

German Longitudinal
Election Study



GLES 2013

TV-Duell-Analyse

**Befragung, Inhaltsanalyse, Real-
Time-Response Messung (Dial und
Push
Button)**

ZA5709 – ZA5712

Studienbeschreibung

Zur Beachtung bei der Arbeit mit Pre-Releases

Bei dieser Publikation und dem zugehörigen Datensatz handelt es sich um Daten der German Longitudinal Election Study (GLES), die von GESIS in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) als Vorabversion (Pre-Release) herausgegeben werden. Das Ziel der Herausgabe eines solchen Pre-Releases ist es, die im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES) erhobenen Daten der wissenschaftlichen Gemeinschaft so schnell wie möglich zugänglich zu machen. Trotz sorgfältiger Arbeit bei der Kontrolle und Aufbereitung der Daten können GESIS und die DGfW daher nicht garantieren, dass ein solcher Pre-Release bereits allen Ansprüchen genügt. Fehler werden unverzüglich über die Mailingliste der GLES bekanntgegeben und auf der Errata-Liste im Datenbestandskatalog (www.gesis.org/dbk) dokumentiert.

Wenn Ihnen bei Ihrer Arbeit mit den GLES-Daten ein Fehler auffällt, helfen Sie uns sehr, wenn Sie eine kurze E-Mail an gles@gesis.org schicken. Bitte schicken Sie uns zusätzlich zu der Beschreibung des Fehlers auch die Studiennummer (ZA-Nummer) sowie die Versionsnummer des Datensatzes.

Wir empfehlen, stets mit der aktuellen Version der GLES-Daten zu arbeiten. Sie können diese unkompliziert über den Datenbestandskatalog herunterladen. Die Links zum direkten Download finden Sie auch auf den Seiten der GLES bei GESIS (www.gesis.org/gles).

Meldung von Veröffentlichungen

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir Sie um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der GLES verwenden (bibliographische Angaben, Studiennummer des verwendeten Datensatzes). Veröffentlichungen, die vollständig oder teilweise auf Daten der GLES beruhen, werden in der offiziellen Bibliographie der GLES aufgeführt. 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-Dokuments.

Kontakt

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Postfach 122155

68072 Mannheim

E-Mail: gles@gesis.org

Zitation bei Veröffentlichungen

Wird in Publikationen auf Daten der GLES zurückgegriffen, bitten wir diese wie folgt zu zitieren:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Wolf, Christof; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2015): TV-Duell-Analyse Befragung (GLES 2013). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5709 Datenfile Version 3.0.0, doi: 10.4232/1.12287.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Wolf, Christof; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2017): TV-Duell-Analyse Inhaltsanalyse (GLES 2013). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5710 Datenfile Version 2.1.0, doi: 10.4232/1.12770.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Wolf, Christof; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2014): TV-Duell- Analyse Real-Time-Response-Messung (Dial) (GLES 2013). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5711 Datenfile Version 1.0.0, doi: 10.4232/1.11944.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Wolf, Christof; Faas, Thorsten; Maier, Jürgen; Maier, Michaela (2014): TV-Duell- Analyse Real-Time-Response-Messung (Push Button) (GLES 2013). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5712 Datenfile Version 1.0.0, doi: 10.4232/1.11945.

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.

Kurzzusammenfassung

In der vorliegenden Untersuchung wurden die Wahrnehmung des TV-Duells zwischen Angela Merkel und Peer Steinbrück und ihre Wirkungen auf politische Kognitionen, politische Einstellungen und Verhaltensabsichten analysiert. Dazu verfolgten 269 Probanden das TV-Duell in einem Live-Experiment der Universitäten Koblenz-Landau und Mainz. Die Probanden wurden auf Basis eines Quotenplans (Geschlecht, Alter, Bildung, Parteiidentifikation) rekrutiert. Es erfolgte eine zufällige Verteilung auf folgende Experimentalbedingungen: Audio-Video-Version vs. Audio-Version des Duells, Audio-Video-Version mit vs. ohne 15-minütiger Nachberichterstattung und Audio-Video-Version mit vs. ohne interpersonaler Kommunikation. Mit Ausnahme der beiden letztgenannten Gruppen waren alle Teilnehmer mit Geräten zur Real-Time-Response (RTR)-Messung (Dial- und Push-Systeme) ausgestattet, die ihnen die sekundengenaue Echtzeit-Beurteilungen der Kandidaten während des Duells ermöglichten. Alle Teilnehmer wurden in vier Fragebogenwellen befragt (direkt vor und nach dem Duell, wenige Tage nach dem Duell sowie nach der Bundestagswahl). Eine Kontrollgruppe rezipierte statt des TV-Duells einen Spielfilm mit nicht-politischem Inhalt. Über die Messungen von Wahrnehmungen und Wirkungen des TV-Duells wurde auch der Inhalt des TV-Duells transkribiert und inhaltsanalytisch erfasst.

TV-Duell-Analyse der GLES

TV-Duelle im Vorfeld von Bundestagswahlen, wie sie seit 2002 nach US-amerikanischem Vorbild im deutschen Fernsehen ausgestrahlt werden, erfreuen sich nach wie vor großer Popularität und werden von vielen Wählern als das Hauptereignis im Wahlkampf wahrgenommen. Das GLES Modul 5 untersucht, in wie weit die Wähler sich von dem Wettstreit im Fernsehen z.B. in ihrer Wahlentscheidung beeinflussen lassen.

Die einzige Fernsehdebatte im Bundestagswahlkampf 2013 zwischen den beiden Kanzlerkandidaten, Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) und ihrem Herausforderer Peer Steinbrück (SPD), wurde am 1. September – also drei Wochen vor der Bundestagswahl – gesendet. Die rund 90-minütige Sendung begann um 20:30 Uhr und wurde von den öffentlich-rechtlichen Sendern ARD, ZDF und Phoenix (mit Gebärdensprachdolmetscher) sowie den beiden privat-kommerziellen Anbietern RTL und Pro7 übertragen. Unter Ausschluss von Publikum befragten vier Moderatoren – Anne Will (ARD), Maybrit Illner (ZDF), Peter Kloeppel (RTL) und Stefan Raab (Pro7) – die beiden Kanzlerkandidaten.

Studennummern

ZA5709 – TV-Duell-Analyse Befragung
(Version 3.0.0, 08.07.2015)
doi: 10.4232/1.12287

ZA5710 – TV-Duell-Analyse Inhaltsanalyse
(Version 2.1.0, 25.04.2017)
doi: 10.4232/1.12770

ZA5711 – TV-Duell-Analyse Real-Time-Response-Messung (Dial)
(Version 1.0.0, 13.06.2014)
doi: 10.4232/1.11944

ZA5712 – TV-Duell-Analyse Real-Time-Response-Messung (Push Button)
(Version 1.0.0, 13.06.2014)
doi: 10.4232/1.11945

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study – Komponente 5: TV-Duell-Analyse

Erhebungszeitraum

Tabelle 1: Erhebungszeiträume der TV-Duell-Analyse

TV-Duell-Analyse Erhebungen	Erhebungszeitraum		
	01.09.2013	02.-19.09.2013	23.09.- 23.10.2013
Befragung	X	X	X
Inhaltsanalyse	X		
Real-Time-Response-Messung (Dial)	X		
Real-Time-Response-Messung (Push Button)	X		

Primärforscher/innen

Prof. Dr. Hans Rattinger	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher	(Universität Frankfurt)
Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Bernhard Weißels	(Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)
Prof. Dr. Christof Wolf	(GESIS–Leibniz-Institut für die Sozialwissenschaften)

In Kooperation mit

Prof. Dr. Thorsten Faas	(Universität Mainz)
Prof. Dr. Jürgen Maier	(Universität Koblenz-Landau)
Prof. Dr. Michaela Maier	(Universität Koblenz-Landau)

Datenerhebung

Die Organisation und Durchführung der Datenerhebung erfolgte durch Prof. Dr. Thorsten Faas (Universität Mainz), Prof. Dr. Jürgen Maier (Universität Koblenz-Landau) und Prof. Dr. Michaela Maier (Universität Koblenz-Landau) an den Standorten Koblenz, Landau/Pfalz und Mainz.

Datensätze

Dateien:	SPSS	STATA
	ZA5709_v3-0-0.sav	ZA5709_v3-0-0.dta
	ZA5710_v2-1-0.sav	ZA5710_v2-1-0.dta
	ZA5711_v1-0-0.sav	ZA5711_v1-0-0.dta
	ZA5712_v1-0-0.sav	ZA5712_v1-0-0.dta

Tabelle 2: Anzahl der Variablen und Fälle je Datensatz

Datensatz	ZA5709	ZA5710	ZA5711	ZA5712
Variablen	576	43	5609	22407
Fälle	268	877	88	117

Studiendesign

In der vorliegenden Untersuchung wurden 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 269 Teilnehmer umfassende Laborstudie mit folgendem Design durchgeführt (*Tabelle 3*):

- An drei Standorten – Koblenz, Landau und Mainz – verfolgten insgesamt 269 Personen die Fernsehdebatte in den Räumen der jeweiligen Universität. In Mainz gab es eine 22 Personen umfassende Kontrollgruppe, die anstelle der Fernsehdebatte einen Kinofilm sah („Vicky, Christina, Barcelona“). Der Film wurde in Hinblick auf einen möglichst unpolitischen Inhalt ausgewählt und entsprechend vorgetestet. Alle Versuchsgruppen wurden zu insgesamt vier Zeitpunkten mit einem umfangreichen Fragebogen zu ihren politischen Orientierungen und ihrem (beabsichtigten) Wahlverhalten befragt: am Duellabend direkt vor dem Duell (bzw. in der Kontrollgruppe: vor dem Kinofilm)

und direkt nach dem Duell, in den Tagen kurz nach dem Duell¹ sowie unmittelbar nach der Bundestagswahl am 22.09.2013².

- Die ersten beiden Befragungen fanden schriftlich oder online 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 allen drei Standorten wurde die TV-Debatte in Bild und Ton präsentiert (Audio-Video-Treatment). In Koblenz konnten 39 von 80 Probanden nur den Ton der Debatte verfolgen (Audio-Treatment). Durch den Vergleich der beiden Gruppen lassen sich Effekte nonverbaler Kommunikation untersuchen.
- Am Standort Mainz sahen 17 der 123 Probanden die ersten 15 Minuten der direkt im Anschluss an das Duell ausgestrahlten ARD-Sondersendung „Günther Jauch“ an. Erst danach füllten sie den Posttest I-Fragebogen aus. Die Zuteilung auf die Gruppe, die diese direkte Nachberichterstattung verfolgte, erfolgte zufällig. Durch den Vergleich dieser Gruppe mit Personen, die die Sondersendung nicht gesehen haben, lassen sich die Effekte der unmittelbaren Nachberichterstattung analysieren.
- Des Weiteren wurden am Standort Mainz 20 der 123 Probanden aufgefordert, sich während des TV-Duells mit den anderen Probanden über das Gesehene zu unterhalten. Eine andere Gruppe, bestehend aus 22 Teilnehmern, wurde angehalten, sich weder zu unterhalten noch sich beispielsweise durch Zwischenrufe zu äußern. Ein Vergleich dieser Gruppen ermöglicht, Effekte von interpersonaler Kommunikation während der Debatte zu untersuchen.
- Mit Ausnahme zweier Gruppe (Gruppen mit und ohne interpersonaler Kommunikation) sowie der Kontrollgruppe (alle drei Gruppen in Mainz) hatten alle Probanden (N=205) die Gelegenheit, ihre unmittelbaren Eindrücke vom Duell während der Debattenrezeption computergestützt zu dokumentieren (Real-Time-Response-Messung, kurz RTR). 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 die Probanden für jeden Kandidaten Plus- und Minustasten drücken konnten. Die Drehreglereinstellungen bzw. Druckknopfaktivitäten wurden sekundengenau für jeden einzelnen Teilnehmer aufgezeichnet. Der Einsatz dieser Systeme ermöglicht es, nicht nur die unmittelbaren Reaktionen der Probanden auf Auftreten und Aussagen der Kandidaten zu untersuchen,

¹ Jeweils ein Drittel der Fragebögen wurde zeitlich so versetzt verschickt, dass sie die Teilnehmer am 2., 3. oder 4. September 2013 erreichten.

² Die Fragebögen wurden so verschickt, dass sie die Teilnehmer am 23. September 2013 erreichten.

sondern auch Unterschiede zwischen den beiden verwendeten Systemen zu analysieren.

Tabelle 3: Übersicht über das Studiendesign

N (Pre-test)		Pretest	Treatment				Post-test I	Posttest II	Posttest III
			Audio/ Audio-Video	RTR (System)	Interpersonale Kommunikation	Sondersendung			
	Messzeitpunkt	direkt vor dem Duell	während des Duells			direkt nach dem Duell	direkt nach dem Duell	wenige Tage nach dem Duell	direkt nach der Wahl
Standort									
Landau	44	Ja	Audio-Video	Ja (Dial)	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Koblenz	41	Ja	Audio-Video	Ja (Push)	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Koblenz	39	Ja	Audio	Ja (Push)	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Mainz	20	Ja	Audio-Video	Ja (Push)	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Mainz	17	Ja	Audio-Video	Ja (Push)	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja
Mainz	44	Ja	Audio-Video	Ja (Dial)	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Mainz	22	Ja	Audio-Video	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Mainz	20	Ja	Audio-Video	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja
Mainz	22	Ja	Kinofilm	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja

Tabelle 4: Ausschöpfungsquoten in den Pre- und Posttest-Messungen

	Gesamt		Pretest ³		Posttest I		Posttest II		Posttest III	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Experimentalgruppen</i>										
Landau	44	100	44	100,0	44	100,0	43	97,7	44	100,0
Koblenz	80	100	77	96,3	77	96,3	82	102,5	80	100,0
Mainz	123	100	121	98,4	120	97,6	121	98,4	117	95,1
<i>Kontrollgruppe</i>	22	100	22	100,0	22	100,0	22	100,0	22	100,0
Gesamt	269	100	264	98,1	263	97,8	268	99,6	263	97,8

³ In den Experimentalgruppen Audio-Video-RTR-System-Button-Push an den Standorten Mainz und Koblenz füllten die Teilnehmer die Pretest- und Posttest I-Fragebögen direkt am PC aus. Aufgrund technischer Probleme konnten die Daten bei fünf Pretest-Fragebögen nicht gespeichert werden.

Rekrutierung der Teilnehmer

Über Pressemitteilungen wurden Redaktionen von Tageszeitungen, Anzeigenblätter und Radiosendern in Landau, Koblenz und Mainz sowie im jeweiligen Umland über das bevorstehende TV-Duell und – in wenigen Worten – der damit verbundenen Studie informiert. Am Schluss der Pressemitteilung wurde auf die Möglichkeit zur Beteiligung an dieser Studie hingewiesen. Der Text beinhaltete neben einer Telefonnummer und einer E-Mail-Adresse, über die man sich für die Studie anmelden konnte, auch den Hinweis, dass die Teilnahme an der Untersuchung mit 25 Euro vergütet wird. Zusätzlich wurden Handzettel und Plakate mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse unter Angabe von ebenfalls nur wenigen konkreten Hinweisen auf den Inhalt der Studie in den jeweiligen Städten verteilt. Die Kontrollgruppe wurde per Pressemitteilung, Handzettel und Plakaten rekrutiert, auf denen für die Teilnahme an einer Studie zu Medienrezeption geworben wurde.

Die Auswahl der selbstrekrutierten Probanden erfolgte auf der Basis eines vorab erstellten Quotenplans. Die dafür notwendigen Informationen wurden bei einem Rekrutierungsgespräch erfragt. Es wurden nur Personen eingeladen, die bei der Bundestagswahl 2013 wahlberechtigt waren.

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“): Alter (18-39 Jahre vs. 40 Jahre und älter), Bildung (maximal Realschule bzw. Polytechnische Oberschule 10. Klasse vs. min. Fachhochschulreife bzw. Erweiterte Oberschule 12. Klasse), Parteiidentifikation (SPD und Bündnis 90/Die Grünen vs. CDU/CSU und FDP vs. keine/andere Parteiidentifikation). Die Erfüllung des Quotierungsplans hinsichtlich dieser Merkmale hat sich als unerwartet schwierig herausgestellt. Um dennoch die angestrebte Teilnehmerzahl erreichen zu können, wurden schließlich Abweichungen in Kauf genommen. Die zufällige Verteilung der Teilnehmer über die Merkmale wurde dabei sichergestellt. Die tatsächliche Verteilung der Quotierungsvariablen ist in *Tabelle 5* ausgewiesen.

Die ausgewählten Teilnehmer erhielten ein Einladungsschreiben per Post. In diesem waren auch Informationen zur Speicherung, Aufbereitung und Weiterverwertung der Daten enthalten, die bei der Untersuchung gesammelt werden würden.

Tabelle 5: Verteilung der Quotierungsmerkmale nach Standort, Angaben in Prozent

	Ge- samt	Experimentalgruppe			Kontrollgrup- pe
		Landau	Koblenz	Mainz	
<i>Geschlecht</i>					
männlich	49,1	54,5	47,5	48,8	45,5
weiblich	48,0	45,5	46,3	48,8	54,5
keine Angabe	3,0	0,0	6,3	2,4	0,0
<i>Alter</i>					
18-39	52,0	47,7	46,3	58,5	45,5
40 und älter	45,4	52,3	47,5	39,8	54,5
keine Angabe	2,6	0,0	6,3	1,6	0,0
<i>Bildung</i>					
max. Realschule/POS 10. Klasse	24,1	36,4	28,8	18,7	13,6
min. Fachhochschulrei- fe/EOS 12. Klasse	70,3	63,7	61,3	75,6	86,4
noch Schüler/in	2,6	0,0	3,8	3,3	0,0
keine Angabe	3,0	0,0	6,3	2,4	0,0
<i>Parteiidentifikation</i>					
CDU/CSU, FPD	24	29,5	23,2	23,6	18,2
SPD, Bündnis90/Die Grün- en	44,3	40,9	39	49,6	40,9
keine Partei, andere Par- tei	25,9	25,1	29,3	22	36,3
keine Angabe	5,9	4,5	8,5	4,9	4,5

Rezeptionssituation

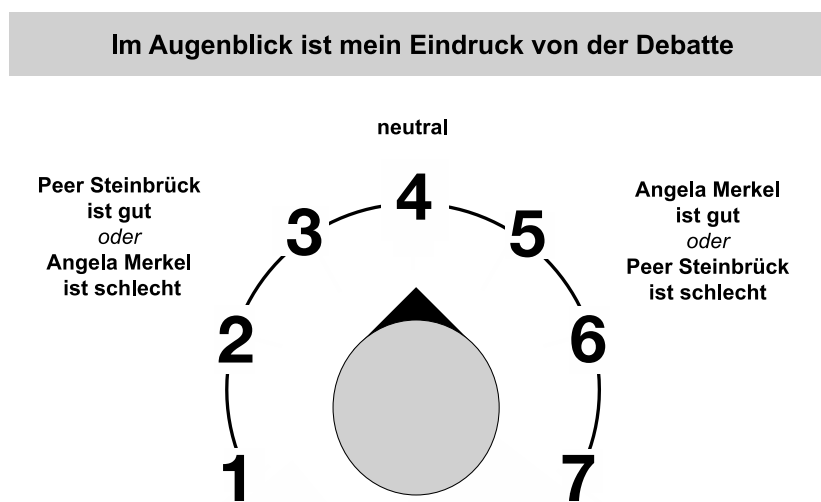
Die Probanden an den Standorten Landau, Koblenz und Mainz verfolgten die Fernsehdebatte in den Räumen der jeweiligen Universitäten auf einer Großbildleinwand. Gleiches galt für die Rezeptionssituation der Kontrollgruppe. Die Hälfte der Probanden in Koblenz konnte die Fernsehdebatte nur hören. In Koblenz wurden die Debatte in Computerräume, in Mainz und Landau in größeren Hörsälen rezipiert.

Bis auf die Gruppe in Mainz, in der gezielt zu interpersonalen Kommunikation aufgefordert wurde, 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.

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 (RTR)-Messung. In Landau und einer Gruppe in Mainz 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 (vgl. Abbildung 3). Die Probanden wurden angewiesen, den Drehregler nach links (Skalenwerte 1 bis 3) zu bewegen, wenn sie von Peer Steinbrück einen guten oder von Angela 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 Peer Steinbrück oder einen positiven Eindruck von Angela Merkel nach rechts bewegt werden (Skalenwerte 5 bis 7). Auch hier galt: 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 Peer Steinbrück bzw. Angela Merkel einen neutralen Eindruck hinterließen oder wenn sich positive und negative Eindrücke jeweils aufhoben (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Illustration zur Bedienung der RTR-Messung mit Hilfe der Drehreglertechnik



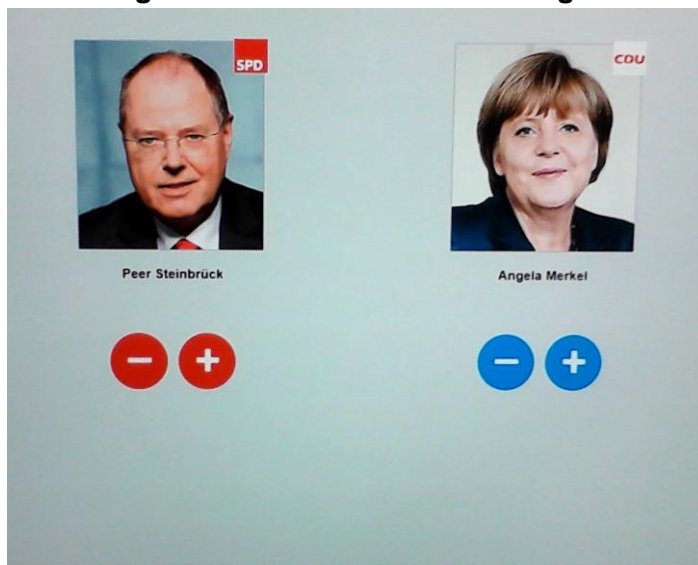
Die genaue Instruktion, die laut in den entsprechenden Gruppen vorgelesen wurde, lautete: „Auf dem Drehregler stehen Ihnen sieben verschiedene Positionen zur Verfügung, um Ihre Bewertung des Fernsehduells abzugeben. Die mittlere Position ,4‘ ist die Ausgangsposition und bedeutet, dass Sie von keinem der Kandidaten einen besseren oder schlechteren Eindruck haben. Wenn Sie während der Debatte einen guten Eindruck von Herrn Steinbrück haben, 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 Steinbrück haben. Drehen Sie den Regler bitte ebenfalls nach links, wenn Sie einen schlechten Eindruck von Angela Merkel haben. In diesem Fall bedeutet ,1‘, dass Sie einen außerordentlich schlechten Eindruck von Angela Merkel haben. Wenn Sie einen guten Eindruck von Angela Merkel haben, 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 Steinbrück haben. In diesem Fall bedeutet ,7‘, dass Sie einen

außerordentlich schlechten Eindruck von Herrn Steinbrück haben. Mit den verbleibenden Kategorien dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.“

Diese Anweisung wurde auch grafisch auf Plakaten, die in den Räumen aufgehängt wurden, und auf Handzetteln, die auf den Tischen lagen, dargestellt. 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 Minuten Gelegenheit gegeben, ihre Eindrücke von den Beteiligten eines Streitgesprächs aus der US-amerikanischen Sitcom „Bill Cosby Show“ zu dokumentieren. Die Auswahl des – völlig unpolitischen – Ausschnitts erfolgte aufgrund der großen Ähnlichkeit des Formats mit einer TV-Debatte.

Experimentalgruppen in Koblenz und Mainz wurde die RTR-Messung zusätzlich mit der Push-Button-Technik durchgeführt. Auf einer Computertastatur wurden vier Tasten – zwei farblich unterschiedliche Tasten für jeden Kandidaten – markiert. Jeweils eine der zwei Tasten war für positive, die andere Taste für negative Eindrücke vorgesehen. Die Erfassung der Eingabe erfolgte hier beim Loslassen der jeweiligen Tasten. Wenn eine Taste gedrückt wurde, erhielten die Probanden eine optische Rückmeldung ihrer Eingabe über einen Monitor. Auf diesem war jeweils ein Foto der Kandidaten zu sehen. Darunter waren die Plus- und Minustasten symbolisiert (vgl. Abbildung 2). Wenn eine Taste gedrückt wurde, wurde das jeweilige Symbol auf dem Bildschirm kurzzeitig schwarz unterlegt. Folgende Instruktion wurde hier verlesen:

„Auf der Computertastatur finden Sie vier farbige Tasten. Die blauen Tasten sind für Angela Merkel vorgesehen, die roten Tasten für Peer Steinbrück. Wenn Sie während der Debatte einen guten Eindruck von Peer Steinbrück haben, drücken Sie bitte die rote Plus-Taste. Wenn Sie einen schlechten Eindruck von Peer Steinbrück haben, drücken Sie bitte die rote Minus-Taste. Für einen guten Eindruck von Angela Merkel während der Debatte drücken Sie bitte die blaue Plustaste, bei einem schlechten Eindruck verwenden Sie bitte die blaue Minustaste. Wenn Sie einen besonders starken Eindruck von einem Kandidaten haben, können Sie die Tasten natürlich auch mehrfach hintereinander drücken. Wenn Sie eine Taste drücken, bekommen Sie eine optisch Rückmeldung. Sie können sich also ganz auf das TV-Duell konzentrieren und müssen nicht immer auf die Tasten schauen.“

Abbildung 2: Interface zur RTR-Messung mittels Push-Button-Technik

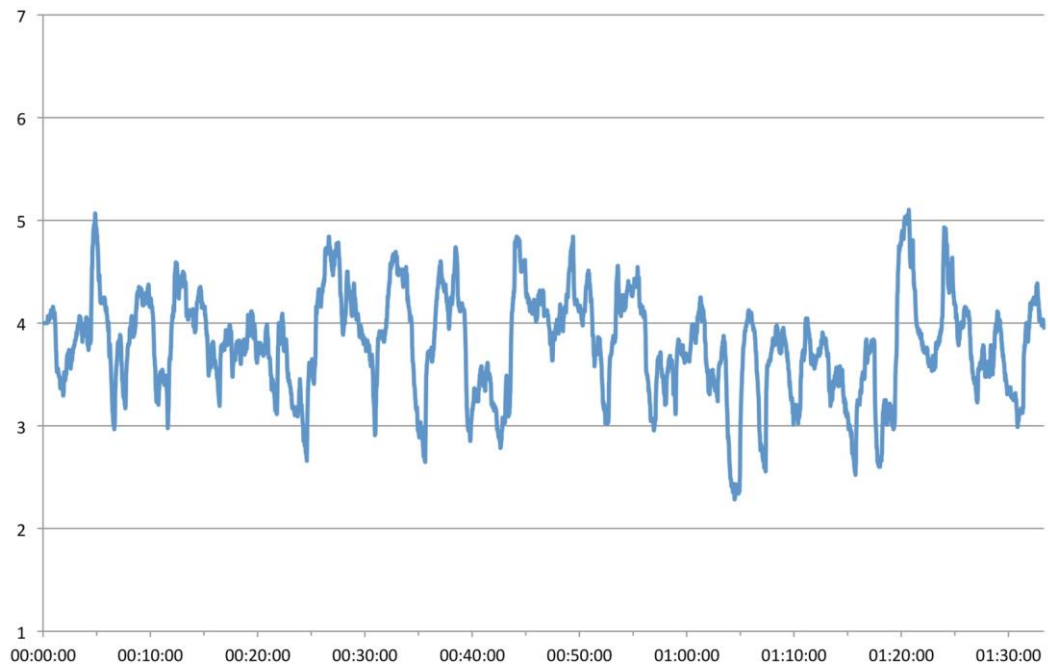
Weiterhin wurde in allen Gruppen, die über ein RTR-Gerät ihre Eindrücke abgaben, vorgelesen, was unter einem guten bzw. einem schlechten Eindruck zu verstehen ist:

„Ich habe jetzt immer wieder von positiven und negativen 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!“

RTR-Bewertungen

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

Abbildung 3: Durchschnittliche RTR-Bewertung über den Verlauf der Sendung; Quelle: Eigene Berechnungen; Datenbasis: RTR-Bewertungen (Drehreglertechnik) der Debatte an den Standorten Mainz und Landau



Inhaltsanalyse des TV-Duells

Zusätzlich zur Wirkung des TV-Duells auf den Rezipienten wurde auch der Debatteinhalt erfasst. Einerseits erfolgte die Transkription des Wortlauts des Duells (Maier et al. 2013). Andererseits wurden die während des Duells vorgenommenen Aussagen mit einer Inhaltsanalyse identifiziert und kategorisiert.

Das hierfür entwickelte Kategoriensystem orientiert sich soweit wie möglich am Inhaltsanalyse-Modul der GLES sowie an der im Rahmen der im Auftrag der GLES durchgeführten Inhaltsanalyse der TV-Debatte 2009. Die Codierung erfolgte auf Aussagenebene. Neben formalen Aspekten (wortwörtlicher Inhalt der Aussage, Sprecher, Startzeitpunkt der Aussage, Endzeitpunkt der Aussage, Dauer der Aussage) wurden insgesamt 27 inhaltliche Variablen codiert. Diese umfassen u.a. die rhetorische Strategie, rhetorische Stilmittel und die Valenz, das Thema, das angesprochene Objekt, der Zeitbezug, die Verwendung von Evidenzen und der Abstraktionsgrad jeder Aussage. Für die Codierung wurde auf für die Inhaltsanalyse von TV-Duellen einschlägige Codieranweisungen von Benoit (2007), Maier & Strömbäck (2007) und Maurer (2007) zurückgegriffen.

Die Codierung des TV-Duells wurde an der Universität Koblenz-Landau von zwei Codierern durchgeführt. Zehn Prozent der insgesamt 877 identifizierten Aussagen wurden für die Untersuchung von Intercoderreliabilitäten zweifach codiert. Die durchschnittliche Reliabilität über alle inhaltlichen Variablen beträgt 0,892 mit einem Minimalwert von 0,712 und einem Maximalwert von 1 (Holsti-Formel).

Durch die sekundengenaue Erfassung der im TV-Duell getroffenen Aussagen besteht die Möglichkeit, den Debatteninhalt mit den gesammelten RTR-Daten zu verknüpfen.

Hinweise

Codierung offener Nennungen

Alle offenen Angaben in der Befragung werden codiert und nach Fertigstellung mit einer neuen Version veröffentlicht. Dies sind die Variablen b70 (Spontane Gedanken zum TV-Duell), b-c71 (Besondere Momente im TV-Duell) sowie a-d32a-b (Gute Eigenschaften Merkel/Steinbrück) und a-d33a-b (Schlechte Eigenschaften Merkel/Steinbrück). Die Fragen zum wichtigsten Problem liegen bereits in der codierten Version vor.

Für die offenen Wissensfragen a-b18s (Wissen Arbeitslosenzahl), a-b21s (Wissen Erwerbstätige), a-b,22s (Wissen Neuverschuldung) und a24s (Wissen 5% Hürde) wurden abgeleitete Dummy-Variablen erstellt, die angeben, ob die Frage richtig oder falsch beantwortet wurde. Bei den Fragen zur Arbeitslosenzahl und Erwerbstätigenanzahl wurde eine Abweichung von bis zu zehn Prozent als richtige Antwort gewertet.

Versionshistorie

ZA5709 TV-Duell-Analyse- Befragung

Veränderungen von Version 1.0.0 zu 2.0.0

Die Variable „bedingung“ wurde um die Ausprägung 7 „Rezeption Duell: Video, RTR: Push Button, Interpersonale Kommunikation nein, Nachberichterstattung: ja“ erweitert. 17 Fällen wurde der neue Wert 7 zugewiesen. Außerdem wurde ein weiterer Fall, der die Ausprägung 4 hatte, in den Wert 6 umkodiert. Des Weiteren wurden die übrigen Labels der Werte 1 bis 6 sprachlich angepasst.

Einem Befragten konnte im Nachhinein ein entsprechender Bildungsabschluss zugeordnet werden. Er erhielt den Wert 5 in der Variable „a45“.

Die Antworten eines Befragten (Match-ID KO-E-22) wurden umfassend korrigiert.

Der Befragte mit der Match-ID KO-D-04 wurde aus dem Datensatz entfernt.

Korrekturen in Variablen- und Wertelabels.

Veränderungen von Version 2.0.0 zu 3.0.0

Die Variablen zum wichtigsten, zweitwichtigsten und drittwichtigsten Problem (a27as-cs, b27as-cs, c27as-cs, d27as-cs) wurden codiert und dem Datensatz zugespielt.

ZA5710 TV-Duell-Analyse – Inhaltsanalyse

Veränderungen von Version 1.0.0 zu 2.0.0

Das Label des Wertes 9 wurde in den Variablen v28 und v35 umbenannt.

Die Dauer der Aussage (v8) wurde komplett überarbeitet und neu berechnet. Entsprechend wurden für vereinzelte Aussagen die Minutenangaben ihres Endes (v6) korrigiert.

Die Zuweisung mehrerer Aussagen zu einer Strategie (v12), dem zugehörigen Sprecher (v14) und der Art der Charakteraussage (v33) wurden korrigiert.

Veränderungen von Version 2.0.0 zu 2.1.0

Rekodierungen in den Variablen v4, v6, und v8 bei den Laufnummern 318, 648, 650.

Literatur

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

Maier, J., Maier, M., Faas, T. & Jansen, C. (2013). *Wortlaut zur Fernsehdebatte zur Bundestagswahl am 22. September 2013*. Landau: Universität Koblenz-Landau (=Arbeitspapiere und Dokumentationen des Forschungsschwerpunkts "Kommunikation, Medien und Politik", Nr. 40/2013). <http://www.uni-koblenz-landau.de/komepol/papers/working-paper-nr.-40-2013/view>; zuletzt abgerufen am 1.12.2013.

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.: Peter Lang, 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, 33-52.

Links

Projektseite der GLES: <http://www.gles.eu>

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

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

Bamberger Centrum für Empirische Studien (BACES) <http://www.uni-bamberg.de/zentren/baces/>

Erstellt wurde der Bericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften in Zusammenarbeit der Universität Frankfurt Prof. Dr. Thorsten Faas, Prof. Dr. Jürgen Maier und Prof. Dr. Michael Maier.

Mannheim, April 2017