

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und des AGF-Fernsehpanels

## ▶ **Berichterstattung zur Bundestagswahl 2013 aus Sicht der Zuschauer**

Von *Claudia Gscheidle\** und *Heinz Gerhard\*\**

**1 204 Wahlberechtigte zur Medienberichterstattung im Bundestagswahlkampf befragt**

Zur Bundestagswahl 2013 hat die ARD/ZDF-Medienkommission, wie auch schon bei den vorangegangenen Wahlen, eine Begleituntersuchung in Auftrag gegeben, in der die wahlberechtigten Bundesbürger gebeten wurden, über die Medienberichterstattung zur Bundestagswahl zu urteilen. So lassen sich – über die Messdaten des AGF-Fernsehpanels hinaus, die im folgenden Artikel ebenfalls referiert werden – die Fragen beantworten: In welchen Medien haben sich die Bundesbürger bevorzugt über die Bundestagswahl und den Wahlkampf informiert? Wie bewerten sie die Wahlberichterstattung insgesamt und im Detail? Welche Sender informierten am besten und warum? Auf diese und weitere Fragen sollen nachfolgend die Daten der Repräsentativbefragung von ARD und ZDF Antwort geben. Hierzu wurden zwischen dem 23. und 25. September 1 204 wahlberechtigte Bundesbürger vom Institut mindline media telefonisch gebeten, die Fernsehberichterstattung während des Wahlkampfes und am Wahlabend zu bewerten.

**Interesse an Bundestagswahl stabil**

Das Interesse an der Bundestagswahl ist gegenüber 2009 gleich geblieben: Eine Mehrheit von 54 Prozent der Bundesbürger äußerte ein „starkes“ oder „sehr starkes“ Interesse an der Bundestagswahl; vor vier Jahren waren es 53 Prozent. (1) Dieses Ergebnis deckt sich mit der Wahlbeteiligung: Gingen 2009 71 Prozent der Wahlberechtigten Bürger zur Urne, waren es in diesem Jahr 72 Prozent. Ein grundlegendes Interesse an der Bundestagswahl kann also bestätigt werden. Langweilig – wie manche politische Beobachter es andeuteten – empfanden die Bürger den Wahlkampf nicht: 56 Prozent waren der Meinung, dass der Wahlkampf kontrovers genug geführt worden sei. Das sind 12 Prozentpunkte mehr als 2009. Die Erwartungshaltung an die Dramaturgie des Wahlkampfes fällt in der Wählerschaft eher nüchtern aus: Drei Viertel (74 %) der Befragten gaben an, dass es ausreichend ist „wenn die Argumente sachlich vorgetragen werden“ und nur für 23 Prozent gehört „ein richtiger Schlagabtausch“ zum Wahlkampf dazu (vgl. Tabelle 1).

### **Bewertung der Wahlberichterstattung**

Das Fernsehen war auch bei diesem Bundestagswahlkampf mit Abstand die wichtigste Informationsquelle. Zwei Drittel der Wähler (66 %) informierten sich im Fernsehen über die Wahl (vgl. Tabelle 2). Zeitungen weisen mit einem Nutzungsanteil von 38 Prozent erneut die zweitgrößte Bedeutung auf; der Abstand der Zeitung zum Internet als Informationsquelle (23 %) ist jedoch geringer geworden: Lag dieser bei der Bundestagswahl 2009 noch bei 26 Prozentpunkten, waren es in diesem Jahr nur noch 15 Prozentpunkte. Grund dafür ist nicht nur die gestiegene Bedeutung des Internets (plus 5 %-Punkte), sondern auch der Rückgang auf Seiten der Zeitungen um 6 Prozentpunkte. Der Hörfunk wurde von 16 Prozent der Wähler als Informationsquelle genannt und steht damit erstmals auf dem vierten Platz, gefolgt von den Zeitschriften, in denen sich 9 Prozent der Wähler über den Bundestagswahlkampf informiert haben.

Der Vorrang des Fernsehens gilt nach wie vor in allen Bevölkerungsgruppen. Je jünger die Bürger sind, desto größer wird jedoch die Bedeutung des Internets als Informationsquelle: Die 18- bis 29-Jährigen gaben an, Fernsehen und Internet gleichermaßen (je 59 %) zur Information über den Wahlkampf genutzt zu haben. In einem zweiten Schritt wurde gefragt, über welches Medium „hauptsächlich“ Informationen zur Bundestagswahl bezogen wurden, um mehr über das relative Nutzungsvolumen zu erfahren. Dabei zeigte sich, dass im Vergleich zu den vergangenen beiden Wahlen die Bedeutung der Mediengattungen bei der zugespitzten Fragestellung keine signifikanten Änderungen erfahren hat: Einzig die Bedeutung des Internets als Informationsquelle ist leicht von 8 auf 13 Prozent angestiegen (vgl. Abbildung 1). Unabhängig davon bleibt das Fernsehen mit Abstand das wichtigste Medium, wenn es darum geht, sich über den Wahlkampf zu informieren: Jeder Zweite gibt an, seine Informationen zum Wahlkampf hauptsächlich hieraus bezogen zu haben.

Medienberichte, in denen eine ansteigende Wichtigkeit von Facebook und Twitter im Wahlkampf beschrieben wurde, konnten durch diese Repräsentativbefragung nicht bestätigt werden: Nur 8 Prozent derer, die sich im Internet über den Wahlkampf informiert haben, haben dafür soziale Netzwerke genutzt. Dieser Wert liegt auf dem gleichen Niveau wie vor vier Jahren. Wichtigere, wahlrelevante Informationsquellen im Internet – sind die Onlineangebote der Presse (41 %), die Nachrichtenseiten von Internetanbietern und Suchmaschinen (30 %), Onlineseiten von Fernsehsendern (23 %) sowie von Parteien und Politikern (22 %) (vgl. Tabelle 3).

Darüber hinaus bot die Bundeszentrale für Politische Bildung auch in diesem Wahljahr auf der eigenen und anderen Internetseiten den Wahl-O-

**Fernsehen wichtigste Informationsquelle im Bundestagswahlkampf**

**Bedeutung des Internets als Informationsquelle gewachsen**

**Im Internet sind Onlineseiten von Presse, Internetanbietern und TV-Sendern wichtigste Infoquellen**

**Wahl-O-Mat von 57% der Internetnutzer genutzt**

\* Medienforschung Programmdirektion Das Erste München.  
\*\* ZDF-Medienforschung, Mainz.

**Tab. 1 Bewertung des Wahlkampfs**  
Manche behaupten, der Wahlkampf sei nicht kontrovers genug geführt worden. Sind Sie auch dieser Meinung?

ja	34
nein	56
weiß nicht / k. A.	10

„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	23
Mir reicht es, wenn die Argumente sachlich vorgetragen werden	74

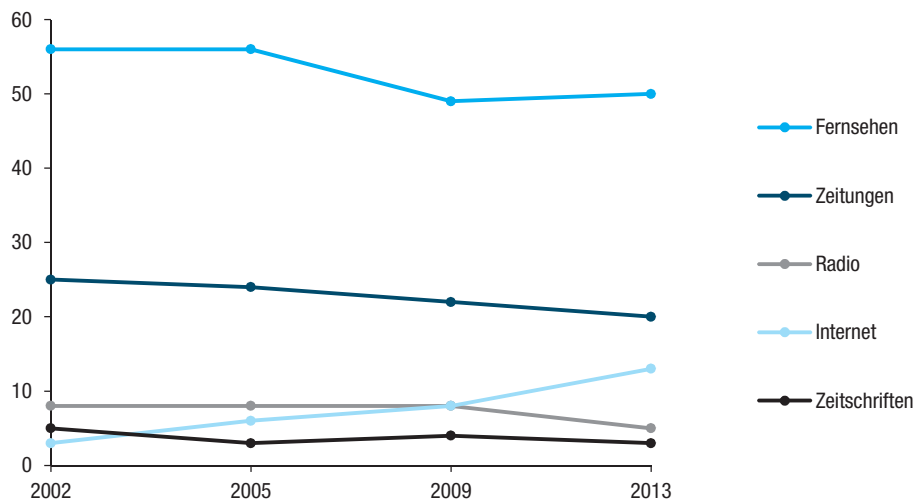
Basis: alle Befragten (n=1.204).  
Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2013.

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

Medium	BRD gesamt	Erwachsene 18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	66	59	62	71
Zeitung	38	29	38	42
Internet	23	59	23	9
Hörfunk	16	18	17	15
Zeitschriften	9	4	12	8

Basis: alle Befragten (n=1.204).  
Quelle: ARD/ZDF-Wahltrend 2013.

**Abb. 1 Informationsquellen über die Bundestagswahl**  
"In welchem Medium haben Sie sich hauptsächlich über den Wahlkampf informiert?"  
Nur eine Nennung möglich, Angaben in %



Basis: alle Befragten  
Quelle: ARD/ZDF-Wahltrenduntersuchungen 2002, 2005, 2009 und 2013.

Mat an, durch den die Wahlinteressierten ihre Positionen mit denen der Parteien vergleichen konnten. Der Wahl-O-Mat ist jedoch nicht als Wahlempfehlung zu verstehen, sondern als Informationsangebot über Wahlen und Politik. Zur Bundestagswahl 2002 wurde er erstmals angeboten und hat sich seitdem zu einer festen Informationsgröße im Vorfeld der Wahlen etabliert: 57 Prozent der Internetnutzer haben ihre Wahlpräferenz anhand des Wahl-O-Mats überprüft.

Diese Fragen sollen mit Hilfe der Daten des AGF-Fernsehpanels beantwortet werden. Insgesamt waren es knapp 48 Millionen Menschen und damit 67 Prozent aller Zuschauer, die sich mindestens eine Sendung zur Bundestagswahl im Fernsehen angesehen haben (vgl. Tabelle 4). Betrachtet man nur die Wahlberechtigten, erhöht sich dieser Wert auf 73 Prozent. Dies entspricht 43,75 Millionen Bundesbürgern ab 18 Jahren.

**Knapp drei Viertel aller Wahlberechtigten sahen mindestens eine Wahlsendung im Fernsehen**

Welche Fernsehsendungen wurden neben den regulären Nachrichten- und Magazinsendungen zur Bundestagswahl angeboten, um sich umfassend über die Wahlprogramme und Kandidaten der Parteien zu informieren? Und wie stark wurden die Angebote von den Zuschauern nachgefragt?

**Tab. 3 Internetnutzung im Wahlkampf**  
„Bei welchen Internetseiten haben Sie sich da informiert. War das ...“  
Mehrfachnennungen möglich, in %

bei Internetseiten von Zeitungen und Zeitschriften	41
auf den Nachrichtenseiten von Internetanbietern und Suchmaschinen	30
bei Internetseiten von Fernsehsendern	23
bei Internetseiten von Parteien und Politikern	22
in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter	8
in Foren oder Blogs	3
bei Internetseiten von Radiosendern	3
auf Videoplattformen wie YouTube oder MyVideo	2
bei anderen Internetseiten	11

Basis: Personen, die sich über den Wahlkampf im Internet informierten (n=333).

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2013.

**Tab. 4 Informationsquellen über die Bundestagswahl**  
Zuschauer, die mindestens eine Sondersendung zum Wahlkampf  
gesehen haben  
Nettowerte in Mio und %

Medium	Zuschauer gesamt		Erwachsene ab 18 J.	
	Mio	%	Mio	%
alle Sender	47,87	66,7	43,75	72,9
Das Erste	29,55	41,2	28,07	46,8
ZDF	30,01	41,8	28,45	47,4
RTL	11,81	16,5	11,03	18,4
Sat.1	3,27	4,6	3,07	5,1
ProSieben	11,96	16,7	10,06	16,8
öffentlich-rechtliche Sender	38,79	54,1	36,41	60,7
exklusiv öffentlich-rechtliche Sender	25,90	36,1	24,31	40,5
Privatsender	21,97	30,6	19,44	32,4
exklusiv Privatsender	9,08	12,7	7,34	12,2
beide Sendersysteme	12,89	18,0	12,10	20,2

Basis: Zuschauer gesamt (D+EU), Erwachsene ab 18 Jahren mit deutscher Staatsbürgerschaft, Sendungen im Ersten, im ZDF, bei RTL, Sat.1 und ProSieben (vgl. Tabellen 5–9).

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

**Wahlsendungen der ö.-r. Sender deutlich stärker nachgefragt**

Die Mehrzahl der Bürger informierten sich dabei vor allem im Ersten und dem ZDF: 38,79 Millionen Menschen schalteten die Wahlsendungen in den öffentlich-rechtlichen Programmen ein. 25,90 Millionen informierten sich sogar ausschließlich bei diesen Sendern. Die Wahlkampfsendungen der privaten Sender RTL, Sat.1 und ProSieben wurden von 21,97 Millionen Menschen eingeschaltet, jedoch waren es nur 9,08 Millionen, die sich ausschließlich in diesen Programmen informierten. Das Programmangebot der öffentlich-rechtlichen Sender war nicht nur umfangreicher als das der Privatsender – wie nachfolgend beschrieben wird –, sondern wurde vom Publikum auch deutlich stärker nachgefragt.

Der Umfang der Berichterstattung über den Wahlkampf in den großen Sendern war in diesem Jahr größer als in den Wahljahren zuvor: Umfasste die Fernsehberichterstattung vor acht Jahren 101 Stunden und vor vier Jahren 109 Stunden, summierten sich die Beiträge in diesem Jahr auf 114 Stunden. Der wichtigste Grund für diesen Anstieg ist ein erweitertes Programmangebot von ProSieben. Der Sender berichtete in diesem Jahr 23 Stunden über den Wahlkampf und damit knapp 20 Stunden mehr als noch bei der Bundestagswahl 2009 (vgl. Abbildung 2). Neben dem TV-Duell, das in diesem Jahr zum ersten Mal nicht bei Sat.1 sondern bei ProSieben ausgestrahlt wurde, rief der Sender zwei neue Sendungsformate ins Leben: „Absolute Mehrheit“ – eine Polit-Talkshow mit Politikern, Prominenten und weniger bekannten Personen und „Task Force Berlin“ – eine Gesprächssendung, in der ein Prominenter sich mit Erstwählern über Politik unterhielt und deren Wünsche in einem weiteren bilateralen Gespräch mit einem Politiker diskutierte. Die beiden Sendungen wurden in diesem Jahr sechs- bzw. viermal ausgestrahlt. Darüber hinaus engagierte ProSieben sich in seinen regulären Sendungen „Taff“ und „Galileo“ mit jeweils einer Themenwoche zur Wahl.

Der weitaus größte Anteil an Sendungen rund um die Bundestagswahl entfiel auch 2013 auf die öffentlich-rechtlichen Programme (vgl. Tabellen 5 bis 9). Allein Das Erste und das ZDF informierten in ihren Sendungen rund 78 Stunden über die Bundestagswahl. Das entspricht einem Anteil von 68 Prozent am gesamten Programmangebot der fünf hier dargestellten Sender. ARD und ZDF boten nicht nur die meisten Wahlsendungen an, sondern mit großem Abstand auch die publikumstärksten: Lässt man das TV-Duell als großes Fernsehereignis im Wahlkampf mit seinen informierenden und einordnenden Vor- und Nachberichten einmal außer Acht, waren es immer noch fünf Sendungen in den öffentlich-rechtlichen Programmen, die ein Publikum von jeweils mehr als fünf Millionen Zuschauern vor den Bildschirmen versammelten. Bei den Privatsendern blieben die Sehbeteiligungswerte ausnahmslos unter der Marke von drei Millionen Zuschauern.

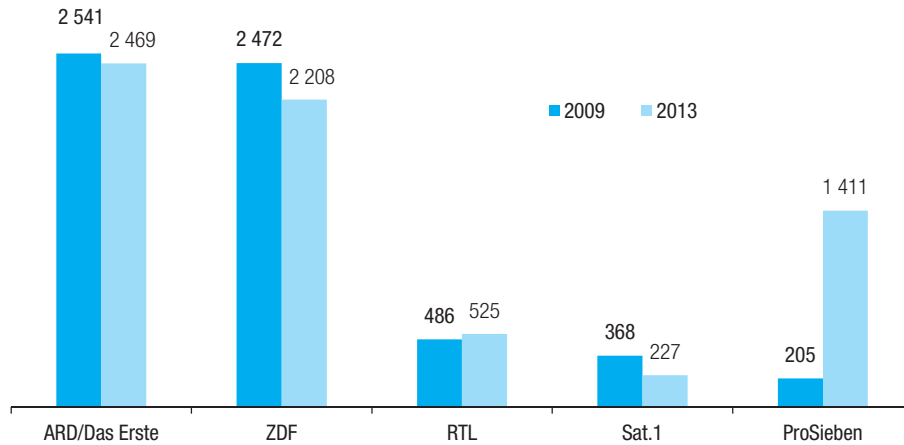
Das TV-Duell war in diesem Jahr nach dem Fußball-Champions-League-Finale die meistgesehene Sendung des Jahres. Den parallel auf fünf Sendern (ARD, ZDF, RTL, ProSieben und Phoenix) ausgestrahlten Schlagabtausch zwischen Bundeskanzlerin Angela Merkel und ihrem Herausforderer Peer Steinbrück schalteten am 1. September insgesamt 17,70 Millionen Zuschauer ein. Der Marktanteil lag bei 50,6 Prozent (vgl. Tabelle 10). Das Publikum verteilte sich jedoch nicht gleichmäßig auf die übertragenden Sender: 79 Prozent der Zuschauer verfolgten die 90-minütige Diskussion im Ersten oder dem ZDF, 21 Prozent bei RTL und ProSieben. Die Präferenz für die öffentlich-

**Umfang der Wahlberichterstattung 2013 gestiegen**

**68 % aller Wahlsendungen in ö.-r. Programmen**

**TV-Duell erreichte 17,7 Millionen Zuschauer – knapp 80 % davon im Ersten und dem ZDF**

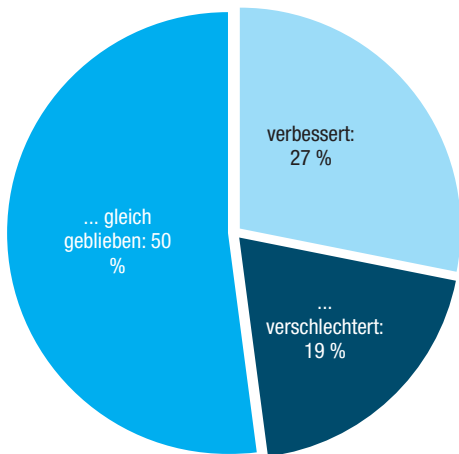
**Abb.2 Programmvolume der Sender zur Wahlberichterstattung 2009 und 2013**  
Angaben in Minuten



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

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

"Hatte sich Ihre Meinung über Peer Steinbrück nach dem TV-Duell ..."

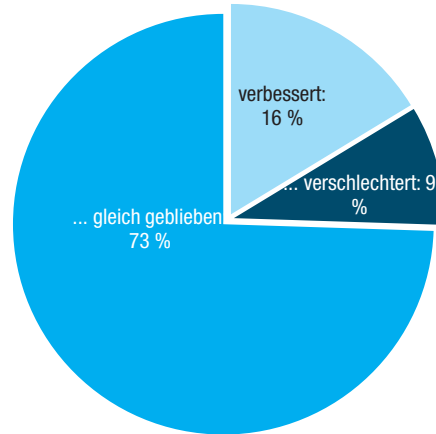


Basis: Seher des TV-Duells.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2013.

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

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



Basis: Seher des TV-Duells.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2013.

rechtlichen Programme lässt sich bei allen Zuschauergruppen beobachten: Jüngere (14-49 Jahre: 64 %) und ältere Zuschauer (ab 50 Jahre: 87 %), Männer (79 %) und Frauen (78 %), Ostdeutsche (73 %) und Westdeutsche (80 %) sahen sich das Duell stets mehrheitlich bei ARD und ZDF an.

Die Zuschauer des TV-Duells wurden auch zu ihrer Wahrnehmung der beiden Kandidaten vor und nach dem Schlagabtausch befragt (vgl. Abbildungen 3 und 4). Auf die Frage, ob sich ihre Meinung über Angela Merkel nach dem Duell verbessert oder verschlechtert habe, kamen 16 Prozent zu einem positiven und 9 Prozent zu einem negativen Urteil. Für drei Viertel der Befragten hatte

das Duell keinen Einfluss auf die Meinung über die Kanzlerin. Peer Steinbrück erreicht sowohl bei den positiven (27 %) als auch bei den negativen (19 %) Änderungen im Meinungsbild höhere Werte. Dieses Muster zeigte sich auch schon bei den Fernsehduellen der letzten Wahlen und ist darauf zurückzuführen, dass der Herausforderer – anders als der Kanzler bzw. in diesem Jahr die Kanzlerin – dem Wahlvolk in dieser direkten und prominenten Art der Darstellung nicht so bekannt ist.

**Tab. 5 Sendungen des Ersten mit Bezug zur Bundestagswahl 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
				Mio	MA in %
Hart aber fair	06.05.	21:08	01:16	2,99	10,4
Hart aber fair	10.06.	21:01	01:15	2,66	8,8
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	30.06.	18:30	00:18	1,24	6,6
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	07.07.	18:28	00:18	0,76	5,6
Presseclub	14.07.	12:03	00:40	0,76	6,8
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	14.07.	18:28	00:19	1,07	6,4
Menschen bei Maischberger	06.08.	22:53	01:14	1,61	12,7
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	11.08.	18:29	00:19	1,12	6,3
Bericht aus Berlin – Sommerinterview	18.08.	18:28	00:18	1,78	9,2
Der Kandidaten-Check	21.08.	22:51	00:42	1,38	9,2
Bericht aus Berlin - Sommerinterview	25.08.	18:28	00:18	1,76	8,8
Günther Jauch	25.08.	21:43	01:02	5,04	18,7
Überzeugt uns! Der Politiker-Check	26.08.	22:37	01:30	1,46	10,2
Günther Jauch – vor dem Duell	01.09.	20:15	00:14	7,89	24,4
Das TV-Duell: Merkel - Steinbrück	01.09.	20:29	01:33	10,13	29,0
Günther Jauch – nach dem Duell	01.09.	22:03	01:01	8,25	30,2
Der TV-Dreikampf	02.09.	20:15	01:00	4,05	13,1
Hart aber fair	02.09.	21:16	01:15	3,88	13,6
Presseclub	08.09.	12:03	00:40	0,75	6,1
Wahlarena – Zuschauer fragen Angela Merkel	09.09.	20:16	01:14	3,19	10,2
Hart aber fair	09.09.	21:31	00:59	3,57	12,6
Der Kampf der Kleinen	09.09.	23:06	01:29	0,84	7,1
Wahlarena – Zuschauer fragen Peer Steinbrück	11.09.	20:15	01:16	3,85	12,8
Anne Will	11.09.	22:53	01:14	1,74	13,2
Günther Jauch	15.09.	21:43	00:59	4,64	17,3
Deutschland ungerecht?	16.09.	20:16	00:43	2,27	7,2
Hart aber fair	16.09.	20:59	01:15	3,15	10,2
Das Duell	16.09.	22:52	00:44	1,98	12,5
Menschen bei Maischberger	17.09.	22:55	01:14	1,49	11,3
Anne Will	18.09.	22:54	01:14	1,60	11,2
Berliner Runde	19.09.	20:14	01:29	2,58	8,7
Beckmann	19.09.	22:49	01:14	0,97	7,1
Der Kampf ums Kanzleramt	21.09.	00:08	02:51	0,32	4,8
Presseclub	22.09.	12:03	00:40	0,91	7,6
Bundestagswahl 2013	22.09.	17:00	02:54	5,26	21,7
Berliner Runde	22.09.	20:14	00:45	5,85	16,9
Tagesthemen extra	22.09.	21:00	00:09	5,96	17,0
Günther Jauch	22.09.	21:10	01:02	5,87	17,9
Tagesthemen extra	22.09.	23:27	00:05	1,41	10,3
Tagesthemen extra	22.09.	23:53	00:05	1,10	10,5
Brennpunkt: Deutschland hat gewählt	23.09.	20:15	00:47	3,01	9,4
Hart aber fair	23.09.	21:02	01:15	3,62	12,1

Basis: Zuschauer gesamt.

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

<b>Tab. 6 Sendungen des ZDF mit Bezug zur Bundestagswahl 2013</b>					
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %					
Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
				Mio	MA in %
MdB – abgeordnet in den Bundestag	25.06.	00:46	00:43	0,31	5,9
Politbarometer	03.07.	22:40	00:06	3,16	14,3
maybrit illner	05.07.	22:17	00:57	2,36	11,9
maybrit illner	12.07.	22:15	01:05	2,30	10,6
Politbarometer	18.07.	22:23	00:06	2,24	8,9
Berlin direkt - Sommerinterview	19.07.	19:10	00:19	2,39	10,5
Politbarometer	21.07.	22:24	00:06	2,38	10,0
Berlin direkt – Sommerinterview	23.07.	19:10	00:18	2,14	10,5
Berlin direkt – Sommerinterview	24.07.	19:10	00:18	1,31	6,8
Berlin direkt – Sommerinterview	26.07.	19:09	00:18	2,81	12,4
Politbarometer	28.07.	22:22	00:06	1,69	8,1
Berlin direkt – Sommerinterview	02.08.	19:10	00:17	1,69	8,7
ZDFzeit: Kante Klartext Kandidat	04.08.	20:15	00:43	1,83	6,9
ZDFzeit: Macht Mensch Merkel	04.08.	20:15	00:43	2,80	10,0
Die Debatte	05.08.	22:17	01:05	2,02	11,1
Politbarometer	06.08.	22:23	00:06	2,09	9,7
Berlin direkt – Sommerinterview	07.08.	19:09	0:21	2,53	11,1
ZDFzeit: Der Deutschland-Test	09.08.	20:15	0:43	2,69	9,9
Politbarometer	11.08.	22:22	0:05	2,29	9,8
Berlin direkt – Sommerinterview	11.08.	19:10	0:19	2,24	9,5
illner intensiv	18.08.	23:57	0:32	1,15	13,1
illner intensiv	21.08.	22:43	0:34	1,45	8,8
Wie wählt Deutschland? – Pilawas Generationen-Quiz	23.08.	20:14	1:28	2,65	9,5
Politbarometer	25.08.	22:09	0:06	3,19	12,9
illner intensiv	27.08.	22:17	0:30	2,18	10,5
illner intensiv	30.08.	22:48	0:29	2,00	11,7
illner intensiv	30.08.	00:05	0:35	1,48	14,9
heute-journal spezial	30.08.	20:23	0:06	3,17	9,6
Das TV-Duell: Merkel – Steinbrück	01.09.	20:30	1:33	3,75	10,7
heute-journal spezial / Wetter	03.09.	22:03	0:46	3,43	11,9
maybrit illner spezial	04.09.	22:49	1:02	2,07	11,8
Wie geht's, Deutschland?	06.09.	20:15	1:27	3,16	11,4
Wie geht's, Deutschland? – Die Dokumentation	07.09.	20:15	0:46	3,17	11,2
Wie geht's, Deutschland?	08.09.	22:17	1:29	1,52	9,2
Politbarometer	10.09.	22:07	0:05	3,76	16,0
maybrit illner	10.09.	22:15	1:04	2,38	13,0
Precht	11.09.	00:04	0:44	0,48	6,3
Die Debatte	13.09.	22:15	0:59	1,94	9,9
Politbarometer	13.09.	22:24	0:06	2,89	11,8
ZDF spezial: Machtoptionen – Endspurt vor der Bundestagswahl	13.09.	19:23	0:14	2,71	11,3
Berliner Runde	14.09.	20:15	1:29	1,42	4,8
Politbarometer	15.09.	21:55	0:03	2,74	10,2

(Fortsetzung nächste Seite)

**Tab. 6 Sendungen des ZDF mit Bezug zur Bundestagswahl 2013 (Fortsetzung)**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
				Mio	MA in %
maybrit illner	15.09.	22:16	1:03	2,34	12,0
log in	15.09.	23:03	0:59	0,98	6,0
Die Getriebenen	16.09.	00:03	0:28	0,57	5,5
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	18.09.	16:59	1:54	3,08	14,3
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	20.09.	19:32	0:42	4,11	13,0
ZDF/ARD Berliner Runde	20.09.	20:15	0:44	3,02	8,8
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	21.09.	21:00	0:45	2,63	7,7
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	22.09.	22:40	1:21	2,27	15,1
ZDF spezial: Deutschland hat gewählt	22.09.	11:56	2:52	0,70	8,3
ZDF spezial: Deutschland hat gewählt	23.09.	19:29	0:43	2,97	11,1

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 7 Sendungen von RTL mit Bezug zur Bundestagswahl 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
				Mio	MA in %
Meine Wahl – an einem Tisch mit Peer Steinbrück	18.08.	19:05	00:53	1,87	7,8
Meine Wahl – an einem Tisch mit Angela Merkel	25.08.	19:05	00:53	2,91	11,7
Das TV-Duell: Der Countdown	01.09.	20:12	00:17	1,92	6,0
Das TV-Duell: Merkel – Steinbrück	01.09.	20:30	01:30	2,21	6,3
Das TV-Duell: Die Analyse	01.09.	22:00	00:16	1,93	6,0
Wahlkampf undercover: Peter Klöppel und sein Team blicken hinter die Kulissen	08.09.	23:05	00:37	1,24	8,5
Wie tickt Deutschland? Das große Live-Experiment	21.09.	20:15	02:35	1,92	6,9
Tag der Entscheidung – Deutschland wählt	22.09.	17:45	00:57	1,69	7,3
Tag der Entscheidung – Deutschland wählt	22.09.	19:08	00:25	2,06	7,0
Tag der Entscheidung	22.09.	20:03	00:03	2,27	7,0
Tag der Entscheidung – Deutschland hat gewählt	22.09.	22:10	00:15	1,43	5,2

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 8 Sendungen von Sat.1 mit Bezug zur Bundestagswahl 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
				Mio	MA in %
Eins gegen Eins	25.06.	23:21	00:39	0,83	6,4
Eins gegen Eins	02.07.	23:21	00:38	0,68	5,8
Das Sat.1 Sommerinterview – Marc Bator im Gespräch mit Peer Steinbrück	13.08.	23:15	00:15	0,61	4,5
Das Sat.1 Sommerinterview – Marc Bator im Gespräch mit Angela Merkel	21.08.	23:14	00:16	0,56	4,1
Eins gegen Eins	03.09.	23:22	00:38	0,63	5,4
Eins gegen Eins	10.09.	23:17	00:38	0,48	3,8
Eins gegen Eins	17.09.	23:34	00:39	0,48	4,8

Basis: Zuschauer gesamt.

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



**Tab. 9 Sendungen von ProSieben mit Bezug zur Bundestagswahl 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Datum	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
				Mio	MA in %
Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen	17.02.	22:50	01:18	0,80	5,1
Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen	24.03.	22:51	01:23	0,89	6,6
Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen	28.04.	22:30	1:32	1,03	6,58
Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen	26.05.	22:14	1:38	0,55	2,92
taff	26.08.	16:59	0:42	0,55	4,87
Task Force Berlin	26.08.	23:03	0:44	0,47	3,51
taff	27.08.	16:58	0:44	0,60	5,33
Task Force Berlin	27.08.	23:10	0:42	0,51	3,84
taff	28.08.	16:58	0:44	0,68	6,26
Task Force Berlin	28.08.	23:12	0:43	0,48	4,06
taff	29.08.	16:59	0:44	0,54	5,42
Task Force Berlin	29.08.	23:27	0:42	0,33	3,05
taff	30.08.	16:59	0:43	0,52	5,40
Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen	01.09.	20:14	0:15	1,22	3,78
Das TV-Duell: Merkel – Steinbrück	01.09.	20:30	1:33	1,53	4,39
Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen	01.09.	22:03	0:48	1,23	4,30
Galileo	16.09.	19:05	0:51	1,24	5,03
Galileo	17.09.	19:05	0:51	1,30	5,19
Galileo	18.09.	19:05	0:51	1,27	5,19
Galileo	19.09.	19:05	0:51	1,18	4,89
Galileo	20.09.	19:05	0:50	1,36	5,77
Galileo	21.09.	19:03	0:52	1,06	4,75
TV total Bundestagswahl 2013	21.09.	20:14	2:32	1,63	6,05
Galileo	22.09.	19:06	0:45	1,25	4,13

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 10 Zuschauer des TV-Duells am 1. September 2013**

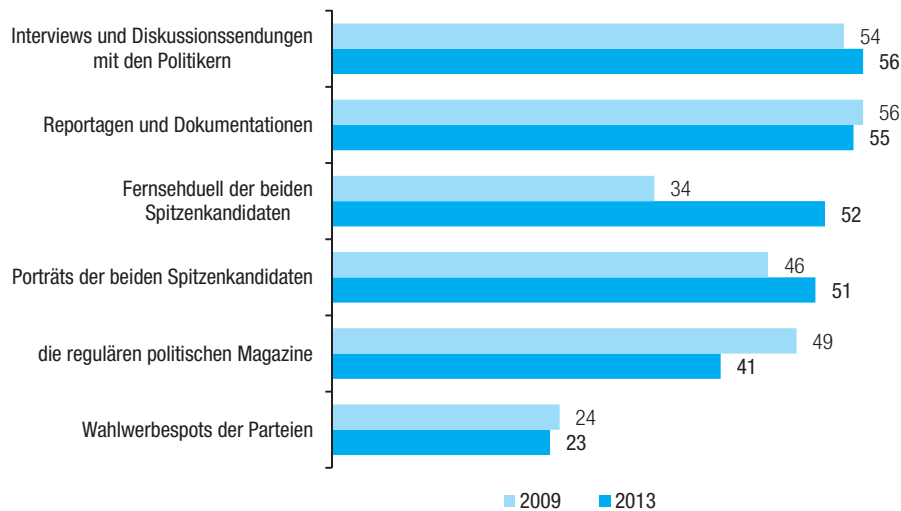
Sender	Zuschauer gesamt (D+EU)						Erwachsene			
	BRD gesamt		West		Ost		ab 18 J.		18-49 J.	
	Mio	MA in %	Mio.	MA in %	Mio.	MA in %	Mio	MA in %	Mio	MA in %
Das Erste	10,13	29,0	8,38	30,5	1,75	23,5	9,67	29,6	2,88	22,2
ZDF	3,75	10,7	3,10	11,3	0,65	8,7	3,62	11,1	0,87	6,7
RTL	2,21	6,3	1,64	6,0	0,57	7,7	2,09	6,4	1,11	8,5
ProSieben	1,53	4,4	1,20	4,4	0,33	4,4	1,37	4,2	1,02	7,9
Phoenix	0,08	0,2	0,05	0,2	0,03	0,3	0,07	0,2	0,03	0,2
öffentlich-rechtliche Sender	13,95	39,9	11,53	41,9	2,42	32,5	13,36	40,9	3,78	29,2
Privatsender	3,75	10,7	2,84	10,3	0,90	12,1	3,46	10,6	2,13	16,4
Gesamt	17,70	50,6	14,37	52,2	3,33	44,6	16,83	51,5	5,91	45,6

Basis: alle Zuschauer; Erw. ab 18 J./Erw. 18-49 J. mit deutscher Staatsbürgerschaft.

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



**Abb. 5 Informationsqualität verschiedener Sendungsformate im Wahlkampf**  
 "Wie gut hat Sie persönlich diese Sendungsart zur Bundestagswahl informiert?"  
 Zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut", in %



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

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2013.

**Informationswert von Interviews und Diskussionssendungen am höchsten bewertet**

Neben dem TV-Duell boten die Fernsehsender eine Reihe weiterer Sendungsformen zum Bundestagswahlkampf an. Die Informationsleistung von Interviews und Diskussionssendungen mit Politikern wurde von den Befragten im Vergleich der verschiedenen Fernsehsendungsformate mit 56 Prozent am höchsten eingestuft (vgl. Abbildung 5). Danach folgten – anders als bei den letzten Wahlkämpfen Reportagen und Dokumentationen (55 %), die Portraits der Spitzenkandidaten (51 %) sowie die regulären politischen Magazine (41 %). Am wenigsten informativ wurden die Wahlwerbespots der Parteien selbst eingestuft (23 %). Besonders hervorzuheben ist die Bedeutung des Fernsehduells der beiden Spitzenkandidaten, das bei der Bewertung der Informationsqualität seinen Wert um 18 Prozentpunkte steigern konnte und somit für die Zuschauer mit 52 Prozent erstmals drittwichtigstes Sendungsformat im Wahlkampf war. Waren 2005 noch 42 Prozent und 2009 sogar nur 34 Prozent der Ansicht, dass das TV-Duell „sehr gut“ oder „gut“ über den Wahlkampf informierte, waren in diesem Jahr 52 Prozent dieser Meinung.

**Drei Viertel bewerten Wahlberichterstattung der ö.-r. Sender als „sehr gut“ oder „gut“**

Um neben den bloßen Nutzungsdaten des AGF-Fernsehpanels auch ein qualitatives Zuschauerurteil zu den Wahlsondersendungen zu erfahren, wurden die Befragten nun um eine pauschale Bewertung der Wahlberichterstattung der Fernsehsender gebeten. Hier zeigt sich: ARD und ZDF er-

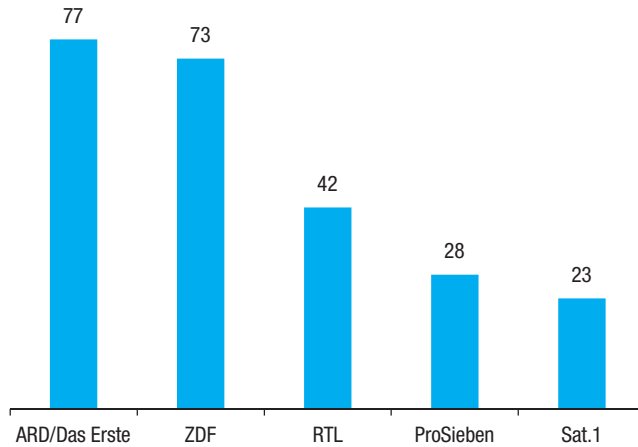
halten das beste Zuschauerurteil. Dabei wurden nur diejenigen Zuschauer um ihre Meinung gebeten, die auch tatsächlich Sondersendungen zum Wahlkampf in den verschiedenen Sendern gesehen haben. Drei Viertel der Befragten vergaben die Bestnoten „sehr gut“ und „gut“ an ARD (77 %) und ZDF (73 %) (vgl. Abbildung 6). Deutlich zurückhaltender waren sie in ihrer Bewertung der privaten Fernsehsender: Keines der drei Programme konnte seine Zuschauer mit seiner Vorwahlberichterstattung mehrheitlich überzeugen. Nur 42 Prozent des RTL-Publikums vergaben die Noten „sehr gut“ oder „gut“, bei ProSieben waren es 28 Prozent, bei Sat.1 23 Prozent.

Insgesamt sind die Urteile in dieser Tendenz in allen Bevölkerungsgruppen wiederzufinden. Zuschauer aus den neuen Bundesländern fällten knapp mehrheitlich ein positives Urteil über die Wahlberichterstattung bei RTL (vgl. Tabelle 11). Die jüngeren, unter 30-jährigen Zuschauer bewerteten die Sendungen von ProSieben mit einer Mehrheit von 52 Prozent als „sehr gut“ oder „gut“. Dennoch sehen auch diese Gruppen in ihrem Gesamturteil die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme deutlich vorn: ARD und ZDF erfahren für ihre Vorwahlberichterstattung mit 92 bzw. 81 Prozent von den jungen Zuschauern die höchste Wertschätzung. Diese fällt mit 22 bzw. 10 Prozentpunkten mehr sogar deutlich höher aus als bei den Zuschauern, die ab 50 Jahre alt sind. Dieses Ergebnis überrascht insofern, da es vom typischen Fernsehnutzungsverhalten abweicht: Im Alltag bevorzugen die jungen Zuschauer eher die privaten Sender.

**Urteil Jüngerer überdurchschnittlich positiv**

**Abb. 6 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 Wahlsondersendungen des betreffenden Senders gesehen haben.

Quelle: ARD/ZDF-Wahlrend 2013.

**Tab. 11 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“

Sender	Region			Alter			Senderbindung	
	BRD gesamt	BRD West	BRD Ost	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	öffentlich-rechtlich	privat
Das Erste	77	76	81	92	80	70	80	74
ZDF	73	72	77	81	73	71	79	63
RTL	42	38	57	45	41	41	27	71
Pro Sieben	28	27	31	52	19	18	23	40
Sat.1	23	21	28	37	19	20	16	34

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

Quelle: ARD/ZDF Wahlrend 2013.

**Wahlberichte in  
ö.-r. Sendern als be-  
sonders verständlich,  
glaubwürdig und  
objektiv wahr-  
genommen**

Um herauszufinden, welche Gründe zu den unterschiedlichen Urteilen des Publikums über die Senderleistungen geführt haben, wurden den Befragten zwölf Aussagen vorgelegt. Zu jeder Aussage sollten die Befragten nun angeben, auf welchen Fernsehsender diese am ehesten zutrifft. Im Unterschied zu der eben beschriebenen pauschalen Beurteilung sollten die Sender diesmal nicht einzeln beurteilt, sondern im Gesamtvergleich der jeweils beste Sender genannt werden.

Die Gründe für die überaus positive Bewertung der öffentlich-rechtlichen Sender lagen nach Ansicht der Befragten in der größeren Klarheit und Verständlichkeit sowie in der besonderen Glaubwürdigkeit und Objektivität der Berichte (vgl. Tabelle 12). Bei diesen Eigenschaften erkennen die Befragten die größten Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern: 59 Prozent waren der Meinung, dass die Sendun-

gen im Ersten am ehesten „klar und verständlich“ waren. Dem ZDF wurde das von 46 Prozent des Wahlkampfpublikums bescheinigt. Erst mit einem großem Abstand von etwa 40 Prozentpunkten folgten RTL (8%), ProSieben (2%) und Sat.1 (1%). Ähnliche Bewertungsunterschiede zeigten sich zwischen ARD und ZDF auf der einen und den drei Privatsender auf der anderen Seite bei den Aussagen „hier war die Berichterstattung seriös und glaubwürdig“ sowie „fair und objektiv“. Diese – vor allem im Wahlkampf – wichtigen journalistischen Kriterien erfüllten nach Ansicht der Zuschauer vor allem Das Erste und das ZDF. Darüber hinaus besaßen die bei den öffentlich-rechtlichen Sendern angesprochenen Themen eine

**Tab. 12 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	ProSieben
Hat klar und verständlich berichtet	59	46	10	1	2
Hier war die Berichterstattung seriös und glaubwürdig	57	43	8	1	1
War fair und objektiv	55	42	8	1	3
Bei diesem Sender konnte ich mir ein gutes Bild von den Spitzenkandidaten machen	53	40	10	1	3
Hat die für mich wichtigen Themen angesprochen	49	38	9	1	4
Hier kamen die Vertreter aller Parteien zu Wort	48	36	7	1	2
Hat mir gezeigt, was die einzelnen Parteien wollen	46	33	8	1	2
Hier wurden die Standpunkte auch der kleinen Parteien erläutert	37	28	6	1	2
Der Sender konzentrierte sich zu sehr auf den Zweikampf zwischen Merkel und Steinmeier	26	23	12	1	5
War wichtig für meine Wahlentscheidung	22	14	5	0	2
Aus dem Wahlkampf wurde hier eher eine Show gemacht	14	11	14	4	17
Hier vermisste ich Details zum Wahlprogramm der Parteien	18	14	8	2	5

Basis: Personen, die wahlrelevante Sendungen sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2013.

höhere Relevanz für die Zuschauer. Ebenfalls wichtig für die positive Bewertung von ARD und ZDF war, dass sich die Zuschauer nach eigenem Bekunden vor allem auf diesen Sendern ein „gutes Bild über die Spitzenkandidaten“ und die einzelnen Parteiprogramme machen konnten. Positiv aufgefallen ist auch, dass in den Vorwahlsendungen „die Vertreter aller Parteien zu Wort kamen“ und die „Standpunkte der kleinen Parteien“ erläutert wurden. Übereinstimmend mit der pauschalen Bewertung erhielten Das Erste und das ZDF in jeder dieser Dimensionen die beste Bewertung aller Sender. In Anbetracht dieser durchweg positiven Urteile verwundert es etwas, dass die Wahlkampfsendungen nur für eine Minderheit „wichtig für die eigene Wahlentscheidung“ waren: Zwar sind auch bei diesem Kriterium die Zustimmungswerte für ARD und ZDF mit 22 bzw. 14 Prozent deutlich höher als bei den Privatsendern, im Vergleich zu den anderen Statements fallen sie jedoch erheblich niedriger aus. Um dieses Ergebnis richtig einordnen zu können, ist ein weiteres Detail wichtig: Für 72 Prozent der Befragten stand schon Wochen vor der Bundestagswahl fest, welcher Partei sie ihre Stimme geben.

**Kritik an zu starker Konzentration auf Spitzenkandidaten**

Kritische Stimmen bezogen sich vor allem auf die Fokussierung der beiden Spitzenkandidaten: Zwischen 12 und 26 Prozent der Zuschauer bemängelten, dass sich Das Erste, ZDF und RTL „zu sehr auf den Zweikampf zwischen Merkel und Steinbrück“ konzentrierten. Kritiker vermissten außer-

dem „Details zum Wahlprogramm der Parteien“ und bemängelten eine eher unterhaltende Aufbereitung der Berichterstattung. Beides wurde jedoch nur von einer Minderheit geäußert: Viel größer war die Zahl der Befragten, die angaben, dass diese Aussagen auf keinen der Sender zuträfen.

Weiterhin bescheinigen die Zuschauer den Sendern eine ausgewogene Berichterstattung. Die Wahlsendungen wurden besonders bei den öffentlich-rechtlichen Sendern als eher ausgewogen empfunden: Mehr als 80 Prozent des Vorwahlpublikums bescheinigten ARD und ZDF eine unparteiische Berichterstattung (vgl. Tabelle 13). Bei den Privatsendern fällt der Anteil derjenigen, die RTL und Sat.1 eine ausgewogene Berichterstattung attestieren, mit 61 und 50 Prozent etwas niedriger aus. Dies ist jedoch vor allem auf die große Zahl von Befragten zurückzuführen, die hierzu keine Angaben machten. Insgesamt kann festgehalten werden: Eine einseitige Berichterstattung wird keinem der Sender vorgeworfen. Eine Differenzierung der Ergebnisse nach Parteipräferenzen zeigt keine wesentlichen Änderungen: Die Anhänger aller Parteien bestätigen mit großer Mehrheit, dass die öffentlich-rechtlichen Programme ausgewogen über die Parteien berichteten. Am kritischsten urteilen die Wähler der Partei Die Linke: Sie stellten bei ARD und ZDF am häufigsten Einseitigkeit fest. Darüber, wie sie die Berichterstattung der privaten Sender einschätzen, kann aufgrund zu geringer Fallzahlen keine signifikant stichhaltige Aussage getroffen werden. Man könnte auch die Meinung vertreten, dass die Anhänger der restlichen Parteien, zu denen auch die FDP, die Piraten und die AfD gehören, sich nicht angemessen in der Vorwahlberichterstattung berücksichtigt fühlten. Jedoch sind auch in dieser

**Ausgewogene Berichterstattung in allen untersuchten Sendern**

**Tab. 13 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	Grüne	Linke	Restliche Parteien
<b>Das Erste</b>						
einseitig	10	6	14	6	16	12
ausgewogen	82	89	80	86	80	75
weiß nicht	8	5	6	8	5	12
<b>ZDF</b>						
einseitig	9	6	11	8	18	13
ausgewogen	81	83	83	83	80	78
weiß nicht	10	11	5	8	3	9
<b>RTL</b>						
einseitig	16	16	19	*	*	6
ausgewogen	61	68	61	*	*	66
weiß nicht	23	16	21	*	*	27
<b>Sat.1</b>						
einseitig	11	9	18	*	*	*
ausgewogen	50	55	42	*	*	*
weiß nicht	39	36	40	*	*	*

\* Werte können nicht ausgewiesen werden, da die Fallzahlen zu niedrig sind.

Basis: Personen, die wahrelevante Sendungen des betreffenden Senders sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2013.

Gruppe die Befragten mehrheitlich der Meinung, dass die einzelnen Fernsehsender eher ausgewogen berichtet haben.

**Berichterstattung am Wahlabend**

Noch deutlicher als im Wahlkampf ist die herausgehobene Position des Fernsehens als Informationsquelle am Wahlabend. 84 Prozent der Bundesbürger haben sich am Wahlabend im Fernsehen über den Wahlausgang informiert (vgl. Tabelle 14). Dagegen spielen das Internet mit 12 Prozent und das Radio mit 10 Prozent eine untergeordnete Rolle. Die Bedeutung des Fernsehens als Informationsquelle ist auch über die verschiedenen Altersgruppen hinweg ähnlich hoch. So haben sich 79 Prozent der 18- bis 29-Jährigen im Fernsehen über den Wahlausgang informiert. Auch beim Radio sind die Nennungen über alle Altersgruppen nahezu gleich. Beim Internet zeigt sich dagegen die Vorliebe der Jüngeren zu diesem Medium: 27 Prozent der 18- bis 29-Jährigen geben an, sich im Internet über den Ausgang der Bundestagswahl informiert zu haben. Gegenüber dem Wahlsonntag 2009 hat sich die Bedeutung von Fernsehen, Radio und Internet als Informationsquelle kaum verändert: 2009 informierten sich 86 Prozent im Fernsehen, 12 Prozent im Radio und 9 Prozent im Internet. Bei den 18- bis 29-Jährigen ist das Fernsehen sogar noch wichtiger geworden und konnte um 6 Prozentpunkte zulegen: von 73 auf 79 Prozent. Die Bedeutung des Internets ist dagegen nur minimal gestiegen: um 3 Prozentpunkte (von 24 % auf 27 %). Dagegen spielt das Radio eine geringere Rolle. Der Anteil der 18- bis 29-Jährigen, die das Radio am Wahlabend nutz-

**84 % informierten sich am Wahlabend im Fernsehen**

**Tab. 14 Informationsquellen am Wahlabend**„In welchen der folgenden Medien haben Sie sich am Sonntagabend über den Wahlausgang informiert?“  
Mehrfachnennungen möglich, in %

Medium	BRD gesamt	Erwachsene		
		18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	84	79	80	87
Internet	12	27	16	3
Hörfunk	10	10	10	9
„Und wo haben Sie sich am Sonntagabend hauptsächlich informiert?“ nur eine Nennung möglich, in %				
Fernsehen	69	72	66	69
Internet	14	22	12	9
Hörfunk	15	4	22	14

Basis: alle Befragten (n=1 204).

Quelle: ARD/ZDF-Wahltrend 2013.

ten, ging um 6 Prozentpunkte von 16 auf 10 Prozent zurück.

Bei politischen Informationssendungen und besonders bei Wahlsendungen bevorzugten die Zuschauer Das Erste und das ZDF. Dies zeigen die bereits referierten Zuschauerzahlen zu den Wahlkampfsendungen und insbesondere zum TV-Duell. Auch am Wahlabend selbst präferierten die Zuschauer Das Erste und das ZDF. Bei der Frage, auf welchem Sender sie am Wahlabend Wahlberichte gesehen haben, entfallen 69 Prozent auf das Erste und 51 Prozent auf das ZDF (vgl. Tabelle 15). Dass sie Sendungen bei RTL gesehen haben,

**Tab. 15 Genutzte Sender am Wahlabend**  
 „Bei welchen Fernsehsendern haben Sie an diesem Abend Wahlberichte gesehen?“  
 in %

	Region			Alter			Senderbindung	
	BRD gesamt	BRD West	BRD Ost	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	öffentlich-rechtlich	privat
Das Erste	69	69	66	68	63	72	80	51
ZDF	51	52	50	45	54	52	57	39
RTL	16	14	23	17	20	12	7	42
Pro Sieben	1	1	2	2	2	0	0	3
Sat.1	1	1	1	1	2	1	0	3

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

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2013.

**Tab. 16 Sendungen des Ersten mit Wahlbezug am Wahlsonntag 2013**  
 Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
			Mio	MA in %
Bundestagswahl 2013	17:00	02:54	5,26	21,7
Tagesschau	17:08	00:03	1,55	9,5
Tagesschau	18:59	00:02	6,58	23,4
Tagesschau	19:59	00:15	9,19	28,3
Berliner Runde	20:14	00:45	5,85	16,9
Tagesthemen Extra	21:00	00:09	5,96	17,0
Günther Jauch	21:10	01:02	5,87	17,9
Tagesthemen	22:12	00:43	4,92	20,9
Tagesthemen Extra	23:27	00:05	1,41	10,3
Tagesthemen Extra	23:53	00:05	1,10	10,5

Basis: Zuschauer gesamt.

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

gaben nur 16 Prozent an. Die Tatsache, dass Sat.1 und ProSieben am Wahlsonntag mit Ausnahme von eingestreuten Kurznachrichten nicht mit eigenen Wahlsendungen berichtet haben, spiegelt sich auch bei den Umfrageergebnissen wider: Nur jeweils 1 Prozent der Befragten gaben an, bei Sat.1 oder ProSieben Wahlberichte am Wahlabend gesehen zu haben.

**Zuschauer informierten sich am Wahlabend vor allem beim Ersten und beim ZDF**

Die Umfrageergebnisse decken sich auch mit den gemessenen Reichweiten des AGF-Fernsehpanels am Wahlabend. Mit großem Abstand bevorzugten die Zuschauer die umfangreiche Wahlberichterstattung im Ersten und im ZDF (vgl. Tabellen 16 bis 20). Im Binnenvergleich zwischen dem Ersten und dem ZDF zeigt sich auch 2013, dass dann, wenn Das Erste und das ZDF identische Sendungen oder inhaltlich gleichartige Sendungen zeitgleich ausstrahlen, die Zuschauer die Sendungen eher über Das Erste sehen.

Im Ersten startete die Wahlberichterstattung um 17.00 Uhr und ging bis 22.55 Uhr, auch das ZDF startete um 17.00 Uhr und sendete bis 0.17 Uhr. Lediglich RTL bot als einziger privater Vollprogrammanbieter von 17.45 Uhr bis 19.41 Uhr – unterbrochen von der Nachrichtensendung „RTL aktuell“, von 20.03 Uhr bis 20.15 Uhr und dann nochmals von 22.10 Uhr bis 22.25 Uhr eigenständige Wahlsondersendungen an. Sat.1 und ProSieben hatten am Wahlabend keine Wahlsendungen im Programm. Sat.1 berichtete nur in zwei Kurznachrichtenausgaben neben seiner regulären Nachrichtensendung von der Wahl, ProSieben lediglich in einer fünfminütigen Kurznachrichtensendung.

**Sondersendungen zum Wahlausgang bei ö.-r. Sendern und RTL**

Das Erste erreichte mit seiner fast dreistündigen Wahlsendung von 17.00 Uhr bis 20.00 Uhr eine durchschnittliche Zuschauerzahl von 5,26 Millionen. Das ZDF erreichte zwischen 17.00 Uhr und 19.00 Uhr mit dem ersten Teil seiner Wahlsondersendung 3,08 Millionen Zuschauer und im zweiten Teil nach der 19.00 Uhr „heute“-Ausgabe 4,11 Millionen Zuschauer. Die ab 20.15 Uhr vom Ersten, dem ZDF und von Phoenix parallel ausgestrahlte „Berliner Runde“ erreichte zusammengenommen 9,00 Millionen Zuschauer – 5,85 Millionen im Ersten, 3,02 Millionen im ZDF und 0,13 Millionen bei Phoenix. Während Das Erste ab 21.00 Uhr eine Ausgabe der Jauch-Talkrunde mit 5,87 Millionen Zuschauern sendete, strahlte das ZDF vor und nach dem „heute-journal“ um 21.00 Uhr und 22.40 Uhr zwei weitere Wahlsendungen mit 2,63 und 2,27 Millionen Zuschauern aus.

**Nachrichten und „Berliner Runde“ meistgesehene Sendungen am Wahlabend**

Die jeweils höchsten Zuschauerzahlen am Wahlabend sowohl im Ersten wie auch beim ZDF erreichten die Nachrichten und Nachrichtenjournal mit ihren Regel- und Extrausgaben. So sahen 9,19 Millionen Zuschauer die 20.00 Uhr-Ausgabe der „Tagesschau“ im Ersten. Die 19.00 Uhr-„heute“-Sendung sahen 4,89 Millionen Zuschauer. Die „Tagesthemen“ um 22.15 Uhr sahen 4,92 Millionen, eine „Tagesthemen“-Extrausgabe um 21.00 Uhr erreichte 5,96 Millionen, zwei weitere spätere „Tagesthemen“-Extrausgaben um 23.37 Uhr und um 23.53 Uhr hatten eine Zuschauer-schaft von 1,31 Millionen und 1,10 Millionen. Das

**Tab. 17 Sendungen des ZDF mit Wahlbezug am Wahlsonntag 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
			Mio	MA in %
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	16:59:42	01:54:48	3,08	14,3
heute	17:13:45	00:05:31	1,67	10,1
heute / Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen / Wetter	19:00:01	00:32:52	4,89	16,8
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	19:32:53	00:42:09	4,11	13,0
ZDF/ARD Berliner Runde	20:15:02	00:44:58	3,02	8,8
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	21:00:00	00:45:03	2,63	7,7
heute-journal/Bundestagswahl 2013/Wahl in Hessen/Wetter	21:45:03	00:55:24	4,07	14,5
Bundestagswahl 2013 / Wahl in Hessen	22:40:27	01:21:14	2,27	15,1
heute	00:02:11	00:15:26	1,45	16,1

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 18 Sendungen von RTL mit Wahlbezug am Wahlsonntag 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
			Mio	MA in %
Tag der Entscheidung – Deutschland wählt	17:45:00	00:57:15	1,69	7,3
RTL aktuell	18:49:46	00:18:27	2,71	9,7
Tag der Entscheidung – Deutschland wählt	19:08:25	00:25:36	2,06	7,0
Tag der Entscheidung	20:03:15	00:03:47	2,27	7,0
Tag der Entscheidung – Deutschland hat gewählt	22:10:03	00:15:05	1,43	5,2

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 19 Sendungen von Sat.1 mit Wahlbezug am Wahlsonntag 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
			Mio	MA in %
Sat.1 Nachrichten Spezial	17:59:00	00:05:24	1,17	5,3
Sat.1 Nachrichten Spezial	19:05:28	00:06:19	1,39	4,8
Sat.1 Nachrichten	19:57:13	00:13:47	1,97	6,1

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 20 Sendungen von Pro 7 mit Wahlbezug am Wahlsonntag 2013**  
Zuschauer in Mio und Marktanteil in %

Titel	Beginn	Dauer	BRD gesamt	
			Mio	MA in %
Newstime	17:59:00	00:09:43	1,15	5,1

Basis: Zuschauer gesamt.

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

**Tab. 21 Pauschale Bewertung der Berichterstattung am Wahlsonntag**

„Bitte sagen Sie mir für jeden der von Ihnen genannten Sender, wie Sie - alles in allem - die Berichterstattung dieses Senders am Wahlabend beurteilen.“

Zusammengefasste Werte für „sehr gut“ und „gut“

	Region			Alter			Senderbindung	
	BRD gesamt	BRD West	BRD Ost	18-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	öffentlich-rechtlich	privat
Das Erste	78	77	82	86	83	74	81	78
ZDF	74	72	82	80	75	71	73	82
RTL	68	65	74	85	63	63	68	71

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

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2013.

**Tab. 22 Detailbewertung der Berichterstattung am Wahlsonntag**

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
war sehr informativ	60	43	10
brachte zuverlässige Prognosen und Hochrechnungen	58	41	11
war klar und verständlich	62	45	10
brachte sofort die wichtigsten Ergebnisse	62	43	10
Die Sendungen waren kompetent moderiert	60	42	11
zeigte die Reaktionen der wichtigsten Politiker	57	41	10
Hier wurden interessante Interviews geführt	48	37	11
Die Sendungen waren sympathisch moderiert	57	41	12
brachte aufschlussreiche Analysen	56	40	8
Hier wurden die Ergebnisse anschaulich dargestellt	62	44	11
Die Ergebnisse wurden sachkundig erklärt	60	43	10

Basis: Personen, die wahlrelevante Sendungen sahen.

Quelle: ARD/ZDF Wahltrend 2013.

„heute-journal“ im ZDF um 21.45 Uhr sahen 4,07 Millionen Zuschauer. Bei RTL sahen ab 17.45 Uhr 1,69 Millionen und dann ab 19.08 Uhr 2,06 Millionen Zuschauer bei der zweigeteilten Wahlsendung zu.

#### Berichterstattung des Ersten am positivsten bewertet

Die Präferenz für Das Erste und das ZDF spiegelt sich zunächst auch in der allgemeinen Bewertung der Sendungen am Wahlabend durch die Zuschauer wider. Bei einer Bewertung nach Schulnoten vergeben 78 Prozent der Zuschauer für die Sendungen im Ersten die Note sehr gut und gut, für die Sendungen im ZDF vergeben 74 Prozent die beiden besten Noten (vgl. Tabelle 21). Die RTL-Sendungen am Wahlabend werden von 68 Prozent als mindestens gut bewertet.

Ein detaillierteres Bild zeigt sich, wenn die Zuschauer die Sendungen nach einzelnen Eigenschaften bewerten können. Wie bei den Wahlkampfsendungen sollten die Befragten angeben, auf welchen Fernsehsender mit seinen Wahlsendungen am Wahlsonntag insgesamt elf Aussagen am ehesten zutrifft. Es sollte also im Gesamtver-

gleich der jeweils beste Sender genannt werden. Dabei kristallisierten sich deutliche Qualitätszuschreibungen für die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme heraus. Das Erste und das ZDF haben durchgängig einen großen Vorsprung vor RTL – und: Das Erste hat bei allen Eigenschaften einen kleinen Vorsprung vor dem ZDF. Auch hier macht es sich – wie bei den Reichweiten – bemerkbar, dass dann, wenn Das Erste und das ZDF gleiche oder gleichartige Sendungen anbieten, Das Erste eine bessere Bewertung durch die Zuschauer erhält.

Für Das Erste und das ZDF waren vor allem die klare und verständliche Aufbereitung der Sendungen, die schnelle und anschauliche Darstellung sowie die sachkundige Erklärung der Ergebnisse, die gesamte Informationsqualität der Sendungen und auch die kompetente Moderation der Sendungen ausschlaggebend für die positive Beurteilung. Bei allen diesen Eigenschaften erhält Das Erste Zustimmungswerte zwischen 60 und 62 Prozent, das ZDF zwischen 42 und 45 Prozent (vgl. Tabelle 22). Etwas weniger gut bewertet werden Eigenschaften wie das Führen interessanter Interviews, das Aufzeigen der Politikerreaktionen, das Zeigen von zuverlässigen Prognosen und

#### Deutliche Unterschiede in der Bewertung der Informationsqualität



Hochrechnungen oder die Präsentation von aufschlussreichen Analysen.

Nur zwischen 8 und 12 Prozent der Befragten geben an, dass die Eigenschaften am ehesten auf RTL zuträfen.

#### Fazit

#### Interesse an Bundestagswahl stabil

Das Interesse der Bundesbürger an der Bundestagswahl war 2013 genau so groß wie 2009. Dabei war für die Bürger der Wahlkampf durchaus nicht zu wenig kontrovers, überdies schätzten es die Wähler, dass sich der Wahlkampf durch Sachargumente statt durch einen heftigen Schlagabtausch auszeichnete.

#### Fernsehen nach wie vor wichtigstes Informationsmedium zum Wahlgeschehen

Wie in den vergangenen Jahren war auch bei der Bundestagswahl 2013 das Fernsehen zur Information über das Wahlgeschehen das bevorzugte Medium. Sowohl während des Wahlkampfes und noch deutlicher am Wahlabend informierten sich die Bürger vorrangig im Fernsehen. Die Bedeutung des Fernsehens als Informationsquelle im Wahlkampf hat sogar zugenommen. Es zeigt sich aber, dass bei den Jüngeren das Internet als Informationsmedium im Wahlkampf inzwischen eine ebenso große Rolle wie das Fernsehen spielt. Am Wahlabend zeigt sich die dominierende Stellung des Fernsehens im Vergleich zum Internet. Auch in jüngeren Zuschauersegmenten ist das Fernsehen am Wahlabend eindeutig das vorrangige Informationsmedium. Entgegen vieler Erwartungen spielen Facebook und Twitter in der Wahlkommunikation in Deutschland auch 2013 keine große Rolle, die Bedeutung hat gegenüber 2009 nicht zugenommen.

Die Mehrzahl der Zuschauer informierte sich im Wahlkampf und am Wahltag hauptsächlich beim Ersten Fernsehprogramm der ARD und beim ZDF über die Bundestagswahl. Dabei war das Programmangebot zur Wahl im Ersten und im ZDF nicht nur während des Wahlkampfes und auch am Wahltag umfangreicher, es wurde von den Zuschauern auch als qualitativ besser empfunden als das der privaten Sender RTL, Sat.1 und ProSieben.

Die höchste Zuschauerzahl aller Wahlsendungen erreichte das TV-Duell. Die Zuschauerzahl über alle fünf ausstrahlenden Programme nahm gegenüber 2009 wieder zu.

#### Anmerkung:

- 1) Vgl. dazu Zubayr, Camille/Stefan Geese/Heinz Gerhard: Berichterstattung zur Bundestagswahl 2009 aus Sicht der Zuschauer, Ergebnisse einer Repräsentativbefragung und der AGF/GfK-Fernsehforschung. In: Media Perspektiven 12/2009, S. 637–650.

#### Ö.-r. Programmangebot an Wahlsendungen am umfangreichsten

#### TV-Duell meistgesehene Sendung im Wahlkampf

