

Medien | 01.03.2022 | Lesezeit 2 Min.

Wahlkampf auf allen Kanälen

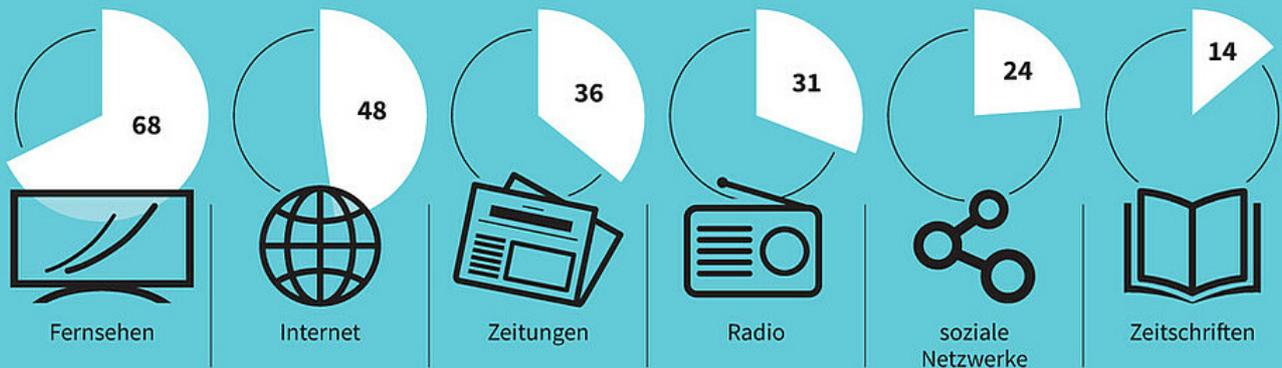
Bei der Bundestagswahl im vergangenen Jahr gab es viele erste Male: Erstmals seit 1949 stand kein amtierender Kanzler zur Wiederwahl, zudem gab es mit den Grünen eine starke dritte Partei, die das Kanzleramt für sich beanspruchte. Und neben den öffentlich-rechtlichen setzten erstmals auch die privaten Sender verstärkt auf Wahlsendungen.

Die meisten Wählerinnen und Wähler informieren sich im Vorfeld einer Bundestagswahl über Kandidaten, Parteien und deren Positionen mittels der Medien. So auch 2021 -und wie schon in den vorherigen Jahren vor allem über das Fernsehen (Grafik):

Rund 68 Prozent der Bundesbürger nutzten hauptsächlich TV-Sendungen, um sich zur Wahl 2021 zu informieren, 48 Prozent das Internet und 36 Prozent lasen vorwiegend Zeitungen.

Informationsquellen zur Wahl 2021

So viel Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich über dieses Medium zur Bundestagswahl 2021 informierten



Befragung von 1.000 Wahlberechtigten ab 18 Jahren zwischen dem 27.9. und 1.10.2021

Quelle: ARD/ZDF
© 2022 IW Medien / iwd

iwd

Insgesamt lag die Reichweite aller Fernseh-Sondersendungen zur Wahl im Jahr 2021 bei mehr als 31 Millionen Zuschauern – damit hat sich etwa die Hälfte der deutschen Wahlberechtigten mindestens eine der Wahlsendungen in Gänze angesehen.

Die größte mediale Aufmerksamkeit und Zuschauerresonanz erhielt wie üblich der direkte Schlagabtausch der Spitzenkandidaten kurz vor der Wahl. Da es 2021 gleich drei Anwärter auf die Kanzlerschaft gab – Olaf Scholz, Armin Laschet und Annalena Baerbock – wurde dafür extra das Kunstwort „Triell“ neu erschaffen.

Im Vorfeld der Bundestagswahl gab es dann auch gleich drei Trielle – ausgestrahlt von ARD und ZDF, ProSieben und RTL. Damit setzte sich auch der Trend zu einem stark auf Persönlichkeiten konzentrierten Wahlkampf fort: Bei den vergangenen vier Bundestagswahlen hatte es jeweils nur ein Duell im Fernsehen gegeben.

Insgesamt schauten sich mehr als 15 Millionen Menschen mindestens eins dieser Trielle an.

Nur wenige andere Übertragungen – wie zum Beispiel einige Spiele der Fußball-Europameisterschaft – erzielten 2021 höhere Zuschauerzahlen im deutschen Fernsehen als die Trielle zur Bundestagswahl.

Dadurch, dass das Erste und das Zweite Deutsche Fernsehen weitaus mehr Sondersendungen rund um die Wahl als die privaten Sender ausstrahlten, erhielten die öffentlich-rechtlichen die meiste Aufmerksamkeit in Bezug auf die Wahlkampfberichterstattung. Und auch im Vergleich zwischen den Sendern hatten die Trielle im öffentlich-rechtlichen Fernsehen den weitaus größten Publikumszulauf (Grafik):

Rund 11 Millionen Zuschauer verfolgten das Triell auf den öffentlich-rechtlichen Programmen - weit weniger als auf ProSieben und RTL.

Die TV-Trielle im Vergleich

So viele Millionen Zuschauer erreichten die Sender mit ihrem Triell zur Bundestagswahl 2021



29. August
RTL und ntv



12. September
**Das Erste, ZDF,
tagesschau24, phoenix**



19. September
**SAT.1, ProSieben,
Kabel eins**

Triell: Diskussionsrunde mit den Kanzlerkandidaten von CDU/CSU, SPD und den Grünen

Quelle: ARD/ZDF
© 2022 IW Medien / iwd

iwd

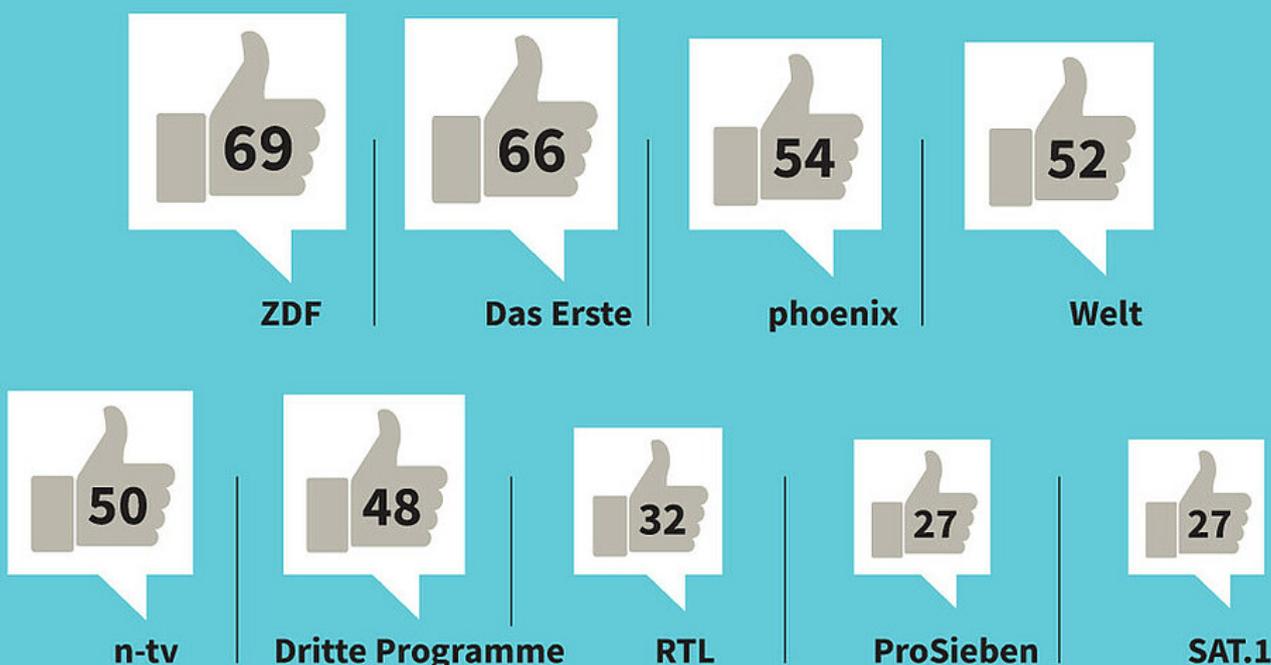
Das könnte auch daran liegen, dass das Fernsehpublikum den Informationsgehalt bei ARD und ZDF qualitativ höher einschätzt als den der privaten Sender (Grafik):

Eine klare Mehrheit der Zuschauer vergab Bestnoten für die Informationen der öffentlich-rechtlichen Sender zur Wahl 2021, die privaten Programme

wurden eher zurückhaltend bewertet.

Informationsqualität der Sender

So viel Prozent der Befragten bewerteten die Qualität der Berichterstattung der Sender im Bundestagswahlkampf 2021 mit „gut“ oder „sehr gut“



Befragung von etwa 690 Wahlberechtigten ab 18 Jahren zwischen dem 27.9. und 1.10.2021, die wahlrelevante Sendungen des betreffenden Senders sahen

Quelle: ARD/ZDF
© 2022 IW Medien / iwd

iwd

Auch jüngere Personen, die in ihrem Medienalltag eher den privaten Programmen den Vorzug geben, attestierten den öffentlich-rechtlichen Anbietern einen deutlichen Kompetenzvorsprung beim Thema Wahlen: Jeweils rund zwei Drittel von ihnen vergaben diesbezüglich die Note „sehr gut“ oder „gut“ an ARD und ZDF. Als bestes privates Vollprogramm wurde RTL bewertet, das allerdings nur von gut einem Drittel eine gute Note erhielt.

Zwar erreichten die Trielle die höchsten Zuschauerzahlen, bei der Wahlentscheidung der Bundesbürger spielten sie jedoch nur eine untergeordnete Rolle. So gab der Großteil der wahlberechtigten Zuschauer an, dass Interview- und Diskussions-sendungen mit Politikern, Dokumentationen, Reportagen sowie andere Sendungen, in denen die Spitzenkandidaten die Fragen von Zuschauern beantworten, am meisten zu

ihrer Wahlentscheidung beigetragen hätten.

Kernaussagen in Kürze:

- Die Reichweite aller Fernseh-Sondersendungen zur Wahl lag im Jahr 2021 bei mehr als 31 Millionen Zuschauern – damit hat sich etwa die Hälfte der deutschen Wahlberechtigten mindestens eine der Wahlsendungen in Gänze angesehen.
- Die größte mediale Aufmerksamkeit und Zuschauerresonanz erhielten wie üblich die sogenannten Trielle mit den Spitzenkandidaten kurz vor der Wahl.
- Rund 11 Millionen Zuschauer verfolgten das Triell auf den öffentlich-rechtlichen Programmen – weit weniger als auf ProSieben und RTL.