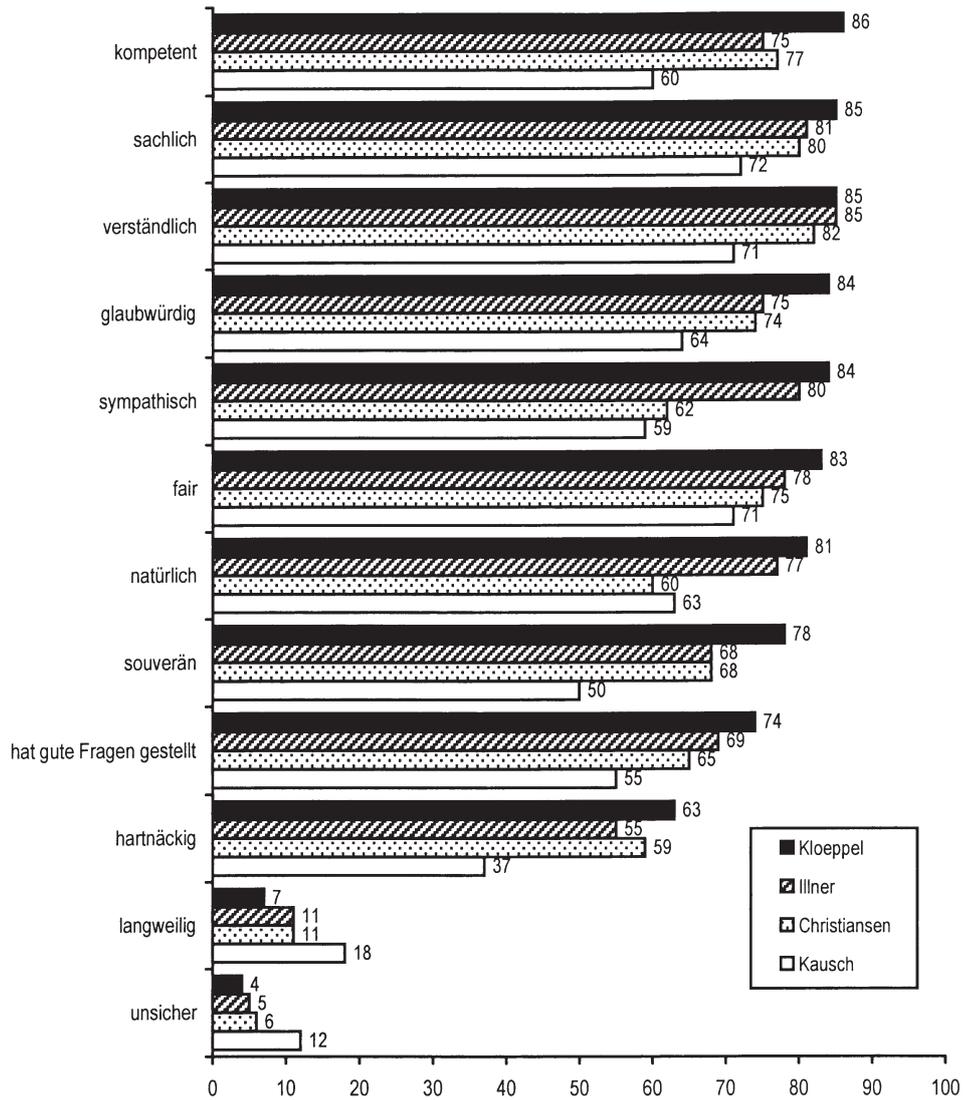
Nur 9 Prozent der Befragten sind der Meinung, das Wahlduell habe die Wahlentscheidung der Wähler beeinflusst. 65 Prozent glauben, das Duell habe zumindest etwas die Wahlentscheidung beeinflusst, und jeder Vierte sagt, es hat keinen Einfluss gehabt (vgl. Tabelle 6). Geschlecht oder Region (Ost/West) wirken sich in den Antworten nicht aus. Nur die ganz Jungen meinen häufiger als Ältere, das TV-Duell habe die Wahlentscheidung der Wähler beeinflusst (14–29 Jahre: 14%; 30–49 Jahre: 10%; ab 50 Jahre: 5%). Wer bereits vor dem TV-Duell vorhatte SPD zu wählen, glaubt häufiger, das Duell habe die Wahlentscheidung der Wähler beeinflusst als CDU/CSU-Anhänger. Und: Gerade diejenigen, die vor dem TV-Duell noch unentschieden waren, welche Partei sie wählen sollen, antworten ähnlich wie der Befragtendurchschnitt. Ob tatsächlich ein Einfluss des TV-Duells auf die Wahlentscheidung vorliegt oder nicht, kann mit Hilfe dieser Umfragedaten nicht nachgewiesen werden. Allerdings kann die Frage beantwortet werden, ob das TV-Duell nach Eigeneinschätzung der Befragten einen zumindest kurzfristig feststellbaren Effekt zugunsten der einen oder anderen Partei, zu Gunsten Gerhard Schröders oder Angela Merkels gehabt hat.

Von denjenigen, die vor dem TV-Duell eine Präferenz für Gerhard Schröder als künftigen Bundeskanzler hatten, sagen 62 Prozent, Gerhard Schröder habe das TV-Duell am meisten genützt, und 9 Prozent meinen, das Duell habe Angela Merkel am meisten genützt (vgl. Tabelle 7). Umgekehrt sagen diejenigen, die vor dem TV-Duell eine Präferenz für Angela Merkel als künftige Bundeskanzlerin hatten, zu 52 Prozent, das Duell habe Angela Merkel am meisten genützt, und nur 16 Prozent glauben,

Hat das TV-Duell die Wahl beeinflusst?

Eigene Kandidatenpräferenz prägt Wahrnehmung des Wahlduells

Abb. 7 Eigenschaftsprofile der Moderatoren und Moderatorinnen
 "trifft voll und ganz"trifft zu", in %



Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

⑥ Einfluss des TV-Duells 2005 auf Wahlentscheidung¹⁾

„Was meinen Sie, hat das TV-Duell die Wahlentscheidung der Wähler beeinflusst?“

Angaben in %

	Gesamt	Alter			Wahlabsicht vor TV-Duell		
		14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	CDU/CSU	SPD	unentschieden
ja, sehr	9	14	10	5	6	15	5
ja, etwas	65	65	65	65	54	71	69
nein, hat keinen Einfluss	24	21	23	27	38	13	24
weiß nicht	2	-	1	3	2	1	2

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

⑦ Nutzen des TV-Duells 2005 für die Kandidaten

„Wem hat das TV-Duell am Sonntag am meisten genützt: Gerhard Schröder oder Angela Merkel?“

Angaben in %

hat am meisten genützt	Gesamt n=515	Kanzlerpräferenz vor TV-Duell		Wahlabsicht vor TV-Duell		
		Gerhard Schröder n=258	Angela Merkel n=138	CDU/CSU n=126	SPD n=167	unentschieden n=123
Gerhard Schröder	43	62	16	7	67	45
Angela Merkel	24	9	52	55	5	22

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

⑧ Entscheidung für Kandidaten nach dem TV-Duell 2005¹⁾

„Wenn Sie den Bundeskanzler selbst wählen könnten, für wen würden Sie sich jetzt entscheiden:

Für Gerhard Schröder oder für Angela Merkel?“

Angaben in %

nach dem TV-Duell	Gesamt	Kanzlerpräferenz vor TV-Duell		Wahlabsicht vor TV-Duell		
		Gerhard Schröder	Angela Merkel	CDU/CSU	SPD	unentschieden
für Gerhard Schröder	53	90	8	10	96	41
für Angela Merkel	28	2	87	83	1	19
für keinen von beiden	15	6	4	6	1	31

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

⑨ Entscheidung für Parteien nach dem TV-Duell 2005¹⁾

„Und welche Partei würden Sie wählen, wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?“

Angaben in %

nach dem TV-Duell	Gesamt	Kanzlerpräferenz vor TV-Duell		Wahlabsicht vor TV-Duell		
		Gerhard Schröder	Angela Merkel	CDU/CSU	SPD	unentschieden
CDU/CSU	28	3	71	94	1	17
SPD	41	74	4	4	97	28
weiß nicht	11	8	3	*	1	39

1) n=515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

Gerhard Schröder habe am meisten profitiert. Ähnliches zeigt sich, wenn man die Wahlabsichten für CDU/CSU und SPD vergleicht: Wer sich vor dem Duell bereits entschieden hatte, CDU/CSU zu wählen, glaubt, dass das Duell Angela Merkel mehr genützt hat als Gerhard Schröder. Umgekehrt ist es bei den Befragten mit Wahlabsicht für die SPD. Zwar zeigt sich, dass Schröder-Anhänger und Befragte mit Wahlabsicht SPD etwas stärker als Merkel-Anhänger und Befragte mit Wahlabsicht CDU/CSU glauben, das TV-Duell habe ihrem Kandidaten mehr genützt, aber es zeigt sich dennoch, dass das Wahlduell von den meisten Befragten durch die Brille ihrer eigenen, bereits vor dem Duell vorhandenen Kandidaten- und Parteipräferenz erlebt wird.

Es gibt im Vergleich zu den beiden Wahlduellen des Jahres 2002 jedoch einen wichtigen Unterschied: 2002 waren die meisten Befragten bereits vor den Wahlduellen entschieden, welche Partei sie wählen wollten. Das war 2005 anders: Rund 24 Prozent der Befragten waren vor dem Wahlduell noch unentschieden. Aus Sicht dieser Befragten hat das Wahlduell, wie Tabelle 7 ebenfalls zeigt, deutlich mehr Gerhard Schröder (45%) genützt als Angela Merkel (22%). Ein ähnliches Ergebnis zeigt auch die nach dem TV-Duell gestellte Frage nach der Kandidatenpräferenz: Wenn man den Bundes-

Unentschiedene sehen Schröder vorn

10 **Bessere Meinung von den Kandidaten?1)**

„Halten Sie jetzt, nachdem Sie Gerhard Schröder/Angela Merkel im TV-Duell gesehen haben, mehr/weniger von ..., oder hat sich da nichts geändert?“

Angaben in %

nach dem TV-Duell	Gesamt	Kanzlerpräferenz vor TV-Duell		Wahlabsicht vor TV-Duell		unentschieden
		Gerhard Schröder	Angela Merkel	CDU/CSU	SPD	
halte jetzt von Gerhard Schröder						
mehr	26	42	4	3	45	21
weniger	11	-	32	29	-	8
hat sich nichts geändert						
	63	57	64	69	55	71
halte jetzt von Angela Merkel						
mehr	26	4	64	64	3	22
weniger	22	38	2	1	43	18
hat sich nichts geändert						
	52	58	33	35	54	60

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

11 **Kompetenz und Glaubwürdigkeit**

„Wer war kompetenter?“, „Wer war glaubwürdiger?“, „Wer machte als Mensch den sympathischeren Eindruck?“
Angaben in %

	Gesamt	Kanzlerpräferenz vor TV-Duell		Wahlabsicht vor TV-Duell		unentschieden
		Gerhard Schröder	Angela Merkel	CDU/CSU	SPD	
glaubwürdiger						
Gerhard Schröder	49	82	6	5	88	41
Angela Merkel	23	2	66	71	1	9
beide gleich	19	12	24	22	10	30
keiner von beiden	8	3	5	1	1	18
kompetenter						
Gerhard Schröder	53	82	16	11	85	52
Angela Merkel	16	1	46	51	-	6
beide gleich	26	16	37	37	14	31
keiner von beiden	4	1	1	1	-	9
machte als Mensch den sympathischeren Eindruck						
Gerhard Schröder	57	87	14	12	88	55
Angela Merkel	24	2	72	70	1	16
beide gleich	15	10	10	13	9	24
keiner von beiden	4	1	3	5	1	4

1) n= 515.

Quelle: forsa im Auftrag der ZDF-Medienforschung: TV-Duell 2005.

kanzler selbst wählen könnte, würden 41 Prozent derjenigen Befragten, die vor dem TV-Duell noch unentschieden waren, welche Partei sie wählen würden, jetzt sagen, sie würden Schröder wählen, nur 19 Prozent gaben Angela Merkel an (vgl. Tabelle 8). Kandidatenpräferenz und Parteipräferenz

sind allerdings nicht zwingend identisch. Geringer, aber dennoch feststellbar, ist der Vorsprung für die SPD: 28 Prozent der vorher Unentschiedenen würden jetzt SPD wählen, 17 Prozent CDU/CSU (vgl. Tabelle 9). Dieses Ergebnis hat weniger damit zu tun, dass nach dem Duell die Unentschiedenen mehr von Gerhard Schröder halten (21%) als von Angela Merkel (22%), sondern mehr damit, dass

nur 8 Prozent jetzt weniger von Gerhard Schröder halten, aber 18 Prozent halten nach dem TV-Duell weniger von Angela Merkel (vgl. Tabelle 10). Die Unentschiedenen haben im TV-Duell Gerhard Schröder auch als deutlich „kompetenter“, „gläubwürdiger“, und „als Mensch sympathischer“ als Angela Merkel erlebt (vgl. Tabelle 11). Für die 2005 relativ große Gruppe der Unentschiedenen hat sich demnach das Wahlduell zumindest zum Zeitpunkt der Befragung direkt nach der Sendung durchaus auf die eigene Wahlabsicht und vor allem auf die Kandidatenpräferenz ausgewirkt.

Fazit

TV-Duell 2005 insgesamt besser bewertet als die Vorläufer von 2002

It's Fernsehen – aus Zuschauersicht war das Wahlduell 2005 jedoch nicht „stupid“. Es hat den Zuschauern und Zuschauerinnen vielmehr deutlich besser gefallen als die beiden Wahlduelle 2002. Mehr Befragte als 2002 halten das TV-Duell 2005 für „gut gemacht“, „interessant“, „unterhaltsam“, „wichtig“ und „informativ“. Im Gegensatz zu den beiden Vorläufern wurde es weniger als „steif“ und „langweilig“ wahrgenommen. Neue Erkenntnisse wurden von mehr Zuschauern gewonnen als 2002. Von den Moderatorenpaaren haben Peter Klooppel und Maybrit Illner am besten gefallen – auch wenn einige wenige anmerken, vier Moderatoren seien zu viel gewesen. Wie drei Jahre zuvor ist festzustellen, dass die Mehrheit der Befragten das TV-Duell durch die persönliche „Brille“ eigener Kandidaten- und Parteipräferenz gesehen hat: Wer Gerhard Schröder bevorzugte, fand ihn auch im TV-Duell besser, wer Angela Merkel bevorzugte, fand sie besser. Allerdings zeigen die Ergebnisse, dass – direkt nach dem TV-Duell befragt – die große Zahl der Unentschiedenen sich stärker für Gerhard Schröder als Bundeskanzler entschieden hätte als für Angela Merkel als Bundeskanzlerin, was sich auch mit Vorteilen für die Parteipräferenz SPD auswirkte.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. die tageszeitung, 6.9.2005: It's Fernsehen, stupid! <http://www.taz.de/pt/2005/09/06/a0135.nf/text>. (Zugriff am 21. 11. 2005).
- 2) Vgl. Die Welt.de, 6.9.2005 Zwei Sieger, ein Verlierer. <http://www.welt.de/data/2005/09/06/771165.html> (Zugriff am 21. 11. 2005).
- 3) Die Studie fand im Rahmen des forsa.omninet-Panels statt. Technische Grundlage dieses Erhebungsverfahrens ist eine Set-Top-Box, die Fernsehen und Internet miteinander verbindet. Das mit dieser Erhebungstechnologie ausgestattete Panel umfasst bundesweit 7 500 Haushalte mit 15 000 Teilnehmern. Die Methode bedient sich der Internettechnologie, ohne dass die Befragten Internetnutzer sein bzw. werden müssen. Den für die Grundgesamtheit der 14- bis 69-jährigen deutschsprachigen Bevölkerung repräsentativ ausgewählten Panelhaushalten wird kostenlos die Set-Top-Box – mit eingebautem analogen Modem – zur Verfügung gestellt, die an Fernseher und Telefon angeschlossen wird. Für die Teilnahme am Panel sind mithin – wichtig für die Repräsentativität – weder besondere technische Voraussetzungen noch besondere technische Kenntnisse erforderlich. Über die Set-Top-Box erhalten die Panelmitglieder die Fragebögen direkt auf ihren Fernseher gespielt und beantworten online die Fragen, und das in vertrauter Umgebung zu weitgehend selbst gewählten Zeiten.
- 4) Vgl. Zubayr, Camille/Stefan Geese/Heinz Gerhard: Berichterstattung zur Bundestagswahl 2005 aus Sicht der Zuschauer. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und der GfK-Fernsehforschung, in diesem Heft, S. 613–626.
- 5) Vgl. Dehm, Ursula: Fernsehduelle im Urteil der Zuschauer. Media Perspektiven. Eine Befragung des ZDF zu einem neuen Sendungsformat bei der Bundestagswahl 2002. In: Media Perspektiven 12/2002, S. 600–609. Diese Studie wurde als Telefonbefragung ebenfalls direkt nach den jeweiligen Fernsehduellen bei n=806 (TV-Duell bei RTL/Sat.1) und n=489 (TV-Duell bei ARD/ZDF) durchgeführt. Aufgrund des unterschiedlichen Erhebungsinstrumentariums (CATI versus Omninet) sind die Ergebnisse von 2002 und 2005 nur tendenziell vergleichbar.
- 6) In: Der Tagesspiegel online: 21 Millionen Seher. <http://archiv.tagesspiegel.de/archiv/06.09.2005/2034719.asp> (Zugriff am 23. 11. 2005)

