

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und
der AGF/GfK Fernsehforschung

→ **Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer**

Von *Stefan Geese**, *Camille Zubayr**
und *Heinz Gerhard***

Wie bereits bei den letzten Bundestagswahlen hat die ARD/ZDF-Medienkommission auch in diesem Jahr eine Begleituntersuchung in Auftrag gegeben, die die Resonanz der Bundesbürger auf die Fernsehberichterstattung zur Bundestagswahl ermitteln sollte. Neben den Messdaten der AGF/GfK Fernsehforschung, die über das Einschaltverhalten Auskunft geben, wurde in der Woche nach der Wahl eine telefonische Repräsentativbefragung vom Institut medialine media durchgeführt, um das Gesehene auch qualitativ bewerten zu lassen. Auf diese Weise ließ sich die Informationsleistung der verschiedenen Sender aus Zuschauersicht differenziert erfassen.

**Interesse an
Bundestagswahl hat
etwas nachgelassen**

Bevor in den Interviews, die zwischen dem 28. und 30. September mit 1 228 wahlberechtigten Bundesbürgern ab 18 Jahren geführt wurden, das Angebot der Medien zur Sprache kam, wurde der Wahlkampf an sich thematisiert. Hier zeigt sich im Vergleich zu den Vorjahren: Das Interesse an der Bundestagswahl hat etwas nachgelassen. 53 Prozent der Bundesbürger äußerten ein „starkes“ oder „sehr starkes“ Interesse an der Bundestagswahl – vor sieben Jahren waren es noch 58 Prozent, die sich in diesem Sinne äußerten, und vor vier Jahren waren es sogar noch 64 Prozent. Damit zeigt sich für dieses Jahr ein zweifellos rückläufiges Interesse – aber zumindest keine kontinuierlich rückläufige Entwicklung, wie das erhöhte Interesse an der Wahl im Jahr 2005 beweist.

Ein Spezifikum der Bundestagswahl 2009 waren unter anderem Klagen über eine angebliche Spannungslosigkeit des Wahlkampfes: Vielerorts wurden konfliktträchtige Debatten vor allem zwischen den Parteien der großen Koalition vermisst. Die Wähler vertreten hierzu keine einmütige Haltung: Zwar sind 44 Prozent der Auffassung, der Wahlkampf sei nicht kontrovers genug geführt worden (vgl. Tabelle 1). Aber eine genauso große Gruppe der Bundesbürger ist eben nicht dieser Meinung. Da diese Frage in den vorangegangenen Wahlumfragen nicht gestellt wurde, ist es leider nicht möglich, etwaige Entwicklungen mit dem aktuellen Interesse an der Bundestagswahl in einen Zusammenhang zu stellen. Fest steht aber, dass die Wähler von einem Wahlkampf nicht zwangsläufig auch spektakuläre Auseinandersetzungen erwarten. Von zwei zu diesem Sachverhalt formulierten Stellungnahmen unterstützten 76 Prozent die Posi-

tion, wonach es ausreichend ist, „wenn die Argumente auch sachlich vorgetragen werden“. Nur eine Minderheit von 21 Prozent erwartet hingegen von jedem Wahlkampf auch einen „richtigen Schlagabtausch“.

Fernsehen bleibt die wichtigste Informationsquelle über den Wahlkampf

Sich im Wahlkampf über das Geschehen und die Positionen der Parteien zu informieren, war zwar in allen Mediengattungen möglich, aber nicht von allen Angeboten wurde in gleichem Umfang Gebrauch gemacht:

69 Prozent der Wähler gaben an, das Fernsehen zur Information über den Wahlkampf genutzt zu haben (vgl. Tabelle 2). Zeitungen weisen mit einem Nutzungsanteil von 44 Prozent der Wahlbevölkerung die zweitgrößte Bedeutung auf. An dritter Stelle steht der Hörfunk, der von fast einem Viertel (23%) zu diesem Zweck eingeschaltet wurde. Das Internet wurde von 18 Prozent genannt und steht damit noch vor den Zeitschriften, die 14 Prozent als Informationsquelle dienten. Diese Nutzungspräferenz wiederholt sich in den meisten Bevölkerungsgruppen mit Ausnahme der jüngsten Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen. Auch hier erhielt das Fernsehen mit 55 Prozent zwar die meisten Nennungen, aber das Internet steht mit einem Anteil von 47 Prozent in dieser Altersgruppe nur knapp dahinter und deutlich vor den restlichen Mediengattungen. Spitzt man die Fragestellung zu und erkundigt sich nach dem Medium, das hauptsächlich genutzt wurde, wird erneut das Fernsehen am häufigsten genannt: 49 Prozent wiesen dem Medium die größte Bedeutung bei der eigenen Beschäftigung mit dem Wahlkampf zu. Zeitungen wurden von 22 Prozent genannt, jeweils 8 Prozent nannten den Hörfunk und das Internet – noch vor den Zeitschriften mit 4 Prozent.

**Zwei Drittel der
Wähler informierten
sich im Fernsehen
über die Wahl**

Im Vergleich zu den letzten beiden Wahlen hat die Bedeutung des Fernsehens und der Zeitungen etwas abgenommen, ohne aber durch andere Mediengattungen im gleichen Umfang kompensiert zu werden (vgl. Abbildung 1). An dieser Stelle manifestiert sich der leicht gestiegene Bevölkerungsanteil, der keinen Bedarf (mehr) hat an Informationen über die Bundestagswahlen. Gestiegen ist der Anteilswert des Internets nur um zwei Prozentpunkte – eine Entwicklung, die ausnahmslos von den 18- bis 29-Jährigen getragen wird. Die Dynamik dieser Mediengattung – zumindest für den Informationserwerb über den Wahlkampf – fällt also insgesamt gesehen eher zurückhaltend aus und unterscheidet sich deutlich von der Situation beispielsweise in den USA, wo das Internet bei der letzten Präsidentschaftswahl bereits eine den Zeitungen vergleichbare Bedeutung erlangt hatte. (1) In diesem Zusammenhang wurde oftmals auch die prominente Funktion sozialer Netzwerke wie Facebook oder Twitter für Zwecke der Mobilisierung betont. Für die Verhältnisse in Deutschland lässt sich dies jedoch nicht erkennen: Das Fünftel in der Bevölkerung, das auch das Internet genutzt hat,

**Bedeutung des
Internets insgesamt
nur leicht gestiegen**

* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

** ZDF-Medienforschung.

① **Bewertung des Wahlkampfs**

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

ja	44
nein	44
weiß nicht / k.A.	11

„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	21
Mir reicht es, wenn die Argumente sachlich vorgetragen werden	76

Basis: Alle Befragten.

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2009.

② **Informationsquellen über die Bundestagswahl**

„In welchen Medien haben Sie sich über den Wahlkampf informiert?“
Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

	BRD			Erwachsene		
	gesamt	West	Ost	18–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	69	67	73	55	66	75
Zeitung	44	43	49	35	44	47
Hörfunk	23	24	21	24	27	21
Internet	18	18	18	47	20	7
Zeitschriften	14	14	14	14	17	12

„In welchem Medium haben Sie sich hauptsächlich über den Wahlkampf informiert?“

Nur eine Nennung möglich, Angaben in %

Fernsehen	49	47	54	31	48	56
Zeitung	22	22	24	14	25	23
Hörfunk	8	8	5	14	8	5
Internet	8	8	7	29	7	1
Zeitschriften	4	5	3	5	6	3

Basis: Alle Befragten.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2009.

③ **Internetnutzung im Wahlkampf**

„Bei welchen Internetseiten haben Sie sich da informiert. War das ...“
Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

bei Internetseiten von Zeitungen und Zeitschriften	46
bei Nachrichtenseiten von Internetanbietern und Suchmaschinen	35
bei Internetseiten von Parteien und Politikern	32
bei Internetseiten von Fernsehsendern	26
in sozialen Netzwerken wie Facebook oder studIVZ	9
in Foren oder Blogs	6
bei Internetseiten von Radiosendern	6
auf Videoplattformen wie YouTube oder MyVideo	5
bei anderen Internetseiten	10

Basis: Personen ab 18 Jahren, die sich über den Wahlkampf im Internet informierten.

Quelle: ARD/ZDF Wahlrend 2009.

um sich über den Wahlkampf zu informieren, tat dies vor allem bei den Onlineangeboten der Presse. Jedenfalls nannte fast die Hälfte der Nutzer entsprechende Angebote. Nachrichtenseiten von Internetanbietern und Suchmaschinen wurden ebenso von einem Drittel aufgesucht wie die Internetseiten der Parteien und Politiker, und auf die Onlineangebote der Fernsehsender klickten 26 Prozent (vgl. Tabelle 3). Die sozialen Netzwerke fanden hingegen bei nur 9 Prozent der Onliner Beachtung – deutlich weniger als in den USA. Trotz dieser Unterschiede bleibt eine Gemeinsamkeit in beiden Ländern bestehen: die anhaltend hohe Bedeutung des Fernsehens.

Diese Bedeutung ist nicht nur eine subjektiv empfundene bzw. bekundete, sie spiegelt sich auch in den auf telemetrische Weise erhobenen Kontaktzahlen. Nimmt man die Daten der AGF/GfK Fernsehforschung zum Maßstab, so waren es mehr als 42 Mio und damit etwa 60 Prozent aller Zuschauer, die sich mindestens einmal im Medium Fernsehen über den Wahlkampf informierten (vgl. Tabelle 4). Wählt man die Basis – so wie in der zuvor zitierten Umfrage – etwas enger und berücksichtigt lediglich die Wahlberechtigten, also Personen ab 18 Jahren mit deutscher Staatsangehörigkeit, dann erhöht sich dieser Wert auf zwei Drittel (66%) aller Personen, was in absoluten Zahlen 39 Millionen Bürgern entspricht. Die Mehrzahl der Bürger nutzte vor allem die Angebote der öffentlich-rechtlichen Programme: 34,40 Millionen Wahlberechtigte griffen auf die Wahlkampfsendungen im Ersten und im ZDF zurück, für mehr als 25 Millionen von ihnen waren dies sogar die ausschließlichen Informationsquellen im Fernsehen. Anders gewendet: Insgesamt 13 Millionen Zuschauer sahen sich auch einmal eine Wahlkampfsendung bei einem der Privatsender an, allerdings waren es nur 4,68 Millionen, sich die ausschließlich hier informierten. Die Angebote beider Sendersysteme leisteten also ihren spezifischen Beitrag zur Willensbildung der Bürger, wenngleich das jeweilige Gewicht sehr verschieden ausfällt.

Zwei Drittel der Wahlberechtigten sahen mindestens eine Wahlendung

Wenn – wie zu vermuten ist – das Interesse an der Bundestagswahl das diesbezügliche Informationsverhalten beeinflusst, dann sollten diese Werte jedoch unter jenen liegen, die zur Bundestagswahl 2005 erzielt wurden. Und in der Tat: Seinerzeit waren es etwa 70 Prozent aller Zuschauer bzw. 78,4 Prozent der Wahlberechtigten, die auf die Vorwahlberichte im Fernsehen zurückgriffen. Nun könnte man einwenden, dass infolge der komplizierteren Situation 2005 (Vertrauensfrage des Bundeskanzlers, Entscheidung des Bundespräsidenten und des Bundesverfassungsgerichts) das Sendeolumen der Fernsehsender größer ausfiel und allein deshalb die Wahrscheinlichkeit der Nutzung höher war. Es zeigt sich indes, dass der Umfang der Berichterstattung über den Wahlkampf in den großen Sendern ein ähnliches Ausmaß erreichte: Wurde 2005 etwa 109 Stunden über den Wahlkampf berichtet, so summierten sich die Beiträge in diesem Jahr auf ungefähr 101 Stunden.

Umfang der Wahlberichterstattung 2009 fast so groß wie 2005

Mehr als 80 Prozent der Wahlkampfberichte liefen im Ersten und im ZDF

Der weitaus größte Anteil an Berichten im Vorfeld der Bundestagswahlen entfiel auf die öffentlich-rechtlichen Programme: Allein Das Erste und das ZDF informierten zusammen etwa 84 Stunden, was einem Anteil von ca. 83 Prozent am gesamten Programmvolume entsprach (vgl. Tabellen 5 bis 9).

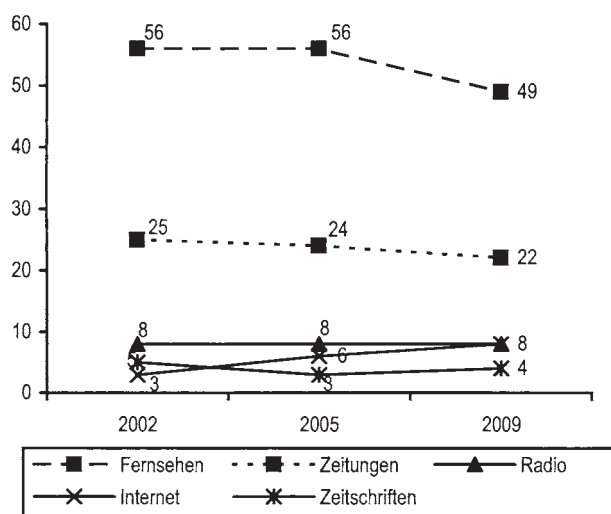
Die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme boten aber nicht nur die meisten Sendungen zur politischen Information und Willensbildung an, sondern auch die zuschauerstärksten. Sieht man einmal vom sogenannten „TV-Duell“ der Bundeskanzlerin Angela Merkel mit ihrem Herausforderer Frank-Walter Steinmeier (sowie der entsprechenden Vor- und Nachberichterstattung) ab, so gab es allein im Ersten drei Sendungen mit einem Publikum von mehr als vier Millionen; in den privaten Fernsehsendern konnte nur eine Sendung zum Wahlkampf mehr als zwei Millionen Zuschauer erreichen (hierbei handelte es sich um eine Unterhaltungssendung bei ProSieben). Hinzu kommt: Auch die inhaltliche Vielfalt, das heißt die Varianz der eingesetzten journalistischen Formate und das Spektrum der abgedeckten Themen, war im Ersten und im ZDF größer als bei RTL und Sat.1. In den Privatprogrammen beschränkte sich die Information zum Wahlkampf auf Gesprächssendungen, wengleich hier durchaus verschiedene Formen des Dialogs und der Interaktion zum Einsatz kamen: (Einzel-)Interviews von Politikern mit Journalisten, Fragerunden mit Politikern unter Zuschauerbeteiligung und Talkshows mit Zuschauerbeteiligung. Eine Besonderheit hatte der Privatsender ProSieben zu bieten: Am 26. September, also am Vorabend des Wahltags, wurde hier „Die TV total Bundestagswahl 2009“ ausgestrahlt, eine Unterhaltungssendung, die auf ungewöhnliche Weise versuchte, jungen Zuschauern und insbesondere Erstwählern die Entscheidung zur Wahl zu erleichtern. Die klassischen journalistischen Formen der Hintergrundberichterstattung Reportage und Dokumentation sowie einordnende und bewertende Sendungen fehlten bei den Privatsendern ganz, sie waren nur in den öffentlich-rechtlichen Programmen zu finden. Diese Formate zählen aus Sicht der Zuschauer aber zu den wichtigsten Elementen der Wahlkampfberichterstattung, denn Reportagen und Dokumentationen wird die höchste Informationsleistung aller Sendungsarten zugesprochen; 56 Prozent der Zuschauer bewerten diese als „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Abbildung 2). Knapp dahinter rangieren Interviews und Diskussionen mit Politikern. Am wenigsten überzeugend sind in den Augen des Publikums übrigens die Beiträge der Parteien selbst: Nur 24 Prozent der Bürger halten die Wahlwerbespots für informativ.

Das „TV-Duell“ ist die meistgesehene Fernsehsendung des Jahres

Etwas positiver schneidet in der Wahrnehmung der Bürger die Informationsvermittlung eines Programmformats ab, das auch in diesem Wahljahr wieder die mit Abstand meistgesehene Sendung stellte: das „TV-Duell“ zwischen Bundeskanzlerin Merkel und Außenminister Steinmeier. Sowohl 2005 als auch 2009 stellte die 90-minütige Diskussion das Fernsehereignis des Wahlkampfes dar. Es

Abb. 1 Informationsquellen über die Bundestagswahl

„In welchem Medium haben Sie sich hauptsächlich über den Wahlkampf informiert?“ Nur eine Nennung möglich, Angaben in %



Quelle: ARD/ZDF-Wahlrenduntersuchungen 2002, 2005 und 2009.

④ Zuschauer, die mindestens eine Sendung zum Wahlkampf gesehen haben

Nettowerte in Mio und %

	Zuschauer gesamt		Erwachsene ab 18 J.	
	Mio	%	Mio	%
alle Sender	42,38	58,7	39,09	66,7
Das Erste	27,75	38,4	26,24	44,4
ZDF	28,22	39,1	26,62	45,0
RTL	10,65	14,8	9,78	16,5
Sat.1	3,93	5,4	3,60	6,1
ProSieben	2,75	3,8	2,41	4,1
öffentlich-rechtliche Sender	36,81	51,0	34,40	58,2
exklusiv öffentlich-rechtliche Sender	27,85	38,6	25,89	43,8
Privatsender	14,53	20,1	13,20	22,3
exklusiv Privatsender	5,57	7,7	4,68	7,9
beide Sendersysteme	8,96	12,4	8,52	14,4

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren) (D+EU), Erwachsene ab 18 Jahren (D), Sendungen im Ersten, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben.

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU / D), Kumulations- und Frequenzanalyse (Methode Sehbeteiligung).

war nicht nur die jeweils mit Abstand meistgesehene Sendung im Wahlkampf, es war in beiden Jahren sogar die meistgesehene Fernsehsendung des Jahres überhaupt.

Nach eigenem Bekunden empfanden nur 34 Prozent der Personen die moderierte Auseinandersetzung der beiden Kontrahenten als informativ. Allerdings gibt es hier einen interessanten Unterschied zwischen den Geschlechtern: Männer hielten das „TV-Duell“ für deutlich weniger informativ als Frauen. Unter den Frauen schlossen sich im-

⑤ **Sendungen des Ersten mit Wahlbezug in der Vorwahlzeit 2009**

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West MA in %	Ost MA in %
				Mio	MA in %		
Anne Will	07.06.	22:03	00:48	3,00	11,3	11,5	10,5
Anne Will	28.06.	21:41	01:00	3,38	12,4	12,0	13,6
Presseclub	05.07.	12:03	00:40	0,77	7,6	8,0	6,2
Bericht aus Berlin	05.07.	18:29	00:18	0,69	4,4	4,9	2,4
Bericht aus Berlin	12.07.	18:29	00:18	1,04	5,6	6,0	3,9
Bericht vom Parteitag der CSU	18.07.	22:27	00:14	1,35	6,1	6,2	5,7
Bericht aus Berlin	19.07.	18:29	00:19	1,14	6,1	5,9	6,7
Bericht aus Berlin	26.07.	18:29	00:19	0,86	5,7	6,4	3,6
Presseclub	02.08.	12:03	00:40	0,95	8,8	9,1	7,5
Bericht aus Berlin	02.08.	18:30	00:18	1,34	7,2	7,6	5,5
Presseclub	09.08.	12:03	00:41	0,77	6,9	7,2	5,3
Bericht aus Berlin	09.08.	18:30	00:18	1,25	8,0	8,5	6,1
Bericht aus Berlin	16.08.	18:30	00:18	0,78	4,8	5,1	4,0
Anne Will	16.08.	21:45	00:59	3,21	12,7	12,7	12,8
Bericht aus Berlin	23.08.	18:29	00:18	2,41	14,2	15,8	8,4
Abgeordnet Folge 1	23.08.	23:42	00:28	0,81	8,6	8,8	7,6
Klartext zur Wahl	25.08.	22:48	01:13	1,41	10,7	11,1	8,3
Hart aber fair	26.08.	21:45	01:16	3,09	13,7	13,8	13,6
Presseclub	30.08.	12:03	00:41	0,84	7,5	7,7	6,9
Landtagswahl in Thüringen, Saarland und Sachsen	30.08.	17:34	01:54	2,12	11,1	11,7	9,0
Berliner Runde	30.08.	19:29	00:30	2,82	11,5	12,2	9,3
Tagesthemen Extra	30.08.	21:56	00:15	3,58	12,6	12,8	11,8
Anne Will	30.08.	22:11	00:59	2,60	12,0	12,2	11,2
Abgeordnet Folge 2	30.08.	00:14	00:28	0,44	6,5	5,9	8,8
Hart aber fair	02.09.	21:48	01:17	3,51	15,7	16,2	13,7
Der Herausforderer – Frank-Walter Steinmeier	03.09.	21:45	00:43	1,95	7,4	7,4	7,5
Presseclub	06.09.	12:03	00:40	0,89	7,5	7,3	8,1
Bericht aus Berlin	06.09.	18:29	00:18	1,48	7,6	8,1	5,8
Anne Will	06.09.	21:45	01:00	4,25	15,9	15,8	16,3
Abgeordnet Folge 3	06.09.	23:33	00:28	0,62	5,7	5,3	7,3
Wahlarena	07.09.	21:14	01:16	2,88	10,8	10,6	11,8
Wahlarena	08.09.	21:04	01:14	3,00	11,0	11,2	10,2
Die Kanzlerin – Angela Merkel	10.09.	21:47	00:43	2,80	11,0	11,1	10,6
Presseclub	13.09.	12:03	00:40	0,79	6,3	6,4	6,0
Bericht aus Berlin	13.09.	18:30	00:17	1,51	7,4	7,8	6,1
Anne Will – Vor dem Duell	13.09.	20:15	00:14	6,02	18,6	19,8	14,0
Das TV-Duell: Merkel – Steinmeier	13.09.	20:30	01:31	7,85	23,4	24,3	19,5
Anne Will – Nach dem Duell	13.09.	22:01	00:59	6,41	25,8	26,3	23,5
Abgeordnet Folge 4	13.09.	23:59	00:28	0,49	6,2	5,7	8,5
Der TV-Dreikampf	14.09.	21:01	01:15	4,19	13,9	14,5	11,4
Beckmann	14.09.	22:50	01:13	1,62	12,0	12,9	8,5
Presseclub	20.09.	12:03	00:40	0,76	7,1	7,7	4,9
Bericht aus Berlin	20.09.	18:30	00:17	1,68	9,6	10,6	6,1
Anne Will	20.09.	21:46	00:59	4,29	16,3	16,6	14,8
Abgeordnet Folge 5	20.09.	23:42	00:28	0,55	5,7	6,1	3,9
Kämpfe ums Kanzleramt	21.09.	21:03	01:12	1,59	5,5	5,8	4,3
Hart aber fair	23.09.	21:43	01:15	2,65	11,0	11,2	10,4
Der Kampf der Kleinen	23.09.	23:37	01:14	0,59	6,8	6,8	6,8
Die lange Wahlnacht im Ersten	25.09.	23:41	03:18	0,49	7,0	7,5	5,0
Die lange Wahlnacht im Ersten	26.09.	03:00	02:22	0,15	6,6	6,5	7,1
Presseclub	27.09.	12:03	00:41	1,09	10,1	11,6	5,3

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren).

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU).

⑥ Sendungen des ZDF mit Wahlbezug in der Vorwahlzeit 2009

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West	Ost
				Mio	MA in %	MA in %	MA in %
Maybrit Illner	25.06.2009	22:15	00:59	1,97	9,9	10,4	7,6
Politbarometer	03.07.2009	22:23	00:07	2,28	10,2	11,0	7,2
Berlin direkt	05.07.2009	19:10	00:18	2,24	11,7	12,1	10,3
Berlin direkt	12.07.2009	19:09	00:17	2,44	11,1	11,0	11,5
Bericht vom Parteitag der CSU in Nürnberg	18.07.2009	22:59	00:16	1,59	8,4	9,3	4,6
Berlin direkt	19.07.2009	19:10	00:18	2,40	10,6	10,8	9,7
Illner intensiv	21.07.2009	22:45	00:32	1,09	6,8	7,3	4,6
Germany's Next Generation - Kinder und der Ernst des Lebens	23.07.2009	22:15	00:44	1,78	8,9	9,2	7,8
Politbarometer	24.07.2009	22:27	00:08	1,64	7,3	7,3	7,2
Berlin direkt	26.07.2009	19:10	00:18	1,69	9,2	9,8	7,2
Illner intensiv	28.07.2009	22:46	00:34	1,67	10,2	11,1	6,8
Berlin direkt	02.08.2009	19:10	00:19	3,05	13,9	14,9	9,5
Kandidat Steinmeier	04.08.2009	20:15	00:43	1,41	5,7	6,3	3,9
Illner intensiv	04.08.2009	22:43	00:33	1,55	9,1	10,1	5,1
Das Leben ist Hartz - Eine Reformbilanz	05.08.2009	22:45	00:44	1,28	7,9	7,6	9,0
Maybrit Illner	06.08.2009	22:30	01:03	2,14	13,2	14,3	8,4
Politbarometer	07.08.2009	23:11	0:07	1,82	11,9	12,8	7,5
Berlin direkt	09.08.2009	19:10	0:19	2,49	12,9	13,3	11,1
Kanzlerin Merkel	11.08.2009	20:14	0:44	2,64	9,8	10,1	8,6
Illner intensiv	11.08.2009	22:45	0:32	1,60	9,9	10,5	7,3
Illner intensiv	18.08.2009	22:46	0:31	1,51	9,6	10,2	7,1
Politbarometer	21.08.2009	22:24	0:06	1,90	7,8	8,4	5,4
Berlin direkt	23.08.2009	19:10	0:18	2,85	14,0	15,1	9,9
ZDF-Wahlforum 2009: Sozialstaat	25.08.2009	22:15	1:14	1,82	10,5	11,0	8,3
Maybrit Illner	27.08.2009	22:32	0:58	2,06	12,8	13,4	10,1
Wahlen im Saarland, in Sachsen und in Thüringen	30.08.2009	17:30	1:29	1,91	10,7	11,2	8,7
Wahlen im Saarland, in Sachsen und in Thüringen	30.08.2009	19:29	0:05	2,58	11,0	11,9	8,1
Maybrit Illner spezial	30.08.2009	22:26	0:47	1,86	9,4	9,8	7,8
ZDF spezial: Koalitionspoker - wer regiert mit wem?	31.08.2009	19:21	0:19	1,89	9,6	11,2	4,1
ZDF-Wahlforum 2009: Steuern runter oder rauf	03.09.2009	22:13	1:21	1,89	10,2	10,7	8,2
Politbarometer	04.09.2009	23:12	0:07	1,53	8,9	9,2	7,3
Berlin direkt	06.09.2009	19:09	0:18	2,98	12,4	12,7	11,1
WISO - Wahl spezial	07.09.2009	19:24	0:46	1,67	7,1	7,6	5,4
WISO - Wahl spezial	08.09.2009	3:24	0:46	0,05	3,1	3,8	0,4
Maybrit Illner spezial	10.09.2009	20:59	1:02	2,70	9,3	9,6	8,1
logo! - Der Kandidaten-Check	10.09.2009	0:44	0:43	0,37	8,2	8,3	7,6
Politbarometer	11.09.2009	22:27	0:08	2,00	8,6	8,6	8,6
Berlin direkt	13.09.2009	19:09	0:17	2,57	10,6	11,0	9,2
ZDF spezial: Countdown zum TV-Duell	13.09.2009	20:13	0:16	2,77	8,6	9,4	5,6
Das TV-Duell: Merkel - Steinmeier	13.09.2009	20:29	1:32	3,48	10,4	11,1	7,5
ZDF spezial: Nach dem TV-Duell	13.09.2009	22:02	0:44	2,85	10,8	11,5	8,1
WISO - Wahl spezial	14.09.2009	19:27	0:42	2,66	10,1	10,8	7,6
WISO - Wahl spezial	14.09.2009	2:52	0:07	0,07	2,9	3,1	2,4
WISO - Wahl spezial	15.09.2009	3:00	0:34	0,09	4,0	3,8	5,0
ZDF-Wahlforum 2009: Countdown zur Bundestagswahl	15.09.2009	20:15	2:50	1,80	7,4	8,0	5,2
Johannes B. Kerner	15.09.2009	23:41	1:17	1,12	14,1	15,0	10,5
Backstage Bundestag	16.09.2009	0:45	0:30	0,44	8,8	8,7	9,4
Politbarometer	18.09.2009	22:24	0:09	2,48	10,3	11,0	7,2
ZDFreportage: ... ob sich was ändert?	20.09.2009	18:29	0:28	1,55	8,5	9,1	6,5
Berlin direkt	20.09.2009	19:10	0:18	2,79	12,4	12,9	10,6
Erst fragen, dann wählen - Spitzenkandidaten im Netzmarathon	20.09.2009	23:38	0:43	0,53	5,6	5,8	4,9
WISO - Wahl spezial	21.09.2009	19:24	0:46	2,14	8,7	9,3	6,4
WISO - Wahl spezial	21.09.2009	2:25	0:34	0,14	5,8	6,4	4,1
WISO - Wahl spezial	22.09.2009	3:00	0:12	0,16	7,5	8,8	3,0
Johannes B. Kerner	22.09.2009	22:46	1:17	1,54	11,0	10,8	11,7
Die Qual der Wahl	23.09.2009	0:55	0:28	0,47	11,0	12,5	5,6

(Fortsetzung nächste Seite)

⑥ **Sendungen des ZDF mit Wahlbezug in der Vorwahlzeit 2009 (Fortsetzung)**

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West	Ost
				Mio	MA in %	MA in %	MA in %
ZDFreporter unterwegs	24.09.2009	21:00	0:43	2,52	8,5	9,0	6,6
Maybrit Illner	24.09.2009	22:15	1:02	2,62	13,1	14,4	7,5
Schwarzrote Müller-Jahre	24.09.2009	0:41	0:31	0,44	8,3	8,9	6,1
XXL: Die lange Wahlnacht	24.09.2009	1:13	0:44	0,28	7,4	8,9	2,3
XXL: Die lange Wahlnacht	24.09.2009	1:57	0:43	0,20	6,9	8,0	2,6
XXL: Die lange Wahlnacht	24.09.2009	2:44	0:15	0,17	6,8	7,9	2,5
XXL: Die lange Wahlnacht	25.09.2009	3:00	0:16	0,17	7,9	8,8	3,6
XXL: Die lange Wahlnacht	25.09.2009	3:16	0:34	0,16	8,3	7,8	10,5
XXL: Die lange Wahlnacht	25.09.2009	3:50	0:33	0,15	8,4	7,9	10,4
XXL: Die lange Wahlnacht	25.09.2009	4:24	0:32	0,15	8,4	8,2	9,0
XXL: Die lange Wahlnacht	25.09.2009	4:56	0:31	0,15	8,0	8,3	6,8

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren).

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU).

⑦ **Sendungen von RTL mit Wahlbezug in der Vorwahlzeit 2009**

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West	Ost
				Mio	MA in %	MA in %	MA in %
Wahl 09: Zuschauerfragen – Bundeskanzlerin Merkel antwortet	17.05.	21:45	01:07	1,54	5,9	5,5	7,4
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit Angela Merkel	11.08.	00:20	00:17	1,05	15,1	15,5	13,0
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit Angela Merkel Wdh.	12.08.	03:41	00:17	0,41	19,7	21,1	14,3
Wahl 09: Zuschauerfragen – Frank Walter Steinmeier antwortet	16.08.	22:05	01:04	0,82	4,0	3,7	5,1
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit Cem Özdemir	18.08.	00:21	00:10	0,97	14,4	14,3	15,0
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit Cem Özdemir Wdh.	19.08.	03:35	00:10	0,32	15,9	14,9	19,6
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit G. Westerwelle	20.08.	00:21	00:10	0,98	13,3	13,7	11,8
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit G. Westerwelle Wdh.	21.08.	03:29	00:10	0,25	11,4	11,4	11,1
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit O. Lafontaine	28.08.	00:26	00:09	1,11	14,7	15,6	9,7
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit O. Lafontaine Wdh.	28.08.	02:47	00:09	0,42	14,4	16,2	4,6
RTL News – Wahlberichterstattung	30.08.	18:09	00:10	1,97	11,1	10,7	12,4
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit FW. Steinmeier	02.09.	00:20	00:17	0,79	11,5	11,8	10,0
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit FW. Steinmeier Wdh.	03.09.	03:52	00:17	0,21	10,1	10,4	8,7
RTL Nachtjournal Spezial: Sommerinterview mit Horst Seehofer	07.09.	00:21	00:11	0,72	10,7	11,2	9,0
Das TV-Duell: Der Countdown	13.09.	20:12	00:17	2,21	6,9	6,6	8,1
Das TV-Duell: Merkel gegen Steinmeier	13.09.	20:30	01:31	2,11	6,3	6,0	7,4
Das TV-Duell: Die Analyse	13.09.	22:01	00:24	1,60	5,7	5,5	6,7
Wahl 09: Zuschauerfragen – Westerwelle, Künast und Gysi antworten	20.09.	22:06	01:09	1,57	7,3	6,7	10,2

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren).

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU).

⑧ **Sendungen von Sat.1 mit Wahlbezug in der Vorwahlzeit 2009**

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West	Ost
				Mio	MA in %	MA in %	MA in %
Ihre Wahl! Die Sat.1-Arena	23.08.	22:13	00:47	0,83	4,0	3,9	4,2
Sat.1 Nachrichten spezial	26.08.	00:13	00:14	0,27	3,6	3,3	5,1
Ihre Wahl! Die Sat.1-Arena	30.08.	22:13	00:48	0,60	2,9	2,7	3,7
Ihre Wahl! Die Sat.1-Arena	06.09.	22:13	00:46	0,72	3,4	3,5	2,7
Ihre Wahl! Vor dem Duell	13.09.	20:14	00:15	0,68	2,1	2,3	1,4
Das TV-Duell: Merkel – Steinmeier	13.09.	20:30	01:31	0,77	2,3	2,4	1,9
Ihre Wahl! Die Sat.1-Arena	13.09.	22:01	00:56	0,77	3,3	3,3	3,2
Ihre Wahl! Die Sat.1-Arena	20.09.	22:16	00:48	0,65	3,1	3,0	3,6

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren).

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU).

9 Sendungen von ProSieben mit Wahlbezug in der Vorwahlzeit 2009

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West MA in %	Ost MA in %
				Mio	MA in %		
TV total Bundestagswahl 2009	26.09.	20:14	02:24	2,19	8,2	8,6	6,4
Sido geht wählen	26.09.	23:04	01:00	1,08	6,4	6,4	6,5

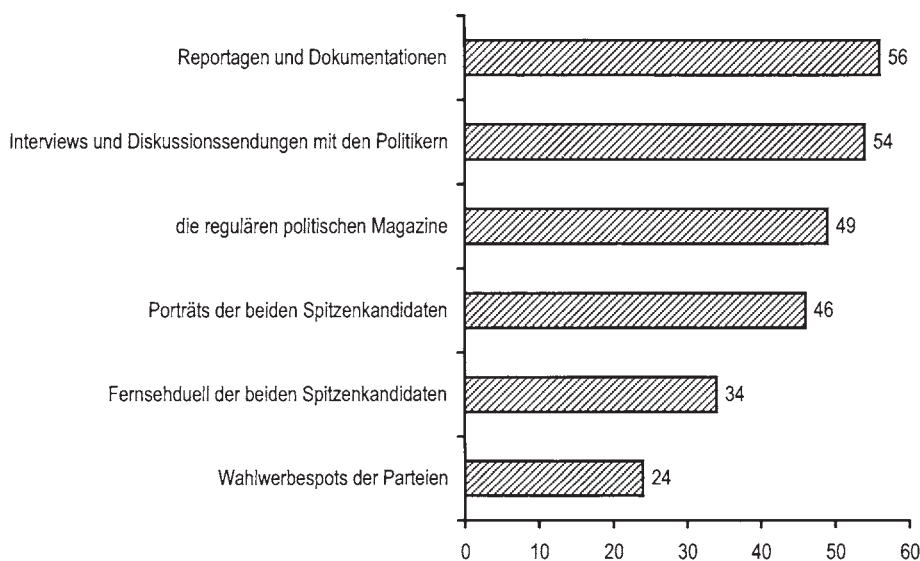
Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren).

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU).

Abb. 2 Informationsqualität verschiedener Sendungsformate im Wahlkampf

"Wie gut hat Sie persönlich diese Sendungsart zur Bundestagswahl informiert?"

Zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut", in %



Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2009.

merhin 40 Prozent der Ansicht an, dass das „TV-Duell“ sie persönlich „sehr gut“ oder „gut“ informiert habe, unter den männlichen Befragten waren nur 28 Prozent dieser Ansicht (vgl. Tabelle 10). Das Attribut „mindere Informationsleistung“ hefteten die Zuschauer auch 2005 bereits dem – in gleicher Weise wie 2009 durchgeführten – Verbalabtausch der Spitzenkandidaten an, wenn auch auf höherem Niveau: Vor vier Jahren fühlten sich 42 Prozent der Zuschauer durch das „TV-Duell“ informiert.

Fast 80 Prozent sahen das „TV-Duell“ im Ersten oder im ZDF

Am 13. September 2009 übertrugen die vier großen Programme Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 (sowie Phoenix) parallel das „TV-Duell“ und versammelten damit ein Publikum von 14,26 Millionen Zuschauern vor den Fernsehgeräten, der Marktanteil für diese Übertragung lag bei 42,5 Prozent (vgl. Tabelle 11). Trotz dieser hohen Zuschauerzahl fand die Auseinandersetzung 2009 ein deutlich geringeres Interesse als vor der letzten Bundestagswahl, bei der sich etwa 21 Millionen Bürger für das Duell interessierten. Die Zuschauer verteilten sich jedoch nicht gleichermaßen auf die übertragenden Sender, sondern ließen – trotz identischen Inhalts – eine klare Präferenz für die öffent-

lich-rechtlichen Programme erkennen: Fast 80 Prozent des Publikums hatten Das Erste oder das ZDF für das „TV-Duell“ eingeschaltet. Dieses Verhalten lässt sich bei allen Zuschauergruppen beobachten, sowohl jüngere (14- bis 49 Jahre: 66,8%) als auch ältere Zuschauer (ab 50 Jahre: 87,7%), sowohl Zuschauer im Osten Deutschlands (74,4%) als auch jene im Westen des Landes (80,9%) sahen sich das Duell bei ARD und ZDF an. Die niedrigeren Zuschauerzahlen am „TV-Duell“ spiegeln nicht nur das zuvor bereits konstatierte niedrigere Interesse an der Bundestagswahl, es ist auch ein wesentlicher Faktor für die geringere Reichweite der Wahlkampfsendungen insgesamt, da in der Vergangenheit mit den „TV-Duellen“ verstärkt auch Bürger angesprochen wurden, die den klassischen Politikvermittlungsformaten eher distanziert gegenüberstehen.

⑩ Informationsqualität verschiedener Fernsehsendungen aus Zuschauer Sicht

„Wie gut hat Sie persönlich diese Sendungsart zur Bundestagswahl informiert?“
zusammengefasste Anteile von „sehr gut“ und „gut“, in %

	Region			Geschlecht		Senderbindung	
	BRD Gesamt	BRD West	BRD Ost	männlich	weiblich	öffentlich-rechtlich	privat
Reportagen und Dokumentationen	56	56	57	56	57	59	54
Interviews und Diskussionen mit Politikern	54	55	51	55	53	56	55
die regulären politischen Magazine	49	49	45	49	48	53	40
Porträts der beiden Spitzenkandidaten	46	45	50	43	50	50	49
Fernsehduell der beiden Spitzenkandidaten	34	33	40	28	40	35	35
Wahlwerbespots der Parteien	24	23	26	23	25	20	32

Basis: Nutzer der jeweiligen Formate.

Quelle: ARD/ZDF Wahlrend 2009.

⑪ Zuschauer des „TV-Duells“ am 13. September 2009

Sender	Zuschauer gesamt (D+EU)				Erwachsene					
	BRD gesamt		West		Ost		ab 18 J.		18-49 J.	
	Mio	MA in %	Mio	MA in %	Mio	MA in %	Mio	MA in %	Mio	MA in %
Das Erste	7,85	23,4	6,55	24,3	1,29	19,5	7,55	24,3	2,17	16,2
ZDF	3,48	10,4	2,98	11,1	0,50	7,5	3,28	10,6	1,08	8,1
RTL	2,11	6,3	1,62	6,0	0,49	7,4	1,99	6,4	1,15	8,6
Sat.1	0,77	2,3	0,65	2,4	0,13	1,9	0,68	2,2	0,44	3,2
Phoenix	0,04	0,1	0,04	0,1	0,01	0,1	0,04	0,1	0,01	0,1
öffentlich-rechtliche Sender	11,38	33,9	9,58	35,6	1,80	27,1	10,88	35,1	3,26	24,3
Privatsender	2,88	8,6	2,26	8,4	0,62	9,3	2,67	8,6	1,59	11,8
Gesamt	14,26	42,5	11,84	44,0	2,41	36,4	13,55	43,7	4,85	36,2

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren) (D+EU); Erwachsene ab 18 Jahren; Erwachsene 18-49 Jahre (D).

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

„TV-Duell“ verändert Meinung über Politiker kaum

Die Zuschauer des „TV-Duells“ wurden übrigens auch zu ihrer Wahrnehmung der Kombattanten befragt. Hier bestätigt sich ein Befund, der auch vor vier Jahren in dieser Ausprägung erhoben wurde: Für die Mehrheit der Zuschauer ändert sich die Meinung über die Politiker durch das „TV-Duell“ nicht. In zweiter Linie profitiert der Herausforderer (2005 Angela Merkel, 2009 Frank-Walter Steinmeier), vermutlich weil er vielen Rezipienten in dieser unmittelbaren, prominenten Form bislang nicht geläufig war (vgl. Abbildungen 3 und 4).

Mittels der Repräsentativbefragung war es nun möglich, über die bloße Nutzungsmessung der AGF/GfK hinaus eine qualitative Bewertung der Sondersendungen durch das Fernsehpublikum einzuholen. Für jeden Sender, den die Befragten zum Zwecke der Wahlkampfinformationen eingeschaltet haben, wurde um eine pauschale Bewertung des Wahlkampfangebots gebeten. Im Ergebnis zeigt sich eine deutliche Präferenz für die öffentlich-rechtlichen Sender:

Die Wahlkampfberichterstattung von ARD und ZDF erhielt das beste Zuschauerurteil

Drei Viertel der Zuschauer des Ersten Programms beurteilten das dortige Informationsangebot während des Wahlkampfs als „sehr gut“ oder „gut“. Damit erhielt das Gemeinschaftsprogramm der ARD die im Sendervergleich beste Bewertung (vgl. Abbildung 5 und Tabelle 12). Fast ebenso wohlwollend äußerte sich das Publikum über die Wahlkampfsendungen des ZDF – hier waren es 70 Prozent, die die beiden Bestnoten vergaben. Deutlich zurückhaltender urteilten hingegen die Zuschauer über die beiden privaten Hauptprogramme RTL und Sat.1: Nicht einmal die Hälfte ihrer Publika war der Ansicht, die Vorwahlberichterstattung sei entsprechend gut einzustufen. Bei RTL waren es 41 Prozent und bei Sat.1 27 Prozent ihrer Zuschauer.

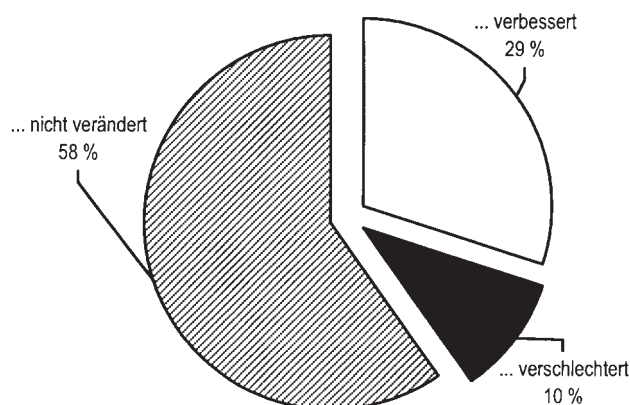
Im Großen und Ganzen wird dieses Urteil von allen Bevölkerungsgruppen getragen – die Unterschiede sind eher gradueller Natur: Zuschauer aus den neuen Bundesländern äußern sich etwas positiver über die Informationsleistung von RTL als das westdeutsche Publikum, und das ZDF erhält hier das insgesamt beste Urteil, noch knapp vor dem Ersten Programm. Zwischen den verschiedenen Generationen ist zu beobachten, dass ARD und ZDF von den jüngeren Zuschauern die höchste Wertschätzung erfahren. Bei den 18- bis 29-jährigen fallen die Bestnotenanteile für die beiden

Wahlberichterstattung der Privatsender eher zurückhaltend bewertet

Jüngere bewerten Wahlberichterstattung etwas besser

Abb. 3 Auswirkung des "TV-Duells" auf die Wahrnehmung des SPD-Kanzlerkandidaten

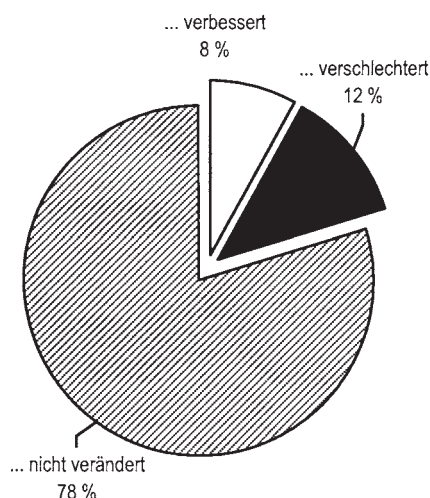
"Hatte sich Ihre Meinung über Frank-Walter Steinmeier nach dem TV-Duell ..."



Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2009; Basis: Seher des TV-Duells.

Abb. 4 Auswirkung des TV-Duells auf die Wahrnehmung der CDU/CSU-Kanzlerkandidatin

"Hatte sich Ihre Meinung über Angela Merkel nach dem TV-Duell ..."



Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2009; Basis: Seher des TV-Duells.

öffentlich-rechtlichen Programme 5 bis 6 Prozentpunkte besser aus als bei Zuschauern, die 50 Jahre oder älter sind. Abweichend vom generellen Fernsehnutzungsverhalten, das bei jüngeren Zuschauern deutlich vom RTL- und Sat.1-Konsum geprägt ist, werden also auf dem Gebiet der Vorwahlberichterstattung ARD und ZDF deutlich bevorzugt. Und auch unabhängig vom Alter gilt: Wer im normalen Fernsehalltag zu den Anhängern der Privatsender zählt, gibt bei der Vorwahlberichterstattung dennoch den Öffentlich-rechtlichen den Vorzug.

Einen besonderen Einfluss auf die Senderbewertung könnte auch die Parteipräferenz der Zuschauer ausüben. Die Zufriedenheit mit einem Sender – so die These – ist davon abhängig, wie die Berichterstattung die jeweils eigenen ideologischen Positionen aufgreift und behandelt. Allerdings läuft diese These ins Leere: Wenn man die Senderbewertungen nach den Wählern der einzelnen Parteien unterscheidet, zeigen sich kaum Unterschiede. Egal ob man zu den Anhängern der bürgerlichen oder der linken Parteien zählt: In allen Fällen zeigt sich die gleiche Präferenz für die öffentlich-rechtlichen Sender (vgl. Tabelle 13). Einzig die Wähler der Grünen machen innerhalb der beiden Sendersysteme einen kleinen Bewertungsunterschied: Das ZDF wird etwas besser als Das Erste bewertet, und Sat.1 wird gegenüber RTL bevorzugt.

Wenn die Anhänger der unterschiedlichen Parteien zu einem insgesamt einheitlichen Meinungsbild über die Senderleistungen gelangen, liegt es nahe zu vermuten, dass keine Partei in den Vorwahlsendungen besonders bevorteilt oder benachteiligt wurde. Anders gewendet: Die Berichterstattung muss ausgewogen erlebt worden sein. Tatsächlich bescheinigten fast drei Viertel des Vorwahlpublikums ARD und ZDF eine ausgewogene Berichterstattung (vgl. Tabelle 14). Bei RTL und Sat.1 liegen die Anteilswerte mit 53 und 42 Prozent etwas niedriger, was aber in erster Linie auf die große Zahl von Befragten zurückzuführen ist, die sich einer Antwort enthielten. Die Aufgliederung nach der Parteipräferenz führt zu keinen wesentlichen Veränderungen: Alle Anhänger sind mehrheitlich der Auffassung, dass ARD und ZDF ausgewogen über die Parteien berichteten. Den vergleichsweise kritischsten Eindruck haben die Wähler der Partei Die Linke: Bei den vier untersuchten Sendern stellten sie von allen Parteianhängern am häufigsten Einseitigkeit fest – der Anteil dieser Stimmen liegt zwischen 15 Prozent beim Ersten und beim ZDF und 23 bzw. 28 Prozent bei Sat.1 und RTL.

Zur Bestimmung der Ursachen für die insgesamt doch sehr unterschiedliche Bewertung der Sender wurde allen Befragten, die Wahlkampfsendungen im Fernsehen verfolgten, zwölf Detailaussagen vorgestellt, die unterschiedliche Dimensionen der Berichterstattungsqualität repräsentieren. Für jedes Qualitätsmerkmal sollten nun die Befragten angeben, welcher Fernsehsender sie am ehesten erfüllt habe. Im Unterschied zur oben referierten pauschalen Bewertung mussten die verschiedenen Sender nicht einzeln beurteilt, sondern im Gesamtvergleich der jeweils beste Sender bestimmt werden. Dennoch waren dem Wahlkampfpublikum bis zu zwei Nennungen erlaubt.

**Zuschauer
bescheinigen Sendern
ausgewogene
Berichterstattung**

12 Pauschale Bewertung der Vorwahlberichterstattung

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

Zusammengefasste Werte für „sehr gut“ und „gut“; in %

	BRD			Alter			Senderbindung	
	BRD Gesamt	BRD West	BRD Ost	18–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.	ö.-r.	privat
Das Erste	74	75	74	78	77	72	79	66
ZDF	70	69	75	73	72	68	75	60
RTL	41	40	47	40	50	34	27	60
Sat.1	27	27	26	17	30	28	24	35

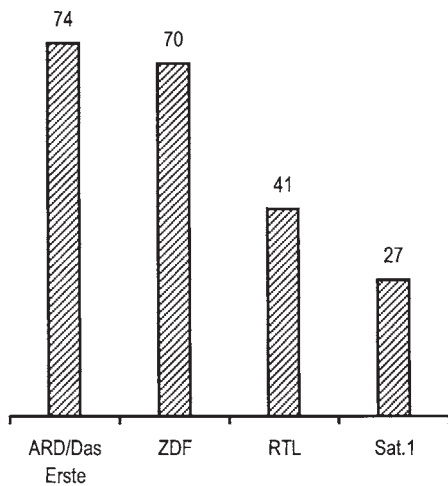
Basis: Personen ab 18 Jahren, die wahlrelevante Sendungen des betreffenden Senders sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2009.

Abb. 5 Bewertung der Qualität der Wahlkampfberichterstattung

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

Zusammengefasste Werte für „sehr gut“ und „gut“, in %



Basis: Personen, die Sendungen des betreffenden Senders über den Wahlkampf gesehen haben.

Quelle: ARD/ZDF-Wahltrend 2009.

13 Bewertung der Vorwahlberichterstattung nach Parteipräferenz

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

Zusammengefasste Werte für „sehr gut“ und „gut“; in %

	Wahlentscheidung für				
	CDU/CSU	SPD	FDP	Grüne	Linke
Das Erste	83	80	75	77	62
ZDF	80	73	72	78	62
RTL	44	35	38	24	36
Sat.1	35	22	16	27	10

Basis: Personen, ab 18 Jahren, die wahlrelevante Sendungen des betreffenden Senders sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2009.

Bessere Bewertung wegen Objektivität und Verständlichkeit der ARD/ZDF-Berichte

Die Bewertungsdifferenzen hinsichtlich der Qualitätsmerkmale Objektivität und Verständlichkeit fallen zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern auf der einen und RTL und Sat.1 auf der anderen Seite am deutlichsten aus. 50 Prozent des Vorwahlpublikums nannten Das Erste als den Sender, der am ehesten „klar und verständlich berichtet“ (vgl. Tabelle 15). Zusammen mit dem ZDF, auf das 41 Prozent der Nennungen entfiel, beläuft sich der Bewertungsvorsprung gegenüber RTL, dem Privatsender mit den meisten Nennungen, auf rund 30 Prozentpunkte. Auch die Fairness und Objektivität in den Vorwahlsendungen sahen die Zuschauer (45 bzw. 37%) am besten im Ersten Programm bzw. dem ZDF erfüllt – RTL und Sat.1 kamen hier auf 11 bzw. 3 Prozent der Nennungen. Weitere Schlüsselkriterien für die Akzeptanz von politischen Informationssendungen sind ihre Glaubwürdigkeit und Seriosität: Hier waren es 48 bzw. 39 Prozent, die diese Anforderungen beim Ersten und beim ZDF am ehesten gewährleistet sahen. Für RTL und Sat.1 wurden 10 und 3 Prozent ermittelt.

Zusätzlich zu den bisher genannten generellen Qualitätskriterien wurden weitere, wahl-spezifische in der Umfrage eingesetzt. Eine davon betraf die Programmatik der zur Wahl stehenden Parteien. Über diese zu informieren, ist zweifellos eine wesentliche Funktion der Vorwahlberichterstattung. Nimmt man das Rezipientenurteil zum Maßstab, haben in erster Linie die Öffentlich-rechtlichen diese Funktion erfüllt und „gezeigt, was die einzelnen Parteien wollen“, wie es in der Originalaussage hieß. Ähnliche Größenordnungen und Unterschiede zwischen den Sendersystemen zeigen sich bei der Bewertung der Berichterstattung über einzelne Politiker. Nach Auffassung des wahlinteressierten Publikums konnte man sich vor allem bei den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern „ein gutes Bild von den Spitzenkandidaten machen“.

Information zur Programmatik der Parteien

Von hohem Belang für einen Wahlkampf sind die behandelten Themen. Da eine umfangreiche Beschreibung aller Parteipositionen weder möglich noch sinnvoll ist, müssen in der Berichterstattung bzw. den Diskussionssendungen Schwerpunkte ge-

Behandlung wichtiger Themen

14 Bewertung der Ausgewogenheit nach Parteipräferenz

„Hat der Sender ... im Wahlkampf eher einseitig oder eher ausgewogen über die Parteien berichtet?“, in %

	Alle Befragten	Wahlentscheidung für				
		CDU/CSU	SPD	FDP	Grüne	Linke
Das Erste						
einseitig	9	7	11	8	11	15
ausgewogen	73	80	79	82	73	68
weiß nicht / k.A.	18	14	11	10	17	17
ZDF						
einseitig	9	6	7	9	11	15
ausgewogen	72	81	77	72	72	71
weiß nicht / k.A.	19	13	16	19	18	14
RTL						
einseitig	14	14	4	10	26	28
ausgewogen	53	54	57	59	37	58
weiß nicht / k.A.	33	32	39	31	37	14
Sat.1						
einseitig	13	9	8	13	17	23
ausgewogen	42	55	48	38	40	32
weiß nicht / k.A.	45	36	44	50	43	45

Basis: Personen ab 18 Jahren, die wahrrelevante Sendungen des betreffenden Senders sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahlrend 2009.

15 Detailbewertung der Vorwahlberichterstattung

„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	50	41	14	2
Hier war die Berichterstattung seriös und glaubwürdig	48	39	10	3
War fair und objektiv	45	37	11	3
Bei diesem Sender konnte ich mir ein gutes Bild von den Spitzenkandidaten machen	39	31	13	2
Hat die für mich wichtigen Themen angesprochen	36	31	10	3
Hier kamen die Vertreter aller Parteien zu Wort	36	30	7	3
Hat mir gezeigt, was die einzelnen Parteien wollen	36	30	10	1
Hier wurden die Standpunkte auch der kleinen Parteien erläutert	26	21	7	2
Der Sender konzentrierte sich zu sehr auf den Zweikampf zwischen Merkel und Steinmeier	20	18	13	4
Aus dem Wahlkampf wurde hier eher eine Show gemacht	10	9	16	8
Hier vermisste ich Details zum Wahlprogramm der Parteien	13	11	9	6
War mir zu sehr auf Skandale aus	3	4	14	7

Basis: Personen ab 18 Jahren, die wahrrelevante Sendungen sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahlrend 2009

setzt werden. Dieser Aufgabe sind die beiden öffentlich-rechtlichen Programme offenbar am besten nachgekommen. 36 Prozent waren der Meinung für die ARD und 31 Prozent für das ZDF, dass diese Sender „die für mich wichtigen Themen angesprochen“ haben. 10 und 3 Prozent waren der Auffassung, dass dies eher bei RTL bzw. Sat.1 der Fall war.

nen Parteien zu erläutern“. Umgekehrt wurde in diesem Zusammenhang aber auch Kritisches geäußert: Zwischen 13 und 20 Prozent des Vorwahlpublikums gaben zu Bedenken, dass sich Das Erste, ZDF und RTL „zu sehr auf den Zweikampf zwischen Merkel und Steinmeier konzentrierten“. Eine weitere Gruppe von Zuschauern, deren Größe mit 9 bis 13 Prozent noch kleiner ausfällt, vermisste Details aus den Wahlprogrammen der Parteien.

Zuschauerkritik an Aspekten der Wahlberichterstattung

Schließlich waren es ebenfalls Das Erste und das ZDF, die die Forumsfunktion im Wahlkampf am ehesten erfüllten: Ihnen wurde am häufigsten attestiert, „die Vertreter aller Parteien zu Wort“ kommen zu lassen und die „Standpunkte auch der klei-

16 Anzahl der Zuschauer, die sich am Wahlabend bei den vier großen Sendern informierten

	Zuschauer gesamt		Erwachsene ab 18 J.	
	Mio	%	Mio	%
alle Sender	45,89	63,6	40,70	68,9
Das Erste	38,71	53,6	34,69	58,7
ZDF	36,18	50,1	32,65	55,3
RTL	21,26	29,4	18,88	31,9
Sat.1	14,00	19,4	12,40	21,0
öffentlich-rechtliche Sender	42,50	58,9	37,95	64,2
exklusiv öffentlich-rechtliche Sender	21,51	29,8	19,06	32,2
Privatsender	24,39	33,8	21,64	36,6
exklusiv Privatsender	3,40	4,7	2,75	4,7
beide Sendersysteme	20,99	29,1	18,89	32,0

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren) (D+EU), Erwachsene ab 18 Jahren (D), Sendungen im Ersten, ZDF, RTL, Sat.1.

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU/D), Kumulations- und Frequenzanalyse (Methode Seher).

Und in gleichem Umfang wurde die unterhaltende bzw. boulevardeske Aufbereitung der Berichterstattung bemängelt. Im Kreis dieser kritischen Stimmen wurde RTL zwar am häufigsten genannt – noch häufiger gaben aber die Befragten hinsichtlich dieser Aussagen zu Protokoll, dass sie auf keinen Sender zuträfen.

Gesamtreichweite der Sendungen am Wahlabend lag bei mehr als 45 Millionen Zuschauern

Am 27. September 2009 schlossen – wie stets bei Wahlen in Deutschland – um 18.00 Uhr die Wahllokale und genau zu diesem Zeitpunkt gaben die großen Fernsehsender die in ihrem Auftrag ermittelten Prognosen zum Wahlausgang bekannt. Bereits die ersten Hochrechnungen bestätigten den hier vorgelegten Trend und infolge der sich abzeichnenden relativ deutlichen Mehrheitsverhältnisse war klar, dass kein Wahlabend mit mehrfach wechselnden Regierungsoptionen bevorstand. Damit entfiel für viele Bürger die Notwendigkeit, durch das Verfolgen der aktuellen Hochrechnungen jederzeit auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Im Vergleich mit früheren Jahren lagen 2009 die durchschnittlichen Zuschauerzahlen vieler Wahl-sendungen etwas niedriger. Dennoch fanden die Berichte am Wahlabend ein sehr zahlreiches Publikum. Insgesamt informierten sich mehr als 45 Millionen Bürger und damit fast 69 Prozent der Wahlberechtigten in einer der Sendungen der großen Fernsehsender über den Ausgang der Bundestagswahl – und damit insgesamt sogar mehr als am Wahlabend der Bundestagswahl 2005 (vgl. Tabelle 16). Damals wie auch in diesem Jahr wurden die Angebote der öffentlich-rechtlichen Programme vom Publikum bevorzugt, die Berichte im Ersten und im ZDF waren für ein Großteil des Publikums die erste Wahl.

„Tagesschau“ und „Berliner Runde“ mit größter Resonanz

Die größte Resonanz erzielten dabei die „Tagesschau“ um 20.00 Uhr (13,14 Millionen Zuschauer/ Marktanteil 40,9% im Ersten, einigen Dritten, 3sat

und Phoenix) sowie die im Ersten und im ZDF parallel gezeigte traditionelle „Berliner Runde“ mit den Vorsitzenden der im Bundestag vertretenen Parteien (vgl. Tabelle 17). Vermutlich infolge des Wahlausgangs, der weitgehend mit den im Vorfeld der Wahl publizierten Erwartungen konform ging, fiel das Interesse hieran etwas geringer aus als im Jahr 2005, dennoch verfolgten weit mehr als 8 Millionen Zuschauer die Stellungnahmen der Wahlgewinner und -verlierer (8,65 Mio Zuschauer/ Marktanteil 25,4%).

Wie schon die Vorwahlberichterstattung wurde auch die Wahlabendberichterstattung dem Qualitätsurteil des Fernsehpublikums unterzogen. Die pauschale Bewertung der Sender anhand der Schulnoten macht im Unterschied zur Vorwahlberichterstattung deutlich:

Am Wahlabend fühlten sich die meisten

Zuschauer gut informiert

Während die Zuschauer – wie oben referiert – zwischen den Wahlkampfangeboten der Sender deutliche Qualitätsunterschiede ausmachten, fallen die Bewertungen der Wahlabendsendungen sehr ähnlich aus. Rund drei Viertel der Wahlabendzuschauer des Ersten, des ZDF und RTL beurteilten die Berichterstattung mit den Noten „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Abbildung 6). Das ZDF liegt mit einem Anteil von 77 Prozent knapp vor RTL (76%) und dem Ersten Programm, das einen Bestnotenanteil von 75 Prozent aufweist. Etwas deutlicher fällt der Bewertungsabstand zu Sat.1 aus. Aber mit einem Anteil von 64 Prozent wird der Wahlabend des Senders wesentlich besser bewertet als seine Wahlkampfberichterstattung. (2)

Die Ursachen für das zwischen den Sendern ausge-wogenere Zuschauerurteil haben zweifelsohne mit der Eigenart des Wahlabends zu tun: Die wichtigste Information des Abends ist das Wahlergebnis. Sobald es in Form einer Prognose oder Hochrechnung übermittelt wurde, ist der Informationsbedarf der meisten Zuschauer bereits gedeckt – vor allem wenn der Wahlausgang wie in diesem Jahr eindeutig ausfällt. Die Übermittlung dieser Basisinformationen wurde von allen untersuchten Sendern geleistet – somit fühlten sich die Zuschauer bei diesen Sendern ähnlich gut informiert.

Geht man in der Befragung auf Details des Wahl-abends ein, nehmen die Zuschauer sehr wohl Unterschiede zwischen den Sendern wahr. Die methodische Vorgehensweise ist mit der bei der Vorwahlberichterstattung identisch: Verschiedene Aussagen zur Berichterstattungsqualität wurden vorgestellt, und die Zuschauer des Wahlabends sollten angeben, auf welchen Sender sie am ehesten zuträfen. Erneut waren bis zu zwei Nennungen erlaubt.

Bei allen elf Qualitätskriterien stuften die Wahl-abendzuschauer die Angebote der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme besser ein als die der Privatsender, was sicherlich auch den unterschiedlichen Reichweiten geschuldet ist. Die größte Differenz ergab sich bei der Beurteilung der Modera-

Nachfrage zu Details der Berichterstattung erlaubt Differenzierung

Vor allem Moderatoren des Ersten und des ZDF besser beurteilt

⑰ **Wahlendungen am Abend des 27. September 2009**

Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

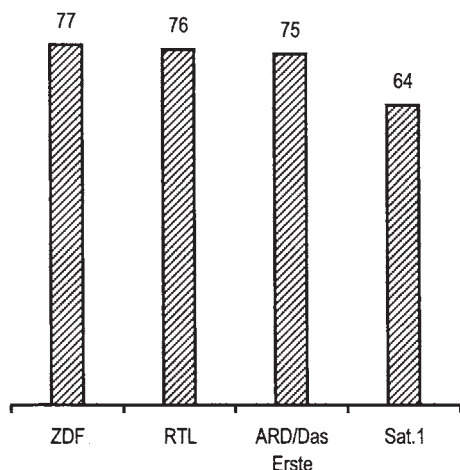
Sender	Titel	Beginn	Dauer	BRD gesamt		West MA in %	Ost MA in %
				Mio	MA in %		
Das Erste	Bundestagswahl 2009	17:07	2:52	4,54	20,6	22,4	13,7
Das Erste	Tagesschau	19:59	0:15	9,26	28,8	31,1	19,9
Das Erste	Berliner Runde	20:14	0:43	5,76	16,9	18,0	12,5
Das Erste	Tagesthemen Extra	20:59	0:11	5,02	14,7	15,5	11,3
Das Erste	Tagesthemen Extra	21:41	0:10	2,72	8,8	9,4	6,0
Das Erste	Anne Will	21:52	0:57	2,60	10,3	10,8	8,0
Das Erste	Tagesthemen	22:49	0:42	2,20	13,7	14,4	10,5
ZDF	Bundestagswahl 2009/Wahl Brandenburg und Schleswig-Holstein	16:49	2:05	2,39	13,2	13,7	11,3
ZDF	heute/Bundestagswahl 2009/Wahl Brandenb./Sl.Holst./Wetter	18:59	0:32	4,69	17,3	18,8	11,6
ZDF	Bundestagswahl 2009/Wahl Brandenburg und Schleswig-Holstein	19:32	0:43	3,18	10,4	11,1	7,5
ZDF	Berliner Runde	20:16	0:42	2,89	8,5	9,0	6,2
ZDF	Bundestagswahl 2009/Wahl Brandenburg und Schleswig-Holstein	20:58	0:46	3,28	9,9	10,4	7,7
ZDF	heute-journal/Bundestagswahl 2009/Brandenb./Sl.Holst./Wetter	21:45	0:41	4,11	14,6	15,5	10,6
ZDF	Bundestagswahl 2009/Wahl Brandenburg und Schleswig-Holstein	23:58	0:17	0,85	10,4	10,8	9,1
RTL	2009 - Wir wählen: Die Bundestagswahl	17:30	1:05	1,87	9,8	9,1	12,3
RTL	RTL aktuell - Weekend	18:45	0:28	3,54	13,8	13,0	17,2
RTL	2009 - Wir wählen: Die Bundestagswahl	19:13	0:15	3,49	12,7	12,1	15,3
RTL	RTL Nachtjournal Spezial - Wahlen 2009	21:41	0:01	3,95	12,5	13,1	9,9
RTL	RTL Nachtjournal Spezial: Die Bundestagswahl 2009	23:12	0:30	1,05	8,0	8,0	8,3
Sat.1	Entscheidung für Deutschland	17:54	1:25	0,70	3,3	3,4	2,9
Sat.1	Sat.1 News	23:30	0:09	1,70	5,3	5,2	5,8

Basis: Zuschauer gesamt (ab 3 Jahren).

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU).

Abb. 6 Bewertung der Qualität der Berichterstattung am Wahlabend

"Bitte sagen Sie mir für jeden Sender, wie Sie - alles in allem - die Berichterstattung dieses Senders am Wahlabend beurteilen."
Zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut", in %



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

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2009.

toren: 51 Prozent des Publikums waren der Überzeugung, dass die Sendungen im Ersten Programm am kompetentesten moderiert wurden (vgl. Tabelle 18). 39 Prozent waren der Ansicht, dies gelte eher für das ZDF. RTL und Sat.1 wurden von 13 bzw. 2 Prozent genannt. Insgesamt wurde die Berichterstattung von ARD und ZDF als informativer und verständlicher eingestuft – so äußern sich zumindest zwischen 40 und 50 Prozent der Zuschauer. Die entsprechenden Werte für RTL und Sat.1 liegen zwischen 2 und 15 Prozent.

Die Zuverlässigkeit der Prognosen und Hochrechnungen waren ebenfalls ein Unterscheidungsmerkmal zwischen den Sendersystemen, genauso wie die Anschaulichkeit der Ergebnisdarstellung. 41 bzw. 33 Prozent bekundeten zudem, dass aufschlussreiche Analysen am ehesten bei ARD oder ZDF zu sehen waren. Von RTL sagten dies 12 Prozent. Außerdem hatte das Wahlabendpublikum den Eindruck, dass insbesondere bei ARD und ZDF interessante Interviews mit den Politikern geführt wurden.

Zusammenfassend kann sowohl für die Vorwahlendungen als auch für die Ergebnisberichterstattung am Wahlabend ein deutlicher Qualitätsvorsprung der öffentlich-rechtlichen Sender konstatiert werden. Die Bewertungen der Fernsehzuschauer bescheinigen ARD und ZDF im Vergleich

**Zuverlässige
Prognosen und
Hochrechnungen**

**Zuschauer
bescheinigen ARD
und ZDF Glaubwürdigkeit, Objektivität
und Kompetenz**

18 Detailbewertung der Berichterstattung am Wahlabend

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

	Das Erste	ZDF	RTL	Sat.1
die Sendungen waren kompetent moderiert	51	39	13	2
war klar und verständlich	49	40	15	3
war sehr informativ	48	37	13	2
hier wurden die Ergebnisse anschaulich dargestellt	48	39	14	3
die Ergebnisse wurden sachkundig erklärt	48	36	13	2
brachte zuverlässige Prognosen und Hochrechnungen	47	35	12	2
brachte sofort die wichtigsten Ergebnisse	46	32	13	3
zeigte die Reaktionen der wichtigsten Politiker	43	33	11	2
die Sendungen waren sympathisch moderiert	42	36	16	3
brachte aufschlussreiche Analysen	41	33	12	2
hier wurden interessante Interviews geführt	38	34	12	2

Basis: Personen ab 18 Jahren, die am Wahlabend ferngesehen haben.

Quelle: ARD/ZDF Wahlrend 2009

19 Politikbild der Zuschauer

„Ich lese Ihnen jetzt eine Reihe von häufig gehörten Meinungen über Politik vor. Bitte sagen Sie mir, ob Sie der jeweiligen Meinung voll und ganz, weitgehend, weniger oder gar nicht zustimmen.“

Zusammengefasste Anteile für „voll und ganz“ und „weitgehend“ zu, in %

	2002	2005	2009
Politiker sagen nie, was sie wirklich denken	69	75	71
Die Parteien wollen nur die Stimmen der Wähler, ihre Ansichten interessieren sie nicht	55	63	55
Politik ist ein schmutziges Geschäft	45	55	43

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend-Befragungen 2002, 2005 und 2009.

20 Zufriedenheit mit der Demokratie

„Noch eine Frage zur Demokratie in Deutschland: Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland besteht?“

Zusammengefasste Anteile für „sehr“ und „überwiegend zufrieden“, in %

	2002	2005	2009
sehr oder überwiegend zufrieden	68	45	64
etwas oder sehr unzufrieden	32	53	35

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend-Befragungen 2002, 2005 und 2009.

doch mehr der spezifischen Erwartungshaltung bei dieser Wahl und ihrem Ausgang geschuldet zu sein, denn als Ausdruck einer generell stärkeren Entfremdung vom politischen Geschehen. Denn die Systemzufriedenheit und das Bild, das die Bundesbürger von der Politik haben, wurden vor vier Jahren deutlich pessimistischer eingestuft als in diesem Jahr (vgl. Tabellen 19 und 20).

mit den Privatsendern eine größere Glaubwürdigkeit sowie mehr Objektivität und Kompetenz bei der Information über die Bundestagswahl. Getragen wird diese Präferenz von allen Bevölkerungsgruppen, aber ausdrücklich auch von den jüngeren Zuschauern. Weiterhin wurde die Berichterstattung aller vier großen Hauptprogramme als ausgewogen wahrgenommen – ein Eindruck, den die Wähler aller Parteien bekundeten.

Rückläufiges Interesse an Wahl trotz großer Systemzufriedenheit

Bedauerlich ist das insgesamt etwas rückläufige Interesse an der Bundestagswahl, das in Reichweitenrückgängen bei den Zeitungen und beim Fernsehen erkennbar ist, ohne allerdings in gleichem Umfang durch andere Mediengattungen wie dem Internet kompensiert zu werden. Dies scheint je-

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Pew Research Center: The Internet's Role in Campaign 2008 unter: <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/6-The-Internets-Role-in-Campaign-2008.aspx>.
- 2) Im Unterschied zur Untersuchung von vor vier Jahren können in diesem Jahr die Bewertungen der anderen Sender – vor allem der spezifischen Nachrichtenkanäle – nicht dokumentiert werden. Grund hierfür sind zu niedrige Fallzahlen für die Publika dieser Sender.

