

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Study Materials

2011|25

German Longitudinal
Election Study



GLES 2009
TV-Duell-Analyse
ZA5309 - ZA5316

Studienbeschreibung

GESIS-Study Materials 2011|25

GLES 2009
TV-Duell-Analyse

ZA5309 - ZA5316

Primärforscher:

Prof. Dr. Hans Rattinger (Universität Mannheim)

Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck (Universität Mannheim)

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher (Universität Frankfurt)

PD Dr. Bernhard Weßels (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)

In Kooperation:

Prof. Dr. Frank Brettschneider (Universität Hohenheim)

Prof. Dr. Thorsten Faas (Universität Mannheim)

Prof. Dr. Jürgen Maier (Universität Koblenz-Landau)

Prof. Dr. Michaela Maier (Universität Koblenz-Landau)

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften 2011

GESIS-Study Materials

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Postfach 12 21 55

68072 Mannheim

Telefon: (0621) 1246 - 502

Telefax: (0621) 1246 - 100

E-Mail: gles@gesis.org

Herausgeber:

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Postfach 12 21 55, 68072 Mannheim

Arbeiten mit Pre-Releases

Bei dieser Publikation und den zugehörigen Datensätzen handelt es sich um von GESIS in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) herausgegebene Vorabversionen (Pre-Releases). Das Ziel der Herausgabe solcher Pre-Releases ist es, dass die im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES) erhobenen Daten der wissenschaftlichen Gemeinschaft so schnell wie möglich zugänglich gemacht werden können. Trotz sorgfältiger Arbeit bei der Kontrolle und Aufbereitung der Daten können GESIS und die DGfW nicht garantieren, dass Pre-Releases bereits allen Ansprüchen genügen. Sollten Ihnen Probleme auffallen, so bitten wir um umgehende Benachrichtigung, damit diese behoben werden können. Wir empfehlen, stets mit dem aktuellsten Pre-Release zu arbeiten. Diesen finden Sie unter "Daten" auf den Seiten der GLES bei GESIS (<http://www.gesis.org/gles>).

Zitierweise bei Veröffentlichungen

Forschungsarbeiten, die sich auf vorliegende Daten beziehen, sollen nachfolgenden Nachweis aufnehmen.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Befragung (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5309 Datenfile Version 2.0.0, doi:10.4232/1.10368.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Real-Time-Response-Daten (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5310 Datenfile Version 1.1.0, doi:10.4232/1.10370.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2010): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse TV-Duell (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5311 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10371.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Regionalzeitungen (Artikel) (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5312 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10372.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Regionalzeitungen (Aussagen Kanzlerkandidaten) (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5313 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10373.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Regionalzeitungen (Aussagen TV-Duell) (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5314 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10374.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Sondersendungen (Aussagen Kanzlerkandidaten) (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5315 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10375.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Brettschneider, Frank; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2011): TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Sondersendungen (Aussagen TV-Duell) (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5316 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10376.

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der German Longitudinal Election Study verwenden. Wenn es sich dabei um Konferenzpapiere o.ä. handelt, die nur schwer zugänglich sind, freuen wir uns über die Überlassung eines Exemplars bzw. eines pdf-Dokumentes.

Hintergrund und Zielsetzung

Die German Longitudinal Election Study (GLES) startete mit der Bundestagswahl 2009 und besteht aus elf verschiedenen Komponenten. Als bislang größte deutsche Wahlstudie soll sie die Wählerschaft bei vorerst drei aufeinanderfolgenden Wahlen beobachten und analysieren. Dabei wird angestrebt, das Projekt auch nach der Bundestagswahl 2017 weiterzuführen.

TV-Duell-Analyse der GLES

TV-Duelle im Vorfeld von Bundestagswahlen erfreuen sich seit Ende der 1990er Jahre wieder großer Popularität und werden von vielen Wählern als das Hauptereignis während des Wahlkampfes wahrgenommen. Die GLES untersucht, in wie weit die Wähler sich von dem Wettstreit im Fernsehen in ihrer Wahlentscheidung beeinflussen lassen.

Am 13. September – also zwei Wochen vor der Bundestagswahl – wurde die einzige Fernsehdebatte im Bundestagswahlkampf 2009 zwischen den beiden Kanzlerkandidaten, Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) und ihrem Herausforderer Frank-Walter Steinmeier (SPD), ausgestrahlt. Die rund 90-minütige Diskussionssendung begann um 20:30 Uhr und wurde von den öffentlich-rechtlichen Sendern, ARD, ZDF und (mit Gebärdensprache-Dolmetscher) Phoenix, sowie den beiden privatkommerziellen Anbietern, RTL und SAT.1, übertragen. Unter Ausschluss von Publikum befragten vier Moderatoren die beiden Kandidaten: Frank Plasberg (ARD), Maybrit Illner (ZDF), Peter Kloepfel (RTL) und Peter Limbourg (Sat.1).

Tabelle 1: Erhobene Daten im Rahmen der TV-Duell-Analyse 2009

ZA-Nr.	Datensatz
5309	TV-Duell-Analyse, Befragung
5310	TV-Duell-Analyse, Real-Time-Response-Daten
5311	TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse TV-Duell
5312	TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Regionalzeitungen (Artikel)
5313	TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Regionalzeitungen (Aussagen Kanzlerkandidaten)
5314	TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Regionalzeitungen (Aussagen TV-Duell)
5315	TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Sondersendung (Aussagen Kanzlerkandidaten)
5316	TV-Duell-Analyse, Inhaltsanalyse Sondersendung (Aussagen TV-Duell)

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente 5, TV-Duell-Analyse

Erhebungszeitraum

ZA5309:	Welle 1 und 2: 13. September 2009
	Welle 3: 18. bis 27. September 2009
	Welle 4: 27. September bis 12. Oktober 2009
ZA5310, ZA5311, ZA5315, ZA5316:	13. September 2009
ZA5312-ZA5314:	31. August bis 19. September 2009

Primärforscher/innen

Prof. Dr. Hans Rattinger	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher	(Universität Frankfurt)
Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck	(Universität Mannheim)
PD Dr. Bernhard Weißels	(Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)

Verantwortliche Primärforscherin der GLES

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher	(Universität Frankfurt)
-------------------------------	-------------------------

In Kooperation mit:

Prof. Dr. Frank Brettschneider	(Universität Stuttgart-Hohenheim)
Prof. Dr. Thorsten Faas	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Jürgen Maier	(Universität Koblenz-Landau)
Prof. Dr. Michaela Maier	(Universität Koblenz-Landau)

Finanzierende Stelle

Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V. (DFG)

Datenerhebung

Organisation und Durchführung der Datenerhebung erfolgte durch Prof. Dr. Frank Brettschneider, Prof. Dr. Thorsten Faas, Prof. Dr. Jürgen Maier und Prof. Dr. Michaela Maier an den jeweiligen Standorten.

Studiendesign

In dieser vorliegenden Untersuchung werden die Wahrnehmung der Fernsehdebatte und ihre Wirkungen auf politische Kognitionen, politischen Einstellungen und Verhaltensabsichten untersucht. Im Rahmen des Teilmoduls 5 der von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanzierten German Longitudinal Election Study (GLES) wurde eine insgesamt 449 Teilnehmer umfassende Laborstudie mit folgendem Design durchgeführt (Tabelle 2):¹

- An fünf Standorten – Landau/Pfalz, Stuttgart-Hohenheim, Mannheim, Kaiserslautern und Jena – verfolgten 398 Personen die Fernsehdebatte in den Räumen der jeweiligen Universität.
- In Kaiserslautern gab es eine 51 Personen umfassende Kontrollgruppe, die anstelle der Fernsehdebatte einen Kinofilm sah („Vicky Christina Barcelona“). Der Film wurde in Hinblick auf einen möglichst unpolitischen Inhalt hin ausgewählt und vorgetestet.
- Alle Versuchsgruppen wurden zu insgesamt vier Zeitpunkten mit einem umfangreichen Fragebogen zu ihren politischen Orientierungen und ihrem (beabsichtigten) Wahlverhalten befragt: direkt vor dem Duell (Kontrollgruppe: Kinofilm), direkt nach dem Duell (Kontrollgruppe: Kinofilm), wenige Tage nach dem Duell² sowie unmittelbar nach der Bundestagswahl.³ Die ersten beiden Befragungen fanden schriftlich vor Ort statt; die beiden letzten Befragungswellen waren postalische Befragungen; die jeweiligen Rücklaufquoten können Tabelle 3 entnommen werden. Durch das gewählte Design lassen sich direkte (d.h. durch die Rezeption der TV-Debatte hervorgerufene) Effekte von indirekten (d.h. durch die in den Tagen danach stattfindende Anschlusskommunikation hervorgerufenen) Wirkungen trennen.
- An den Standorten Stuttgart-Hohenheim, Mannheim und Jena wurde die TV-Debatte in Bild und Ton präsentiert (Video-Treatment). In Landau und Kaiserslautern konnten die Probanden nur den Ton der Debatte hören (Audio-Treatment). Durch den Vergleich der beiden Gruppen lassen sich Effekte nonverbaler Kommunikation untersuchen.
- Am Standort Mannheim sah die Hälfte der Probanden die ersten 15 Minuten der direkt im Anschluss an das Duell ausgestrahlten ARD-Sondersendung „Anne Will“ an.⁴ Erst danach füllten sie den Posttest I-Fragebogen aus. Die Zuteilung auf die beiden Mannheimer Gruppen erfolgte zufällig. Durch den Vergleich dieser Gruppe mit Personen, die die Sondersendung nicht gesehen haben, lassen sich die Effekte der unmittelbaren Medienberichterstattung analysieren.

¹ Das Design ist angelehnt an Untersuchungen, die einige der für die Durchführung der vorliegenden Studie verantwortlichen Autoren im Zusammenhang mit den TV-Duellen der Bundestagswahlkämpfe 2002 und 2005 durchgeführt haben. Vgl. z.B. T. Faas & J. Maier (2004). Mobilisierung, Verstärkung, Konversion? Ergebnisse eines Experiments zur Wahrnehmung der Fernsehduelle im Vorfeld der Bundestagswahl 2002. *Politische Vierteljahresschrift* 45, 55-72; M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier. *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

² Die Fragebögen wurden am 16. und 17. September verschickt.

³ Die Fragebögen wurden am 26. September verschickt.

⁴ Nach dem Beitrag von Klaus Wowereit wurde die Sondersendung ausgeschaltet. Neben den Stellungnahmen von Günther Jauch und Edmund Stoiber haben die Probanden auch eine Infratest dimap-Umfrage gesehen. Die darin präsentierten Daten wurden in der Mitte des TV-Duells erhoben.

Tabelle 2: Übersicht über das Studiendesign

	N (Pretest)	Pretest	Treatment			Posttest I	Posttest II	Posttest III
			Audio/Video	RTR (System)	Sondersendung			
Messzeitpunkt		Direkt vor dem Duell	Während des Duells			Direkt nach dem Duell	Wenige Tage nach dem Duell	Direkt nach der Wahl
Standort								
Stuttgart-	80	X	Video	Ja (Dial)	Nein	X	X	X
Hohenheim	19	X	Video	Nein	Nein	X	X	X
Jena	75	X	Video	Ja (Dial)	Nein	X	X	X
Mannheim	44	X	Video	Ja (Push Button)	Nein	X	X	X
	45	x	Video	Ja (Push Button)	Ja	X	X	X
Landau	77	X	Audio	Ja (Dial)	Nein	X	X	X
Kaiserslautern	58	X	Audio	Ja (Push Button)	Nein	X	X	X
	51	X	Kinofilm	Nein	Nein	X	X	X

- Mit Ausnahme einer kleineren Gruppe in Stuttgart-Hohenheim und der Kontrollgruppe hatten alle Probanden die Gelegenheit, ihre unmittelbaren Eindrücke vom Duell bereits während der Debattenrezeption computergestützt zu dokumentieren (Real-Time-Response-Messung). Dabei kamen zwei unterschiedliche RTR-Systeme zum Einsatz: Ein Drehreglersystem, bei dem die Eindrücke auf einer 7-Punkte-Skala erfasst wurden, und ein Push-Button-System, bei dem für jeden Kandidaten Plus- und Minustasten gedrückt werden konnten. Die Drehreglereinstellungen bzw. Druckknopfaktivitäten wurden sekundengenau für jeden einzelnen Teilnehmer aufgezeichnet.⁵ Durch den Einsatz dieser Systeme ist es möglich, die unmittelbaren Reaktionen der Probanden auf Auftreten und Aussagen der Kandidaten zu untersuchen.

Tabelle 3: Ausschöpfungsquoten in den Posttest-Messungen

	Posttest I		Posttest II		Posttest III	
	N	%	N	%	N	%
<i>Experimentalgruppen</i>						
Stuttgart-Hohenheim	99	100,0	94	94,9	98	99,0
Jena	74	98,7	75	100,0	74	98,7
Mannheim	85	95,5	86	96,6	84	94,4
Landau	71	92,2	69	89,6	69	89,6
Kaiserslautern	54	93,1	54	93,1	55	94,8
<i>Kontrollgruppe</i>	51	100,0	50	98,0	51	100,0
Gesamt	434	96,7	428	95,3	431	96,0

Rekrutierung der Teilnehmer

In selbst verfassten redaktionellen Beiträgen, die in Lokal- und Wochenzeitungen in Landau, Kaiserslautern, Jena, Mannheim und Stuttgart-Hohenheim erschienen, wurde über die anstehende Fernsehdebatte und – eher generell – über die damit im Zusammenhang stehenden Forschungsaktivitäten berichtet. Am Ende der Artikel wurde zur Beteiligung an der Studie eingeladen. Der Text umfasste neben einer Telefonnummer und einer E-Mail-Adresse, unter denen man sich für die Studie anmelden konnte, den Hinweis, dass die Teilnahme an der Untersuchung mit 40 Euro vergütet wird. Zusätzlich wurden Handzettel und kleinere Plakate mit der Telefonnummer und der E-Mail-Adresse mit ebenfalls nur wenigen konkreten Hinweisen auf den Inhalt der Studie in den jeweiligen Städten verteilt. Die Kontrollgruppe wurde per Handzettel und Plakaten rekrutiert, auf denen für die Teilnahme an einer Studie zum Zusammenhang von Medien und Politik geworben wurde (siehe Dokumentation 2b).

Die Auswahl der selbstrekrutierten Probanden erfolgte auf der Basis eines vorab erstellten Quotenplans. Die dafür notwendigen Informationen wurden im Rahmen eines Rekrutierungsgesprächs geführt.

- Es wurden nur Personen eingeladen, die bei der Bundestagswahl 2009 wahlberechtigt waren.
- In Jena wurden nur Personen zugelassen, die vor Oktober 1989 in der ehemaligen DDR lebten.
- Um potentielle Störvariablen zu kontrollieren und mögliche Debatteneffekte auch über die Standorte hinweg direkt vergleichbar zu machen sollte hinsichtlich der folgenden Merkmale eine Gleichverteilung zwischen den verschiedenen Standorten erzielt werden („Parallelisierung“): politisches Interesse (max. mittelmäßig vs. (sehr) starkes Interesse), Alter (18-39 Jahre vs. 40 Jahre und älter), Bildung (maximal Realschule bzw. Polytechnische Oberschule 10.

⁵ Aufgrund technischer Schwierigkeiten (Ausfall des Servers) liegen allerdings für das Push-Button-System keine verwertbaren Daten vor.

Klasse vs. Fachabitur, Abitur bzw. Erweiterte Oberschule 12. Klasse), Parteiidentifikation (SPD und Bündnis 90/Die Grünen vs. CDU/CSU und FDP vs. keine Parteiidentifikation; in Jena wurde zudem Die Linke als eigene Identifikationsgruppe in den Quotenplan aufgenommen).

Die tatsächliche Verteilung der Quotierungsvariablen ist in Tabelle 4 ausgewiesen.⁶ Die ausgewählten Teilnehmer erhielten ein Einladungsschreiben per Post zugestellt. In diesem waren auch Informationen zur Speicherung, Aufbereitung und Weiterverwertung der Daten enthalten, die bei der Untersuchung gesammelt werden würden.

⁶ Die hier ausgewiesenen Informationen wurden im Pretest-Fragebogen erhoben.

Tabelle 4: Verteilung der Quotierungsmerkmale nach Standort

	Gesamt	Experimentalgruppe					Kontrollgruppe
		Stuttgart-Hohenheim	Jena	Mannheim	Landau	Kaiserslautern	
<i>Geschlecht</i>							
% männlich	49,7	48,5	48,0	38,2	59,7	50,0	58,8
% weiblich	47,7	46,5	49,3	60,7	39,0	44,8	41,2
% keine Angabe	2,7	5,1	2,7	1,1	1,3	5,2	0,0
<i>Alter</i>							
% 18-39	55,0	45,5	61,3	55,1	50,6	55,2	70,6
% 40 und älter	42,3	51,5	38,7	41,6	48,1	37,9	27,5
% keine Angabe	2,7	3,0	0,0	3,4	1,3	6,9	2,0
<i>Bildung</i>							
% max. Realschule/POS 10. Klasse	38,3	34,3	45,3	38,2	40,3	34,5	37,3
% (Fach-)Abitur, EOS 12 Klasse	55,7	57,6	54,7	57,3	46,8	58,6	60,8
% noch Schüler/in	4,7	5,1	0,0	3,4	11,7	5,2	2,0
% keine Angabe	1,3	3,0	0,0	1,1	1,3	1,7	0,0
<i>Politisches Interesse</i>							
% max. mittelmäßig	53,0	50,5	61,3	46,1	48,1	56,9	60,8
% (sehr) stark	46,30	49,5	38,7	52,8	50,6	41,4	39,2
% keine Angabe	0,7	0,0	0,0	1,8	1,3	1,7	0,0
<i>Parteiidentifikation</i>							
% SPD, B90/Grüne	34,5	30,3	29,3	40,4	39,0	43,1	23,5
% CDU/CSU, FDP	34,1	42,4	25,3	33,7	35,1	29,3	35,3
% Die Linke	7,8	7,1	22,7	5,6	2,6	5,2	2,0
% andere Partei	3,3	0,0	0,0	1,1	7,8	3,4	11,8
% keine	14,9	13,1	17,3	13,5	10,4	13,8	25,5
% keine Angabe	5,3	7,1	5,3	5,6	5,2	5,2	2,0

Rezeptionssituation

Die Probanden an den Standorten Stuttgart-Hohenheim, Jena und Mannheim verfolgten die Fernsehdebatte in den Räumen der jeweiligen Universitäten auf einer Großbildleinwand. Gleiches gilt für die Kontrollgruppe, die den Kinofilm auf einer großen Leinwand sah. Die Probanden in Landau und Kaiserslautern konnten die Fernsehdebatte nur hören.

In Stuttgart-Hohenheim, Jena und Landau fand die Untersuchung in größeren Hörsälen statt. Auch die Kontrollgruppe sah den Kinofilm in einem großen Hörsaal. In Mannheim und Kaiserslautern wurden Computerräume der Universität genutzt.

In allen Fällen wurden die Probanden angehalten, während des Experiments nach Möglichkeit nicht mit ihren Nachbarn zu sprechen. Ebenso wurde darum gebeten, die Fernsehdebatte nicht laut zu kommentieren. Vor der Debatte wurden Getränke und kleine Snacks angeboten.

An allen Standorten wurden die Probanden gebeten, ihre Eindrücke von den beiden Kanzlerkandidaten bereits während der Rezeption der Fernsehdebatte zu dokumentieren. Dies erfolgte mit Hilfe einer sogenannten Real-Time-Response-Messung (RTR, ZA5310). In Stuttgart-Hohenheim, Jena und Landau wurde die RTR-Messung mit Hilfe der Drehreglertechnik durchgeführt. Der Drehregler verfügte über insgesamt sieben Bewertungsstufen, dessen Einstellung jede Sekunde an einen zentralen Rechner übermittelt und dort für jeden Studienteilnehmer gespeichert wurde. Die Probanden wurden angewiesen, den Drehregler nach links (Skalenwerte 1 bis 3) zu bewegen, wenn sie von Frank-Walter Steinmeier einen guten oder von Merkel einen schlechten Eindruck hatten. Je stärker dieser Eindruck war, desto weiter sollte der Regler nach links gedreht werden. Umgekehrt sollte der Drehregler bei einem negativen Eindruck von Frank-Walter Steinmeier oder einen positiven Eindruck von Angela Merkel nach rechts bewegt werden (Skalenwerte 5 bis 7). Auch hier galt, dass je stärker der Eindruck war, desto weiter rechts sollte der Regler eingestellt werden. Die Probanden sollten den Skalenwert 4 wählen, wenn sie der Meinung waren, dass Frank-Walter Steinmeier bzw. Angela Merkel einen neutralen Eindruck hinterließen oder wenn sich positive und negative Eindrücke jeweils aufhoben. Die genaue Instruktion lautete:

„Neben dem Ausfüllen der Fragebögen möchten wir Sie nun bitten, ihre Meinungen und Eindrücke zum Fernsehduell zu dokumentieren, während Sie dieses sehen. Zu diesem Zweck finden Sie einen Regler vor sich, mit dessen Hilfe Sie uns sagen können, welchen Eindruck Sie gerade von der Debatte haben. Ihnen stehen dazu sieben verschiedene Positionen zur Verfügung. Die mittlere Position ‚4‘ ist die Ausgangsposition und bedeutet, dass Sie von keinem der Kandidaten einen besseren oder schlechteren Eindruck haben. Wenn Sie einen guten Eindruck von Herrn Steinmeier haben – z.B. durch die Art, wie er auftritt, durch das, was er sagt, oder das, was über ihn gesagt wird – dann drehen Sie den Regler bitte nach links. Je weiter Sie den Regler nach links drehen, desto besser ist Ihr Eindruck. ‚1‘ bedeutet z.B., dass Sie einen außerordentlich guten Eindruck von Herrn Steinmeier haben. Drehen Sie den Regler bitte ebenfalls nach links, wenn Sie einen schlechten Eindruck von Angela Merkel haben – z.B. durch die Art, wie sie auftritt, durch das, was sie sagt, oder das, was über sie gesagt wird. In diesem Fall bedeutet ‚1‘, dass Sie einen außerordentlich schlechten Eindruck von Angela Merkel haben. Wenn Sie einen guten Eindruck von Angela Merkel haben – z.B. durch die Art, wie sie auftritt, durch das, was sie sagt, oder das, was über sie gesagt wird – dann drehen sie den Regler bitte nach rechts. Je weiter Sie den Regler nach rechts drehen, desto besser ist ihr Eindruck. ‚7‘ bedeutet z.B., dass Sie einen außerordentlich guten Eindruck von Angela Merkel haben. Drehen Sie den Regler bitte ebenfalls nach rechts, wenn Sie einen schlechten Eindruck von Herrn Steinmeier haben – z.B. durch die Art, wie er auftritt, durch das, was er sagt, oder das, was über ihn gesagt wird. In diesem Fall bedeutet ‚7‘, dass Sie einen außerordentlich schlechten Eindruck von Herrn Steinmeier haben. Die verbleibenden Kategorien dazwischen, können Sie Ihr Urteil abstufen. Gehen Sie beim Betätigen der Regler sorgsam mit diesem um. Vermeiden Sie abrupte Richtungswechsel, "reißen" sie nicht an dem Regler, "überdrehen" Sie die Regler nicht nach links oder rechts!“

Diese Anweisung wurde auch grafisch dargestellt und an die Probanden verteilt. Zusätzlich wurde die Grafik auf eine Leinwand projiziert. Um den Umgang mit den Drehreglern zu üben, wurde den Probanden vor der Übertragung der Fernsehdebatte einige wenige Minuten Gelegenheit gegeben, ihre Eindrücke von den Beteiligten eines Streitgesprächs aus der US-amerikanischen Sitcom „Bill Cosby Show“ zu dokumentieren. Die Auswahl des Ausschnittes erfolgte erstens aufgrund der formalen Ähnlichkeit und zweitens wegen der geringen inhaltlichen Nähe zu einer politischen Debatte.

In Mannheim und Kaiserslautern wurde die RTR-Messung mit der Push-Button-Technik durchgeführt. Auf einer Computertastatur wurden vier Tasten – zwei für jeden Kandidaten – markiert. Jeweils eine Taste war für positive, die andere Taste für negative Eindrücke reserviert. Auch hier wurden die Eingaben sekundengenau erfasst. Wenn eine Taste gedrückt wurde, erhielten die Probanden eine optische Rückmeldung ihrer Eingabe über einen Monitor. Auf diesem war je ein Foto der beiden Kandidaten zu sehen. Darunter waren die Plus- und Minustasten symbolisiert. Immer dann wenn eine Taste gedrückt wurde, wurde das jeweilige Symbol auf dem Bildschirm kurzzeitig schwarz unterlegt. Folgende Instruktion wurde hier verlesen:

„Auf der Tastatur, die vor Ihnen liegt, sind vier markierte Tasten markiert – das ist alles, was Sie an Technik brauchen. Es gibt zwei rote und zwei blaue Tasten, zwei tragen ein „Plus“-Zeichen, zwei ein „Minus“-Zeichen. Wenn Sie während der Debatte einen guten Eindruck von Herrn Steinmeier haben, dann drücken Sie bitte die rote Plus-Taste. Wenn Sie einen guten Eindruck von Frau Merkel haben, drücken Sie bitte die blaue Plus-Taste. Wann immer Sie einen schlechten Eindruck von Steinmeier oder Merkel haben, drücken Sie bitte – für Steinmeier – die rote Minus-Taste bzw. für Merkel die blaue Minus-Taste. Sie können diese Tasten während des TV-Duells drücken, wann immer sie möchten. Auf dem Bildschirm vor Ihnen sehen Sie auch Frau Merkel und Herrn Steinmeier (jeweils mit einem Plus- und einem Minus-Zeichen unter dem Bild). Wenn Sie eine Taste drücken, so wird dies auf diesem Bildschirm durch ein kurzes Aufblinken der zugehörigen Taste bestätigt. Wenn Sie einen besonders guten oder schlechten Eindruck von Merkel oder Steinmeier haben, können Sie die zugehörige Taste natürlich auch mehrfach drücken.“

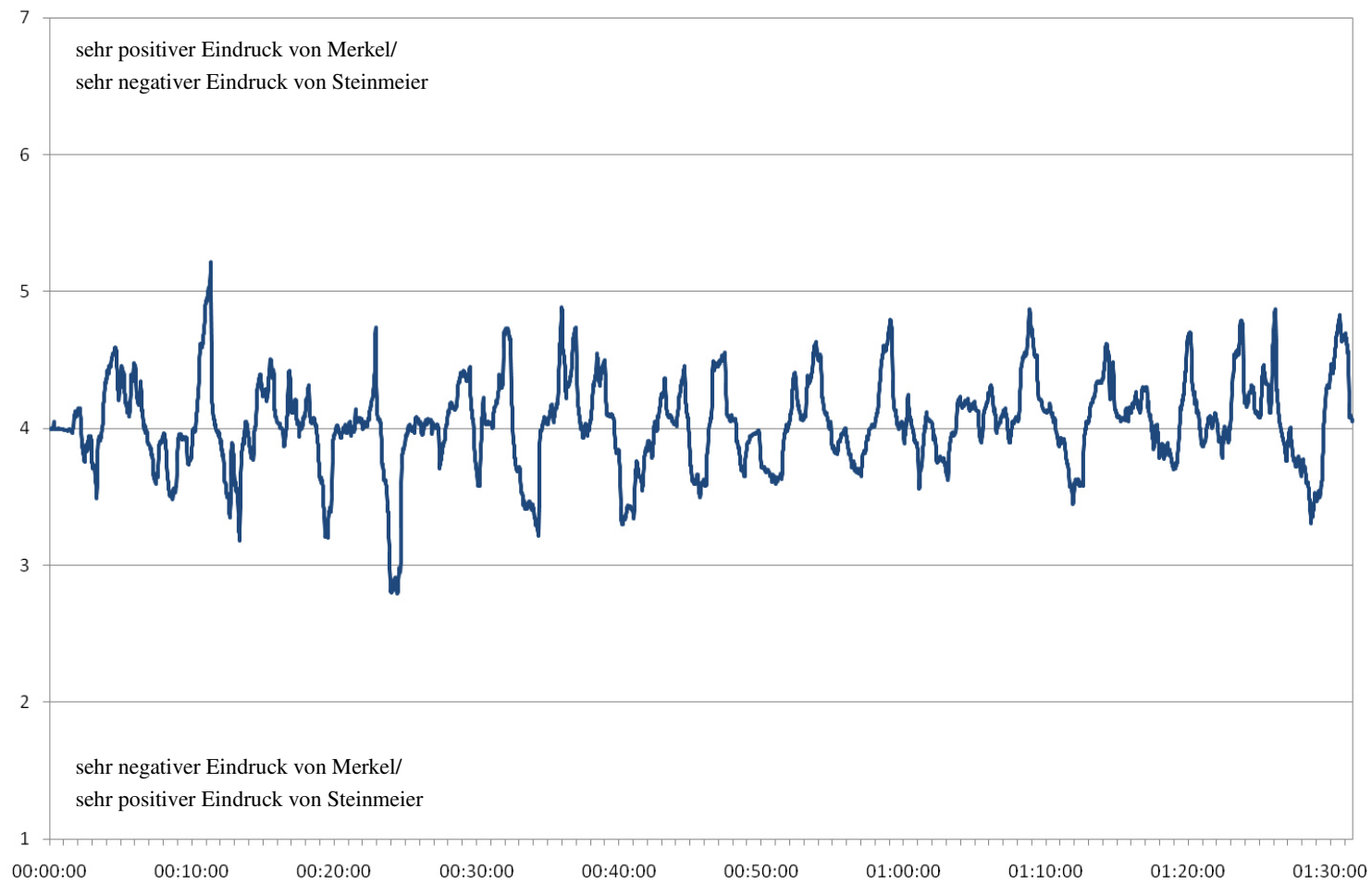
Weiterhin wurde definiert, was unter einem guten bzw. einem schlechten Eindruck zu verstehen ist: „Ich habe jetzt immer wieder von guten oder schlechten Eindrücken gesprochen. Was dies genau ist, wollen wir Ihnen nicht vorschreiben. Sie können z.B. die Art bewerten, wie die Kandidaten auftreten, das, was sie sagen, oder das, was über sie gesagt wird. Kurz gesagt: Sie befinden darüber, wann Sie einen guten oder schlechten Eindruck von den Kandidaten haben, und nur Sie wissen, warum das so ist!“

Vor der Debatte erhielten die Teilnehmer einen Teil der ihnen zugesagten Vergütung in bar. Der Rest wurde mit dem letzten Fragebogen per Verrechnungsscheck verschickt.

RTR-Bewertungen

Im Folgenden wird der mittlere RTR-Wert über den Verlauf der Sendung dargestellt (Abbildung 1). Skalenwerte von 1 bis 3 bedeuten, dass die Probanden durchschnittlich von Frank-Walter Steinmeier einen guten oder von Merkel einen schlechten Eindruck hatten. Skalenwerte von 5 bis 7 bedeuten, dass die Probanden durchschnittlich einen negativen Eindruck von Frank-Walter Steinmeier oder einen positiven Eindruck von Angela Merkel hatten. Die 4 ist der Neutralpunkt der Skala.

Abbildung 1: Durchschnittliche RTR-Bewertung über den Verlauf der Sendung



Quelle: Eigene Berechnungen; Datenbasis: RTR-Bewertungen (Drehreglertechnik) der Debatte an den Standorten Jena, Landau und Stuttgart-Hohenheim

Inhaltsanalysen

Im Fokus der Inhaltsanalysen stand zum einen die Berichterstattung über das TV-Duell (ZA5312-ZA5316), zum anderen das TV-Duell selbst (ZA5311). Das hierzu entwickelte Kategoriensystem orientiert sich soweit wie möglich am Inhaltsanalyse-Modul der GLES.

Für die Inhaltsanalysen zur Medienberichterstattung über das TV-Duell 2009 wurden zudem vorliegende Inhaltsanalysen zur Berichterstattung zu den TV-Duellen 2002 und 2005 genutzt.⁷ Um das Inhaltsanalyse-Modul der GLES in Hinblick auf die vorliegende Studie zu ergänzen, wurden jeweils die wichtigsten regionalen Tageszeitungen an den Erhebungsstandorten analysiert (ZA5312-ZA5314). Zudem wurden alle Sondersendungen vor und nach dem Duell in den vier Fernsehsendern, die das TV-Duell übertragen haben, inhaltsanalytisch erfasst (ZA5315, ZA5316). Die Kodierungen wurden auf zwei Ebenen vorgenommen: Auf Beitragsebene und auf Aussagenebene.

Die Inhaltsanalyse des TV-Duells orientiert sich vor allem an der Functional Analysis von Benoit.⁸ Weitere Elemente wurden aus der Untersuchung von Maier und Strömbäck sowie Maurer entnommen.⁹

Die Codierung wurde von fünf (Medienberichterstattung) bzw. drei studentischen Hilfskräften (TV-Duell) an der Universität Hohenheim durchgeführt. Die ausgewiesenen Intercoderreliabilitäten basieren auf Krippendorffs alpha.¹⁰

⁷ Mauer, M. & Reinemann, C. (2003). Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag; Reinemann, C. (2007). Völlig anderer Ansicht. Die Medienberichterstattung über das TV-Duell. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier, Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 167-194.

⁸ Benoit, William L. (2007). Bush vs. Kerry. A Functional Analysis of Campaign 2004. New York: Lang.

⁹ Maier, M. & Strömbäck, J. (2007). Advantages and Limitations of Comparing Audience Responses to Televised Debates. A Comparative Study of Germany and Sweden. In J. Maier, M. Maier, M. Mauer, C. Reinemann & V. Meyer (Hrsg.), Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Methodological Perspectives and Applications. Frankfurt/M.: Lang, S. 97-116; Maurer, M. (2007). Themen, Argumente, rhetorische Strategien. Die Inhalte des TV-Duells. In M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier & M. Maier, Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 33-52.

¹⁰ Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis, an Introduction to Its Methodology*, 2. Auflage. Thousand Oaks, CA: Sage; die Berechnung erfolgte nach Hayes, A.F. & Krippendorff, K. (2007). Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data. *Communication Methods and Measures* 1: 77-89.

Datensätze

Dateien:	SPSS	STATA
	ZA5309_v2-0-0.sav	ZA5309_v2-0-0.dta
	ZA5310_v1-1-0.sav	ZA5310_v1-1-0.dta
	ZA5311_v1-1-0.sav	ZA5311_v1-1-0.dta
	ZA5312_v1-0-0.sav	ZA5312_v1-0-0.dta
	ZA5313_v1-0-0.sav	ZA5313_v1-0-0.dta
	ZA5314_v1-0-0.sav	ZA5314_v1-0-0.dta
	ZA5315_v1-0-0.sav	ZA5315_v1-0-0.dta
	ZA5316_v1-0-0.sav	ZA5316_v1-0-0.dta

Tabelle 5: Datensätze

Datensatz	ZA5309	ZA5310	ZA5311	ZA5312	ZA5313	ZA5314	ZA5315	ZA5316
Anzahl der Variablen	720	5501	46	34	24	15	23	14
Anzahl der Einheiten	449	226	485	828	1158	169	558	110

Links

Deutsche Gesellschaft für Wahlforschung e. V. (DGfW): <http://www.dgfw.info>

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften: <http://www.gesis.org/gles>

Universität Frankfurt: <http://www.uni-frankfurt.de>

Universität Hohenheim: <https://www.uni-hohenheim.de/>

Universität Koblenz-Landau: <http://www.uni-koblenz-landau.de/>

Universität Mannheim: <http://www.uni-mannheim.de>

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB): <http://www.wzb.eu>

Erstellt wurde der Methodenbericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften in Zusammenarbeit mit der Universität Frankfurt und Prof. Dr. Frank Brettschneider, Prof. Dr. Thorsten Faas, Prof. Dr. Jürgen Maier und Prof. Dr. Michaela Maier.

Mannheim, März 2011