

---

# Das Studiendesign

Berend Barkela und Jürgen Maier

---

## 1 Wie lassen sich Debatteneffekte messen?

Debattenforschung ist in erster Linie Wirkungsforschung. Die Vielzahl der zu dieser Frage vorliegenden Studien ist kaum zu überschauen. Demgegenüber gibt es zu anderen wichtigen Themen rund um TV-Duelle – etwa zu ihrem Format, ihrer Nutzung oder ihrem Inhalt – deutlich weniger Studien. Wie aber kann man Debatteneffekte messen? Im Kern gibt es drei Ansätze: repräsentative Bevölkerungsumfragen, qualitative Interviews und experimentelle Designs.

Die Stärken von repräsentativen Befragungen sind zweifellos die großen Fallzahlen und die durch die Zufallsauswahl der Befragten mögliche Hochrechnung von Stichprobenergebnissen auf die wahlberechtigte Bevölkerung. Besonders gut lässt sich deshalb etwa die Nutzerstruktur von TV-Debatten untersuchen (vgl. z. B. Kenski und Stroud 2005; Maier und Faas 2011). Demgegenüber ist der Nachweis von Kausaleffekten mit Hilfe von Repräsentativbefragungen schwierig. Dies gilt für reine Querschnittbefragungen (vgl. z. B. Drew und Weaver 2006; Maier und Faas 2011), aber auch für Panel- (vgl. z. B. Donsbach und Jandura 2005) oder Rolling-Cross-Section-Designs (vgl. z. B. Faas und Maier 2011b; Holst et al. 2006; Maier et al. 2014a). Der Grund hierfür ist, dass Debatteneffekte nachweislich stark

---

B. Barkela (✉)  
Landau, Deutschland  
E-Mail: barkela@uni-landau.de

J. Maier  
Landau, Deutschland  
E-Mail: maierj@uni-landau.de

von der Kommunikation über diese Ereignisse beeinflusst werden (vgl. z. B. Faas und Maier 2011a; Tsfatı 2003). Aus rein technischen Gründen verstreicht zwischen einem TV-Duell und der Messung in Repräsentativbefragungen (vor bzw. nach einer Debatte) Zeit. In dieser Zeit haben die Befragten aber die Gelegenheit, Informationen über das Duell aus den Medien aufzunehmen und sich mit Dritten über die Debatte auszutauschen. Aus diesen Gründen ist es schwer zu beurteilen, ob die mit repräsentativen Befragungen gemessenen Debattenwirkungen tatsächlich ursächlich auf das Duell zurückzuführen sind („direkte Debatteneffekte“) oder aus der massenmedialen und interpersonalen (Anschluss-)Kommunikation resultieren („indirekte Debatteneffekte“).

Studien, die auf qualitativen Interviews fußen, sind mit dieser Problematik in der Regel nicht konfrontiert, da Rezipienten üblicherweise direkt nach dem Verfolgen eines TV-Duells interviewt werden. Ein solches Design lässt sich forschungspraktisch aber nur im Rahmen von Fokusgruppeninterviews durchführen (vgl. z. B. Dinter und Weissenbach 2015; McKinney und Lamoureux 1999). Allerdings sind solche Interviews zeitaufwendig und deshalb nur mit sehr kleinen Stichproben möglich. Problematisch bei diesem Vorgehen ist nicht nur die fehlende Repräsentativität der Untersuchungspopulation, sondern auch die Schwierigkeit, die im Rahmen dieser Diskussionsrunden getroffenen Aussagen miteinander zu vergleichen. Zudem unterliegen Fokusgruppeninterviews gruppendynamischen Prozessen. Sofern diese nicht Teil der Forschungsfrage sind, können sie sich störend auf das Antwortverhalten der Befragten auswirken. Insgesamt ist es deshalb wenig überraschend, dass Fokusgruppenbefragungen in der Debattenforschung nur sehr selten angewendet werden.

Eindeutig am besten lassen sich Kausaleffekte der Debattenrezeption mit Hilfe von Experimenten nachweisen. Vor allem lässt sich mit einem experimentellen Design der Nachweis führen, ob die Rezeption von Fernsehdebatten entscheidend für die Veränderung von individuellen Orientierungen und Verhaltensabsichten ist. Insbesondere mit Pretest-Posttest-Designs, in deren Rahmen Rezipienten unmittelbar vor und unmittelbar nach einer Debatte befragt werden, lassen sich direkte Debatteneffekte zweifelsfrei isolieren. Besonders stringent ist dieser Nachweis, wenn die Veränderungen, die bei den Rezipienten einer Debatte gemessen werden, noch mit den Veränderungen, die in einer Kontrollgruppe – also bei Personen, die die Debatte nicht gesehen haben – im gleichen Zeitraum auftreten, verglichen werden. Zudem lassen sich im Rahmen von Experimenten gezielt Versuchsbedingungen herstellen, die dazu beitragen, theoretisch bedeutsame Fragen zu beleuchten – etwa die Rolle von Mimik und Gestik der Kandidaten oder den Stellenwert von Anschlusskommunikation. Experimente haben aber auch Nachteile – vor allem im Hinblick auf die Generalisierbarkeit der Befunde. Ursachen hierfür sind die oftmals geringen

Fallzahlen, die fehlende Repräsentativität bei der Auswahl der Untersuchungsteilnehmer sowie die künstliche Rezeptionssituation. Dass insbesondere die letztgenannte Sorge weitgehend unbegründet ist, lässt sich mit theoretischen Argumenten plausibel darlegen (Maurer und Reinemann 2003, S. 61). Weiterhin gibt es auch Maßnahmen, mit denen man gezielt der mangelnden Repräsentativität entgegenwirken kann. Insgesamt zeigen die vorliegenden experimentell angelegten Debattenstudien oft ähnliche Ergebnisse. Diese wiederum stehen häufig im Einklang mit Befunden aus Repräsentativbefragungen. Die Einschränkungen in der externen Validität von experimentell gewonnenen Befunden in der Debattenforschung sind also eher gering. Da in der Summe die Vorteile von Experimenten größer sind als ihre Nachteile, finden sich in der Debattenforschung auch zahlreiche Untersuchungen, die einen experimentellen Ansatz verfolgen.

Dies ist auch in der vorliegenden Studie zu Wahrnehmungen und Wirkungen des TV-Duells und des TV-Dreikampfs im Vorfeld der Bundestagswahl 2013 der Fall. Ergänzt wird das Experiment durch den Einsatz von Real-Time-Response-Messungen und eine Inhaltsanalyse des TV-Duells. Im Folgenden stellen wir das Untersuchungsdesign, das sich an ähnlich konzipierte Vorgängerstudien anlehnt (Faas und Maier 2004; Maier und Faas 2002, 2009a; Maurer und Reinemann 2003; Maurer et al. 2007), im Detail vor. Alle Kapitel des vorliegenden Sammelbands basieren auf der hier vorgestellten Datengrundlage. Die TV-Duell-Studie ist Teil der German Longitudinal Election Study (GLES; vgl. Genaueres unter [www.gles.eu](http://www.gles.eu) sowie Schmitt-Beck et al. 2010) und kann – wie alle anderen Daten der GLES – kostenfrei aus dem Internet heruntergeladen werden.<sup>1</sup>

---

## 2 Das Design der Studie im Überblick

Das Design der vorliegenden Studie soll mindestens vier Funktionen erfüllen: Erstens sollen direkte Debatteneffekte zuverlässig isoliert werden – einerseits für das TV-Duell zwischen Angela Merkel und Peer Steinbrück vom 1. September 2013, andererseits für den TV-Dreikampf zwischen Gregor Gysi, Rainer Brüderle und Jürgen Trittin, der am Tag nach der Kanzlerdebatte, also am 2. September 2013, ausgestrahlt wurde. Hierfür wurde ein Pretest-Posttest-Design mit verschiedenen experimentellen Versuchsbedingungen entwickelt, das den Kern der vorliegenden Untersuchung darstellt. Zweitens soll die Stabilität von Debatteneffekten gemessen werden. Deshalb haben wir im Anschluss an die Debatten zwei weitere Befragungswellen

---

<sup>1</sup><http://www.gesis.org/wahlen/gles> (Zugegriffen: 7. November 2016). Nicht verfügbar sind die Daten des TV-Dreikampfs, da diese nicht zum Erhebungsprogramm der GLES gehören.

durchgeführt und so das Experiment um eine Panelbefragung erweitert. Drittens sind wir an der Verarbeitung der Botschaften interessiert, die die Kandidaten den Wählern im Rahmen der Debatten übermitteln. Zur Messung spontaner Reaktionen auf das Auftreten und die Aussagen der Kandidaten haben wir deshalb eine Real-Time-Response-Messung (kurz: RTR-Messung) in das Studiendesign integriert. Mithilfe der dabei gewonnenen Daten lassen sich die Reaktionen der Studienteilnehmer während der Debattenrezeption im Detail nachvollziehen. Schließlich sind wir viertens an den Debatteninhalten selbst interessiert. Deshalb haben wir alle während des Duells bzw. Dreikampfs getätigten Aussagen transkribiert und – allerdings nur für das TV-Duell – mithilfe einer Inhaltsanalyse kategorisiert.

Alle Teilkomponenten der vorliegenden Studie (vgl. auch die Übersicht in Abb. 1) können miteinander verknüpft werden. Durch die Verzahnung von Experimental- und RTR-Daten können beispielsweise die Echtzeitreaktionen bestimmter Wählergruppen untersucht werden. Ebenso lassen sich durch die Verknüpfung von Inhaltsanalyse und RTR-Messungen Reaktionen auf bestimmte Aussagen nachzeichnen.

---

## **3 Experiment und Panelbefragung**

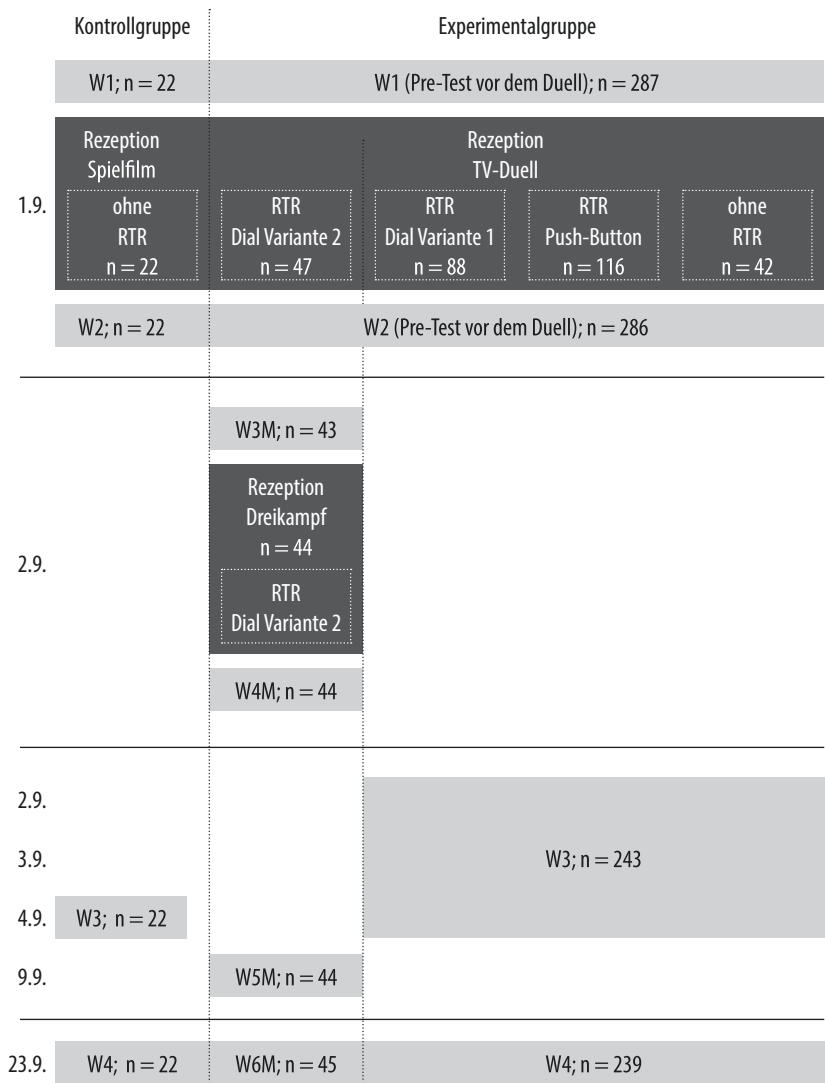
### **3.1 Stichprobe**

Insgesamt haben 315 Personen an der TV-Debatten-Studie 2013 teilgenommen. 293 Teilnehmer haben in irgendeiner Form das TV-Duell und ggf. auch den TV-Dreikampf verfolgt. Wir bezeichnen diese Gruppe im Folgenden auch als Experimentalgruppe.<sup>2</sup> Demgegenüber fungieren 22 Probanden als Kontrollgruppe. Sie haben die Debatte(n) nicht gesehen, sondern stattdessen einen Spielfilm mit unpolitischem Inhalt – „Vicky Christina Barcelona“. In einer Vorstudie konnte gezeigt werden, dass dieser Film keine Effekte auf politische Fragestellungen hat.

Die Rekrutierung der Untersuchungsteilnehmer erfolgte über eine Pressemitteilung, die wir an lokale Tageszeitungen, Anzeigenblätter und Radiosender in den Städten Landau, Mainz und Koblenz (bzw. deren Umland) verschickt haben. In den (z. T. redaktionell bearbeiteten) Beiträgen wurde allgemein – d. h. ohne Nennung konkreter Forschungsziele – über die Studie berichtet, auf die Möglichkeit der Teilnahme

---

<sup>2</sup>Die Zahl derjenigen Personen, die das TV-Duell und den TV-Dreikampf verfolgten, stimmt nicht mit der Anzahl der ausgefüllten Fragebögen überein, da nicht für jeden Zuschauer Fragebogendaten vorliegen. Genaue Angaben zu den Ausschöpfungsquoten der Befragungswellen finden sich in Tab. 3 und 4.



**Abb. 1** Studiendesign mit Befragungswellen

hingewiesen und Telefonnummern bzw. E-Mail-Adressen genannt, unter denen man Kontakt mit den Universitäten Koblenz-Landau bzw. Mainz aufnehmen konnte. Darüber hinaus wurde die Studie über Flyer und Plakate beworben. Für die Kontrollgruppe wurden eine eigene Pressemitteilung sowie spezielle Flyer und Plakate verbreitet. Im Unterschied zur Experimentalgruppe wurde hier zu einer Studie zur Spielfilmrezeption eingeladen. Auf allen Ankündigungen wurde damit geworben, dass die Studienteilnehmer eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 25 EUR erhalten.

Im Rahmen des Erstkontakts wurde ein kurzes Profil der an der Studienteilnahme interessierten Personen erstellt, das die Merkmale Geschlecht, Alter, Bildung und Parteiidentifikation umfasst. Insbesondere die letzten beiden Merkmale sind immer wieder als wichtige Moderatoren von Debatteneffekten identifiziert worden. Ziel war es, auf der Basis dieser Informationen eine Quotenstichprobe zu erzielen, in der die (zum Teil zu Gruppen zusammengefassten) Ausprägungen dieser Merkmale gleichverteilt sind. Dies ist mit Blick auf das Geschlecht (49 % Frauen, 51 % Männer) und das Alter (18–39 Jahre: 53 %, 40 Jahre oder älter: 47 %) weitgehend gelungen. Demgegenüber gab es hinsichtlich der Bildung die für politische Studien typischen Verzerrungen (Hauptschule/mittlere Reife: 29 %, Fachabitur/Abitur: 71 %). Auch mit Blick auf die Parteiidentifikation erwies sich die Erfüllung der angestrebten Quoten als schwierig (CDU/CSU, FDP: 24 %; SPD, Bündnis 90/Die Grünen, Die Linke: 48 %; keine/andere Parteiidentifikation: 28 %). Wie die detaillierte Aufschlüsselung des Teilnehmerprofils in Tab. 1 zeigt, hatte diese Schieflage sehr geringe Fallzahlen oder sogar Lücken in einzelnen Zellen, die sich aus der Kombination der vier Merkmale ergeben, zur Folge.

Bedeutsam ist jedoch, dass zwischen der Experimental- und der Kontrollgruppe keine signifikanten Abweichungen in den Randverteilungen dieser vier Merkmale vorliegen ( $p > 0,05$ ).

### 3.2 Experimentalbedingungen

Das Design der vorliegenden Untersuchung folgt einer experimentellen Logik. Einerseits werden die Wirkungen der Debatten auf eine Experimentalgruppe mit einer Kontrollgruppe verglichen. Andererseits werden Debattenrezipienten unterschiedlichen Bedingungen ausgesetzt. Dies versetzt uns in die Lage, theoretisch relevante Fragestellungen gezielt untersuchen zu können. Die genaue Zuordnung der Teilnehmer in der Experimentalgruppe auf die Rezeptionsbedingungen und die jeweilige Zahl der Probanden können Tab. 2 entnommen werden.

Eine erste Versuchsbedingung unterscheidet die Probanden danach, ob sie die Debatten gesehen und gehört haben („Video-Gruppe“) oder ob sie die Debatten

Tab. 1 Verteilung der Quotierungsmerkmale in Experimental- und Kontrollgruppe

EG/KG	Geschlecht	Alter	Bildung	Parteiidentifikation			Gesamt			
				CDU/CSU, FDP	SPD, B90/Grüne, Linke	Andere/keine				
EG	Männlich	18–39 Jahre	Max. Realschule	1	10	9	20	151	293	
			Mind. Fachabitur	17	26	14	57			
		40+ Jahre	Max. Realschule	10	8	10	28			74
		Mind. Fachabitur	14	25	7	46				
	Weiblich	18–39 Jahre	Max. Realschule	0	6	4	10	142		
			Mind. Fachabitur	18	34	18	70			
		40+ Jahre	Max. Realschule	6	15	9	30		62	
		Mind. Fachabitur	7	17	8	32				
KG	Männlich			73	141	79	293	315	22	
		18–39 Jahre	Max. Realschule	0	0	0	0			10
			Mind. Fachabitur	1	2	1	4			
		40+ Jahre	Max. Realschule	0	1	1	2			
	Weiblich		Mind. Fachabitur	1	1	2	4	22		
		18–39 Jahre	Max. Realschule	0	0	0	0		6	
			Mind. Fachabitur	1	3	2	6			
		40+ Jahre	Max. Realschule	0	0	1	1			6
Mind. Fachabitur	1	3	1	5						
Gesamt				4	10	8	22	315		

**Tab. 2** Zuordnung der Experimentalgruppen zu Rezeptionsbedingungen

Stand- ort <sup>a</sup>	Rezeptionsbedingungen nach Experimentalgruppen										Kontroll- gruppe	N
	Rezep- tion TV- Duell	Rezep- tion TV-Drei- kampf	Rezep- tion Video	Rezep- tion Audio	Rezep- tion mit inter- pers. Komm.	Rezep- tion mit Nachbe- richterstat- tung	RTR Push-Button während Rezeption	RTR Dial Variante 1 während Rezeption	RTR Dial Variante 2 während Rezeption	Rezeption Kinofilm		
MZ	X		X									22
MZ	X		X		X							20
LD/ MZ	X		X					X				88
KO/ MZ	X		X				X					61
KO	X			X			X					38
MZ	X		X			X	X					17
MZ	X	X	X						X			47
MZ										X		22
N	293	47	255	38	20	17	116	88	47		22	315

Aus der Tabelle ergeben sich aus den Spalten die Fallzahlen der einzelnen Experimentalbedingungen, aus den Zeilen die Fallzahlen der Experimentalgruppen, in denen Experimentalbedingungen kombiniert wurden. Z. B. zeigt die dritte Spalte alle Personen, die das TV-Duell als Video verfolgt haben. Die dritte Zeile zeigt Versuchspersonen, die in Landau oder Mainz das TV-Duell als Video gesehen haben und das RTR-Dial-System in der Variante 1 bedienen sollten

<sup>a</sup>LD = Landau; KO = Koblenz, MZ = Mainz



nur gehört haben („Audio-Gruppe“). Während die erste Variante die Rezeption der Debatten im Fernsehen abbilden soll, simuliert die zweite Version die Debattenrezeption im Radio. Mithilfe dieser Versuchsbedingung ist es möglich, die Wirkung nonverbaler Kommunikation (also das Aussehen, die Mimik und die Gestik) der Kandidaten auf die Urteilsbildung zu untersuchen. In einer zweiten Versuchsbedingung wurden die Studienteilnehmer explizit aufgefordert, sich auch während der Debatten miteinander zu unterhalten. Auch war es gestattet, Meinungsäußerungen in Form von Kommentaren, Lachen etc. vorzunehmen. Ziel dieser Versuchsbedingung war es, die Rolle interpersonaler Kommunikation während der Debattenrezeption auf die Urteilsbildung zu untersuchen. In den anderen Gruppen wurden die Versuchspersonen hingegen strikt angehalten, die Debatten für sich zu verfolgen, nicht mit anderen zu sprechen und Dritte nicht durch wie auch immer geartete verbale Äußerungen zu beeinflussen. Im Rahmen einer dritten Versuchsbedingung sahen die Probanden eine Viertelstunde lang die unmittelbar an das TV-Duell ausgestrahlte Talkshow („Günther Jauch nach dem Duell“, ARD), in der Inhalt und Ausgang der Debatte diskutiert wurden. Mit dieser Variation der Debattenrezeption lässt sich der Einfluss der unmittelbaren medialen Nachberichterstattung auf die Urteilsbildung der Rezipienten untersuchen. Ebenfalls als Versuchsbedingung kann die Messung von Echtzeitreaktionen aufgefasst werden. Dafür wurden Versuchsteilnehmer mit RTR-Systemen ausgestattet – einige mit einem Drehreglersystem, andere mit einem Druckknopfsystem (zu den Details vgl. Abschn. 4). Schließlich ist eine Gruppe am darauffolgenden Tag nochmals in die Universität gekommen, um auch den TV-Dreikampf zu verfolgen. Diese Personen erhielten in Bezug auf die RTR-Messung andere Instruktionen und es wurden minimale Anpassungen der Fragebögen vorgenommen.

Um Effekte von möglicherweise relevanten Hintergrundvariablen zu kontrollieren und die verschiedenen Experimentalgruppen dennoch möglichst direkt über Standorte hinweg miteinander vergleichen zu können, wurden die verschiedenen Versuchsgruppen hinsichtlich der Variablen Geschlecht, Alter, Bildung und Parteiidentifikation parallelisiert. Mit der Einschränkung der bereits oben beschriebenen Verzerrung in den Variablen Parteiidentifikation und Bildung ist dies weitgehend gelungen. Hier ist entscheidend, dass zwischen den einzelnen Experimentalgruppen keine signifikanten Abweichungen in den Randsummen dieser Merkmale bestehen ( $p > 0,05$ ).

### 3.3 Befragung

Alle Teilnehmer des Experiments wurden unmittelbar vor und nach dem Duell befragt (Pretest-Posttest-Design). Auf diese Weise ist es möglich, Debatteneffekte

auf der Individualebene nachzuvollziehen. Weiterhin wurden alle Probanden zu zwei weiteren Zeitpunkten nach dem TV-Duell befragt. Damit ist es möglich, Stabilität und Veränderung von direkten Debatteneffekten unter dem Einfluss von (massenmedialer und interpersonalen) Anschlusskommunikation zu untersuchen.

Der erste Fragebogen (W1) wurde den Untersuchungsteilnehmern direkt vor dem TV-Duell (bzw. der Kontrollgruppe: direkt vor der Rezeption des Kinofilms) vorgelegt.<sup>3</sup> Der Fragebogen umfasste 57 Items zu politischem Wissen, allgemeinen, partei- und kandidatenbezogenen politischen Einstellungen, Einstellungen und Erwartungen zum TV-Duell, Bewertungen der Moderatoren, Wahlabsicht, Medienutzung und soziodemografischen Merkmalen. Direkt nach der TV-Duell-Rezeption erhielten die Teilnehmer einen zweiten, 54 Items umfassenden Fragebogen (W2), der weitgehend identisch mit dem ersten Fragebogen war.<sup>4</sup> Darüber hinaus enthielt der Fragebogen einen breiteren Block mit Fragen, in denen die Debattenperformanz der Kandidaten und die Bewertung des TV-Duells erfasst wurden. Demgegenüber wurden Fragen zu Mediennutzung und Demografie nicht erneut abgefragt.

Der dritte und der vierte Fragebogen wurden postalisch versendet. Der dritte Fragebogen (W3) erreichte die Teilnehmer zwischen dem 2. und dem 4. September 2013, also einige Tage nach dem Duell. Der Versand des Fragebogens wurde zufällig über diesen Zeitraum gestreut, um genauere Aufschlüsse über die Persistenz von Debatteneffekten zu erhalten. Die 45 Items im Fragebogen stimmten wiederum mit jenen aus den Wellen 1 und 2 weitgehend überein. Neu aufgenommen wurden Fragen zur wahrgenommenen Medienberichterstattung sowie der interpersonalen Kommunikation über das Duell, um Einflüsse der Anschlusskommunikation auf die Urteilsbildung zu analysieren. Der vierte und letzte Fragebogen (W4) wurde so verschickt, dass er die Teilnehmer am Tag nach der Bundestagswahl, also am 23. September, erreichte. Auch die 30 Items in diesem Fragebogen griffen die Themen der vorangegangenen Wellen auf. Neu waren Fragen nach der tatsächlichen Wahlentscheidung, der Bewertung des Wahlkampfs sowie zur eigenen Persönlichkeit.

Personen, die neben dem TV-Duell auch den TV-Dreikampf angesehen haben, erhielten direkt vor und direkt nach der Diskussionssendung mit Gregor Gysi, Rainer Brüderle und Jürgen Trittin am Montag einen weiteren Fragebogen (W3M und W4M). Analog zur TV-Duell-Gruppe wurden auch diese Probanden in zwei weiteren Wellen eine Woche nach dem TV-Dreikampf (W5) sowie direkt nach

---

<sup>3</sup>Die Teilnehmer der Kontrollgruppe erhielten in den ersten beiden Befragungswellen jeweils die gleichen Fragebögen wie die Experimentalgruppe. Ausgespart wurden jedoch Fragen, die sich explizit auf die Debatte bezogen.

<sup>4</sup>Einzige Ausnahme war hier die Gruppe, die zunächst noch einen Teil der Nachberichterstattung verfolgt hat, ehe sie den zweiten Fragebogen ausgefüllt hat.

der Bundestagswahl (W6) nochmals befragt. In Abweichung zu den anderen Untersuchungsteilnehmern wurde diese Gruppe in allen Wellen auch um Bewertungen dieser Kandidaten gebeten, die am TV-Dreikampf teilgenommen haben. Außerdem beantworteten sie zusätzliche Fragen zu ihren Erwartungen bzw. ihrer Bewertung des Dreikampfs. Die Ausschöpfungsquoten für die einzelnen Befragungswellen sind in Tab. 3 und 4 ausgewiesen.

**Tab. 3** Ausschöpfungsquoten in den einzelnen Wellen

	Gesamt	Pretest (W1) vor TV-Duell		Posttest (W2) nach TV-Duell		Pretest (W3M) vor TV-Dreikampf		Posttest (W4M) nach TV-Dreikampf		Posttest (W3/W5M) nach einig. Tagen		Posttest (W4/W6M) nach der Wahl	
	N	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Debatte	246	240 <sup>a</sup>	97,6	239 <sup>a</sup>	97,2	–	–	–	–	243	98,8	239	97,2
Debatte und Dreikampf	47	47	100,0	47	100,0	43 <sup>b</sup>	91,5	44	93,6	44	93,6	45	95,7
Kontrollgruppe	22	22	100,0	22	100,0	–	–	–	–	22	100,0	22	100,0
	315	309	98,1	308	97,8	–	–	–	–	309	98,1	306	97,1

<sup>a</sup>In einigen Experimentalgruppen füllten die Teilnehmer ihre Fragebögen direkt am PC aus. Aufgrund technischer Probleme wurden die Daten bei einigen Personen nicht gespeichert

<sup>b</sup>Eine Person kam verspätet zum Termin und konnte am Pretest nicht teilnehmen

**Tab. 4** Ausschöpfungsquoten über alle Wellen hinweg

	Gesamt	W1 und W2 bearbeitet		W1, W2, W3M und W4M bearbeitet		W1, W2, (W3M, W4M) und W3/W5M bearbeitet		Alle Wellen bearbeitet	
	N	N	%	N	%	N	%	N	%
Debatte	246	234	95,1	–	–	231	93,9	226	91,9
Debatte und Dreikampf	47	47	100,0	43	91,5	40	85,1	39	83,0
Kontrollgruppe	22	22	100,0	–	–	22	100,0	22	100,0
	315	303	96,2	–	–	293	93,0	287	91,1

## 4 Real-Time-Response-Messung

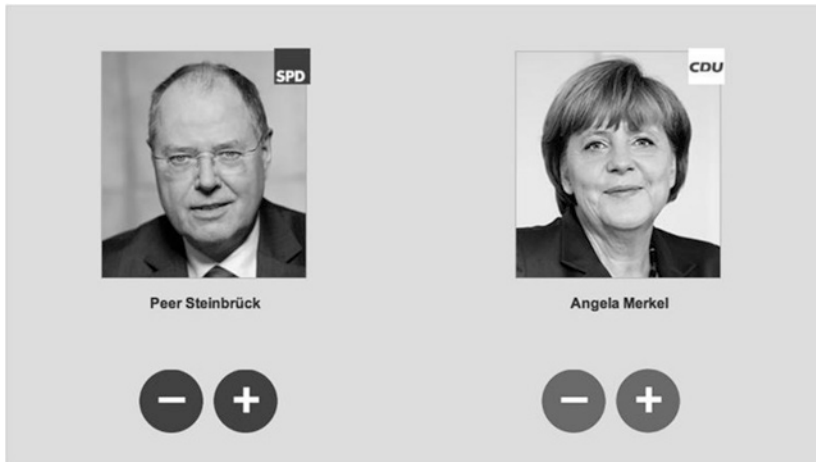
Analog zu früheren Studien haben wir das experimentelle Design durch die Messung von Echtzeitreaktionen zur Debatte ergänzt. Auf diese Weise hatten die Probanden die Möglichkeit, jederzeit eine spontane Bewertung zu den Inhalten des Duells abzugeben. RTR-Messungen wurden bereits erfolgreich bei früheren TV-Duellen innerhalb und außerhalb Deutschlands eingesetzt. In verschiedenen Untersuchungen wurde zudem nachgewiesen, dass die mit Hilfe der RTR-Technik gesammelten Messergebnisse reliabel und valide sind (vgl. z. B. Maier et al. 2007; Maier et al. 2014b; Reinemann et al. 2005). Für die vorliegende Studie wurden zwei RTR-Systeme eingesetzt: einerseits ein Druckknopf-System („Push-Button“), andererseits ein Drehregler-System („Dials“). Die Systeme sind zwar prinzipiell miteinander vergleichbar (Maier et al. 2007; Reinemann et al. 2005), geben aber unterschiedliche Einblicke in die individuelle Informationsverarbeitung (Maier und Faas 2009b).

Teilnehmer, die das Push-Button-System genutzt haben, wurden für die Debattenrezeption vor einem Computer platziert. Mit Hilfe von vier farblich markierten Tasten der PC-Tastatur konnten sie – getrennt für die beiden Kandidaten Merkel und Steinbrück – zu jedem beliebigen Zeitpunkt positive und negative Bewertungen abgeben. Wurde eine Taste gedrückt, übertrug der Computer die entsprechende Information gemeinsam mit einer Zeitangabe an einen zentralen Server. Wurde eine Taste innerhalb einer Sekunde mehrfach betätigt, wurde auch der Messwert mehrfach abgelegt. Auf dem Computerbildschirm sahen die Teilnehmer ein Foto der Kandidaten (vgl. Abb. 2). Unter dem Foto wurde der Name des jeweiligen Kandidaten platziert, an der oberen rechten Ecke das Symbol der Partei, für die die Person als Spitzenkandidat angetreten ist. Zusätzlich wurden auf dem Bildschirm für jeden Kandidaten ein Plus- und ein Minus-Symbol angezeigt. Immer dann, wenn eine Taste gedrückt wurde, leuchtete das entsprechende Symbol auf dem Bildschirm kurz auf und meldete dem Probanden so optisch zurück, dass seine Bewertung registriert wurde.

Direkt vor der Debatte wurden die Teilnehmer durch den Versuchsleiter mit folgendem Text in die Benutzung des Push-Button-Systems eingewiesen:

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 Plustaste. Wenn Sie einen schlechten Eindruck von Peer Steinbrück haben, drücken Sie bitte die rote Minustaste. 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 Kandidaten haben, können Sie die Tasten natürlich auch mehrfach hintereinander drücken.

Probanden, die das Drehregler-System verwendet haben, wurde vor dem Duell ein Apparat ausgehändigt, der über einen Drehregler mit 7 Positionen verfügte (vgl. Abb. 3). Die Zuschauer konnten zu jedem beliebigen Zeitpunkt Bewertungen abgeben, indem sie eine mit ihrem spontanen Eindruck korrespondierende Position auf dem Drehregler wählten. Jedes Gerät war über ein Kabel mit einem



**Abb. 2** Bildschirmansicht Push-Button-System



**Abb. 3** Skalenbelegung Drehreglersystem (links: Variante 1 für Probanden, die nur das TV-Duell gesehen haben; rechts: Variante 2 für Probanden, die das TV-Duell und den TV-Dreikampf gesehen haben)

Computer verbunden, der einmal pro Sekunde den aktuellen Reglerstand erfasste und die Messwerte in einer Datenbank speicherte. Für dieses RTR-System wurden zwei unterschiedliche Instruktionen verwendet. Der größere Teil der Versuchspersonen ( $N = 88$ ) sollte ähnlich dem Push-Button-System die Kandidaten bewerten. Die Reglerposition „1“ sollte gewählt werden, wenn sie entweder einen sehr guten Eindruck von Steinbrück oder einen sehr schlechten Eindruck von Merkel hatten. Die Reglerposition „7“ war hingegen für einen sehr schlechten Eindruck von Steinbrück oder einen sehr guten Eindruck von Merkel reserviert. Vor dem Duell wurden die Teilnehmer vom Versuchsleiter wie folgt instruiert:

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.

Die Gruppe, die nicht nur das TV-Duell, sondern auch am darauffolgenden Tag den TV-Dreikampf gesehen hat ( $N = 47$ ), wurde hingegen gebeten, den allgemeinen Eindruck, den sie von der Debatte hatten, über die Benutzung der Drehregler zu dokumentieren. Für sie lief die Skala deshalb von „1“ („sehr schlecht“) bis „7“ („sehr gut“) (vgl. Abb. 3). Entsprechend lautet die Instruktion vor den beiden Debatten wie folgt:

Wenn Ihnen während der Debatte etwas gut gefällt, wenn Sie einen guten Eindruck von etwas haben, dann drehen Sie den Regler bitte nach rechts. Je weiter Sie den Regler nach rechts drehen, desto besser ist Ihr Eindruck. „7“ bedeutet also, dass Ihnen etwas außerordentlich gut gefällt. Dabei kann ein guter Eindruck sowohl etwas mit Angela Merkel als auch mit Peer Steinbrück zu tun haben. Es gilt: Wann immer Sie einen guten Eindruck haben und egal warum, drehen Sie den Regler nach rechts. Je besser Ihr Eindruck, desto weiter. Umgekehrt gilt: Wenn Ihnen während

der Debatte etwas nicht gefällt, (...), dann drehen Sie den Regler bitte nach links. (...) ,1‘ bedeutet also, dass Sie gerade einen außerordentlich schlechten Eindruck von den Ereignissen haben, ,7‘ bedeutet, dass Sie gerade einen außerordentlich guten Eindruck von den Ereignissen haben. Mit den Stufen dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

Die veränderte Definition der Skala gegenüber der weiter oben beschriebenen und in früheren TV-Duell-Studien erfolgreich verwendeten Skalenbelegung war notwendig, um für den TV-Dreikampf überhaupt RTR-Daten mit dem Drehregler-System sammeln zu können. Um die Untersuchungsteilnehmer nicht durch unterschiedliche Skalenbelegungen für das TV-Duell und den TV-Dreikampf zu verwirren, haben wir uns dazu entschieden, bereits die Merkel-Steinbrück-Debatte auf diese Weise zu „vermessen“.<sup>5</sup>

Auch wenn sich die verschiedenen RTR-Systeme und Skalenbelegungen unterscheiden, verbindet alle Versuchsbedingungen, dass die Probanden mithilfe der bereit gestellten Technik in jedem Fall ihre spontanen – positiven oder negativen – Eindrücke zurückmelden sollten. Deshalb haben wir in allen RTR-Gruppen erklärt, was unter einem guten oder 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!

Nach der Einführung in die jeweiligen RTR-Systeme hatten die Probanden Gelegenheit, sich mit diesen vertraut zu machen. Da die Bedienung der Drehregler weit weniger intuitiv ist als der Umgang mit der Druckknopf-Technik, wurde mit den Personen, die mithilfe der Dials ihre Bewertungen abgeben sollten, der Umgang mit dem RTR-System eingeübt. Zu diesem Zweck wurde ihnen für einige Minuten ein unpolitisches Streitgespräch aus einer Unterhaltungssendung vorgespielt, das sie anhand der ihnen erläuterten Skala bewerten sollten.

---

<sup>5</sup>Darüber hinaus eröffnet die Variation der Skala aber auch Möglichkeiten für die Analyse der methodisch interessanten Frage, ob „gute“ oder „schlechte“ Eindrücke von einer Debatte ausschließlich an der Beurteilung der Kandidaten festgemacht werden oder aber noch andere, über die traditionelle Verwendung der Drehregler-Technik nicht erfasste Eindrücke eine Rolle spielen. Im ersten Falle sollten beide Messvarianten für das TV-Duell weitgehend identische Ergebnisse liefern, im zweiten sollten die beiden Messvarianten partiell unterschiedliche Ergebnisse liefern.

## 5 Inhaltsanalyse der Debatten

Neben den Experimenten und den RTR-Messungen wurden auch die Inhalte der Debatten transkribiert (Faas et al. 2013; Maier et al. 2013a). Zusätzlich wurde das TV-Duell inhaltsanalytisch erfasst. Damit wird neben der reinen Dokumentation der beiden Wahlkampfeignisse für das TV-Duell auch die Möglichkeit eröffnet, Einblicke in die Struktur der Diskussion zu erhalten. Darüber hinaus haben wir in die Transkripte und die Inhaltsanalyse Zeitstempel eingepflegt, sodass man diese mit den RTR-Daten verknüpfen kann.

Das für die Inhaltsanalyse entwickelte Kategoriensystem orientiert sich so weit wie möglich am Inhaltsanalyse-Modul der GLES sowie an der im Rahmen der GLES durchgeführten Inhaltsanalyse der TV-Debatte 2009. Für die Codierung wurde auf für die Inhaltsanalyse von TV-Duellen einschlägigen Codieranweisungen von Benoit (2007), Maier und Strömbäck (2007) sowie Maurer (2007) zurückgegriffen.

Die Codierung des TV-Duells erfolgte auf Aussagenebene (eine ausführliche Dokumentation der Codieranweisungen findet sich in Maier et al. 2013b). Neben formalen Aspekten (wortwörtlicher Inhalt der Aussage, Sprecher, genauer Zeitpunkt von Beginn und Ende der Aussage, Dauer der Aussage) wurden insgesamt 27 inhaltliche Variablen codiert. Diese umfassen u. a. die von den Kandidaten gewählte rhetorische Strategie (Selbstpräsentation, Angriff, Verteidigung), das Thema, den Fokus (Personen- vs. Politikbezug), das angesprochene Objekt (Personen, Gruppen, politische Ebenen), die gewählte Perspektive (Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft), den Abstraktionsgrad einer Aussage, die verwendeten rhetorischen Stilmittel (Metaphern, Humor) oder Evidenzen (z. B. Statistiken, Zitate). Zudem wurden auch die Fragen der Moderatoren mit Blick auf die in ihnen enthaltene Kritik erfasst.

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).<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Darüber hinaus werden an einigen Stellen in diesem Band noch ergänzende Inhaltsanalysen verwendet, etwa von offenen Fragen im Rahmen der Fragebögen (Kap. „[Deutschlandkette statt Sachkompetenz](#)“: [Führt die Rezeption des TV-Duells zu einer personalisierten Wahrnehmung von Politik?](#)) oder von Tweets (Kap. „[Begleitung des TV-Duells auf Twitter](#)“). Details dazu finden sich in den jeweiligen Kapiteln.



## 6 Grundsätzliche Analysestrategie

Auch wenn mit dem skizzierten Untersuchungsdesign verschiedenste Aspekte der Debattenforschung in den Blick genommen werden können, legen wir im Rahmen des vorliegenden Buchs den Schwerpunkt auf die Wahrnehmung und die direkte Wirkung von TV-Duell und TV-Dreikampf. Deshalb beschäftigt sich der überwiegende Teil der Buchkapitel damit, Veränderungen zwischen der unmittelbar vor dem Duell erhobenen ersten und der direkt nach dem Duell durchgeführten zweiten Befragungswelle zu analysieren. In den abschließenden Kapiteln des Buches werden auch Fragen der Stabilität von Debatteneffekten analysiert und diskutiert.

In der Regel werden zur Messung direkter Debatteneffekte die in der Experimentalgruppe beobachteten Wirkungen mit den im gleichen Zeitraum in der Kontrollgruppe zu konstatierenden Veränderungen verglichen. Signifikante Unterschiede in den Veränderungen zwischen diesen beiden Gruppen sind als kausaler Nachweis direkter Debatteneffekte zu werten. Von signifikanten Effekten sprechen wir angesichts der im Vergleich zu repräsentativen Bevölkerungsumfragen eher kleinen Fallzahlen bereits dann, wenn die Wahrscheinlichkeit, dass ein gemessener Gruppenunterschied zufällig zustande kommt, geringer als zehn Prozent ist ( $p < 0,1$ ).

Auch wenn unser Design zahlreiche Versuchsbedingungen enthält, werden wir diese nur in bestimmten Kapiteln gezielt auswerten. In allen anderen Kapiteln, in denen die jeweilige Versuchsbedingung keine prominente Rolle spielt, wird diese nicht differenziert betrachtet oder statistisch kontrolliert. Die weiter oben angesprochene Verzerrung unserer Stichprobe im Hinblick auf die Bildung und die politische Grundüberzeugung der Untersuchungsteilnehmer ist bei allen Analysen, in denen Aussagen über die Gesamtheit unserer Probanden getroffen werden, zu berücksichtigen. Es werden keine Gewichtungen vorgenommen, um diese auszugleichen. Einzige Ausnahme sind Auswertungen von Real-Time-Response-Daten, in die die verschiedenen politischen Lager (CDU/CSU, FDP; SPD, Bündnis 90/Grüne, Die Linke; andere/keine Parteiidentifikation) mit gleichem Gewicht einfließen. Um die verschiedenen RTR-Systeme und Instruktionen miteinander vergleichen zu können, wurden die Daten z-standardisiert. Bei Analysen, in denen die politischen Lager oder Bildungsgruppen getrennt untersucht werden, beeinflusst die Verzerrung unserer Stichprobe die Belastbarkeit der Ergebnisse nicht.

---

## Literatur

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

- Dinter, J., & Weissenbach, K. (2015). Alles Neu! Das Experiment TV-Debatte im Europawahlkampf 2014. In: M. Kaeding, & N. Switek (Hrsg.), *Die Europawahl 2014. Spitzenkandidaten, Protestparteien, Nichtwähler* (S. 233–245). Wiesbaden: Springer VS.
- Donsbach, W., & Jandura, O. (2005). Urteile mit Verfallsdatum. Einflüsse auf die Wahrnehmung des ersten Fernsehduells. In: E. Noelle-Neumann, W. Donsbach, & H. M. Kepplinger (Hrsg.), *Wählerstimmungen in der Mediendemokratie. Analysen auf der Basis des Bundestagswahlkampfes 2002* (S. 141–163). Freiburg: Alber.
- Drew, D., & Weaver, D. (2006). Voter Learning in the 2004 Presidential Election. Did the Media Matter? *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83, 25–42.
- Faas, T., & Maier, J. (2004). Mobilisierung, Verstärkung, Konversion? Ergebnisse eines Experiments zur Wahrnehmung der Fernsehduelle im Vorfeld der Bundestagswahl 2002. *Politische Vierteljahresschrift* 45, 55–72.
- Faas, T., & Maier, J. (2011a). Medienwahlkampf. Sind TV-Duelle nur Show und damit nutzlos? In: E. Bytzek, & S. Roßteutscher (Hrsg.), *Der unbekannte Wähler? Mythen und Fakten über das Wahlverhalten der Deutschen* (S. 99–114). Frankfurt: Campus.
- Faas, T., & Maier, J. (2011b). Das TV-Duell. In: H. Rattinger, S. Roßteutscher, R. Schmitt-Beck, B. Weßels, & u. a. (Hrsg.), *Zwischen Langeweile und Extremen. Die Bundestagswahl 2009* (S. 223–236). Baden-Baden: Nomos.
- Faas, T., Maier, J., & Maier, M. (2013). Wortlaut des TV-Dreikampfs zur Bundestagswahl am 22. September 2013. Arbeitspapiere und Dokumentationen des Forschungsschwerpunkts "Kommunikation, Medien und Politik", Nr. 43/2013, Landau 2013. [www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/papers/wp\\_komepol\\_43\\_2013.pdf](http://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/papers/wp_komepol_43_2013.pdf). Zugegriffen: 7. November 2016.
- Holst, C., Schmitt-Beck R., & Faas, T. (2006). Kampagnendynamik: Der Nutzen des Rolling-Cross-Section Designs für die Kommunikationsforschung mit einem Beispiel aus der Wahlforschung. *planung & analyse* 5, 54–58.
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2005). Who Watches Presidential Debates? A Comparative Analysis of Presidential Debate Viewing in 2000 and 2004. *American Behavioral Scientist* 49, 213–228.
- Maier, J., & Faas, T. (2002). Schröder gegen Stoiber. Wahrnehmung, Verarbeitung und Wirkung der Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 2002. In: J.W. Falter, O.W. Gabriel, & B. Weßels (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl* (S. 77–101). Wiesbaden: Springer.
- Maier, J., & Faas, T. (2009a). Das TV-Duell 2009 – langweilig, wirkungslos, nutzlos? Ergebnisse eines Experiments zur Wirkung der Fernsehdebatte zwischen Angela Merkel und Frank-Walter Steinmeier. In: H. Oberreuter (Hrsg.), *Am Ende der Gewissheiten – Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung. Die Bundestagswahl* (S. 147–166). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J. & Faas, T. (2009b). Measuring Spontaneous Reactions to Media Messages the Traditional Way. Uncovering Political Information Processing with Push Button Devices. In: J. Maier, M. Maier, M. Maurer, C. Reinemann, & V. Meyer (Hrsg.), *Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Methodological Perspectives and Applications* (S. 15–26). Frankfurt/M.: Peter Lang.
- Maier, J., & Faas, T. (2011). 'Miniature Campaigns' in Comparison: The German Televised Debates, 2002–09. *German Politics* 20, 75–91.
- Maier, J., Faas, T., & Glogger, I. (2014a). Das TV-Duell. In: R. Schmitt-Beck, H. Rattinger, S. Roßteutscher, B. Weßels, C. Wolf, & u. a. (Hrsg.), *Zwischen Fragmentierung und Konzentration. Die Bundestagswahl 2009* (S. 281–292). Baden-Baden: Nomos.

- Maier, J., Hampe, J. F., & Jahn, N. (2014b). *Break Out of Lab. Measuring Real-Time Responses to Televised Debates at Home*. Vortrag auf der 37. Jahrestagung der International Society of Political Psychology (ISPP), Rom.
- Maier, J., Maier, M., Faas, T., & Jansen, C. (2013a). Wortlaut der Fernsehdebatte zur Bundestagswahl am 22. September 2013. Arbeitspapiere und Dokumentationen des Forschungsschwerpunkts „Kommunikation, Medien und Politik“, Nr. 40/2013, Landau 2013. [www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/papers/working-paper-nr.-40-2013](http://www.uni-koblenz-landau.de/de/komepol/papers/working-paper-nr.-40-2013). Zugriffen: 7. November 2016.
- Maier, J., Maier, M., Faas, T., & Jansen, C. (2013b). Codebuch zur Inhaltsanalyse der Fernsehdebatte zur Bundestagswahl am 22. September 2013. Arbeitspapiere und Dokumentationen des Forschungsschwerpunkts „Kommunikation, Medien und Politik“, Nr. 45/2013, Landau 2013. <https://dbk.gesis.org/dbksearch/download.asp?id=57820>. Zugriffen: 6. November 2016.
- Maier, J., Maurer, M., Reinemann, C. & Faas, T. (2007). Reliability and Validity of Real-Time Response Measurement: A Comparison of Two Studies of a Televised Debate in Germany. *International Journal of Public Opinion Research* 19, 53–73.
- 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. Maurer, C. Reinemann, & V. Meyer (Hrsg.), *Real-Time Response Measurement in the Social Sciences. Methodological Perspectives and Applications* (S. 97–116). Frankfurt/M.: Peter Lang.
- Maurer, M. (2007). Themen, Argumente, rhetorische Strategien. Die Inhalte des TV-Duells. In: M. Maurer, C. Reinemann, J. Maier, & M. Maier (Hrsg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 33–52). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, M., & Reinemann, C. (2003). *Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle*. Wiesbaden: Springer.
- Maurer, M., Reinemann, C., Maier, J., & Maier, M. (2007). *Schröder gegen Merkel: Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich*. Wiesbaden: Springer.
- McKinney, M. S., & Lamoureux, E. R. (1999). Citizen Response to the 1996 Presidential Debate. Focusing on the Focus Groups. In: L. L. Kaid, & D. G. Bystrom (Hrsg.), *The Electronic Election. Perspectives on the 1996 Campaign Communication* (S. 163–177). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reinemann, C., Maier, J., Faas, T., & Maurer, M. (2005). Reliabilität und Validität von RTR-Messungen. Ein Vergleich zweier Studien zur zweiten Fernsehdebatte im Bundestagswahlkampf 2002. *Publizistik* 50, 56–73.
- Schmitt-Beck, R., Rattinger, H., Roßteutscher, S., & Weßels, B. (2010). Die deutsche Wahlforschung und die German Longitudinal Election Study (GLES). In: F. Faulbaum & C. Wolf (Hrsg.), *Gesellschaftliche Entwicklungen im Spiegel der empirischen Sozialforschung* (S. 141–172). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tsfati, Y. (2003). Debating the Debate. The Impact of Exposure to Debate News Coverage and Its Interaction with Exposure to the Actual Debate. *Press/Politics* 8, 70–86.

Merkel gegen Steinbrück

Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013

Faas, T.; Maier, J.; Maier, M. (Hrsg.)

2017, VIII, 217 S. 31 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05431-1