

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und  
des AGF-Fernsehpanels

## ▶ Berichterstattung zur Bundestagswahl 2017 aus Sicht der Zuschauer

Von Claudia Gscheidle\*, Stefan Geese\*  
und Heinz Gerhard\*\*

**Nutzung und  
Bewertung der  
Berichterstattung  
zur Bundestagswahl  
untersucht**

Der Deutsche Bundestag ist die Volksvertretung der Bundesrepublik Deutschland und als maßgebliches Gesetzgebungsgremium ihr wichtigstes Organ. Am 24. September waren alle Bundesbürger ab 18 Jahren dazu aufgerufen, zum neunzehnten Mal den Bundestag zu wählen. Die Fernsehsender berichteten im Vorfeld und am Wahlabend in unterschiedlichem Umfang und in unterschiedlicher Art und Weise über den Wahlkampf, die Programme und Ziele der einzelnen Parteien sowie die Kanzlerkandidaten und die Stimmung in der Bevölkerung.

Die ARD/ZDF-Medienkommission hat eine repräsentative Begleitstudie in Auftrag gegeben, in der die wahlberechtigten Bundesbürger gebeten wurden, ein Urteil über die Berichterstattung der Medien während des Wahlkampfes und am Wahlabend abzugeben. Hierzu wurden in den Tagen direkt nach der Wahl 1 200 repräsentativ ausgewählte Wahlberechtigte vom mindline media-Institut, Berlin, telefonisch befragt. Die Ergebnisse dieser Studie werden im Folgenden detailliert beschrieben und um die Messdaten der AGF-Fernsehforschung ergänzt, die über das Fernsehangebot und das Einschaltverhalten der Bundesbürger Auskunft geben. So ergibt sich ein umfassendes Bild über die Informationsleistung der verschiedenen Sender vor und während der Bundestagswahl.

**Gestiegenes  
Interesse an der  
Bundestagswahl**

Das Interesse der Bürger an der Bundestagswahl ist im Vergleich zu den vergangenen Wahlen deutlich angestiegen: 70 Prozent der wahlberechtigten Bundesbürger äußerten ein „sehr starkes“ oder „starkes“ Interesse an der Bundestagswahl – das sind 16 Prozentpunkte mehr als 2013 (vgl. Abbildung 1). Ein Blick in die verschiedenen Bevölkerungsgruppen zeigt, dass das Interesse in allen Gruppen signifikant angestiegen ist. Überdurchschnittlich erstickt ist das Interesse in drei Teilgruppen: bei Frauen, den ab 50-Jährigen und dem öffentlich-rechtlichen Stammpublikum (vgl. Abbildung 2).

Das gestiegene Interesse an der Bundestagswahl spiegelt sich auch in der Wahlbeteiligung wider. Füllten 2013 noch 72 Prozent der Wahlberechtigten ihren Wahlschein aus, waren es in diesem Jahr 76 Prozent. Die häufig geäußerte Kritik,

dass der Wahlkampf zu langweilig sei und dadurch Politikverdrossenheit verstärke oder gar herbeiführe, kann durch diese Zahlen nicht bestätigt werden. Auch kritische Stimmen, der Wahlkampf sei nicht kontrovers genug geführt worden, wurden von der Wahlbevölkerung nicht eindeutig bestätigt: Zwar sind 48 Prozent der Meinung, der Wahlkampf sei nicht kontrovers genug gewesen, aber eine ebenso große Gruppe der Bundesbürger ist nicht dieser Meinung (vgl. Tabelle 1). Überhaupt erwartet ein großer Teil der Bürger keine große Show im Wahlkampf, der Mehrheit „reicht es, wenn die Argumente sachlich vorgetragen werden“ (66%), nur ein knappes Drittel wünscht sich „einen richtigen Schlagabtausch“.

### Kurz und knapp

- Die Bundestagswahl 2017 wurde im Fernsehen von einer Vielzahl Sendungen begleitet.
- Rund 80 Prozent davon wurden im öffentlich-rechtlichen Fernsehen gezeigt.
- Mehr als 70 Prozent der Zuschauer bewerteten die Wahlberichterstattung des Ersten und des ZDF als „sehr gut“ oder „gut“.
- Das TV-Duell war mit 16,3 Millionen Zuschauern die meistgesehene Sendung des Jahres, der Informationswert anderer Wahlsendungen wurde aber höher eingestuft.

61 Prozent der Wahlbevölkerung nutzten das Fernsehen, um sich über den Wahlkampf zu informieren. Damit bleibt das Fernsehen in der Gesamtbevölkerung die mit Abstand wichtigste Quelle für Informationen über den Wahlkampf – ganz ungeachtet der Debatten über die Bedeutung der sozialen Medien wie Facebook und Twitter, für die lediglich 8 Prozent erhoben wurden (vgl. Tabelle 2). Zeitungen stehen mit einem Nutzungsanteil von 40 Prozent an zweiter Position. An dritter Stelle steht das Internet, das 7 Prozentpunkte hinzugewinnen konnte und im Wahlkampf 30 Prozent der Bundesbürger als Informationsquelle diente. Das Radio wurde von 19 Prozent genannt und Zeitschriften nutzen 8 Prozent der Bürger zu Informationszwecken.

Diese Nutzungspräferenzen zeigen sich auch, wenn man die Gesamtbevölkerung in verschiedene Teilgruppen gliedert: So nutzen Männer und Frauen sowie West- und Ostdeutsche das Fernsehen am häufigsten, vor den Zeitungen und dem Internet. Anders sieht es aus, wenn man die verschiedenen Altersgruppen betrachtet: Bei den 18- bis 29-Jährigen hat das Internet das Fernsehen als wichtigste Informationsquelle im Wahlkampf abgelöst. Soziale Netzwerke sind in dieser Altersgruppe inzwischen fast so bedeutend für die Information über Bundestagswahlen wie Zeitungen. Spitzt man die Frage zu und erkundigt sich nach dem Medium, das hauptsächlich zur Information über die bevorstehende Bundestagswahl genutzt wurde, wird in dieser Altersgruppe erneut das Internet als wichtigstes

**Fernsehen nach  
wie vor wichtigstes  
Medium, um sich  
über Wahlkampf zu  
informieren**

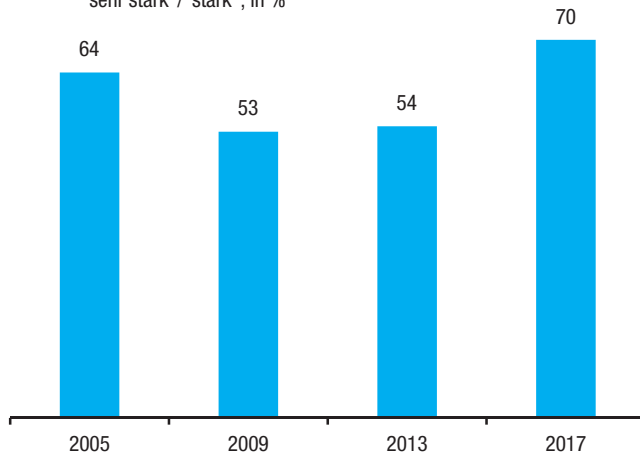
**Internet für  
junge Menschen  
erstmalig wichtigste  
Informationsquelle**

\* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

\*\* ZDF-Medienforschung.

**Abb. 1 Interesse an den Bundestagswahlen 2005 bis 2017**

"Wie stark haben Sie sich persönlich für die Bundestagswahl interessiert?"  
"sehr stark"/"stark", in %

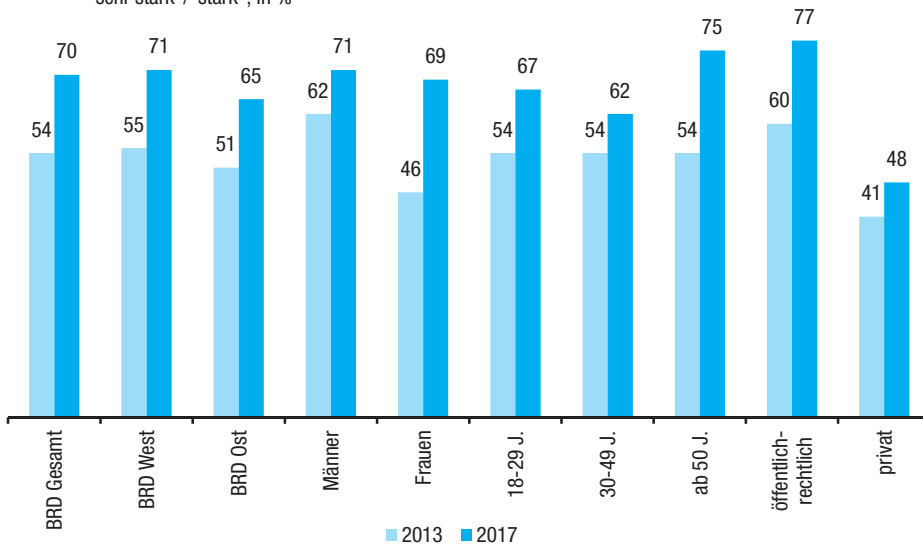


Basis: Alle Befragten.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2005 -2017.

**Abb. 2 Interesse an der Bundestagswahl 2013 und 2017**

"Wie stark haben Sie sich persönlich für die Bundestagswahl interessiert?"  
"sehr stark"/"stark", in %



Basis: Alle Befragten.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2013 und 2017.

**Tab. 1 Bewertung des Bundestagswahlkampfes 2017**

„Manche behaupten, der Wahlkampf sei nicht kontrovers genug geführt worden.  
Sind Sie auch dieser Meinung?“  
in %

ja	48
nein	44
weiß nicht/k.A.	8
„Zu diesem Thema lese ich Ihnen noch zwei Meinungen vor. Bitte sagen Sie mir, welcher Meinung Sie eher zustimmen.“	
Zu jedem Wahlkampf gehört für mich auch ein richtiger Schlagabtausch	31
Mir reicht es, wenn die Argumente sachlich vorgetragen werden	66

Basis: Alle Befragten (n=1 202).

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

**Tab. 2 Informationsquellen über die Bundestagswahl 2017**„In welchen Medien haben Sie sich über den Wahlkampf informiert?“ (Mehrfachnennungen möglich)  
in %

	BRD			Geschlecht		Alter		
	gesamt	West	Ost	Männer	Frauen	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	61	61	62	60	62	42	52	69
Zeitung	40	41	39	39	41	22	29	50
Internet	30	31	27	33	28	54	44	17
Hörfunk	19	17	24	17	21	15	15	22
soziale Netzwerke	8	9	5	10	7	19	14	4
Zeitschriften	8	8	8	11	6	5	7	9

Basis: Alle Befragten (n=1 202).

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

**Tab. 3 Informationsquellen über die Bundestagswahl 2017**„In welchen Medien haben Sie sich hauptsächlich über den Wahlkampf informiert?“ (Mehrfachnennungen möglich)  
in %

	BRD			Geschlecht		Alter		
	gesamt	West	Ost	Männer	Frauen	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	47	46	50	44	49	38	40	52
Zeitung	21	22	17	24	18	6	19	26
Internet	18	19	15	21	16	44	28	6
Hörfunk	6	5	11	4	8	2	5	8
soziale Netzwerke	3	3	2	4	2	6	5	1
Zeitschriften	2	2	2	2	2	3	1	2

Basis: Alle Befragten (n=1 202).

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

Medium genannt, der Abstand zum Fernsehen fällt mit 6 Prozentpunkten aber deutlich geringer aus (vgl. Tabelle 3). Soziale Netzwerke werden offenbar überwiegend zur komplementären Information genutzt, sie werden als primäres Informationsmedium – auch beim jungen Publikum – genau wie Zeitungen, Radio und Zeitschriften nur noch selten genannt.

#### Charakteristika des Bundestagswahlkampfes 2017

Die Bundestagswahl 2017 zeichnete sich während des Wahlkampfes und auch am Wahlabend selbst durch einige Besonderheiten aus, die sie von früheren Wahlen unterschied. Während des Wahlkampfes thematisierten die Medien mehrheitlich eine vermeintlich geringe Polarisierung zwischen den Parteien, vor allem zwischen der bis dahin in der Großen Koalition regierenden CDU/CSU und der SPD. Allerdings war dieser Vorwurf der Spannungslosigkeit 2017 nicht zum ersten Mal zu vernehmen. Auch bei der Bundestagswahl 2009 vermissten die Medien größere Konfliktlinien zwischen den Parteien während des Wahlkampfes.

Eine Ursache dafür war die durch die Wahlforschungsinstitute ermittelte hohe Wahrscheinlichkeit, dass die CDU/CSU erneut die stärkste Partei werden und Angela Merkel damit weitere vier Jahre Bundeskanzlerin bleiben würde. Diese Ansicht wurde nur für eine kurze Zeit im Januar erschüt-

tert, als die SPD Martin Schulz zunächst zum Parteivorsitzenden und dann zum Kanzlerkandidaten wählte. Die drei Landtagswahlen im Saarland, in Schleswig-Holstein und in Nordrhein-Westfalen, die der Bundestagswahl vorangingen und die CDU entweder als Regierungspartei bestätigten oder sie neu in die Regierungsverantwortung brachten, relativierten die Wahrscheinlichkeit eines SPD-Sieges bei der Bundestagswahl schnell. In der Folge nahm die Frage der möglichen Koalitionskonstellationen in der öffentlichen Diskussion an Bedeutung zu.

Ein Thema des Wahlkampfes war zudem die „Alternative für Deutschland“ (AfD), das Auftreten ihrer Kandidaten, ihre Themensetzung und ihr bevorstehender Einzug in den Bundestag. Eine besondere Zuspitzung erfuhr das Auftreten der AfD, als ihre Spitzenkandidatin eine Sendung des ZDF verließ, weil sie mit dem Diskussionsverlauf nicht einverstanden war.

In den Sendungen am Wahlabend selbst wurden dann das Wahlergebnis und die von den Parteivertretern in Interviews und der „Berliner Runde“ geäußerten, vermeintlichen Gründe für dessen Zustandekommen thematisiert. Eine besondere Dramaturgie stellte sich zusätzlich dadurch ein, dass die SPD zeitnah nach der Veröffentlichung der ersten Ergebnisse eine weitere Teilnahme an einer Großen Koalition mit der CDU/CSU ablehnte und ankündigte, in die Opposition zu gehen.

**Wahlbericht-  
erstattung Mai  
bis Oktober 2017  
untersucht**

**Nutzung der Fernsehberichterstattung**

Nachfolgend sollen die Nutzung sowie die Bedeutung der Fernsehberichterstattung zur Bundestagswahl im Vergleich zu anderen Medien während des Wahlkampfes, am Wahlsonntag und in der Woche nach der Wahl beschrieben und analysiert werden. Hierzu werden die Daten der von der GfK im Auftrag der AGF Videoforschung gemessenen Sehbeteiligungsdaten herangezogen, um die Akzeptanz der Wahlberichterstattung bei den beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen sowie den Privatsendern RTL, Sat.1 und ProSieben zu analysieren.

Die Kernzeit der TV-Berichterstattung zur Bundestagswahl 2017 begann Ende Mai und dauerte bis zum 1. Oktober, also einschließlich der Woche nach der Wahl. Die erste in die Analyse eingegangene Sendung mit direktem Wahlkampfbezug war das am 25. Mai im ZDF ausgestrahlte „auslandsjournal“ mit dem Thema „Wenn Populisten regieren“. Die letzte Sendung des Betrachtungszeitraums war die RTL-Sendung „Spiegel TV“ am 1. Oktober zum Thema „Kein schöner Land! Die Republik nach der Wahl“.

**81 % aller  
Wahlberichte im  
ö.-r. Fernsehen zu  
sehen**

Wie bei allen vorherigen Bundestagswahlen berichteten die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme deutlich umfangreicher als die privaten Sender. Im Ersten betrug die Berichterstattungsdauer insgesamt 46 Stunden und 27 Minuten, beim ZDF waren es 45 Stunden und 24 Minuten. Zusammen ist das für die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme ein Sendevolumen von 91 Stunden und 51 Minuten. Bei RTL lag die Berichterstattungsdauer mit 11 Stunden und 6 Minuten bei weniger als einem Viertel des Volumens eines der beiden öffentlich-rechtlichen Programme, bei Sat.1 mit 7 Stunden 19 Minuten bei weniger als einem Sechstel. Bei ProSieben war der Sendenumfang zur Wahl nochmals deutlich niedriger und lag bei nur 2 Stunden und 38 Minuten. Zusammengekommen berichteten die drei hier betrachteten Privatsender 21 Stunden und 6 Minuten in eigens dazu ausgewiesenen Sendungen über die Wahl. Das heißt: 81 Prozent der Berichterstattung zur Bundestagswahl entfielen auf die öffentlich-rechtlichen Sender und 19 Prozent auf die Privatsender.

Darüber hinaus strahlte Vox während des Wahlkampfes eine Wahlsendung aus (Dauer: 3 Stunden, 32 Minuten) und thematisierte die Wahl am Wahlsonntag in den Nachrichten. Außerdem sendete RTL II zwei Sendungen („Politiker-Check“, Dauer 2 Stunden, 17 Minuten) und kabel eins eine Nachrichtensondersendung am 24. September (Dauer: 4 Minuten).

**Wahlbericht-  
erstattung erreichte  
drei Viertel aller  
potenziellen Wähler –  
vor allem bei ö.-r.  
Sendern**

Insgesamt haben 50,50 Millionen Zuschauer eine Wahlsendung der hier für die Analyse berücksichtigten Sender ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben im Fernsehen gesehen. Das sind 67 Prozent aller potenziellen Zuschauer (vgl. Tabelle 4). Die ausführlichere Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich zu den privaten Sendern spiegelt sich auch in der Nutzung wider.

**Tab. 4 Zuschauer der Bundestagswahl-Sendungen 2017  
Nettowerte**

	in Mio	in %
Gesamt	50,50	67,3
Das Erste	35,30	47,1
ZDF	32,72	43,6
RTL	15,09	20,1
Sat.1	8,49	11,3
ProSieben	2,68	3,6
öffentlich-rechtliche Sender	43,31	57,7
Privatsender	21,37	28,5

Basis: Zuschauer, die mindestens eine Sendung mit Bezug zur Bundestagswahl in Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben (vgl. Tabellen 5-9) gesehen haben.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), Kumulations- und Frequenzanalyse (Methode Sehbeteiligung).

Insgesamt sahen mehr als doppelt so viele Zuschauer eine Sendung mit Wahlbezug im Ersten und dem ZDF als bei RTL, Sat.1 oder ProSieben: 43,31 Millionen Menschen schalteten eine Wahlsendung im Ersten oder im ZDF ein (57,7%), im Privatfernsehen informierten sich 21,37 Millionen Zuschauer über die Bundestagswahl (28,5%). Im Binnenvergleich zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen erreichte Das Erste mit 35,30 Millionen Zuschauern (47,1%) eine etwas höhere Gesamtreichweite als das ZDF mit 32,72 Millionen (43,6%).

Außer dem „TV Duell“ und den Sendungen am Wahlabend selbst gab es vor dem Wahlsonntag sieben Sendungen, die mehr als 4 Millionen Zuschauer erreichten (vgl. Tabellen 5 bis 9). Im Ersten waren dies zwei Ausgaben von „Hart aber fair“ und „Der Fünfkampf nach dem TV Duell“ sowie die direkt an das Duell anschließende Sendung „Anne Will“, beim ZDF waren es drei Ausgaben des „Politbarometers“. Bei RTL gab es zwei Sendungen im Untersuchungszeitraum, die die Zwei-Millionengrenze erreichten: Das „TV-Duell“ und zwei Nachrichtensendungen am Wahlabend übersprangen diese Marke. Sat.1 kam außerhalb des Wahl- und TV-Duell-Abends nur mit dem „Sommerinterview mit Angela Merkel“ knapp über die Eine-Millionengrenze. ProSieben erreichte lediglich mit einer „Galileo“-Ausgabe mehr als 1 Million Zuschauer.

Das Erste und das ZDF nutzten sowohl ihre regelmäßigen politischen Informationssendungen als auch eine ganze Reihe von eigens ins Programm genommenen Sondersendungen, um über den Wahlkampf zu informieren. Diese Sendungen deckten dabei eine große Bandbreite an Sendungstypen ab: Talkformate, Interviewsendungen, Magazinsendungen, Reportagen und Dokumentationen sowie Sendungen zu Umfrageergebnissen.

**Meistgesehene  
Wahlsendungen**

**Verschiedene  
Sendungsformate  
zum Wahlkampf**

**Tab. 5 Sendungen des Ersten mit Bezug zur Bundestagswahl 2017**

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
Wahlkampf, Machtkampf, AfD	26.06.17	22:46	00:43	1,60	9,3
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	02.07.17	18:29	00:16	1,25	6,2
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	09.07.17	18:29	00:18	1,07	6,1
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	16.07.17	18:27	00:19	1,14	6,1
Monitor	27.07.17	21:45	00:29	2,41	8,9
Kontraste	10.08.17	21:45	00:30	2,31	8,6
Report München	15.08.17	21:48	00:29	2,56	9,5
Panorama	17.08.17	21:48	00:28	2,92	11,3
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	20.08.17	18:28	00:18	1,61	8,0
Anne Will	20.08.17	21:44	01:00	3,46	12,8
Überzeugt uns! Der Politiker-Check	21.08.17	22:59	01:31	1,22	9,5
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	27.08.17	18:28	00:18	1,32	7,4
Anne Will	27.08.17	21:42	01:01	3,97	14,8
Presseclub	27.08.17	12:02	00:41	0,85	7,2
Die kleinen Parteien Folge 1	28.08.17	23:02	00:43	1,12	7,6
ARD-Wahlcheck	28.08.17	20:15	00:59	2,02	7,1
Hart aber fair	28.08.17	21:15	01:15	3,31	12,1
Das TV-Duell: Merkel – Schulz	03.09.17	20:14	01:37	9,33	26,4
Anne Will	03.09.17	21:52	01:02	7,46	26,3
Die Wahl und das Netz	04.09.17	23:05	00:43	0,91	6,0
Der Fünfkampf nach dem TV-Duell	04.09.17	20:14	01:16	4,52	14,4
Hart aber fair	04.09.17	21:31	01:00	3,78	12,8
Report München	05.09.17	21:48	00:29	2,22	8,5
Panorama	07.09.17	21:47	00:28	2,77	10,8
Anne Will	10.09.17	21:44	01:00	3,41	12,1
Die kleinen Parteien Folge 2	11.09.17	23:06	00:44	1,13	7,8
Wahlarena mit Angela Merkel Folge 1	11.09.17	20:15	01:17	3,89	12,5
Hart aber fair	11.09.17	21:32	01:01	4,10	15,1
Das Duell – Merkel gegen Schulz	12.09.17	22:49	00:58	1,52	10,2
Fakt	12.09.17	21:48	00:27	2,00	7,4
Maischberger	13.09.17	22:48	01:14	1,61	10,5
Monitor	14.09.17	21:47	00:29	2,84	10,3
Checker Tobi extra	17.09.17	08:36	00:49	0,49	7,1
Anne Will	17.09.17	21:43	01:00	3,74	14,2
Presseclub	17.09.17	12:02	00:41	1,06	8,7
Baustelle Deutschland	18.09.17	23:04	00:44	1,55	10,4
Wahlarena – mit Martin Schulz Folge 2	18.09.17	20:15	01:17	3,85	12,2
Hart aber fair	18.09.17	21:32	01:00	4,87	17,7
Maischberger	20.09.17	23:53	01:14	1,04	11,8
Schlussrunde der Spitzenkandidaten	21.09.17	21:59	01:32	1,80	8,8
Der Quarks-Check zur Wahl	23.09.17	11:30	00:27	0,32	4,9
Tagesschau	24.09.17	16:59	00:14	1,58	9,4
Bundestagswahl 2017	24.09.17	17:14	02:45	5,77	21,7
Tagesschau	24.09.17	19:59	00:14	9,63	28,1
Berliner Runde	24.09.17	20:14	01:00	7,09	20,1
Tagesthemen extra	24.09.17	21:15	00:10	6,48	18,4
Anne Will	24.09.17	21:26	01:04	6,39	20,3
Tagesthemen	24.09.17	22:31	00:40	4,33	19,2
Falsch entschieden – Und jetzt?	24.09.17	16:29	00:28	0,52	3,4
Presseclub	24.09.17	12:02	00:40	0,77	6,5
Brennpunkt: Deutschland hat gewählt	25.09.17	20:15	00:46	3,72	11,6
Hart aber fair	25.09.17	21:01	01:15	4,16	13,8
Maischberger	27.09.17	22:47	01:15	2,42	15,7
Anne Will	01.10.17	21:45	01:01	3,87	13,6
Presseclub	01.10.17	12:03	00:41	0,90	7,3

Basis: Zuschauer gesamt.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

Tab. 6 Sendungen des ZDF mit Bezug zur Bundestagswahl 2017

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
auslandsjournal – die doku	25.05.17	22:12	00:43	2,42	9,8
Berlin direkt – Sommerinterview – Bundespräsident F. W. Steinmeier	23.07.17	19:10	00:19	2,67	12,1
Europa und die Flüchtlinge	27.07.17	22:15	00:43	1,93	9,1
Berlin direkt – Sommerinterview – Horst Seehofer (CSU)	30.07.17	19:10	00:18	2,15	10,4
Neues Wirtschaftswunder	01.08.17	20:59	00:43	2,12	7,5
ZDFzoom: Strampeln, schuften, abgehängt	02.08.17	23:45	00:28	1,02	9,5
Zwischen Wunsch und Wirklichkeit	03.08.17	22:15	00:43	2,16	10,1
Berlin direkt – Sommerinterview – Cem Özdemir (Bündnis 90/Die Grünen)	06.08.17	19:10	00:19	3,13	15,2
Am Puls Deutschlands	10.08.17	23:15	00:43	1,31	9,6
Berlin direkt – Sommerinterview – Martin Schulz (SPD)	13.08.17	19:10	00:19	2,40	10,6
Wähl mich!	15.08.17	00:44	00:30	0,36	5,8
Wähl mich!	16.08.17	00:32	00:31	0,31	4,9
Wähl mich!	17.08.17	00:36	00:31	0,29	4,5
Berlin direkt – Sommerinterview – Sahra Wagenknecht (Die Linke)	20.08.17	19:10	00:18	3,11	12,9
maybrit illner	24.08.17	22:15	01:04	3,19	16,3
Politbarometer	25.08.17	22:22	00:05	2,56	11,2
Berlin direkt – Sommerinterview – Bundeskanzlerin Angela Merkel	27.08.17	19:09	00:21	2,99	13,7
ZDFzeit: Macht! Kampf! Wahl!	29.08.17	20:15	00:42	1,92	7,3
Frontal 21	29.08.17	20:59	00:43	2,15	7,7
Politbarometer	01.09.17	23:08	00:05	1,96	9,7
Berlin direkt	03.09.17	19:09	00:19	2,73	11,7
Das TV-Duell: Merkel – Schulz	03.09.17	20:15	01:37	3,80	10,7
heute-journal /Wetter	03.09.17	21:52	00:49	3,43	11,6
Schlagabtausch – Der TV-Dreikampf von Linken, Grünen und CSU	04.09.17	19:27	00:49	2,84	11,4
Wie geht's, Deutschland?	05.09.17	20:14	01:42	2,57	8,8
illner intensiv	05.09.17	22:59	00:30	1,68	10,7
#ichbindeutschland – Was Wähler wollen	06.09.17	00:51	00:44	0,40	7,2
illner intensiv	06.09.17	22:47	00:30	1,65	9,5
illner intensiv	07.09.17	22:14	00:29	2,36	11,2
illner intensiv	07.09.17	22:43	00:30	2,57	14,8
Politbarometer	08.09.17	22:06	00:05	4,62	17,5
illner intensiv	08.09.17	23:01	00:31	1,76	9,7
Berlin direkt	10.09.17	19:10	00:18	3,66	14,3
Klartext, Herr Schulz!	12.09.17	20:15	01:33	3,45	11,5
ZDFzoom: Grundeinkommen für alle	13.09.17	23:16	00:29	1,65	11,6
Klartext, Frau Merkel!	14.09.17	20:15	01:33	3,84	12,9
Politbarometer	15.09.17	22:23	00:05	4,07	16,9
Berlin direkt	17.09.17	19:09	00:18	3,18	12,4
ZDFzeit: Wie gerecht ist Deutschland?	19.09.17	20:15	00:43	2,74	8,7
Frontal 21	19.09.17	20:59	00:45	2,38	7,4
ZDFzoom: Hass und Hetze	20.09.17	22:46	00:28	1,62	8,6
#felixfragt – YouTube-Star auf Deutschland-Check	20.09.17	00:48	00:44	0,40	6,6
Die Schlussrunde (ARD/ZDF)	21.09.17	22:00	01:31	2,60	12,6
Bundestagswahl 2017 (Teil 1 und 2)	24.09.17	16:59	01:57	3,20	13,8
heute Xpress	24.09.17	17:22	00:02	2,01	11,1
heute/Bundestagswahl 2017 /Wetter	24.09.17	18:59	00:30	4,50	14,6
Bundestagswahl 2017	24.09.17	19:30	00:44	3,58	11,0
ZDF/ARD Berliner Runde	24.09.17	20:14	01:00	3,23	9,1
Bundestagswahl 2017	24.09.17	21:15	00:29	2,67	7,7
heute-journal / Bundestagswahl 2017 /Wetter	24.09.17	21:45	00:43	3,31	10,8
maybrit illner spezial	24.09.17	22:28	01:01	2,01	9,6
heute	24.09.17	23:31	00:09	1,50	10,5
ZDF-Morgenmagazin	25.09.17	05:29	03:05	0,46	12,0
ZDF-Morgenmagazin	25.09.17	08:55	01:28	0,70	13,1
ZDF spezial: Deutschland hat gewählt	25.09.17	11:15	03:37	0,81	9,6

(Fortsetzung nächste Seite)

**Tab. 6 Sendungen des ZDF mit Bezug zur Bundestagswahl 2017 (Fortsetzung)**

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
ZDF spezial: Deutschland hat gewählt	25.09.17	19:31	00:43	3,29	11,9
Frontal 21	26.09.17	20:59	00:44	2,58	8,4
maybrit illner	28.09.17	22:14	01:04	3,14	15,3
Politbarometer	29.09.17	22:23	00:05	4,12	17,1
Berlin direkt	01.10.17	19:10	00:18	3,28	13,0

Basis: Zuschauer gesamt.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

**Tab. 7 Sendungen von RTL mit Bezug zur Bundestagswahl 2017**

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
An einem Tisch mit Martin Schulz: Deutschland fragt nach!	13.08.17	22:21	01:02	1,13	5,4
An einem Tisch mit Angela Merkel: Deutschland fragt nach!	20.08.17	22:15	01:07	1,47	7,0
Angst vor den neuen Nachbarn – wieviel Zuwanderung kann eine Stadt vertragen?	21.08.17	22:14	00:59	1,99	10,0
Spiegel TV	27.08.17	22:37	00:37	1,95	9,8
Das TV-Duell: Merkel – Schulz	03.09.17	20:12	01:41	2,08	5,9
Spiegel TV	03.09.17	21:53	01:09	1,27	4,8
Spiegel TV	10.09.17	22:44	00:38	1,52	7,5
Spiegel TV	17.09.17	22:42	00:37	1,28	6,8
RTL-Nachtjournal Spezial – Das Sommerinterview mit Angela Merkel	19.09.17	00:14	00:11	0,88	9,3
RTL-Nachtjournal Spezial – Das Sommerinterview mit Martin Schulz	20.09.17	00:13	00:12	0,82	8,7
RTL News	24.09.17	14:37	00:01	0,61	4,6
RTL News	24.09.17	16:37	00:03	1,13	7,4
Meine Wahl – Die Entscheidung	24.09.17	17:44	00:53	1,79	7,1
RTL Aktuell	24.09.17	18:45	00:29	2,73	9,1
RTL News	24.09.17	20:54	00:01	2,17	6,1
Spiegel TV	24.09.17	22:42	00:38	1,47	7,2
RTL News	24.09.17	23:54	00:02	0,72	6,1
Spiegel TV	01.10.17	22:54	00:38	1,85	10,1

Basis: Zuschauer gesamt.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

**Tab. 8 Sendungen von Sat.1 mit Bezug zur Bundestagswahl 2017**

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
Das Sat.1 Sommerinterview mit Martin Schulz	29.08.17	23:10	00:15	0,77	5,2
Wahl 2017: Die 10 wichtigsten Fragen der Deutschen. Klartext mit Claus Strunz	30.08.17	22:32	01:35	0,67	4,9
Sat.1 Nachrichten	03.09.17	19:55	00:20	1,01	3,3
Das TV-Duell: Merkel – Schulz	03.09.17	20:15	01:37	0,99	2,8
Das TV-Duell: Merkel – Schulz – Die Analyse	03.09.17	21:52	00:14	0,72	2,2
Faktencheck Spezial: Nach dem TV-Duell	03.09.17	22:06	00:23	0,59	2,0
Prügeln, klauen, grabschen – wie sicher ist Deutschland? Der Faktencheck.	13.09.17	22:30	00:47	0,53	2,7
Das Sat.1 Sommerinterview mit Angela Merkel	15.09.17	19:55	00:13	1,04	4,1
Hartzen, schuffen, hinterziehen – wie gerecht ist Deutschland? Der Faktencheck.	20.09.17	22:30	00:52	0,64	3,4

(Fortsetzung nächste Seite)

**Tab. 8 Sendungen von Sat.1 mit Bezug zur Bundestagswahl 2017 (Fortsetzung)**

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
Sat.1 Nachrichten Spezial	24.09.17	13:50	00:04	0,55	4,2
Sat.1 Nachrichten Spezial	24.09.17	17:54	00:27	0,66	2,7
Sat.1 Nachrichten Spezial	24.09.17	19:02	00:03	2,15	7,1
Sat.1 Nachrichten	24.09.17	19:45	00:22	2,05	6,2
Sat.1 Nachrichten Spezial	25.09.17	11:55	00:03	0,51	7,5

Basis: Zuschauer gesamt.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

**Tab. 9 Sendungen von ProSieben mit Bezug zur Bundestagswahl 2017**

	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer gesamt	
				in Mio	MA in %
Ein Mann, eine Wahl	11.09.17	22:02	00:48	0,79	3,4
Ein Mann, eine Wahl	18.09.17	22:03	00:47	0,56	2,5
Galileo	18.09.17	19:04	00:53	1,06	4,3
Newstime	24.09.17	18:00	00:08	0,63	2,6

Basis: Zuschauer gesamt.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

### Fernsehduell Merkel vs. Schulz war meistgesehene Sendung 2017

Seit 2002 findet vor den Bundestagswahlen das Fernsehduell statt, in dem sich die beiden jeweiligen Kanzlerkandidaten den Fragen von Fernsehjournalisten der vier großen Sendergruppen ARD, ZDF, RTL und Sat.1/ProSieben stellen. Die Fernsehduelle knüpfen an die seit den 1970er Jahren bis 1987 bei ARD und ZDF ausgestrahlten Diskussionsrunden an. Beim Start im Jahr 2002 gab es zwei Fernsehduelle an zwei aufeinanderfolgenden Sonntagabenden: Das erste übertrugen die beiden Privatsender RTL und Sat.1, das zweite dann die beiden öffentlich-rechtlichen Sender. Ab 2005 übertrugen jeweils alle vier Sendergruppen zeitgleich das TV-Duell, 2013 übertrug ProSieben anstelle von Sat.1. Bei allen bisherigen Duellen war das Interesse der Zuschauer an den Fragerunden mit den Spitzenkandidaten sehr groß. Dies war auch 2017 der Fall. Insgesamt verfolgten 16,30 Millionen Zuschauer am 3. September das TV-Duell zwischen Angela Merkel und Martin Schulz, dies entspricht einem Marktanteil von 46 Prozent (vgl. Tabelle 10). Damit war das TV-Duell, das in fünf Sendern (1) gleichzeitig ausgestrahlt wurde, die meistgesehene Sendung des Jahres 2017. Auch im Wahlkampf 2005 und 2009 waren die Fernsehduelle der Spitzenkandidaten die jeweils meistgesehenen Sendungen des Jahres. 2002 wurden nur die Spielübertragungen der deutschen Mannschaft bei der Fußball-Weltmeisterschaft von mehr Menschen gesehen. Und 2013 lag das Duell auf Rang 2 hinter dem Champions-League-Finale Bayern München gegen Borussia Dortmund.

Wie bei den vorherigen Fernsehduellen verteilte sich das Publikum auch 2017 ungleichmäßig zwi-

**Tab. 10 Zuschauer des TV-Duells am 3. September 2017**

Sender	Zuschauer gesamt	
	in Mio	MA in %
Gesamt	16,30	46,1
Das Erste	9,33	26,4
ZDF	3,80	10,7
RTL	2,08	5,9
Sat.1	0,99	2,8
Phoenix	0,11	0,3
öffentlich-rechtliche Sender	13,23	37,4
Privatsender	3,07	8,7

Basis: Zuschauer gesamt.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).

schen den Sendersystemen. Insgesamt 13,23 Millionen Zuschauer sahen das Duell in einem der drei öffentlich-rechtlichen Sender Das Erste, ZDF oder Phoenix. 3,07 Millionen verfolgten den Schlagabtausch bei den beiden Privatsendern RTL und Sat.1. Das heißt: 81 Prozent des Gesamtpublikums sahen das Duell im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und 19 Prozent bei RTL und Sat.1.

Am Wahlabend erreichten die Sendungen der in die Betrachtung einbezogenen fünf Sender insgesamt 31,69 Millionen Zuschauer, das sind 42 Prozent des gesamten Fernsehpublikums. Auch hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den

**Über Wahlausgang informierten sich die Menschen überwiegend im ö.-r. Fernsehen**



**Tab. 11 Pauschale Bewertung der Vorwahlberichterstattung 2017**

„Bitte sagen Sie für jeden der folgenden Sender, wie Sie – alles in allem – die Sendungen dieses Senders über den Wahlkampf beurteilen“  
 „sehr gut“/„gut“, in %

	Region			Alter			Senderbindung	
	BRD Gesamt	BRD West	BRD Ost	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	öffentlich-rechtlich	privat
Das Erste	74	73	77	76	76	71	80	57
ZDF	71	70	72	74	72	69	77	53
RTL	32	30	41	28	38	31	31	38
Sat.1	29	30	26	31	32	26	32	30
Pro Sieben	25	26	18	30	28	19	28	24

Basis: Personen, die wahlrelevante Sendungen des betreffenden Senders sahen (n=283-886).

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen und den drei maßgeblichen privaten Programmen, die am Wahlabend über den Ausgang der Wahl berichteten. Im Ersten und dem ZDF verfolgten 25,21 Millionen Menschen die Sendungen zur Bundestagswahl. Bei RTL, Sat.1 und ProSieben waren es zusammen 9,76 Millionen.

Die höchste Resonanz am Wahlabend fand – wie bei den vorherigen Bundestagswahlabenden auch – die „Tagesschau“ mit insgesamt 14,62 Millionen Zuschauern, was einem Marktanteil von 42,7 Prozent entsprach, davon alleine 9,63 Millionen (28,1 % Marktanteil) im Ersten Programm der ARD. Die zweitmeistgesehene Sendung war die „Berliner Runde“, die um 20.15 Uhr im Ersten und dem ZDF parallel ausgestrahlt wurde und für die sich insgesamt 10,32 Millionen Zuschauer interessierten (vgl. Tabellen 5 und 6).

Am Montag nach der Bundestagswahl zeigten sowohl Das Erste als auch das ZDF weitere – nachbereitende und einordnende – Sendungen zur Bundestagswahl: Das Erste sendete einen „Brennpunkt: Deutschland hat gewählt“ und anschließend eine „Hart aber fair“-Ausgabe, in der das Thema „Die gerupfte Kanzlerin – wie regieren nach dem Debakel der Volksparteien?“ diskutiert wurde. Das ZDF besprach das Wahlergebnis bereits im „Morgenmagazin“ und zeigte am Abend zusätzlich ein „ZDFspezial“. Weitere Sendungen in der Woche, die das Wahlergebnis aufarbeiteten, waren die regulären Politik- und Diskussionssendungen beider Sender.

#### Bewertung der Wahlberichterstattung

#### Positive Zuschauerresonanz für Wahlkampfberichterstattung im Ersten und dem ZDF

Die Sendungen zum Wahlkampf waren bei den öffentlich-rechtlichen Sendern also nicht nur deutlich umfänglicher, sie wurden auch bevorzugt eingeschaltet. Wie aber schnitten diese Sendungen im Qualitätsurteil der Zuschauer ab? Hierzu wurden die Befragten um ein pauschales Urteil der wahlrelevanten Sendungen gebeten. Dabei zeigte sich: Die Mehrzahl der Bundesbürger gab ARD und ZDF

die Bestnoten für ihre Wahlkampfberichterstattung. Dabei votierten nur diejenigen Befragten für einen Sender, die auch Sendungen in dem jeweiligen Programm gesehen hatten. Knapp drei Viertel bewerteten die Wahlkampfsendungen des Ersten (74 %) und des ZDF (71 %) mit den Noten „sehr gut“ und „gut“ (vgl. Tabelle 11). Deutlich schwächer schnitten die privaten Vollprogramme ab. Nicht einmal ein Drittel ihres Publikums bescheinigte RTL (32 %), Sat.1 (29 %) oder ProSieben (25 %) eine sehr gute oder gute Wahlkampfberichterstattung.

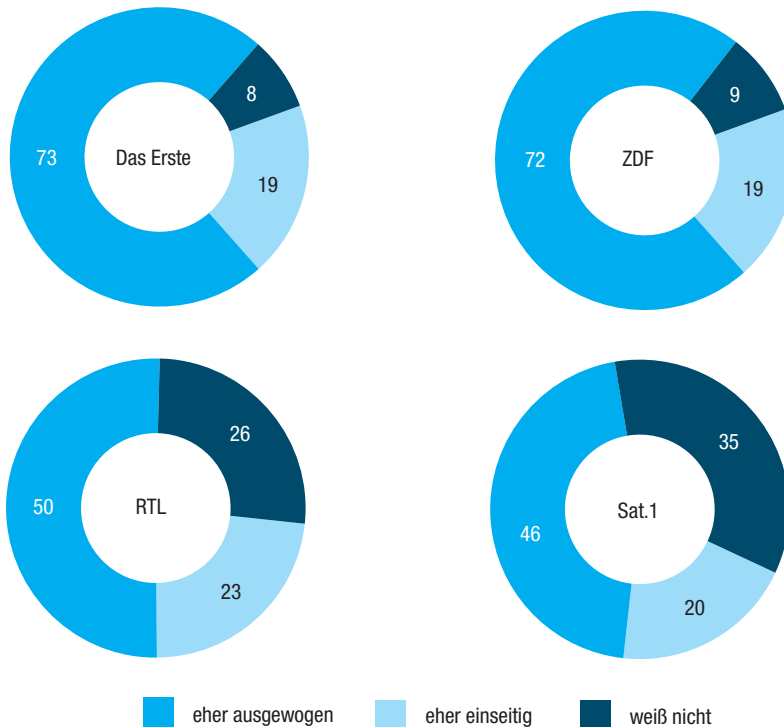
Dieses Urteil spiegelt sich in allen Bevölkerungsgruppen wider. Interessant ist, dass auch die Zuschauer, die tendenziell den privaten Programmen positiver gegenüberstehen als den öffentlich-rechtlichen, ebenfalls Das Erste und das ZDF deutlich am besten bewerteten. So vergaben die Zuschauer im Osten des Landes dem Ersten (77 %) und dem ZDF (72 %) für ihre Vorwahlberichterstattung mehrheitlich die Bestnoten, während sie die privaten Sender deutlich verhaltener beurteilten: RTL gaben im Osten 41 Prozent, Sat.1 26 Prozent und ProSieben 18 Prozent die Noten „gut“ oder „sehr gut“.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei einem Blick in die verschiedenen Altersgruppen: Das Erste und das ZDF erhielten die höchste Wertschätzung von den jungen Zuschauern. Bei den 18- bis 29-Jährigen fielen die Bestnotenanteile für die beiden öffentlich-rechtlichen Sender jeweils 5 Prozentpunkte höher aus als bei Zuschauern, die 50 Jahre und älter sind. Auch im direkten Sendervergleich lagen Das Erste und das ZDF weit vor der privaten Konkurrenz. RTL, Sat.1 und ProSieben hingegen wurden von der jungen Zuschauergruppe für ihre Wahlkampfsendungen zurückhaltend beurteilt.

Wenn die Zuschauer der verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu einem insgesamt einheitlichen Meinungsbild über die Senderleistungen kommen, liegt die Vermutung nahe, dass die Vorwahlberichterstattung insgesamt als ausgewogen wahrgenommen wurde. Dieses im Wahlkampf besonders wichtige Qualitätskriterium erfüllten beide öffentlich-rechtlichen Sender aus Zuschauersicht sehr deutlich: Fast drei Viertel des Wahlkampfpublikums

**Drei Viertel empfanden ö.-r. Berichterstattung als ausgewogen**

**Abb. 3 Bewertung der Ausgewogenheit einzelner Sender im Bundestagswahlkampf 2017**  
 "Hat der Sender ... im Wahlkampf eher einseitig oder eher ausgewogen über die Parteien berichtet?"  
 in %



Basis: Personen, die wahlrelevante Sendungen des betreffenden Senders gesehen haben.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

bescheinigten dem Ersten und dem ZDF eine ausgewogene Berichterstattung. Bei den Privatsendern fielen die Anteilswerte mit 50 Prozent für RTL und 46 Prozent für Sat.1 etwas niedriger aus, was jedoch auch auf die große Anzahl an Befragten, die keine Angaben machten, zurückzuführen ist (vgl. Abbildung 3).

**Zuschauer sehen deutliche Qualitätsunterschiede zwischen ö.-r. und privaten Angeboten**

Um Erklärungen für die insgesamt doch sehr unterschiedlichen Senderbewertungen – vor allem den großen Unterschied zwischen den beiden Sendersystemen – zu finden, wurden allen Befragten, die sich Wahlkampfsendungen im Fernsehen angeschaut haben, zwölf Detailaussagen vorgelegt. Für jede dieser Aussagen sollten die Befragten angeben, auf welchen Fernsehsender sie am ehesten zutreffen. Im Ergebnis wurde vor allem den öffentlich-rechtlichen Sendern bescheinigt, glaubwürdig und verständlich über den Wahlkampf zu berichten (vgl. Tabelle 12). Das Gebot der Fairness und der Objektivität sah das Wahlkampfpublikum ebenfalls am besten im Ersten und dem ZDF erfüllt. Bei diesen zentralen Kriterien zur Beurteilung der Programmqualität erkannten die Befragten die größten Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Hier ergaben sich Bewertungsunterschiede zwischen 30 und 40 Prozentpunkten.

Auch hinsichtlich der Vermittlung wahlrelevanter Informationen erhielten die öffentlich-rechtlichen

Sender die besseren Noten: Mehrheitlich gaben die Zuschauer an, dass sie sich vor allem im Ersten und dem ZDF „ein gutes Bild von den Spitzenkandidaten“ machen konnten und den besten Überblick darüber bekamen, „was die einzelnen Parteien wollen“. Außerdem besaßen die bei den öffentlich-rechtlichen Sendern angesprochenen Themen eine höhere Relevanz für die Zuschauer, insofern vor allem hier die „wichtigen Themen angesprochen wurden“. Ebenfalls positiv aufgefallen war den Befragten, dass vor allem im Ersten und dem ZDF „die Vertreter aller Parteien zu Wort“ kamen. Auch über die Positionen der kleineren Parteien fühlten sie sich am besten in den öffentlich-rechtlichen Sendern informiert.

Kritik gab es auch, aber sie stammt – im Unterschied zu den positiven Rückmeldungen – von einem viel kleineren Teil des Publikums. Die kritischen Aussagen zum Ersten und dem ZDF fanden weniger Zustimmung als die positiven. Bei den Privatsendern ist es umgekehrt: Sie erhielten bei den kritischen Aussagen die höheren Zustimmungswerte. Der Hauptkritikpunkt bezog sich auf die Fokussierung auf die beiden Spitzenkandidaten. Knapp ein Drittel der Befragten war der Meinung,

**Kritikpunkte an Berichterstattung**

**Tab. 12 Detailbewertung der Vorwahlberichterstattung 2017**

„Ich lese Ihnen einige Aussagen vor, und Sie sagen mir bitte, auf welchen Fernsehsender die jeweilige Aussage am ehesten zutrifft!“  
in %

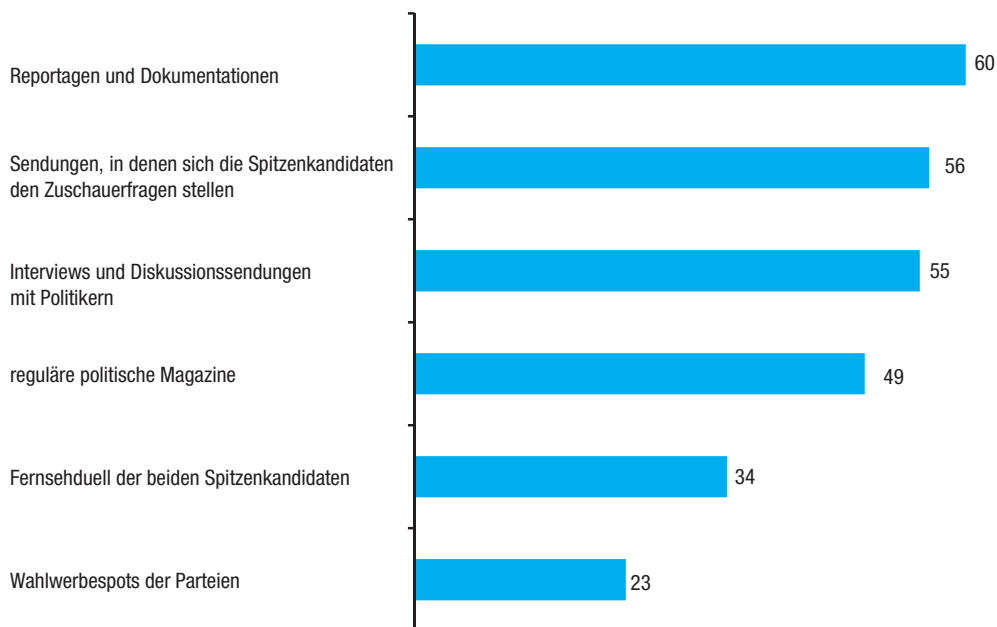
	Das Erste	ZDF	RTL	Sat.1
Hat klar und verständlich berichtet	59	43	3	1
Hier war die Berichterstattung seriös und glaubwürdig	59	42	3	2
War fair und objektiv	52	36	3	1
Bei diesem Sender konnte ich mir ein gutes Bild von den Spitzenkandidaten machen	54	39	4	1
Hat die für mich wichtigen Themen angesprochen	45	35	4	1
Hier kamen die Vertreter aller Parteien zu Wort	51	38	3	1
Hat mir gezeigt, was die einzelnen Parteien wollen	47	37	4	1
Hier wurden die Standpunkte auch der kleinen Parteien erläutert	39	30	3	1
Der Sender konzentrierte sich zu sehr auf den Zweikampf zwischen Merkel und Schulz	33	26	9	2
Aus dem Wahlkampf wurde hier eher eine Show gemacht	24	18	14	5
Hier vermisste ich Details zum Wahlprogramm der Parteien	28	20	10	4

Basis: Personen, die wahlrelevante Sendungen sahen. (n=353-886)

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

**Abb. 4 Informationsqualität verschiedener Sendungsformate im Wahlkampf 2017**

„Wie gut hat Sie persönlich diese Sendungsart zur Bundestagswahl informiert?“  
„sehr gut“/„gut“, in %



Basis: Personen, die sich über den Wahlkampf im Fernsehen informieren.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

dass sich Das Erste und das ZDF „zu sehr auf den Zweikampf zwischen Merkel und Schulz“ konzentriert hatten. Kritiker bemängelten außerdem vor allem beim Ersten und dem ZDF fehlende „Details zum Wahlprogramm der Parteien“ und empfanden in den Berichten von Das Erste, ZDF und RTL, dass „aus dem Wahlkampf eher eine Show gemacht wurde“.

Die Sender boten dem Publikum unterschiedliche Sendungsformen, um sich über die verschiedenen Aspekte der Wahl – Themen, Kandidaten, Programme – zu unterrichten. Das Fernsehduell wies im Wahlkampf zwar die größte Reichweite auf, aber andere Sendungstypen waren aus Zuschauersicht deutlich informativer. Die beste Beurteilung entfiel auf die klassischen journalistischen Formen der Hintergrundberichterstattung: auf Reportagen und Dokumentationen (vgl. Abbildung 4). Danach folgen „Sendungen, in denen Kandidaten sich Zu-

**Informationsgehalt  
verschiedener  
Wahlsendungen**

schaufertagen stellen“. Diese nach amerikanischem Vorbild konzipierten Sendungen, sogenannte Town-Hall-Meeting-Formate, erlebten die Zuschauer als sehr informativ. Das Besondere an diesen Sendungen ist, dass ganz normale Bürger die Gelegenheit bekommen, mit Spitzenpolitikern politische Fragen zu diskutieren. Die Politiker wiederum können durch das direkte Gespräch mit den Bürgern Nähe zeigen und direkt auf die Probleme der Menschen eingehen. Knapp dahinter rangieren in der Informationsleistung der Sendungsarten „Interviews und Diskussionsendungen mit Politikern“ sowie die „regulären politischen Magazine“. Am wenigsten informiert fühlte sich das Publikum durch die Wahlwerbespots der Parteien.

**Am Wahlabend informierten sich 77 % im Fernsehen**

Die Mehrheit der Befragten sah in den Vorwahlendungen des Fernsehens – wie erwähnt – die wichtigste Informationsquelle für die Bundestagswahl, wenn auch mit fallender Tendenz. Ein ähnliches Bild zeigt sich für die Medienpräferenzen am Wahlabend selbst. Hier dominierte das Fernsehen nach wie vor sehr deutlich – allerdings ebenfalls mit abnehmender Intensität (vgl. Abbildung 5). Immerhin 22 Prozent haben sich am 24. September über das Ergebnis und die Reaktionen darauf (auch) im Internet informiert – das Fernsehen nutzen dafür 77 Prozent.

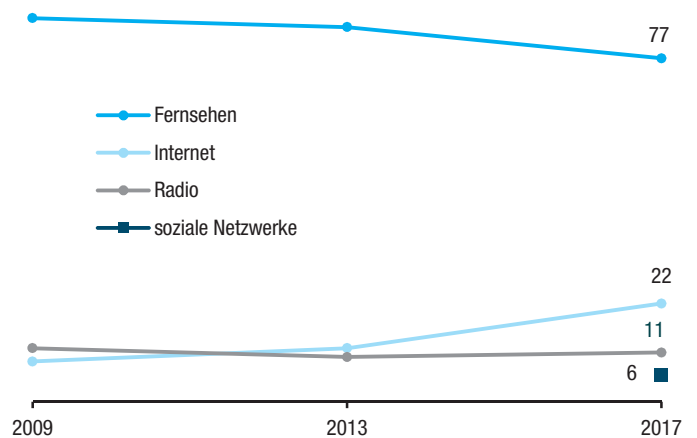
Auch in diesem Zusammenhang gibt es Generationenunterschiede: Das Fernsehen war zwar in allen Bevölkerungsgruppen das primäre Informationsmedium am Wahlabend, unter jüngeren Bürgern informierten sich aber 40 Prozent auch im Internet und 13 Prozent in sozialen Netzwerken – bei den Älteren (ab 50 Jahren) lagen die entsprechenden Werte bei 13 und 3 Prozent (vgl. Tabelle 13). Interessant ist die Homogenität der Radionutzung am Wahlabend über die Altersgruppen, mit leichtem Vorsprung für die jüngeren Personen.

**Auch am Wahlabend wird ö.-r. Programmen gute Programmqualität bescheinigt**

Wie bereits beschrieben, war die Rezeption der Wahlergebnisberichte nicht über alle Sender gleich verteilt – auf die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme entfiel an diesem Abend der Großteil des wahlbezogenen Sehverhaltens. Diese telemetrisch ermittelten Nutzungsmuster spiegelten sich auch in der Umfrage wider: Für einige Sender konnten keine ausreichenden Fallzahlen zur Bewertung der Berichterstattung erreicht werden. So war für Sat.1, ProSieben, die Dritten Programme der ARD, 3sat, Phoenix und den Nachrichtenkanal N24 die Nutzung gering und somit bei der Befragung zu wenige Nennungen vorhanden, um ein verlässliches Qualitätsurteil einholen zu können. Ausweislich der Zuschauer war auch am Wahlabend die Qualität der Berichte im Ersten und im ZDF am höchsten – wengleich der Bewertungsunterschied zu RTL nur gering ausfiel und auch die Wahlberichte insgesamt bei n-tv (dem Nachrichtensender der RTL-Gruppe) ein gutes Votum erhielten (vgl. Tabelle 14). Im Übrigen zeigt sich für die Informationsleistung am Wahlabend ein aus der Vorwahlberichterstattung bekanntes Bild: Die Be-

**Abb. 5 Informationsquellen über die Bundestagswahl 2009 bis 2017**

„In welchen Medien haben Sie sich am Sonntagabend über den Wahlausgang informiert?“  
Angaben in %



Basis: Personen, die sich am Wahlabend über den Wahlausgang informiert haben.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrenduntersuchungen 2005-2017.

**Tab. 13 Informationsquellen am Wahlabend 2017 nach Altersgruppen in %**

Informationsquelle	Gesamt	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	77	59	65	88
Radio	11	13	12	11
Internet	22	40	31	13
soziale Netzwerke	6	13	10	3

Basis: Alle Befragten (n=1 202).

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

**Tab. 14 Pauschale Bewertung der Qualität der Berichte am Wahlabend 2017**  
„Wie beurteilen Sie die Berichterstattung dieses Senders am Wahlabend?“  
„sehr gut“/„gut“, in %

Sender	„sehr gut“/„gut“, in %
Das Erste	74
ZDF	72
RTL	70
n-tv	62

Basis: Personen, die am Wahlabend Sendungen des betreffenden Senders sahen.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2017.

richte der öffentlich-rechtlichen Programme wurden von jüngeren Rezipienten tendenziell sogar positiver beurteilt als von älteren Zuschauern.

Am Wahlabend informierten sich 22 Prozent der Wahlinteressierten auch im Internet über die Bundestagswahl. Bevorzugte Informationsquellen waren dabei die Internetseiten von Zeitungen und Zeitschriften (28 %), die Internetseiten von Fernsehsendern (26 %) und die Nachrichtenseiten von Internetportalen und Suchmaschinen wie zum Bei-

spiel t-online, Google, GMX oder web.de (19%). Weitere vorgegebene Informationsangebote im Internet wurden am Wahlabend nur in geringem Umfang genutzt.

#### Fazit

Die Bundesbürger waren am 24. September 2017 aufgerufen, in Bundestagswahlen ein neues Parlament zu bestimmen. Unter den verschiedenen Mediengattungen, die die Bürger zur Information im Vorfeld nutzten, war das Fernsehen erneut die wichtigste. Bei jüngeren Wahlberechtigten war erstmals das Internet von höchster Relevanz. Zur Bundestagswahl wurde im Fernsehprogramm ein breites Spektrum an Sondersendungen zur Information über Parteien, Kandidaten und wahlrelevante Themen angeboten. Der Großteil dieser Sendungen (ca. 80%) wurde in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen Das Erste und ZDF gezeigt.

#### Fernsehen wichtigste Informationsquelle zur Bundestagswahl

#### Fernsehduell meistgesehene Wahlsendung

Die meistgesehene Sendung des Wahlkampfes war das Fernsehduell zwischen Bundeskanzlerin Merkel und dem SPD-Vorsitzenden Schulz, das am 3. September 2017 – auf fünf Programmen gleichzeitig

ausgestrahlt – 16,30 Millionen Zuschauer fand und damit die Fernsehsendung mit dem größten Publikum 2017 war. Die Zuschauer stufte allerdings den Informationswert von Reportagen und Dokumentationen, Diskussionssendungen oder verschiedenen Interviewformaten höher ein.

Auch die Qualität des TV-Angebots im Wahlkampf schätzten die Wahlberechtigten beim Ersten und dem ZDF deutlich am meisten: 74 Prozent bzw. 71 Prozent der Zuschauer bewerteten das Vorwahlangebot der beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme als „sehr gut“ oder „gut“ – für die entsprechenden Sendungen der Privatsender RTL, Sat.1 und ProSieben vergaben die jeweiligen Zuschauer nur zurückhaltende Urteile (25% bis 32% „sehr gut“ oder „gut“).

Am Wahlabend dominierten die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ebenfalls die Berichterstattung, sie boten das bei weitem umfangreichste Angebot an aktuellen Berichten, Interviews und Analysen. Auch hier zeigte sich das Publikum mit der Qualität des Angebots ausgesprochen zufrieden (Das Erste 74%, ZDF 72% „sehr gut“ oder „gut“).

#### Zuschauer schätzen Berichterstattung im Ersten und dem ZDF

Anmerkung:

- 1) Neben den genannten Sendern Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 wurde das Fernsehduell auch von Phoenix gezeigt.

