Vorwort

Die Flut, der Irak-Konflikt, die TV-Duelle: Viele Beobachter sahen in diesen Ereignissen die wesentlichen Ursachen dafür, dass die rot-grüne Koalition die Bundestagswahl am 22. September 2002 doch noch, mit einem hauchdünnen Vorsprung von 1,2 Prozentpunkten, für sich entscheiden konnte. Anfang August hatte es noch so ausgesehen, als sei die Wahl für die Regierungsparteien schon verloren. Die beiden TV-Duelle zwischen Bundeskanzler Gerhard Schröder (SPD) und seinem Herausforderer Edmund Stoiber (CDU/CSU) vier und zwei Wochen vor der Wahl waren ein Novum im deutschen Wahlkampf. Zwar gab es bereits 1969 sowie in den 70er und 80er Jahren die so genannten „Elefantenrunden" der Spitzenkandidaten aller im Bundestag vertretenen Parteien, doch eine Zuspitzung auf die Kanzlerkandidaten von CDU/CSU und SPD war neu. Die Union hatte die Duelle gefordert, konnte letztlich aber kaum mit ihrem Ergebnis zufrieden sein. Vor allem im zweiten TV-Duell sahen die medialen und politischen Beobachter ebenso wie die Wähler nahezu einhellig Schröder als klaren Sieger. Der Wahlkampfleiter der SPD, Matthias Machnig, konnte es deshalb auch Monate nach der Wahl noch nicht verstehen, „dass Stoiber so leichtfertig in die Fernsehduellfalle getappt ist" (Bartosch & Schwarzmeier 2003: 3). Für ihn waren die TV-Duelle das wichtigste PR-Instrument des SPD-Wahlkampfes (Müller 2002: 634).

Mit Fernsehdebatten erreichen die Kandidaten mehr Wähler als mit jedem anderen Medienereignis. Fernsehdebatten geben den Kandidaten die Chance, den Wählern ihre Ansichten und Ziele ungefiltert über einen längeren Zeitraum darzulegen. Fernsehdebatten ziehen eine intensive Medienberichterstattung nach sich. Fernsehdebatten werden im Familien- und Bekanntenkreis häufig diskutiert. Fernsehdebatten lenken die Aufmerksamkeit der Wähler auf die Kandidaten. Fernsehdebatten geben den Wählern die Möglichkeit, sich ein eigenes Urteil über die Kandidaten zu bilden. Aber entscheiden Fernsehdebatten deshalb auch Wahlen? Vor allem in den USA, dem Ursprungsland der Fernsehduelle, ist diese Frage häufig untersucht worden. Einheitliche Ergebnisse liegen allerdings kaum vor. Dies hat unterschiedliche Gründe. Zum einen ist keine Fernsehdebatte wie die andere. Wie stark sie das Wahlergebnis beeinflusst, hängt unter anderem von den teilnehmenden Kandidaten und der Ereignislage im Wahlkampf ab. Diese Faktoren beeinflussen letztlich die entscheidende Frage, ob ein Wahl-

kampf so eng ist, dass er durch ein TV-Duell in die eine oder andere Richtung gedreht werden kann. Zum anderen wissen wir aus den Untersuchungen, die bislang durchgeführt wurden, noch relativ wenig darüber, wie sich die Zuschauer während einer Fernsehdebatte ihr Urteil über die Kandidaten bilden. In der Regel werden Befragungen oder Experimente vor und nach einer Fernsehdebatte durchgeführt. Sie sollen zeigen, wie viele Zuschauer durch eine Debatte ihre Meinungen über die Kandidaten oder ihre Wahlentscheidung verändert haben. In seltenen Fällen werden die Wahrnehmungen der Zuschauer während der Debatte analysiert. Wie sich die Wahrnehmungen der Zuschauer während der Debatte auf ihre danach ermittelten Meinungsänderungen auswirken, ist bislang noch nicht untersucht worden. Zudem ist es fraglich, ob die amerikanischen Forschungsergebnisse auf die deutschen TV-Duelle übertragen werden können. Dies liegt zum einen an den unterschiedlichen Duell-Formaten und zum anderen daran, dass den Kandidaten im präsidenziellen amerikanischen Regierungssystem eine noch größere Bedeutung zukommt als im deutschen Mehrparteiensystem mit Verhältniswahlrecht.

Darüber, ob die beiden TV-Duelle im letzten Bundestagswahlkampf tatsächlich Wahl entscheidend waren, kann man bislang folglich nur spekulieren. Wir wollen in diesem Buch versuchen, diese Frage zu beantworten. Wir werden zunächst kurz die Geschichte der Fernsehdebatten in den USA und Deutschland skizzieren (Kapitel 1). Anschließend werden wir diskutieren, wie Wähler ihre Wahlentscheidung treffen und welche Rolle Fernsehdebatten dabei spielen können (Kapitel 2). Danach systematisieren wir den Forschungsstand über die Wirkungen von Fernsehdebatten (Kapitel 3). In den folgenden Kapiteln beschäftigen wir uns dann mit den beiden TV-Duellen im Bundestagswahlkampf 2002. Zunächst stellen wir dar, wie es zu den Duellen gekommen ist und wie die Ausgangslage für die Kandidaten und Parteien vor den Duellen war (Kapitel 4). Dann werfen wir einen kurzen Blick darauf, wie viele Menschen die Duelle gesehen haben, und ob bestimmte Wählergruppen eher eingeschaltet haben als andere (Kapitel 5). Wir geben dann einen Überblick über die Methode unserer eigenen Untersuchung zur Wahrnehmung und Wirkung des zweiten TV-Duells zwei Wochen vor der Wahl (Kapitel 6) und präsentieren anschließend unsere Ergebnisse. Dabei wollen wir zunächst die Frage beantworten, wie Schröder und Stoiber im Duell argumentiert haben und wie sie selbst im Duell dargestellt wurden. Dann werden wir analysieren, wie die Kandidaten in den Diskussionsrunden, die unmittelbar nach dem Duell in ARD und ZDF ausgestrahlt wurden, und in der Medienberichterstattung über das Duell in den folgenden Tagen bewertet wurden. Dazu haben wir quantitative Inhaltsanalysen des Duells, der Diskussionsrunden und der Medienberichte durchgeführt (Kapitel 7). Im nächsten Schritt wollen wir untersuchen, wie die Zuschauer die Kandidaten während

des Duells wahrgenommen haben. Mit welchen Mitteln haben die Kandidaten die Zuschauer auf ihre Seite gezogen? Wie muss man argumentieren, wenn man die Wähler beeindrucken will? Welchem Kandidaten ist dies besser gelungen? Dazu haben wir eine Realtime-Response-Messung mit 75 Probanden aller Alters- und Bildungsgruppen durchgeführt, die die unmittelbaren Reaktionen der Zuschauer auf die Kandidaten während der Debatte kontinuierlich erfasst hat (Kapitel 8). Im letzten Schritt untersuchen wir die kurzfristigen und längerfristigen Wirkungen des Duells auf die Vorstellungen der Zuschauer davon, wer das Duell gewonnen hat, auf ihre Vorstellungen von den Kandidaten und der Lage in Deutschland, auf ihre Kriterien zur Beurteilung der Kandidaten und ihre Kriterien für die Wahlentscheidung sowie auf ihre Wahlentscheidung selbst. Es geht uns dabei erstens darum, festzustellen, wie viele Zuschauer nach dem Duell andere Ansichten hatten als zuvor. Zweitens wollen wir wissen, inwieweit die Meinungsänderungen der Zuschauer auf ihre Wahrnehmungen der Kandidaten während des Duells zurückzuführen sind. Drittens untersuchen wir, wie viele Zuschauer ihre Ansichten in der Woche nach dem Duell – erneut oder zum ersten Mal – geändert haben und was die Ursachen dieser Meinungsänderungen waren. Dazu haben wir unsere 75 Duell-Zuschauer sowie weitere 18 Personen, die das Duell nicht gesehen haben, drei Mal befragt – unmittelbar vor dem Duell, unmittelbar nach dem Duell und fünf Tage nach dem Duell (Kapitel 9). Zum Schluss fassen wir unsere Ergebnisse noch einmal zusammen (Kapitel 10) und leiten daraus Empfehlungen für die Organisatoren, Kandidaten, Journalisten und Zuschauer zukünftiger Duelle ab.

Wir wollen uns am Ende dieses Vorwortes bei einer Reihe von Menschen bedanken, ohne die dieses Buch nicht möglich gewesen wäre: Von Hans Mathias Kepplinger und Jürgen Wilke haben wir nicht nur viel über empirische Sozialforschung gelernt. Sie haben unser Projekt auch finanziell unterstützt. Das Elektronische Medienzentrum der Universität Mainz unter der Leitung von Nikolaus Renner hat uns das Realtime-Response-System zur Verfügung gestellt. Nicole Labitzke und Peter Stuppert haben uns den Aufbau und die Bedienung der komplexen Technik größtenteils abgenommen. Jens Mutzke und Dirk Stüdemann haben am Abend des TV-Duells dazu beigetragen, dass unsere Untersuchung in geordneten Bahnen ablaufen konnte. Andrej Balzer, Stefanie Bayer, Silke Bernhart, Lisa Feldmann, Tobias Frielingsdorf, Frederic Gräßer, Andrea Hammes, Julia Klingsporn, Jens Mutzke, Katharina Popp, Franziska Richter, Martin Sassenberg, Christine Schwabe, Christian Sprott und Daniela Trauthwein haben an den Inhaltsanalyse-Codebüchern mitgearbeitet und die Codierung durchgeführt. Ihnen möchten wir dafür ebenso danken, wie allen anderen Teilnehmern des Seminars „Schröder gegen Stoiber", für ihre hilfreichen Kommentare, vorbereitenden Analysen und guten Ideen.