

Marc Liesching/Gabriele Hooffacker



Agenda-Setting bei ARD und ZDF?

Analyse politischer Sendungen vor der
Bundestagswahl 2017

Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung
Frankfurt am Main 2019

OBS-Arbeitspapier 35

OBS-Arbeitspapier 35
ISSN: 2365-1962 (nur online)

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung

Jupp Legrand

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

D-60329 Frankfurt am Main

Tel.: 069-6693-2810

Fax: 069-6693-2786

E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de

www.otto-brenner-stiftung.de

Autor:

Prof. Dr. Marc Liesching

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK)

Fakultät Medien

Gustav-Freytag-Str. 42

04277 Leipzig

E-Mail: marc.liesching@htwk-leipzig.de

Tel.: 0341-3076-2442

Redaktion:

Benedikt Linden (OBS)

Satz und Gestaltung:

think and act –

Agentur für strategische Kommunikation

Titelbild:

(c) picture alliance/Kay Nietfeld/dpa

Redaktionsschluss:

01.03.2019

Wir danken der Hans-Böckler-Stiftung
für die Unterstützung bei der Veröffentlichung
der Publikation.

Hinweis zu den Nutzungsbedingungen:

Dieses Arbeitspapier darf nur für nichtkommerzielle Zwecke
im Bereich der wissenschaftlichen Forschung und Beratung
und ausschließlich in der von der Otto Brenner Stiftung ver-
öffentlichten Fassung – vollständig und unverändert – von
Dritten weitergegeben sowie öffentlich zugänglich gemacht
werden.

In den Arbeitspapieren werden die Ergebnisse der For-
schungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert
und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte
sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Arbeitspa-
piere erscheinen nur online, nicht als Printprodukt. Down-
load und weitere Informationen:

www.otto-brenner-stiftung.de

Vorwort

„Weniger Migration, mehr Habeck“ betitelte die FAZ im Januar 2019 einen Artikel, der die Kriterien der Gästerauswahl und Themensetzung der Polit-Talkshows bei ARD und ZDF analysierte. Zu diesem Zeitpunkt hatte der öffentlich-rechtliche Rundfunk bereits eine unruhige Zeit hinter sich – war doch seine journalistische Themensetzung selbst zum journalistischen Thema geworden. Unmittelbar nach der Bundestagswahl 2017 wurde zunächst das „Kanzlerkandidatenduell“ zwischen Angela Merkel und Martin Schulz heftig kritisiert, bevor sich bis Mitte des Jahres 2018 die Kritik auf die politischen Talkshows der Öffentlich-Rechtlichen insgesamt ausweitete. „Fragen von rechts“ konstatierte der bekannte Medienkritiker Stefan Niggemeier zur Ausrichtung des TV-Duells, während der Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates, Olaf Zimmermann, mit den Talkshows noch härter ins Gericht ging. Durch ihre einseitige Fokussierung auf die Themen „Flüchtlinge“ und „Islam“ hätten ARD und ZDF dazu beigetragen, „die AfD bundestagsfähig zu machen“.

Die Empörung war groß, die Kritik deutlich und die Richtung klar: Es seien die vom Gebührenzahler alimentierten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die mit ihren politischen Sendungen die Agenda der Rechten gesetzt und deren Themen gerahmt hätten. Aber: Ist dieser „Vorwurf“ berechtigt und welchen Raum nahm das Thema Migration, „das gefühlte Dauerbrennerthema Nummer eins in den Talksendungen“ (FAZ), in der Schlussphase vor der Bundestagswahl tatsächlich ein?

Die Otto Brenner Stiftung hat mit Marc Liesching und Gabriele Hooffacker zwei profilierte Medienwissenschaftler*innen für eine Untersuchung dieser relevanten Thematik gewonnen. In „Agenda-Setting bei ARD und ZDF?“ wird die thematische Verteilung der Erstsendeminuten aller politischen Sendungen im Monat vor der Bundestagswahl 2017 detailliert nachgezeichnet. Das akribisch zusammengetragene, umfangreiche Zahlenmaterial ermöglicht Auswertungen nach Zuschauerzahlen und Formaten – welchen Anteil an der Sendezeit nahm das Thema „Migration“ in Dokumentationen ein, welchen in politischen Magazinen wie „Monitor“. Damit kann die Debatte über die Themensetzungen erstmalig auf ein umfassendes Faktenfundament gestellt und, so hoffen Stiftung und Autoren, sachlich weitergeführt werden.

Dazu gehört allerdings nach wie vor die Aufgabe, diese Fakten nüchtern zu interpretieren und angemessen zu bewerten. In einigen Fällen dürfte das nicht schwerfallen: Im bereits erwähnten TV-Kanzlerkandidaten-Duell wurde über ein Drittel der Zeit über „Migration“ gesprochen, während „Arbeit/Familie/Soziales“, „Steuern/Finanzen“ und „Wirtschaft/Verkehr/Bau“ zusammen kaum 15 Prozent der Sendezeit auf sich vereinigen. Andere Blickwinkel stellen das Bild weniger eindeutig dar: Knapp zwölf Prozent Sendezeit aller politischen Sendungen im Mo-

nat vor der Bundestagswahl für das Thema „Migration“ stehen ca. 15 Prozent für „Arbeit/Familie/Soziales“ und elf Prozent für „Außenpolitik“ gegenüber. Ist das schon Agenda-Setting für die AfD oder doch nur journalistische Fokussierung auf ein relevantes Thema?

Um die Debatte dieser Fragen auf ein noch breiteres Fundament zu stellen, wurde die Auswertung der Themenstruktur und Sendezeit zusätzlich um Interviews mit Journalist*innen zu redaktionellen Auswahl- und Entscheidungsprozessen ergänzt. Schließlich wird auch noch in die medientheoretischen Hintergründe von „Agenda-Setting“ und „Framing“ eingeführt. Die Autor*innen bewerten die vorgelegten Zahlen nicht, sondern möchten die Leser*innen aus interessierter Öffentlichkeit und journalistischer Praxis ermutigen, ihre eigenen Schlussfolgerungen zu ziehen.

Jüngst hat das ungeschickt kommunizierte „Framing-Manual“ der ARD für viel Aufregung gesorgt und einigen medienpolitischen Ärger produziert. Dabei sollte doch allen Akteur*innen bewusst sein, dass Themenauswahl und Rahmensetzung nicht neu, sondern immer schon fester Bestandteil journalistischer Arbeit sind. Diese Praxis an sich zu kritisieren, so zu tun „als müsste oder könnte die ARD wählen zwischen Framing (also der bösen Manipulation) und dem Verzicht darauf“ (Niggemeier) ist schlicht Unsinn. Neu ist lediglich das bewusste Wissen über diese „Vorgänge“ – und die Politisierung der Debatte in der Frage, welche Themen genutzt und welche Rahmen gesetzt werden und welche nicht. Ein Rückfall in die Zeiten vor der „Entdeckung“ von Agenda-Setting und Framing, wie ihn sich so manche Kritiker*innen zu wünschen scheinen, ist im besten Falle eine unmögliche Forderung, im schlimmsten Falle als antiaufklärerisch abzulehnen.

Künftig wird es vielmehr verstärkt darum gehen, journalistische Verantwortung auf die Reflexion der Themensetzung und Rahmung auszudehnen, Kriterien für die immer wieder zu treffende „Auswahl“ in demokratischen Debatten zu entwickeln – und diese transparent zu vermitteln.

Die Otto Brenner Stiftung und die Autor*innen der Untersuchung hoffen, dass wir mit der Veröffentlichung der Studienergebnisse einen Beitrag dazu liefern und weitere Schritte auf diesem Weg kritisch begleiten können.



Jupp Legrand

Geschäftsführer der OBS

Frankfurt a. M., im März 2019

Inhalt

1	Einleitung.....	6
2	Studienhintergrund	7
2.1	Kritik an öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.....	7
2.2	Studienansatz.....	7
3	Methodik	9
3.1	Programminhaltlicher Umfang der Studie.....	9
3.2	Thematische Zuordnung nach Erstsendeminuten.....	12
3.3	Qualitative Befragung.....	15
3.4	Lehrforschungsprojekt zur Moderationsneutralität.....	16
4	Ergebnisse der quantitativen Untersuchung	19
4.1	Gesamtauswertung aller untersuchten Sendungen	19
4.2	Auswertung zum TV-Duell – Merkel gegen Schulz	23
4.3	Themenverteilung nach Sendeformaten	26
4.4	Salienzorientierte Themenverteilung	38
5	Ergebnisse der qualitativen Befragung.....	44
5.1	Dimension: Berufsrolle unter journalistischen Aspekten	45
5.2	Dimension: Nachrichtenwert/Agenda Setting.....	46
5.3	Dimension: Kommunikationswissenschaftliche Aspekte (Framing)	47
5.4	Dimension: Glaubwürdigkeit der Medien.....	49
6	Lehrforschungsprojekt zur Moderationsneutralität.....	51
7	Medientheoretische Betrachtung	55
7.1	Agenda-Setting	55
7.2	(Deutendes) Framing	58
7.3	Hostile Media Effekt (HME)	62
7.4	Konnex zu den Studienbefunden.....	63
8	Zusammenfassung	66
	Anhang	67

1 Einleitung

Im unmittelbaren Nachgang der Bundestagswahl vom 24. September 2017 ist in Politik und Gesellschaft Kritik an den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von ARD und ZDF geübt worden. Als wesentlicher Kritikpunkt wurde geäußert, dass öffentlich-rechtliche Sender durch eine thematisch einseitige Programmgestaltung – insbesondere durch einen relativ hohen Anteil der Themen Migration und Islamismus – zu einem Wahlerfolg der Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD) beigetragen hätten. Der Deutsche Kulturrat schlug gestützt auf diesen Vorhalt eine einjährige Sendepause für Polit-Talkshows bei ARD und ZDF vor (siehe Kapitel 2.1).

Vor dem Hintergrund der gesellschafts-politischen Bedeutung der geäußerten Kritik und mit Blick auf die Implikationen für Programmgestaltung und Journalismus erscheint es hilfreich, durch eine Medienanalyse die Grundlage für einen fundierten und differenzierten Sachdiskurs zu Fragen der Themen-setzung im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Programmpolitik zu legen.

Dies erfolgte in der vorliegenden Studie in quantitativer Hinsicht durch eine Auswertung aller Sendungen zum politischen Zeitgeschehen unter sachthematischer Zuord-

nung von Erstsendeminuten, welche im Zeitraum eines Monats – nach der Sommerpause und vor der Bundestagswahl – in ARD und ZDF ausgestrahlt worden sind. Denn hierauf rekurriert im Wesentlichen die Kritik in Bezug auf eine Ungleichgewichtung politischer Sachthemen.

Zur Ergänzung der quantitativen Analyse wurden Experteninterviews mit Redaktionen einschlägiger öffentlich-rechtlicher Sendeformate geführt. Die Interviews haben sich an der redaktionellen Auswahl der Sendungsthemen und Entscheidungsparameter orientiert. Die Ergebnisse der Auswertung ergänzen die Analysebefunde zu den betreffenden Sendungen zum politischen Zeitgeschehen.

Die Studie wurde unabhängig erstellt. Insbesondere erfolgte keine Beauftragung durch und keine Kooperation mit Anstalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Besonderer Dank für die Mitarbeit gebührt den wissenschaftlichen Hilfskräften Sarah Just, Marie Olschowsky und Nadine Wittenberg sowie für die Mitwirkung bei Sichtungen, Auswertungen und Rezeptionsstudien den Studierenden der HTWK Leipzig, insbesondere der Studiengänge Verlagsmanagement, Medienmanagement und Medientechnik.

2 Studienhintergrund

2.1 Kritik an öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Ein Großteil der deutschen Bevölkerung steht nach einigen Umfragen des Jahres 2018¹ dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk kritisch gegenüber. Mehr als ein Drittel fordert danach sogar eine Abschaffung von ARD und ZDF (Civey 2018a), bei der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen ist es eine knappe Mehrheit (Civey 2018b). Demgegenüber hält allerdings mehr als die Hälfte der Deutschen die Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen (54,2 %) für glaubwürdig; der Wert liegt damit ca. doppelt so hoch wie bei der Einschätzung privater Fernsehsender (Civey 2018c, Ziegele et al. 2018: 151, 154).

Mögen die Ursachen der kritischen Einstellung gegenüber den öffentlich-rechtlichen Sendern in der Bevölkerung zu einem Teil auch damit zusammenhängen, dass ein als „Zwangsabgabe“ empfundener Rundfunkbeitrag zu entrichten ist, so wird auch Kritik an den Sendeinhalten und insbesondere auch hinsichtlich der Schwerpunktsetzung bei politischen Themen geübt. So monierte der Geschäftsführer des Deutschen Kulturrats im Juni 2018 die einseitige Themenauswahl und die Qualität der gesellschaftspolitischen ARD/ZDF Talkshows und schlug eine „Auszeit“ für alle Talkshows von einem Jahr zur Überarbeitung

der Sendekonzeptionen vor. Nach Angaben des Geschäftsführers hätten „mehr als 100 Talkshows im Ersten und im ZDF [...] uns seit 2015 über die Themen Flüchtlinge und Islam informiert und dabei geholfen, die AfD bundestagsfähig zu machen“.²

Auch im unmittelbaren Nachgang zur Bundestagswahl vom 24. September 2017 ist parteiübergreifend von Politikerinnen und Politikern Kritik an den öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern, insbesondere an ARD und ZDF, geübt worden.³ Auch hier stellte der Vorwurf der einseitigen Programmgestaltung – insbesondere der (angenommene) hohe Anteil der Themen Migration und Islamismus und die dadurch mutmaßlich erfolgte Förderung des Wahlerfolges der Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD) – einen Hauptkritikpunkt dar.

2.2 Studienansatz

Entsprechend der Kritik einer Ungleichgewichtung politischer Sachthemen fokussiert die Studie die redaktionelle Themensetzung in allen Sendungen zum politischen Zeitgeschehen bei ARD und ZDF im Zeitraum eines Monats vor der Bundestagswahl 2017. Dabei werden die Erstsendeminuten von Wahlsendungen, Polit-Talksendungen und Polit-Magazinen sowie von einschlägigen Dokumentationsendungen bestimmten vorgefassten Themenkategorien

¹ Kritisch zur Repräsentativität von Umfragen im Kontext der politischen Meinungsbildung: Wind (2018).

² Zitiert nach Zeit Online, „ARD und ZDF: Kulturrat fordert ein Jahr Sendepause für Talkshows“, Beitrag vom 07.06.2018.

³ Vgl. z. B. die Äußerungen des bayerischen Innenministers Herrmann (CSU) im Rahmen der Sendung „Berliner Runde“ im Nachgang der Wahlberichterstattung, Sendung vom 24.09.2017, oder die Äußerungen der damaligen Bundesfamilienministerin Katharina Barley (SPD) in der Sendung „Hart aber fair“ zur Bundestagswahl vom 25.09.2017.

(z. B. „Migration“, „Außenpolitik“ oder „Gesundheit“) zugeordnet (siehe ausführlicher zur Methodik im Einzelnen Kapitel 3, zu den Ergebnissen der Themenzuordnung Kapitel 4).

Flankiert wird dieser Hauptansatz der Untersuchung durch Experteninterviews mit Journalistinnen und Journalisten sowie Angehörigen von Redaktionen, welche maßgeblich an der Programmgestaltung von Politik-Talksendungen und/oder Polit-Magazinen mitwirkten, die Gegenstand der vorliegenden Studie sind (hierzu Kapitel 5).

Schließlich erfolgte auch eine qualitative Analyse zur Objektivität bzw. Neutralität von Moderationsfragen aus den untersuchten Sendungen, die anwesenden Politikerinnen und Politikern gestellt wurden. Dabei wurden Studierende der HTWK Leipzig im Rahmen eines

Lehrforschungsprojektes gebeten, eine Einstufung dieser Moderationsfragen als entweder objektiv oder subjektiv/deutend vorzunehmen (hierzu Kapitel 6).

Insbesondere bezüglich der Ergebnisse der quantitativen Untersuchung zu Themensetzungen in den Sendungen werden überdies medienwissenschaftliche Ansätze des Agenda-Setting, des Hostile Media Effektes und des Framing erläutert (hierzu Kapitel 7). Ziel und Anspruch ist es dabei weniger, eine abschließende Bewertung oder Einordnung der Themensetzung bei ARD und ZDF vorzunehmen. Vielmehr soll die Grundlage für die weitere medienwissenschaftliche Fachdiskussion und eine fundierte Einordnung durch die interessierte Zivilgesellschaft erst gelegt werden.

3 Methodik

Im folgenden Kapitel wird die methodische Herangehensweise der Studie dargelegt. Zunächst wird beschrieben, welche Programminhalte für die vorliegende Studie untersucht wurden (3.1), wie die thematische Zuordnung der Erstsendeminuten – als Grundlage der quantitativen Untersuchung – erfolgte und welche methodischen Schwierigkeiten sich dabei stellen (3.2). Anschließend wird das Vorgehen bezüglich der ergänzenden qualitativen Untersuchungen aufgezeigt, wobei zunächst die Intention und das Vorgehen hinsichtlich der geführten Interviews dargestellt wird (3.3), bevor Zielsetzung, Vorgehen und Grenzen der Untersuchung zur Moderationsneutralität vorgestellt werden (3.4).

3.1 Programminhaltlicher Umfang der Studie

Bei der thematischen Auswahl von Sendeformaten im Programm von ARD und ZDF erfolgte für die vorliegende Untersuchung eine Orientierung an dem im Rundfunkrecht etablierten Begriff der „Sendungen zum politischen Zeitgeschehen“ (§ 7 Abs. 8 RStV, § 5 Abs. 6 JMStV). Dabei wurden Rundfunkbeiträge der folgenden Formate ausgewählt:

- **Wahlsendungen**, insbesondere Wahlsondersendungen, die den Diskurs von Politikerinnen und Politikern unter begleitender journalistischer Moderation zum Gegenstand hatten,
- **Polit-Talksendungen**, nahezu ganzjährig einmal pro Woche ausgestrahlte politische Talk-Sendungen,

- **Polit-Magazine**, periodisch ausgestrahlte, redaktionell aufbereitete journalistische Beiträge zu politischen Themen, durch Anmoderationen kontextualisiert, sowie
- **Dokumentationen**, die sich im Untersuchungszeitraum inhaltlich mit der Bundestagswahl 2017 befasst haben.

In zeitlicher Hinsicht erfolgte eine einmonatige Beschränkung auf den Zeitraum nach der Sommerpause vom 24.08.2017 bis unmittelbar vor der Bundestagswahl zum 23.09.2017. Die Eingrenzung ist jedoch nicht mit einer impliziten Wertung verknüpft und schließt nicht aus, dass auch die langfristige Programmgestaltung für die hier untersuchten Agenda-Setting-Effekte von Bedeutung sein kann. Sie trägt jedoch dem Umstand Rechnung, dass die geäußerte Kritik überwiegend auf die sachthematische Behandlung der Bundestagswahl 2017 bezogen war. Darüber hinaus sind Wirkungsspannen von Agenda-Setting-Effekten und die hieraus folgende Optimierung von Untersuchungszeiträumen noch weithin ungeklärt (Maurer 2017: 50 f.; siehe aber Krause/Fretwurst 2007: 171 ff., Wanta/Hu 1994 sowie Kapitel 7.1), sodass keine grundsätzlichen methodischen Einwände gegen den hier dargelegten Untersuchungszeitraum sprechen.

Nicht berücksichtigt wurden Nachrichtensendungen, insbesondere der Formate *Tageschau*, *Tagesthemen*, *heute* und *heute journal*. Auch hier besagt der Ausschluss von reinen Nachrichtensendungen nicht, dass die Autorin und der Autor solchen Sendungen keinen Einfluss auf die politische Meinungsbildung zu-

billigen oder sich aus ihrer Auswertung keine Rückschlüsse auf mögliche Agenda-Setting-Effekte ziehen ließen. Die Exklusion der Nachrichtensendungen begründet sich vielmehr aus deren überwiegender inhaltlicher Orientierung an der Tagesaktualität und an entsprechenden Nachrichtenwertfaktoren, die die redaktionelle Programmgestaltungs- und Themenauswahl-freiheit stärker begrenzen, als dies bei Sendungen zum politischen Zeitgeschehen der Fall ist. Das Berichterstattungsspektrum ist bei Nachrichtensendungen nicht nur von einer stärkeren Ereignisbezogenheit determiniert, sondern auch weiter gefasst als die thematische Relevanz für die Bundestagswahl (z.B. durch Berichte über Naturkatastrophen im Ausland, Unfälle, Lifestyle-Themen, Prominenz, kulturelle Ereignisse, Sport, Wetter etc.). Vor diesem Hintergrund wurde für diese Studie davon ausgegangen, dass sich die seitens der Politik geäußerte Kritik nicht primär gegen die durch Tagesaktualität determinierten Nachrichtensendungen richtete.⁴

Nicht zu den untersuchten Sendungen gehören des Weiteren die Wirtschaftsmagazine *Plusminus* und *WISO*. Beide Sendeformate weisen zwar deutliche thematische Bezüge zu Wirtschaftsthemen auf, die eventuell auch für die politische Meinungsbildung zur Bundestagswahl 2017 von Bedeutung waren. Insgesamt sind die Formate aber auch auf allgemeine Verbraucherthemen und die wirtschaftliche „Nützlichkeit“ der Informationen für den Alltag der Zuschauerinnen und Zuschauer ausgerich-

tet. Vor diesem Hintergrund wurde sich gegen eine Berücksichtigung entschieden. Gleichwohl muss bei der Bewertung der Studienbefunde und bei etwaigen Rückschlüssen auf die Programmpolitik von ARD und ZDF insgesamt im Blick gehalten werden, dass die genannten Wirtschaftsformate – ebenso wie andere Sendungen – das Programm- und Themenspektrum erweitert haben.

Schon an dieser Stelle ist daher darauf hinzuweisen, dass aufgrund der eingeschränkten Untersuchung nur ausgesuchter Sendeformate zum politischen Zeitgeschehen wertende Aussagen zur Gestaltung des gesamten Programms der öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF lediglich bedingt und unter Vorbehalt ein empirisches Fundament durch diese Studie erhalten.

Aus den genannten Auswahlprämissen ergeben sich insgesamt 56 ausgewertete Sendungen im Untersuchungszeitraum (siehe Tabelle 3.1).

Bei allen Sendungen erfuhren nur die Erstsendeminuten Berücksichtigung. Dies bedeutet, dass Ausstrahlungswiederholungen im Rundfunkprogramm oder die Abrufbarkeit in Mediatheken in dieser Studie nicht in den Blick genommen wurden. Grundsätzlich sind Agenda-Setting-Effekte durch solche Wiederholungen zwar auch möglich. Diese Effekte können jedoch als marginal angenommen werden, da Wiederholungen von Sendungen – wenn überhaupt – nur im Nachtprogramm oder in anderen, kaum frequentierten (Sparten-)Programmen erfolgt sind.

4 Freilich wäre aber auch ein Studiendesign denkbar gewesen, das Nachrichtensendungen erfasst.

Tabelle 3.1

Ausgewertete Sendungen

Wahlsendungen			Politik-Talksendungen		
01	Das TV-Duell – Merkel-Schulz (ARD, ZDF)	03.09.2017	15	Maybrit Illner	24.08.2017
02	Schlagabtausch – Der TV-Dreikampf von Linken, Grünen und CSU	04.09.2017	16	Maybrit Illner	31.08.2017
03	Der Fünfkampf nach dem TV-Duell	04.09.2017	17	Maybrit Illner	14.09.2017
04	Wie geht’s, Deutschland?	05.09.2017	18	Anne Will	27.08.2017
05	Die Schlussrunde	21.09.2017	19	Anne Will	03.09.2017
06	Klartext, Herr Schulz!	12.09.2017	20	Anne Will	10.09.2017
07	Klartext, Frau Merkel!	14.09.2017	21	Anne Will	17.09.2017
08	Wahlarena mit Angela Merkel	11.09.2017	22	Hart aber fair	28.08.2017
09	Wahlarena mit Martin Schulz	18.09.2017	23	Hart aber fair	04.09.2017
10	Illner intensiv	05.09.2017	24	Hart aber fair	11.09.2017
11	Illner intensiv	06.09.2017	25	Hart aber fair	18.09.2017
12	Illner intensiv 1	07.09.2017	26	Maischberger	06.09.2017
13	Illner intensiv 2	07.09.2017	27	Maischberger	13.09.2017
14	Illner intensiv	08.09.2017	28	Maischberger	20.09.2017
Polit-Magazine			Dokumentationen		
29	Bericht aus Berlin	27.08.2017	47	ARD-Wahlcheck	28.08.2017
30	Bericht aus Berlin	03.09.2017	48	Baustelle Deutschland	18.09.2017
31	Bericht aus Berlin	10.09.2017	49	Das Duell – Merkel gegen Schulz	12.09.2017
32	Bericht aus Berlin	17.09.2017	50	Die kleinen Parteien Teil 1	28.08.2017
33	Berlin direkt	27.08.2017	51	Die kleinen Parteien Teil 2	11.09.2017
34	Berlin direkt	03.09.2017	52	Die Wahl und das Netz	04.09.2017
35	Berlin direkt	10.09.2017	53	ZDFzeit: Wie gerecht ist Deutschland?	19.09.2017
36	Berlin direkt	17.09.2017	54	ZDFzoom: Grundeinkommen	13.09.2017
37	Frontal 21	29.08.2017	55	ZDFzoom: Hass und Hetze	20.09.2017
38	Frontal 21	19.09.2017	56	ZDFzeit: Macht! Kampf! Wahl!	29.08.2017
39	FAKT	12.09.2017			
40	Kontraste	31.08.2017			
41	Monitor	24.08.2017			
42	Monitor	14.09.2017			
43	Report Mainz	29.08.2017			
44	Report Mainz	19.09.2017			
45	Panorama	07.09.2017			
46	Report München	05.09.2017			

Quelle: Eigene Darstellung.

3.2 Thematische Zuordnung nach Erstsendeminuten

Eine der zentralen methodischen Herausforderungen der Agenda-Setting-Forschung (vgl. Maurer 2017: 27f.) ist die Frage, wie Sachthemen im Vorfeld einer Untersuchung definiert und voneinander abgegrenzt werden können. Schwierigkeiten ergeben sich sowohl mit Blick auf die Vermeidung von Doppelkategorisierungen als auch bei Themenüberschneidungen. So berührt das Sachthema „Migration“ zum Beispiel Aspekte der „inneren Sicherheit“, der „Außenpolitik“, der „Bildungspolitik“, der „Wirtschafts- und Sozialpolitik“ oder der „Entwicklungshilfe“. In der Dynamik spontaner Diskurse in Wahlsendungen und Polit-Talks werden oft mit einem Nebensatz Teilaspekte eines Themenkomplexes angerissen und mit anderen Gesichtspunkten kontextualisiert. Auch eine redaktionelle Strukturierung durch die Moderation erfolgt bei genauer Analyse nicht derart, dass Sendungsinhalte stets klar und exklusiv einem bestimmten Thema zugeordnet werden können. Zum Beispiel ist die Moderationsfrage „Wie will ihre Partei aus dem Umfrage-tief herauskommen?“ themenunspezifisch. Derartige Fragen werden häufig mit einer Aufzählung unterschiedlicher politischer Themen beantwortet.

Die Entwicklung eines Codebuchs mit sachthematischen Kategorien schafft damit zugleich die Problematik, dass eine zielgenaue Zuordnung von Sendeinhalten in diese Kategorien nur annäherungsweise

und nach der subjektiven Einschätzung der sichtenden und bewertenden Person erfolgen kann. Die methodische Herausforderung bestand bei der vorliegenden Studie also darin, eine möglichst transparente und objektivierte – d. h. intersubjektive – Themenspezifikation und -zuordnung zu erreichen (siehe zur thematischen Zuordnung für die Untersuchung des TV-Duells Merkel gegen Steinbrück vor der Bundestagswahl 2013: Faas/Maier/Maier 2017).

Um dies zu gewährleisten, orientierte sich die Fassung der meisten abstrakten Sachthemen zunächst an ministeriellen Ressort- und Aufgabenkategorien der politisch verantwortlichen Akteurinnen und Akteure, also der Bundes- und Landesregierungen. Dadurch wurden Kategorien wie beispielsweise „Außenpolitik“, „Arbeit“, „Soziales“, „Familie“, „Gesundheit“, „Umwelt“ etc. gewonnen (siehe bereits McCombs/Shaw 1972; vgl. Jansen/Glogger 2017: 32 f.). Systematisch erweitert wurde diese Taxonomie mit Blick auf den Untersuchungsschwerpunkt um die eigenständige Themenkategorie „Migration“. Hierdurch wurde zwar einerseits das Problem der Themenkumulation und -konkurrenz teilweise verschärft, da Aspekte der „Migration“ wiederum in die anderen Themenkomplexe wie „Außenpolitik“ oder „innere Sicherheit“ hineinreichen (z. B. bei der Fassung des Sujets „Islam“ und „Radikalisierung“). Jedoch ermöglichte diese Erweiterung der Typologie einen gezielteren Blick auf die mit der geäußerten Kritik verbundene Behauptung, das zuweilen unscharf mit dem Begriff „Flücht-

lingskrise“ umrissene Thema der Migration sei in der Programmgestaltung von ARD und ZDF sachthematisch überbetont worden.

Vor dem Hintergrund der geschilderten methodischen Herausforderungen kam die von einem Interviewpartner in der qualitativen Befragung geäußerte Einzelfallkritik an einer der für diese Studie vorgenommenen Kategorisierungen nicht überraschend. Eingewandt wurde konkret, dass ein Beitrag über die Afrikapolitik der Bundesregierung nicht nur unter das Thema „Migration“ subsumiert werden könne, sondern zumindest auch unter die Themenkomplexe „Außenpolitik“ und „Europa“ (siehe Kapitel 5.2). Der geäußerten Kritik steht freilich zunächst kontradiktorisch die (Meta-)Frage gegenüber, ob die Afrikapolitik der Bundesregierung in einer solchen Sendung überhaupt behandelt würde, wenn nicht just zu dieser Zeit die Migration vieler Menschen aus Afrika in die Bundesrepublik Deutschland als politische Herausforderung und wichtiges Diskursthema identifiziert worden wäre. Dessen ungeachtet benennt die Kritik aber das methodisch nur schwer aufzulösende Dilemma der Themenkumulation innerhalb einzelner Sendebiträge sehr gut. So determiniert hier die forschungsmethodische Struktur zur qualitativen Einordnung von Medieninhalten in besonderem Maße auch die quantitativen Befunde der Themenanteile von Sendungen in der Gesamtschau.

Allerdings kann dies nicht nur zugunsten einer stärkeren Gewichtung des Oberthemas „Migration“ ausfallen. Bei der Findung und Zuweisung von Subthemen wurden etwa

die Komplexe „Islamismus“ und „Terrorismus“ der übergeordneten Kategorie „Innere Sicherheit“ zugewiesen, obwohl beides auch Kontextualisierungen zum Sujet „Migration“ erlaubt. Umgekehrt birgt das Subthema „Entwicklungshilfe“ nicht monostruktural nur Aspekte der Migrationsursachenbekämpfung, sondern zielt auch auf humanitäre Hilfe und Notlinderung.

Die diesen vielfältigen Einzelfragen zugrunde liegende Problematik der Themenkumulation und Themenkonkurrenz bliebe indes auch dann unaufgelöst, wenn Sendehalte Mehrfachzuordnungen zu verschiedenen Themenkategorien oder gar prozentuale Aufteilungen nach Themengewichten aufgrund der subjektiven Einschätzungen der Prüfpersonen erführen. Denn auch der jeweils gewählte Proporz kann niemals exakt und objektiv erscheinen und bleibt mithin ebenso methodisch angreifbar.

Vor diesem Hintergrund fiel für diese Studie die methodische Entscheidung für die monothematische Zuordnung von Erstsendeminuten nach inhaltlichem Schwerpunkt. Mehrfachzuordnungen von Sendehalten in verschiedene Themenkategorien waren ausgeschlossen. Also musste für konkrete Sendehalte eine (subjektive) Einschätzung der Prüfpersonen danach vorgenommen werden, was den thematischen Schwerpunkt der jeweiligen Aussage bildete. Postulate einer Politikerin/eines Politikers für einen personellen Ausbau der Polizei wären danach z. B. der Kategorie „Innere Sicherheit“ zuzuordnen gewesen, auch wenn die Forderung im Nach-

gang eines zuvor behaupteten Kriminalitätsanstiegs u. a. aufgrund der Migration erfolgte.⁵

Zur weiteren Spezifizierung und mit Blick auf die Transparenz der Themenzuordnung wurden Subthemen (hierzu Maurer 2017: 28) gebildet, welche die abstrakten Sachthemenkategorien konkretisieren. Dadurch ergibt sich eine höhere Nachvollziehbarkeit der Zuordnungsentscheidungen, wenn sich etwa bei der Auswertung aller Polit-Talk-Sendungen erschließt, dass sich der Themenanteil „Außenpolitik“ (22,35 %) u. a. aus den Subkategorien „Erdogan/Türkei“ (11,27 %), „Trump/USA“ (3,58%) und „Nordkorea“ (1,89 %) speist. Alle Oberkategorien enthielten auch eine Subkategorie „Allgemein“, in der Sendeinhalte abgebildet wurden, die über das abstrakte Thema hinaus nicht konkretisiert wurden. Ein Beispiel ist hier das allgemeine Postulat „Wir müssen eine vernünftige Umweltpolitik machen“.

Aus der Vorsichtung der Sendungen zum politischen Zeitgeschehen ergab sich allerdings deutlich, dass eine rein an politischen Sachthemen ausgerichtete Erfassungsstruktur einem Gutteil der Sendungsgegenstände nicht Rechnung tragen kann. So hätte die Verhandlung von Meta-Themen, wie etwa die Koalitionsbildung oder der Wahlkampf an sich oder auch die bloße rhetorische Bezugnahme auf Parteien oder einzelne Politikerinnen und Politiker, nicht erfasst werden können.

Ebenso wurde in Folgesendungen nach dem *TV-Duell* Merkel gegen Schulz zum Teil rekursiv Formatkritik geübt, was wiederum in einer reinen Sachthemenstruktur nur schwer hätte berücksichtigt werden können. Vor diesem Hintergrund wurde die sachthematische Taxonomie um die abstrakten Kategorien „Politische Partei“, „Politiker“, „Wahlkampf“ sowie „Meta-Thema/Phänomene“ erweitert. Zu den einzelnen abstrakten Bereichen wurden wiederum inhaltlich konkretisierende Subthemen gefasst, für die Oberkategorie „Meta-Thema/Phänomene“ z. B. die Subkategorien „Debattekultur“, „Glaubwürdigkeit“, „Politikabwendung“, „Hass/Hetze/Fremdenfeindlichkeit“, „Amtszeit“, „Parteifinanzierung“ und „Allgemein“.

Aufgrund des Umfangs und der Ausdifferenzierung der Themenstruktur konnten bei der Untersuchung nahezu alle Sendungsinhalte im Codebuch zugeordnet werden. Nicht nach Zuordnungskriterien erfasst wurden unspezifische Inhalte wie der Vorspann einer Sendung oder die Begrüßung und Verabschiedung durch die moderierende Person. Dies wurde bei Darstellungen, die die Gesamtlauflänge berücksichtigen, als „nicht kategorisiert“ ausgewiesen. Demgegenüber wurden Fragen von Moderatorinnen und Moderatoren ebenso erfasst und sachthematisch zugeordnet wie Anmoderationen von Beiträgen, Teaser sowie

⁵ Um die konkreten Themenzuordnungen auf ein breiteres Wertungsfundament zu stellen, wurden die Sendungen von mehreren Prüfpersonen getrennt gesichtet und Themenkategorien zugeordnet. Ergaben sich bei der Zuordnung Differenzen, waren diese durch Rekurs und Diskussion der Gründe der erfolgten Kategorisierung im Anschluss an die Einzelsichtungen aufzulösen und zu konsolidieren. Sofern dies nicht möglich war, wurde die Studienleitung für eine erweiterte Diskussion der zuordnungsrelevanten Gesichtspunkte hinzugezogen.

Publikumsapplaus in Reaktion auf Statements von Politikerinnen und Politikern.

Mit Blick auf mögliche Rückschlüsse aus reinen Anteilszuordnungen von Sachthemen ist schließlich einschränkend zu bemerken, dass die konkrete Art und Weise der Themenbehandlung, also die Sinnggebung z. B. einer kritischen oder befürwortenden Auseinandersetzung, nicht untersucht worden ist. Hiermit ist aber nicht die Wertung der Studienautoren verbunden, dass solche Aspekte der konkreten Themenbehandlung nicht auch Auswirkungen auf die Publikumsagenda und die Einstellungen von Zuschauerinnen und Zuschauern haben können (siehe auch Kapitel 7.1 und 7.2).

3.3 Qualitative Befragung

Zur Ergänzung der quantitativen Analyse unter Zuordnung von Erstsendeminuten wurden Experteninterviews mit Journalistinnen und Journalisten geführt, die entweder wöchentliche Polit-Talksendungen, Sonderwahlsendungen oder Politik-Magazine redaktionell konzipieren oder auch moderieren.

Qualitative Forschung eignet sich im Gegensatz zur quantitativen Herangehensweise im Allgemeinen weniger dazu, Hypothesen zu testen. Stattdessen kann sie als Grundlage für Hypothesenfindung und Theorienbildung verwendet werden (Mayring 2015: 22), wobei Hypothesen auch verworfen werden können.

Zielsetzung der Interviews war es deshalb, auf der Basis der Ergebnisse der quantitativen Analyse die Sicht der Akteurinnen und Akteure widerzuspiegeln. Die Interviews – die als offene, teilweise standardisierte Leitfadengespräche⁶ geführt wurden – gehen daher thematisch auf die redaktionelle Auswahl der Sendungsthemen sowie das Selbstverständnis und die Entscheidungsparameter der Akteurinnen und Akteure ein. In vier Fragenkomplexen ging es um das journalistische Selbstverständnis der Redakteurinnen und Redakteure, die Kriterien für die Themenauswahl, die kritische Reflexion des Framings sowie um den Themenkomplex Glaubwürdigkeit bezogen auf das Publikum. Die Ergebnisse der Auswertung (vgl. Kapitel 5) ergänzen die Befunde der quantitativen Analyse der betreffenden Sendungen zum politischen Zeitgeschehen.

Geplant wurden die Leitfadeninterviews in vier Arbeitsschritten (Kaiser 2014: 51 ff.). Im ersten Schritt wurden aus der Zielsetzung thematische Dimensionen abgeleitet und in konkrete Interviewfragen übersetzt. Auf einen Pretest wurde angesichts der kleinen Zahl möglicher Gesprächspartnerinnen und -partner, die aufgrund der quantitativen Analyse überhaupt infrage kamen, verzichtet. Umso mehr Wert wurde auf die Kontaktaufnahme mit den jeweiligen Redaktionen (zweiter Arbeitsschritt) gelegt. Entsprechend umfassend wurde recherchiert.

⁶ Bei teilstandardisierten Leitfadeninterviews gibt es einen Katalog von Fragen, von dem je nach Gesprächsverlauf aber auch abgewichen werden kann. Spricht der Interviewpartner ein interessantes, zuvor jedoch nicht berücksichtigtes Thema an, kann der Interviewer nachhaken. Das soll verhindern, dass relevante Themenbereiche nicht erfasst werden.

Beim dritten Arbeitsschritt, der Durchführung der Interviews, war ein deutlicher „Eisbergeffekt“ zu spüren (Kaiser 2014: 81). Der Effekt war dem Zeitpunkt der Befragung geschuldet, die mit dem Höhepunkt der Medienberichte über eine möglicherweise thematisch verzerrte Themensetzung durch die Redaktionen zusammenfiel. Er musste durch direkte und freundliche Interaktion gleich zu Beginn der Interviews durchbrochen werden.

Einer der Interviewten, Georg Restle, wies im Vorfeld des Interviews auf einen aus seiner Sicht gegebenen Kategorisierungsfehler hin: Ein Beitrag über die Afrikapolitik der Bundesregierung wurde komplett unter das Thema „Migration“ subsumiert. Richtig wäre aus seiner Sicht ein Mix aus Außenpolitik, Europa und einem kleinen Anteil Migrationspolitik gewesen.

Die Interviews wurden telefonisch geführt. Zur Vorbereitung erhielten die Expertinnen und Experten die quantitative Auswertung zu den von ihnen produzierten Sendungen im Untersuchungszeitraum. Im Verlauf des Interviews konnten sie dazu Stellung nehmen. Dokumentiert wurden die Interviews als Audio-Mitschnitt, der anschließend transkribiert wurde. Ergänzt wurden die Transkriptionen um ein Protokoll erwähnenswerter Rahmenbedingungen und Besonderheiten des jeweiligen Interviews (vierter Arbeitsschritt). Die transkribierten Texte wurden nach der Methode der themenanalytischen Inhaltsanalyse codiert und ausgewertet (Kaiser 2014: 89 ff.).

Insgesamt haben sich drei Interviewpartner bereit gefunden, als Experten an der Studie mitzuwirken. Die Ergebnisse der qualitativen Befragung sind im Kapitel 5 dokumentiert.

3.4 Lehrforschungsprojekt zur Moderationsneutralität

Schließlich erfolgte auch eine ergänzende – freilich nur eklektische – qualitative Analyse zur Objektivität⁷ bzw. Neutralität von Moderationsfragen gegenüber Politikerinnen und Politikern. Gegenstand des als Lehrforschungsprojekt angelegten Testlaufs waren Sendehalte aus dem Pool der oben genannten Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, bei denen Moderation und Diskurs das Format prägen. Die Probandinnen und Probanden sollten hierbei die Fragen der Moderatorinnen und Moderatoren notieren und jeweils einschätzen, ob die jeweilige Moderationsfrage eher als sachlich-neutral oder als deutend, tendenziös bzw. suggestiv zu bewerten ist.

Das Lehrforschungsprojekt hat schon aufgrund der beschränkten Zahl der beteiligten Probandinnen und Probanden (16 Studierende des Masterstudienganges Medienmanagement, die jeweils eine Wahlsendung und/oder eine Polit-Talksendung gesehen haben) lediglich exemplifizierenden, hingegen keinen repräsentativen Charakter. Insoweit schien bereits bei der Diskussion der empirischen Überprüfbarkeit sehr zweifelhaft, ob ein deutender

7 Zur Frage der publizistischen Objektivität als journalistische Zielvorstellung und der Legitimität auch überspitzender und polarisierender Moderationskommunikation siehe Kapitel 7.2 sowie Saxer (2012: 12 ff.).

oder suggestiver Fragecharakter überhaupt nach objektiven Kriterien sicher einzuordnen ist, zumal auch die Einschätzung durch die jeweils sichtende Person aufgrund individueller Einstellungen und Prädispositionen erheblich determiniert sein kann (siehe zum so genannten „Hostile Media Effekt“ Kapitel 7.3).

Entsprechend war die Zielstellung des Lehrforschungsprojektes auch nicht die Ermittlung, ob die Moderationen der Sendungen objektiv eher als sachlich/neutral oder deutend/tendenziös/suggestiv einzustufen sind. Stattdessen wurde festgehalten, wie eine Probandengruppe subjektiv die Moderationsneutralität bewertet und dies begründet. Es ging also eher um die Frage, ob Probandinnen und Probanden anhand bestimmter, vorgegebener Kriterien überhaupt eine Einschätzung nach den sich quasi-dichotomisch gegenüberstehenden Wertungskategorien vornehmen können.⁸

Den sichtenden Probandinnen und Probanden wurden sowohl hinsichtlich der Frageerfassung als auch für die Kategorisierung der Moderationsneutralität Vorgaben gemacht, um eine annähernd homogene Auswertung anhand zumindest gleicher Wertungsparameter zu gewährleisten.

Als „sachlich/neutral“ waren nach den Vorgaben Fragestellungen einzustufen, die frei von Suggestion und deutendem Framing sachlich formuliert sind. Auch eine kritische oder scharfe Frage konnte hiernach als neutral

zu bewerten sein, wenn sie von einem deutlichen Sachbezug getragen ist. Als sachlich und neutral einzuordnen war insbesondere auch die Konfrontation der befragten Person mit recherchierten Fakten, auf deren Grundlage eine – auch zuspitzende – Frage gestellt wurde.

Als „suggestiv/deutend“ waren demgegenüber Fragestellungen zu dokumentieren, die über die bloße Sachfrage hinaus eine eigene (subjektive) Bewertung des Fragestellers/der Fragestellerin enthalten. Auch eine subtile wertende Färbung durch bestimmte normative Begriffe, welche sich insbesondere auf die befragte Person oder ihr politisches Handeln bezogen (labeling approach), war zu berücksichtigen. Als prototypisches Beispiel einer solchen Frage wurde allen Probandinnen und Probanden die Frage des ZDF-Chefredakteurs Peter Frey in der *Berliner Runde* im Hauptabendprogramm am Tag der Bundestagswahl an den AfD-Politiker Jörg Meuthen veranschaulicht. Die Frage lautete im Wortlaut: „Was haben Sie sich für diese Arbeit im Bundestag vorgenommen, Krawall und Populismus wie bisher oder wollen Sie eine konstruktive Opposition sein?“. Eine Suggestion bzw. Deutung kann bei dieser Frageformulierung in der wertenden Annahme des Moderators gesehen werden, dass vor der Bundestagswahl die Arbeit der AfD maßgeblich durch Krawall und Populismus geprägt gewesen sei.

Schließlich galten für alle Probandinnen und Probanden dieselben Notationsregeln,

⁸ Der aufgrund des engen organisatorischen und zeitlichen Rahmens sehr begrenzte Testlauf konnte freilich keine Zuschauerschaft repräsentativ abbilden.

nach denen insbesondere alle Fragen der Moderatorinnen und Moderatoren wörtlich zu übernehmen und zu dokumentieren waren. Auch kontextbezogene Vorrede, welche für die Frageerfassung von Bedeutung war, sollte aufgeschrieben oder bei übermäßiger Länge zumindest thematisch beschrieben werden. Ebenso sollten Zwischenfragen und Aussagen im Rahmen der Moderation notiert und bewertet werden, die zwar nicht als Fragen for-

muliert waren, aber eine Antwort oder einen kontradiktorischen Diskurs nach sich zogen.

Im Rahmen der Auswertung erfolgte eine Revision der Fragenkategorisierungen durch wissenschaftliche Hilfskräfte. Diese erhielten die Möglichkeit, die Probandeneinstufungen in die Kategorien sachlich/neutral oder deutend/suggestiv sowie deren Begründungen gegebenenfalls zu korrigieren oder zu ergänzen.

4 Ergebnisse der quantitativen Untersuchung

In den folgenden Kapiteln werden die Studienbefunde erläutert. Dabei wird zunächst im Rahmen der quantitativen Untersuchung die jeweilige prozentuale Verteilung der Themenschwerpunkte in Form eines Überblickshaften Kreisdiagramms sowie einer detaillierteren, tabellarischen Aufschlüsselung unter Einbeziehung der zugehörigen Subthemen veranschaulicht. Neben einer Gesamtauswertung (Kapitel 4.1) erfolgt dabei auch eine Auswertung nach Sendeformaten (4.3) und Marktanteilen (4.2 und 4.4). Im Anschluss erfolgt eine zusammenfassende Darstellung der Experteninterviews (Kapitel 5). Abschließend werden die Ergebnisse des Lehrforschungsprojekts zur Bewertung der Neutralität von Moderationsfragen vorgestellt (Kapitel 6).

4.1 Gesamtauswertung aller untersuchten Sendungen

Die kumulierte Untersuchung der 56 TV-Sendungen aus den Kategorien *Wahl*sendungen, *Polit-Talk*sendungen, *Polit-Magazine* und *Dokumentationen zur Bundestagswahl* ergibt eine vielfältige Themenpräsenz mit weitgehend ausgeglichenen Gewichtungen. Abbildung 4.1.a zeigt eine insofern ausgewogene Verteilung, als neun der 14 Themenkomplexe einen Anteil zwischen 6 % und 15 % der Gesamt-Erstsendeminuten erreichen. Die drei Themenkomplexe,

die mit einem geringen Abstand am längsten thematisiert werden, sind *Arbeit/Familie/Soziales* mit 14,67 %, *Migration* mit 11,63 %, gefolgt von *Außenpolitik* mit 10,8 %.

Tabelle 4.1.a sind die subsumierten Themen der jeweiligen Oberkategorien mit entsprechenden Anteilen zu entnehmen. Im Rahmen der Kategorie *Arbeit, Familie und Soziales* weisen die Subthemen *Rente* (3,83 %) und *Arbeit* (2,96 %) die längste Sendedauer auf. Innerhalb des Sujets *Migration* bilden *Integration* (4,92 %) und *Zuwanderung* (4,51 %) den Hauptanteil. Die Oberkategorie *Außenpolitik* hat zum überwiegenden Teil die Befassung mit der Türkei und Präsident Erdogan (5,61 %) zum Gegenstand. Mit einem deutlichen Abstand folgt die Thematik der USA und Trump (1,61 %). Eine vergleichsweise geringe Präsenz ist bei den Kategorien *Sport* (0,27 %), *Wirtschaft/Verkehr/Bau* (1,97 %), *Gesundheit* (2,29 %), *Steuer/Finanzen* (2,49 %) und *Bildung/Digitalisierung* (3,29 %) zu verzeichnen.⁹

Mehr als ein Viertel der Sendezeit der untersuchten Inhalte in Wahlsendungen, *Polit-Talk*sendungen, *Polit-Magazinen* und *Dokumentationen* befasst sich nicht mit politischen Sachthemen im eigentlichen Sinne, sondern fokussiert eher Meta-Themen wie politische Parteien, Politiker, den Wahlkampf als solchen, Glaubwürdigkeit von Politik oder die Debattenkultur.

⁹ Die Daten der thematischen Zuordnung von Erstsendeminuten bieten wesentlich breitere Auswertungspotentiale und weitere Darstellungsoptionen. Da es sich vorliegend um eine kleine Studie mit begrenzten Möglichkeiten handelt, erfolgt eine beschränkte Darstellung von Oberthemen-Clustern. Die nachfolgenden tabellarischen Darstellungen eröffnen aber die Möglichkeit, auch die einzelnen Anteile der Subthemen jeweils auszulesen und hieraus Schlussfolgerungen abzuleiten.

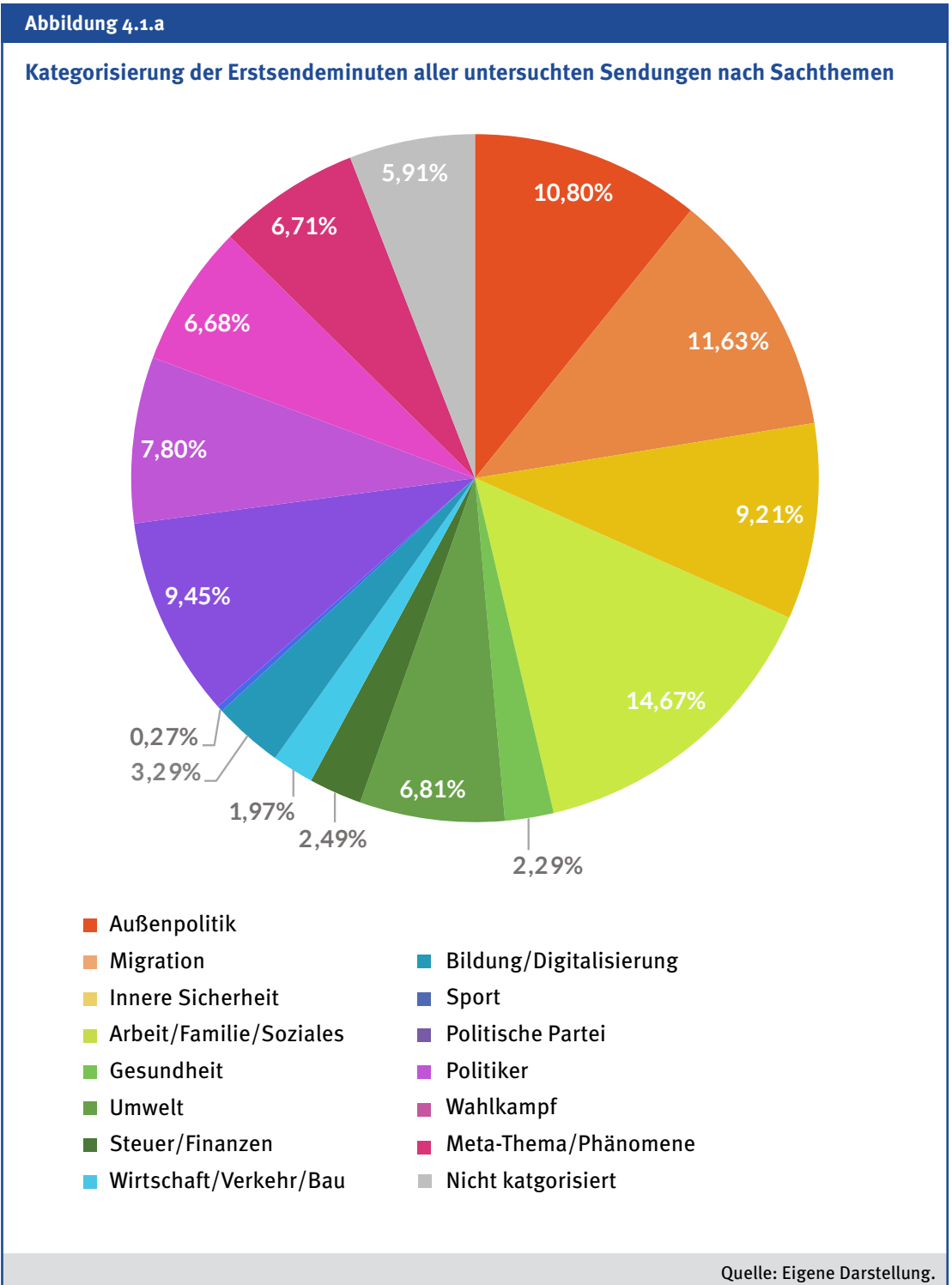


Tabelle 4.1.a

Kategorisierung der Erstsendeminuten aller untersuchten Sendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	04:55:13	10,80 %	Migration	05:17:51	11,63 %	Innere Sicherheit	04:11:42	9,21 %
Erdogan/Türkei	02:33:18	5,61 %	Zuwanderung	02:03:14	4,51 %	Terrorismus	00:36:48	1,35 %
Trump/USA	00:43:58	1,61 %	Obergrenze	00:11:11	0,41 %	Islamismus	00:11:48	0,43 %
Nordkorea	00:18:43	0,68 %	Integration	02:14:29	4,92 %	Kriminalität	01:18:37	2,88 %
Nahost-Konflikt	00:14:59	0,55 %	Abschiebung	00:30:30	1,12 %	Polizei	00:50:45	1,86 %
Europa/EU	00:13:38	0,50 %	Entwicklungshilfe	00:15:19	0,56 %	Überwachung	00:28:12	1,03 %
Putin/Russland	00:18:06	0,66 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:39	0,02 %	Justiz	00:11:00	0,40 %
Verteidigung	00:19:24	0,71 %				Krisenangst	00:10:10	0,37 %
G20	00:01:47	0,07 %				Extremismus/NS	00:16:18	0,60 %
Allgemein	00:11:20	0,41 %	Allgemein	00:02:29	0,09 %	Allgemein	00:08:04	0,30 %
Arbeit/Familie/ Soziales	06:40:55	14,67 %	Gesundheit	01:02:31	2,29 %	Umwelt	03:06:07	6,81 %
Arbeit	01:20:52	2,96 %	Krankenkassen	00:06:12	0,23 %	Klimawandel	00:30:23	1,11 %
Armut	00:59:21	2,17 %	Pflege	00:39:26	1,44 %	Dieselskandal	01:22:18	3,01 %
Rente	01:44:40	3,83 %	Medizinische Versorgung	00:16:53	0,62 %	Energiepolitik	00:26:18	0,96 %
Wohnen	00:48:26	1,77 %				Tierschutz	00:03:41	0,13 %
Kita-Plätze	00:08:14	0,30 %				Elektromobilität	00:40:52	1,50 %
Gleichstellung	00:19:17	0,71 %						
Mittelstand	00:13:58	0,51 %						
soziale Gerechtigkeit	00:21:08	0,77 %						
Grundeinkommen	00:21:07	0,77 %						
Reichtum	00:11:21	0,42 %						
Allgemein	00:12:31	0,46 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:02:35	0,09 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer/Finanzen	01:08:01	2,49 %	Wirtschaft/Verkehr/Bau	00:53:47	1,97 %	Bildung/Digitalisierung	01:29:57	3,29 %
Steuer	00:50:13	1,84 %	Maut	00:04:44	0,17 %	Digitalisierung	00:29:05	1,06 %
Soli	00:00:06	0,00 %	Infrastruktur	00:19:28	0,71 %	Schulen	00:47:08	1,73 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:10	0,01 %	Forschung	00:02:42	0,10 %
Schulden/Kredite	00:07:39	0,28 %	staatliche Transferleistung	00:03:21	0,12 %	Ausbildung	00:05:51	0,21 %
			Verbraucherschutz	00:09:30	0,35 %			
Vermögen	00:10:03	0,37 %	Wirtschaftsentwicklung	00:10:03	0,37 %			
			Landwirtschaft	00:03:59	0,15 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:02:32	0,09 %	Allgemein	00:05:11	0,19 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
Sport	00:07:22	0,27 %	Politische Partei	04:18:20	9,45 %	Politiker	03:33:14	7,80 %
WM	00:00:16	0,01 %	CDU/CSU	00:42:38	1,56 %	CDU/CSU-Politiker	01:46:39	3,90 %
Sportwetten	00:07:06	0,26 %	SPD	00:36:37	1,34 %	SPD-Politiker	01:02:49	2,30 %
			AfD	00:57:37	2,11 %	AfD-Politiker	00:31:39	1,16 %
			FDP	00:11:51	0,43 %	FDP-Politiker	00:04:10	0,15 %
			Grüne	00:17:59	0,66 %	Grünen-Politiker	00:02:54	0,11 %
			Linke	00:22:43	0,83 %	Linke-Politiker	00:02:03	0,08 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	01:08:55	2,52 %	Allgemein	00:03:00	0,11 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
Wahlkampf	03:02:30	6,68 %	Meta-Thema/Phänomene	03:03:19	6,71 %
im Web 2.0	00:17:41	0,65 %	Debattenkultur	01:05:12	2,39 %
Kommunikation	00:49:38	1,82 %	Glaubwürdigkeit	00:28:12	1,03 %
Mögliche Koalitionen	00:54:54	2,01 %	Politikabwendung	00:05:07	0,19 %
Wählermeinung	00:12:17	0,45 %	Hass/Hetze/Fremdenfeindlichkeit	01:14:56	2,74 %
Formatkritik TV-Duell	00:05:52	0,21 %	Amtszeit	00:06:18	0,23 %
			Parteifinanzierung	00:03:34	0,13 %
Allgemein	00:42:08	1,54 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

4.2 Auswertung zum TV-Duell – Merkel gegen Schulz

Das auf vier Sendern (ARD, ZDF, RTL, SAT.1) live ausgestrahlte TV-Duell zwischen der amtierenden Bundeskanzlerin Angela Merkel und dem SPD-Vorsitzenden Martin Schulz stand in besonderem öffentlichen Interesse und erzielte im Vergleich zu allen anderen untersuchten Sendungen die höchste Reichweite mit 26,4 % Marktanteil (ARD). Da sich darüber hinaus auch andere Sendungen inhaltlich stark an dem Duell ausrichteten – nachfolgende Talkshows, vorangegangene Berichte aus Berlin oder gar ganze Dokumentationssendungen – kann eine herausragende Bedeutung für die Thematik des Agenda-Settings vermutet werden.

Die sachthematische Zuordnung der Erstsendeminuten hat ergeben, dass *Migration* mit

33,83% und *Außenpolitik* mit 20,11% gemeinsam mehr als die Hälfte der gesamten Sendedauer in Anspruch nahmen (Abbildung 4.2.a). In der Oberkategorie *Migration* standen die Subthemen *Zuwanderung* (16,95%) und *Integration* (10,29%) im Fokus. Bei der Subthemenverteilung hinsichtlich außenpolitischer Belange werden Inhalte zur Türkei und Präsident Erdogan (14,35%) am längsten behandelt. Der Themenkreis Trump/USA (5,30%) machte den zweitgrößten Teil der Sendedauer aus (Tabelle 4.2.a). Mit niedrigeren Anteilen schließen sich die nahezu gleich gewichteten Themen *Umwelt* mit 8,54%, *Innere Sicherheit* mit 7,24%, *Arbeit/Familie/Soziales* mit 7,23% und *Meta-Thema/Phänomene* mit 6,89% an die zuvor genannten Themenschwerpunkte *Migration* und *Außenpolitik* an. Keine Rolle spielen die Hauptkategorien *Gesundheit* und *Bildung/Digitalisierung*.

Tabelle 4.2.a

Kategorisierung der Erstsendeminuten des „TV-Duell Merkel/Schulz“ nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:19:37	20,11 %	Migration	00:33:00	33,83 %	Innere Sicherheit	00:07:04	7,24 %
Erdogan/Türkei	00:14:00	14,35 %	Zuwanderung	00:16:32	16,95 %	Terrorismus	00:03:57	4,05 %
Trump/USA	00:05:10	5,30 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:18	0,31 %	Integration	00:10:02	10,29 %	Kriminalität	00:00:12	0,21 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:06:00	6,15 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:09	0,15 %	Entwicklungshilfe	00:00:26	0,44 %	Überwachung	00:02:55	2,99 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

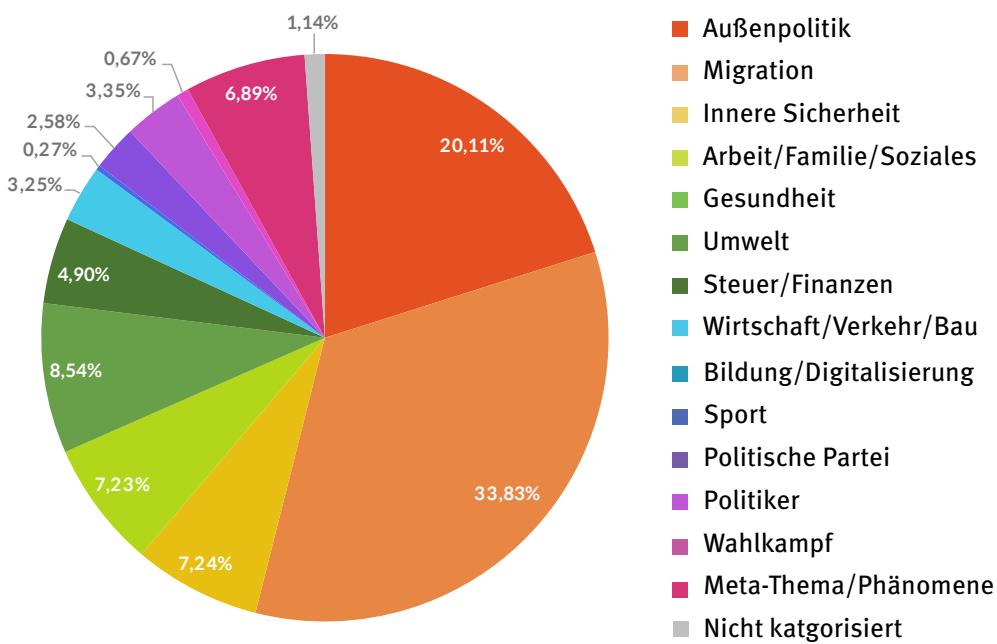
Arbeit/Familie/ Soziales	00:07:03	7,23 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:08:20	8,54 %
Arbeit	00:04:14	4,34 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:08:20	8,54 %
Rente	00:01:49	1,86 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:01:00	1,03 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerech- tigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundein- kommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Steuer/ Finanzen	00:04:47	4,90 %	Wirtschaft/ Verkehr/Bau	00:03:10	3,25 %	Bildung/ Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Steuer	00:04:47	4,90 %	Maut	00:03:10	3,25 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrs- sicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Trans- ferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucher- schutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschafts- entwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Sport	00:00:16	0,27 %	Politische Partei	00:02:31	2,58 %	Politiker	00:03:16	3,35 %
WM	00:00:16	0,27 %	CDU/CSU	00:00:51	0,87 %	CDU/CSU- Politiker	00:01:18	1,33 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:01:19	1,35 %	SPD-Politiker	00:01:58	2,02 %
			AfD	00:00:21	0,36 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:00	0,00 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf	00:00:39	0,67 %	Meta-Thema/Phänomene	00:06:43	6,89 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:05:27	5,59 %
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:00:39	0,67 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:01:16	1,30 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4.2.a

Kategorisierung der Erstsendeminuten des „TV-Duell Merkel/Schulz“ nach Sachthemen



Quelle: Eigene Darstellung.

4.3 Themenverteilung nach Sendeformaten

Wahlsendungen

Im Rahmen der untersuchten Wahlsendungen¹⁰ ist jedes der vordefinierten Themenfelder der Oberkategorien vertreten. Mehr als die Hälfte der Sendedauer nehmen dabei die Themenkomplexe *Migration* mit 20,86 %, *Arbeit/Familie/Soziales* mit 18,79 % und *Innere Sicherheit* mit 14,82 % ein (Abbildung 4.3.a).

Der restliche Anteil verteilt sich sukzessiv absteigend auf die verbleibenden Kategorien. Hinsichtlich der Verteilung der subsumierten Themen treten *Integration* (8,87 %) und *Zuwanderung* (7,81 %) unter dem Komplex *Migration* hervor. Untergeordnet zu *Arbeit/Familie/Soziales* dominiert der Bereich *Rente* (7,25 %). Innerhalb der Oberkategorie *Innere Sicherheit* werden Inhalte zu *Polizei* (4,66 %) und *Kriminalität* (3,78 %) am längsten thematisiert (Tabelle 4.3.a).

Tabelle 4.3.a

Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Wahlsendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	01:01:57	6,81 %	Migration	03:09:52	20,86 %	Innere Sicherheit	02:14:52	14,82 %
Erdogan/Türkei	00:29:11	3,21 %	Zuwanderung	01:11:06	7,81 %	Terrorismus	00:23:53	2,62 %
Trump/USA	00:07:37	0,84 %	Obergrenze	00:09:14	1,01 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:01:28	0,16 %	Integration	01:20:46	8,87 %	Kriminalität	00:34:26	3,78 %
Nahost-Konflikt	00:02:24	0,26 %	Abschiebung	00:17:49	1,96 %	Polizei	00:42:25	4,66 %
Europa/EU	00:04:57	0,54 %	Entwicklungshilfe	00:09:57	1,09 %	Überwachung	00:22:03	2,42 %
Putin/Russland	00:09:17	1,02 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:07:03	0,77 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:05:37	0,62 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:01:00	0,11 %	Allgemein	00:06:28	0,71 %

¹⁰ Untersuchungsgegenstand: 01 Das TV-Duell – Merkel-Schulz (ARD, ZDF) (03.09.2017), 02 Schlagabtausch – Der TV- Dreikampf von Linken, Grünen und CSU (04.09.2017), 03 Der Fünfkampf nach dem TV-Duell (04.09.2017), 04 Wie geht's, Deutschland? (05.09.2017), 05 Die Schlussrunde (21.09.2017), 06 Klartext, Herr Schulz! (12.09.2017), 07 Klartext, Frau Merkel! (14.09.2017), 08 Wahlarena mit Angela Merkel (11.09.2017), 09 Wahlarena mit Martin Schulz (18.09.2017), 10 Illner intensiv (05.09.2017), 11 Illner intensiv (06.09.2017), 12 Illner intensiv 1 (07.09.2017), 13 Illner intensiv 2 (07.09.2017), 14 Illner intensiv (08.09.2017).

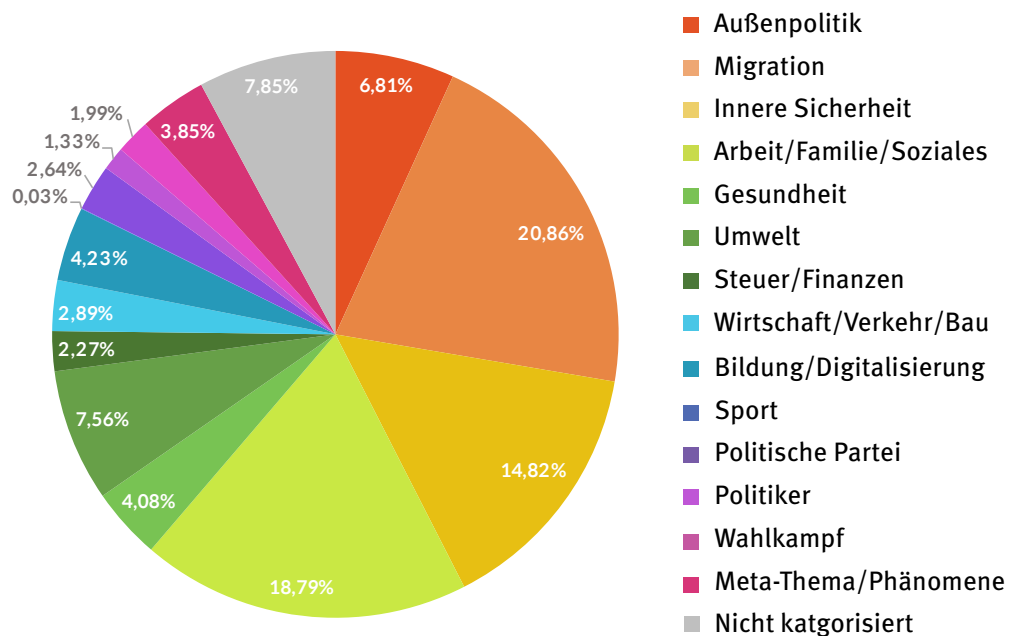
Arbeit/Familie/ Soziales	02:51:00	18,79 %	Gesundheit	00:37:07	4,08 %	Umwelt	01:08:49	7,56 %
Arbeit	00:34:44	3,82 %	Krankenkassen	00:02:44	0,30 %	Klimawandel	00:12:32	1,38 %
Armut	00:13:34	1,49 %	Pflege	00:29:23	3,23 %	Dieselskandal	00:36:45	4,04 %
Rente	01:05:58	7,52 %	Medizinische Versorgung	00:05:00	0,55 %	Energiepolitik	00:14:15	1,57 %
Wohnen	00:15:32	1,71 %				Tierschutz	00:02:42	0,30 %
Kita-Plätze	00:08:02	0,88 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:06:49	0,75 %						
Mittelstand	00:13:58	1,53 %						
soziale Gerech- tigkeit	00:02:22	0,26 %						
Grundein- kommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:10:01	1,10 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:02:35	0,28 %
Steuer/ Finanzen	00:20:41	2,27 %	Wirtschaft/ Verkehr/Bau	00:26:20	2,89 %	Bildung/ Digitalisierung	00:38:28	4,23 %
Steuer	00:17:11	1,89 %	Maut	00:04:44	0,52 %	Digitalisierung	00:10:23	1,14 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:12:54	1,42 %	Schulen	00:21:57	2,41 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrs- sicherheit	00:00:10	0,02 %	Forschung	00:02:42	0,30 %
Schulden/ Kredite	00:03:30	0,38 %	staatliche Trans- ferleistung	00:03:21	0,37 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucher- schutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschafts- entwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:03:59	0,44 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:01:12	0,13 %	Allgemein	00:03:26	0,38 %
Sport	00:00:16	0,03 %	Politische Partei	00:24:04	2,64 %	Politiker	00:12:09	1,33 %
WM	00:00:16	0,03 %	CDU/CSU	00:04:14	0,47 %	CDU/CSU- Politiker	00:04:31	0,50 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:03:48	0,42 %	SPD-Politiker	00:05:14	0,57 %
			AfD	00:09:03	0,99 %	AfD-Politiker	00:02:16	0,25 %
			FDP	00:01:54	0,21 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:02:04	0,23 %	Grünen-Politiker	00:00:08	0,01 %
			Linke	00:03:01	0,33 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf	00:18:04	1,99 %	Meta-Thema/Phänomene	00:35:01	3,85 %
im Web 2.0	00:00:19	0,03 %	Debattenkultur	00:09:55	1,09 %
Kommunikation	00:07:12	0,79 %	Glaubwürdigkeit	00:03:00	0,33 %
Mögliche Koalitionen	00:07:37	0,84 %	Politikabwendung	00:01:03	0,12 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:17:29	1,92 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:03:34	0,39 %
Allgemein	00:02:56	0,32 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4.3.a

Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Wahlsendungen nach Sachthemen

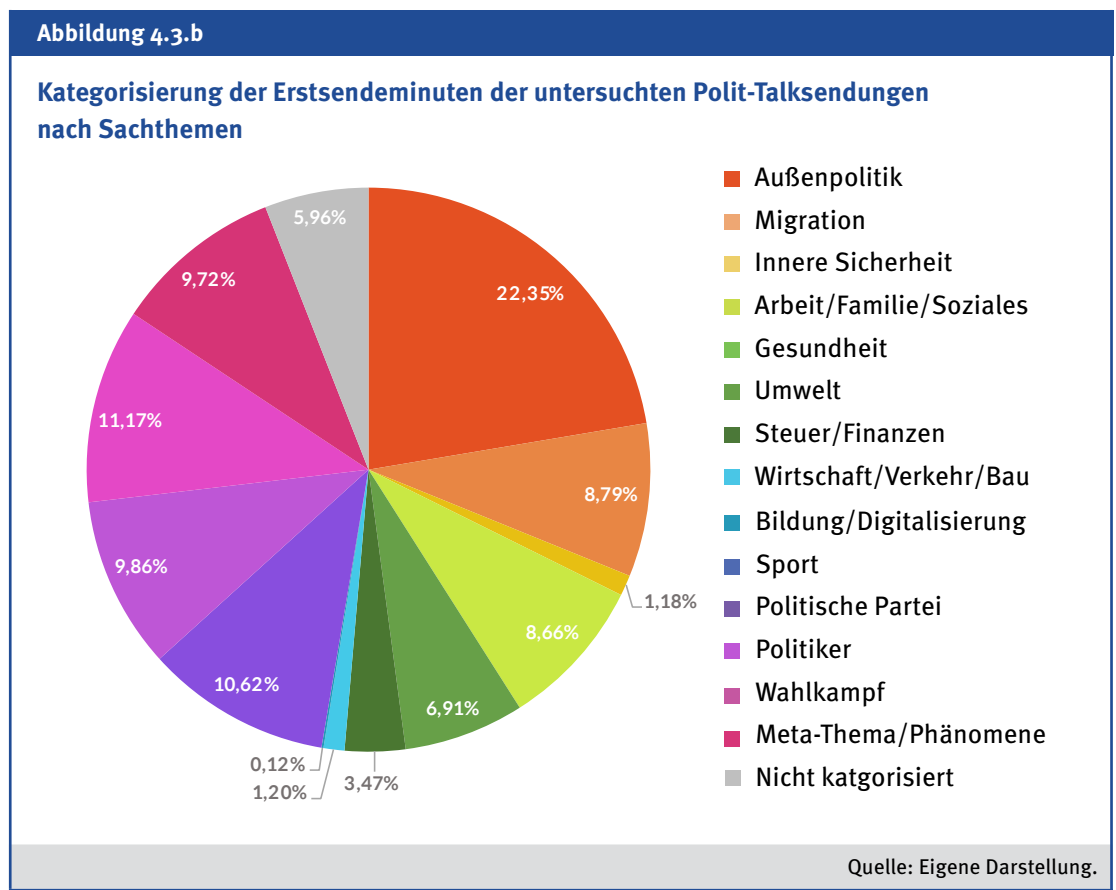


Quelle: Eigene Darstellung.

Polit-Talksendungen

Hinsichtlich der Themensetzung bei den Polit-Talksendungen¹¹ lässt sich eine Disparität feststellen. *Außenpolitik* stellt mit 22,35% den Schwerpunkt dar, wobei den größten Anteil daran Inhalte zu Präsident Erdogan und der Türkei (11,27%) bilden (Tabelle 4.3.b). Mit erheblichem Abstand und dennoch vergleichsweise hohen Prozentwerten folgen die Oberkategorien *Wahlkampf* mit 11,17%, *Politische Partei*

mit 10,62%, *Politiker* mit 9,86%, *Meta-Thema/Phänomene* mit 9,72%, *Migration* mit 8,79%, *Arbeit/Familie/Soziales* mit 8,66% und *Umwelt* mit 6,91%. Nicht thematisiert werden die Bereiche *Gesundheit* und *Sport*. Einen geringen Anteil der Sendedauer besitzen die übrigen vier der insgesamt 14 Themen: *Steuer/Finanzen* mit 3,47%, *Wirtschaft/Verkehr/Bau* mit 1,20%, *Innere Sicherheit* mit 1,18% und *Bildung/Digitalisierung* mit 0,12% (Abbildung 4.3.b).



¹¹ Untersuchungsgegenstand: 15 Maybrit Illner (24.08.2017), 16 Maybrit Illner (31.08.2017), 17 Maybrit Illner (14.09.2017), 18 Anne Will (27.08.2017), 19 Anne Will (03.09.2017), 20 Anne Will (10.09.2017), 21 Anne Will (17.09.2017), 22 Hart aber fair (28.08.2017), 23 Hart aber fair (04.09.2017), 24 Hart aber fair (11.09.2017), 25 Hart aber fair (18.09.2017), 26 Maischberger (06.09.2017), 27 Maischberger (13.09.2017), 28 Maischberger (20.09.2017).

Tabelle 4.3.b
Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Polit-Talksendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	03:24:10	22,35 %	Migration	01:20:16	8,79 %	Innere Sicherheit	00:10:49	1,18 %
Erdogan/Türkei	01:42:56	11,27 %	Zuwanderung	00:30:02	3,29 %	Terrorismus	00:01:28	0,16 %
Trump/USA	00:32:41	3,58 %	Obergrenze	00:01:40	0,41 %	Islamismus	00:04:27	0,49 %
Nordkorea	00:17:15	1,89 %	Integration	00:34:12	3,74 %	Kriminalität	00:04:54	0,54 %
Nahost-Konflikt	00:12:35	1,38 %	Abschiebung	00:10:48	1,18 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:06:38	0,73 %	Entwicklungshilfe	00:01:55	0,21 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:08:49	0,97 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:39	0,07 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:11:56	1,31 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:11:20	1,24 %	Allgemein	00:01:00	0,11 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	01:19:06	8,66 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	01:03:04	6,91 %
Arbeit	00:13:05	1,43 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:05:03	0,55 %
Armut	00:07:47	0,85 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:43:23	4,75 %
Rente	00:13:21	1,46 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:06:36	0,72 %
Wohnen	00:22:41	2,48 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:12	0,02 %				Elektromobilität	00:08:02	0,88 %
Gleichstellung	00:05:00	0,55 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:17:00	1,86 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer	00:27:25	3,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:54	0,10 %
Soli	00:00:06	0,01 %	Infrastruktur	00:01:54	0,21 %	Schulen	00:00:10	0,02 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:04:09	0,45 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:09:02	0,99 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:22:35	2,47 %	CDU/CSU-Politiker	00:49:36	5,43 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:26:04	2,85 %	SPD-Politiker	00:20:18	2,22 %
			AfD	00:27:25	3,00 %	AfD-Politiker	00:17:03	1,87 %
			FDP	00:09:39	1,06 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:08:05	0,89 %	Grünen-Politiker	00:00:05	0,01 %
			Linke	00:02:46	0,30 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:25	0,05 %	Allgemein	00:03:00	0,33 %

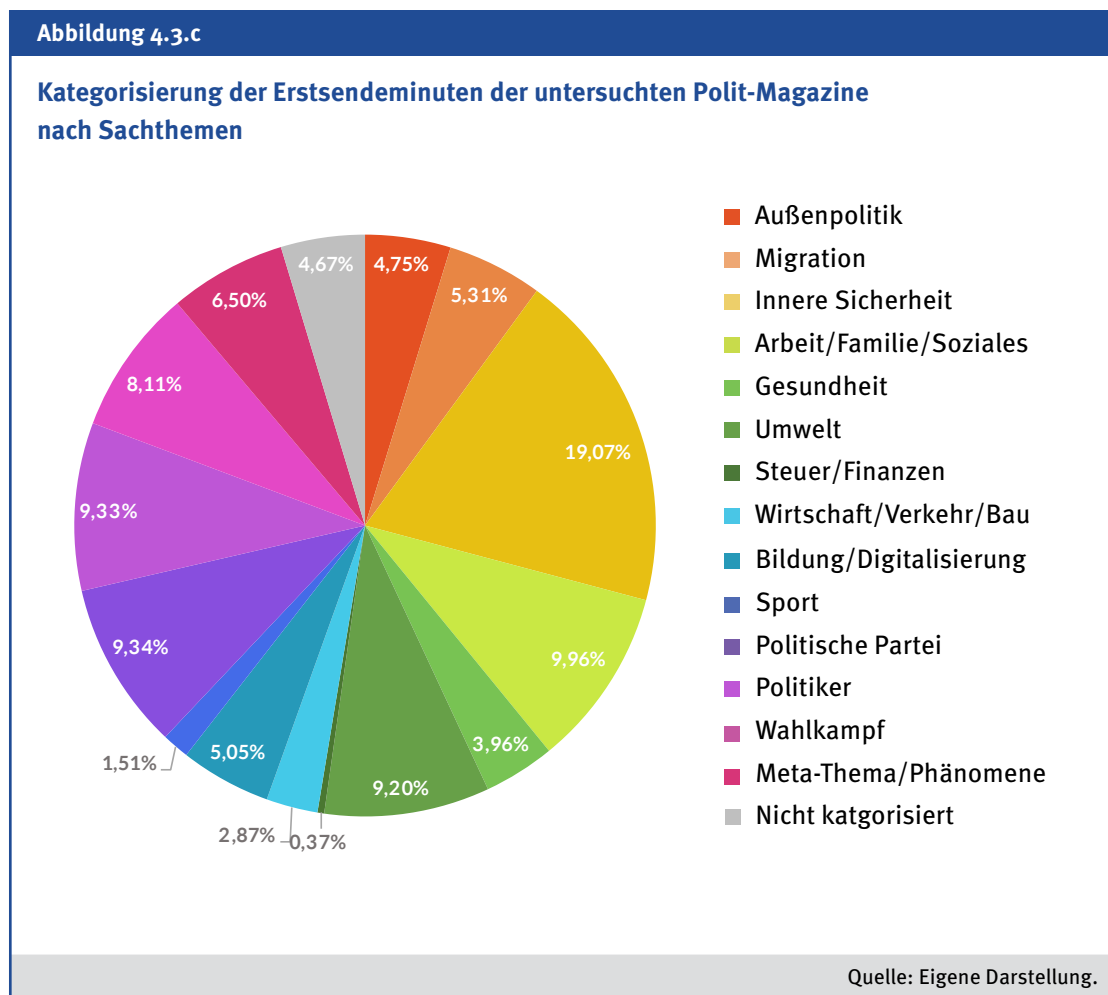
Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
im Web 2.0	00:05:20	0,58 %	Debattenkultur	00:32:08	3,52 %
Kommunikation	00:24:25	2,67 %	Glaubwürdigkeit	00:22:37	2,48 %
Mögliche Koalitionen	00:32:44	3,58 %	Politikabwendung	00:03:36	0,39 %
Wählermeinung	00:10:33	1,16 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:24:09	2,63 %
Formatkritik TV-Duell	00:05:52	0,64 %	Amtszeit	00:06:18	0,69 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,13 %
Allgemein	00:23:05	2,53 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Polit-Magazine

Innerhalb der Sendekategorie Polit-Magazine¹² kommen alle vordefinierten Themenbereiche der Oberkategorien vor. Inhalte bezüglich der inneren Sicherheit werden mit 19,07% am längsten thematisiert. Hierbei steht das zugehörige

Subthema *Kriminalität* (6,56%) gemessen an der Sendedauer im Fokus (Tab. 4.3.c). Neben den Sachkategorien *Arbeit/Familie/Soziales* und *Umwelt* erreichen die Meta-Themenfelder *Politische Partei*, *Politiker* und *Wahlkampf* jeweils einen Anteil knapp unter 10% (Abb. 4.3.c).



¹² Untersuchungsgegenstand: 29 Bericht aus Berlin (27.08.2017), 30 Bericht aus Berlin (03.09.2017), 31 Bericht aus Berlin (10.09.2017), 32 Bericht aus Berlin (17.09.2017), 33 Berlin direkt (27.08.2017), 34 Berlin direkt (03.09.2017), 35 Berlin direkt (10.9.2017), 36 Berlin direkt (17.09.2017), 37 Frontal 21 (29.08.2017), 38 Frontal 21 (19.09.2017), 39 FAKT (12.09.2017), 40 Kontraste (31.08.2017), 41 Monitor (24.08.2017), 42 Monitor (14.09.2017), 43 Report Mainz (29.08.2017), 44 Report Mainz (19.09.2017), 45 Panorama (07.09.2017), 46 Report München (05.09.2017).

Tabelle 4.3.c

Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Polit-Magazine nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:22:19	4,75 %	Migration	00:24:54	5,31 %	Innere Sicherheit	01:29:31	19,07 %
Erdogan/Türkei	00:19:51	4,23 %	Zuwanderung	00:14:48	3,15 %	Terrorismus	00:04:57	1,05 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:17	0,06 %	Islamismus	00:07:21	1,57 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:06:22	1,36 %	Kriminalität	00:30:47	6,56 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:08:20	1,78 %
Europa/EU	00:02:03	0,44 %	Entwicklungshilfe	00:03:27	0,74 %	Überwachung	00:04:39	0,99 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:11:00	2,34 %
Verteidigung	00:00:25	0,09 %				Krisenangst	00:10:10	2,17 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:10:41	2,28 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:01:36	0,34 %

Arbeit/Familie/Soziales	00:46:46	9,96 %	Gesundheit	00:18:34	3,96 %	Umwelt	00:43:10	9,20 %
Arbeit	00:21:32	4,59 %	Krankenkassen	00:03:28	0,74 %	Klimawandel	00:09:45	2,08 %
Armut	00:17:18	3,69 %	Pflege	00:03:13	0,69 %	Dieselskandal	00:02:10	0,46 %
Rente	00:00:41	0,15 %	Medizinische Versorgung	00:11:53	2,53 %	Energiepolitik	00:05:27	1,16 %
Wohnen	00:02:58	0,63 %				Tierschutz	00:00:13	0,05 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:25:35	5,45 %
Gleichstellung	00:03:21	0,71 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:56	0,20 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer	00:01:45	0,37 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:13:30	2,88 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:03:57	0,84 %	Schulen	00:04:22	0,93 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:05:51	1,25 %
			Verbraucherschutz	00:09:30	2,02 %			
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,99 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:02:47	0,59 %	CDU/CSU-Politiker	00:22:15	4,74 %
Sportwetten	00:07:06	1,51 %	SPD	00:00:59	0,21 %	SPD-Politiker	00:07:42	1,64 %
			AfD	00:20:54	4,45 %	AfD-Politiker	00:08:52	1,89 %
			FDP	00:00:18	0,06 %	FDP-Politiker	00:00:15	0,05 %
			Grüne	00:04:25	0,94 %	Grünen-Politiker	00:02:41	0,57 %
			Linke	00:14:27	3,08 %	Linke-Politiker	00:02:03	0,44 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

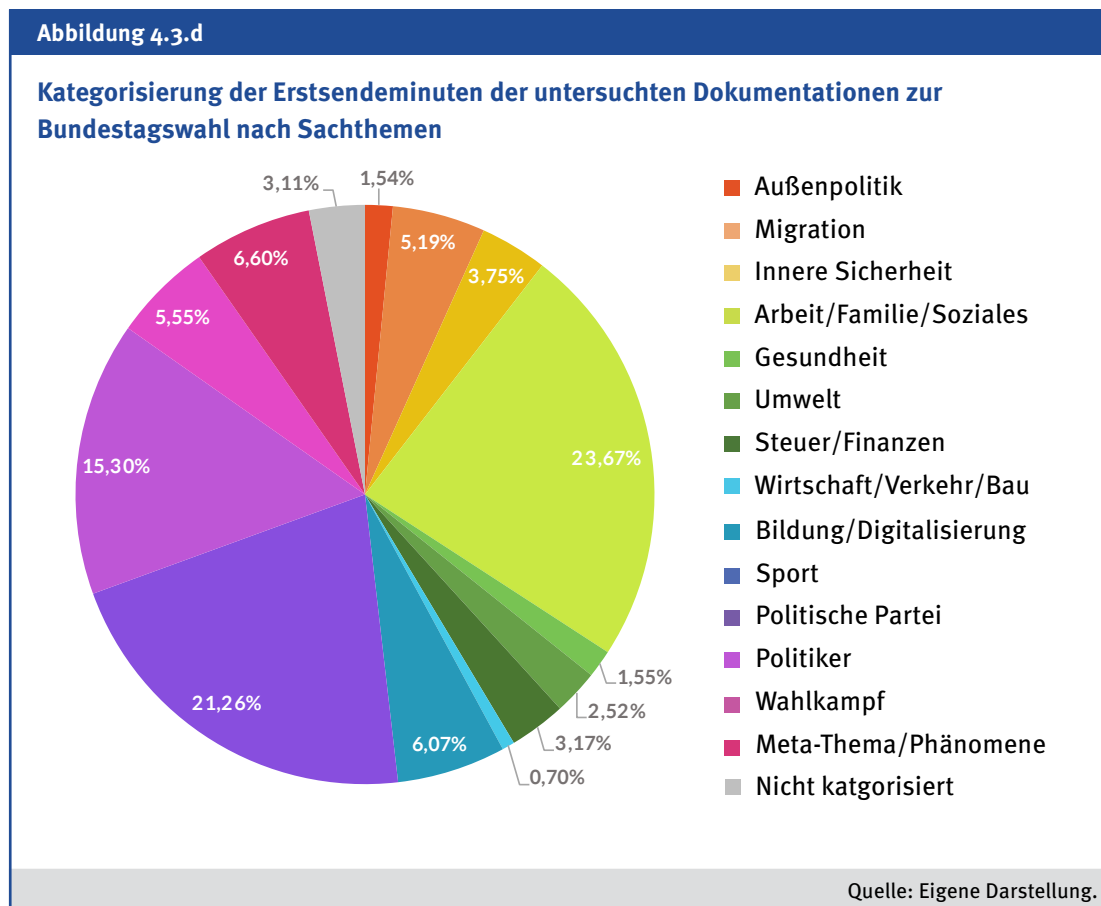
Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
im Web 2.0	00:03:45	0,80 %	Debattenkultur	00:16:46	3,57 %
Kommunikation	00:11:39	2,48 %	Glaubwürdigkeit	00:00:41	0,15 %
Mögliche Koalitionen	00:14:33	3,10 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/Fremdenfeindlichkeit	00:13:03	2,78 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:08:06	1,73 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Dokumentationen zur Bundestagswahl

Die im Vorfeld der Wahl ausgestrahlten Dokumentationen¹³ zeigen bezüglich der Sendedauer eine Dominanz der drei Themenkomplexe *Arbeit/Familie/Soziales* mit 23,67%, *Politische Partei* mit 21,26% und *Politiker* mit 15,30% (Abbildung 4.3.d). Ersteres beinhaltet unter anderem die am längsten behandelten Punkte *Rente* (5,61%), *Grundeinkommen* (4,80%) und *Armut* (4,71%). Im Rahmen der

Fokussierung auf bestehende politische Parteien geht es vorwiegend um allgemeine Inhalte (15,59%). Hinsichtlich der Politiker erhalten jene der CDU/CSU (6,89%) und der SPD (6,73%) die anteilig längste Sendedauer (Tabelle 4.3.d). Die Kategorien *Sport* (0,00%), *Wirtschaft/Verkehr/Bau* (0,70%), *Außenpolitik* (1,54%) und *Gesundheit* (1,55%) werden gar nicht oder nur geringfügig thematisiert.



¹³ Untersuchungsgegenstand: 47 ARD-Wahlcheck (28.08.2017), 48 Baustelle Deutschland (18.09.2017), 49 Das Duell – Merkel gegen Schulz (12.09.2017), 50 Die kleinen Parteien Teil 1 (28.08.2017), 51 Die kleinen Parteien Teil 2 (11.09.2017), 52 Die Wahl und das Netz (04.09.2017), 53 ZDFzeit: Wie gerecht ist Deutschland? (19.09.2017), 54 ZDFzoom: Grundeinkommen (13.09.2017), 55 ZDFzoom: Hass und Hetze (20.09.2017), 56 ZDFzeit: Macht! Kampf! Wahl! (29.08.2017).

Tabelle 4.3.d
Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Dokumentationen zur Bundestagswahl nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:06:47	1,54 %	Migration	00:22:49	5,19 %	Innere Sicherheit	00:16:30	3,75 %
Erdogan/Türkei	00:01:20	0,30 %	Zuwanderung	00:07:18	1,66 %	Terrorismus	00:06:30	1,48 %
Trump/USA	00:03:40	0,83 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:13:09	2,99 %	Kriminalität	00:08:30	1,93 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:01:53	0,43 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:01:30	0,34 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:01:47	0,41 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:29	0,11 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	01:44:03	23,67 %	Gesundheit	00:06:50	1,55 %	Umwelt	00:11:04	2,52 %
Arbeit	00:11:31	2,62 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:03:03	0,69 %
Armut	00:20:42	4,71 %	Pflege	00:06:50	1,55 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:24:40	5,61 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:07:15	1,65 %				Tierschutz	00:00:46	0,17 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:07:15	1,65 %
Gleichstellung	00:04:07	0,94 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:50	0,19 %						
Grundeinkommen	00:21:07	4,80 %						
Reichtum	00:11:21	2,58 %						
Allgemein	00:02:30	0,57 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer/Finanzen	00:13:55	3,17 %	Wirtschaft/Verkehr/Bau	00:03:04	0,70 %	Bildung/Digitalisierung	00:26:42	6,07 %
Steuer	00:03:52	0,88 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:04:18	0,98 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:43	0,16 %	Schulen	00:20:39	4,70 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
			Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
Vermögen	00:10:03	2,29 %	Wirtschaftsentwicklung	00:01:01	0,23 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:01:20	0,30 %	Allgemein	00:01:45	0,40 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
Sport	00:00:00	0,00 %	Politische Partei	01:33:27	21,26 %	Politiker	01:07:15	15,30 %
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:13:02	2,97 %	CDU/CSU-Politiker	00:30:17	6,89 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:05:46	1,31 %	SPD-Politiker	00:29:35	6,73 %
			AfD	00:00:15	0,06 %	AfD-Politiker	00:03:28	0,79 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:03:55	0,89 %
			Grüne	00:03:25	0,78 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:02:29	0,57 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	01:08:30	15,59 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
Wahlkampf	00:24:24	5,55 %	Meta-Thema/Phänomene	00:29:00	6,60 %
im Web 2.0	00:08:17	1,88 %	Debattenkultur	00:06:23	1,45 %
Kommunikation	00:06:22	1,45 %	Glaubwürdigkeit	00:01:54	0,43 %
Mögliche Koalitionen	00:00:00	0,00 %	Politikabwendung	00:00:28	0,11 %
Wählermeinung	00:01:44	0,39 %	Hass/Hetze/Fremdenfeindlichkeit	00:20:15	4,61 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:08:01	1,82 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

4.4 Salienzorientierte Themenverteilung

Ergänzend zu den vorstehenden Auswertungen wurden die Sendungen hinsichtlich ihrer Reichweite bzw. „Auffälligkeit“ (Salienz) untersucht: Die Sendungen mit den fünf höchsten und den fünf geringsten Marktanteilen wurden kumuliert (unten) und einzeln (siehe Anhang) hinsichtlich der Themenschwerpunkte ausgewertet. Hintergrund ist die in der Medienwissenschaft weit hin vertretene Ansicht, dass die Reichweite des jeweiligen Mediums von Relevanz für Agenda-Setting-Effekte ist (Kap. 7.1 und 7.4).¹⁴

Die fünf meistgesehenen Sendungen

Die fünf untersuchten Sendungen mit den höchsten Marktanteilen (kumulierte Darstellung) sind

1. Das TV-Duell – Merkel-Schulz mit 26,4 %,
2. Anne Will (03.09.2017) mit 26,3 %,
3. Hart aber fair (18.09.2017) mit 17,7 %,
4. Maybrit Illner (24.08.2017) mit 16,3 %,
5. Hart aber fair (11.09.2017) mit 15,1 %.

Die Themenschwerpunkte der einzelnen Sendungen sind im Anhang des Untersuchungsberichts dargestellt. Bei einer kumulierten Betrachtung der Erstsendeminuten aller fünf Sendungen ergibt sich eine vergleichsweise starke Gewichtung der Kategorien *Migration* (21,08 %) und *Außenpolitik* (19,75 %, Abbildung 4.4.a). Siehe zu möglichen Interpretationsmöglichkeiten dieser Befunde Kapitel 7.4. Im Einzelnen ergeben sich die in Tabelle 4.4.a dargestellten Themenanteile.

Tabelle 4.4.a

Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf meistgesehenen Sendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

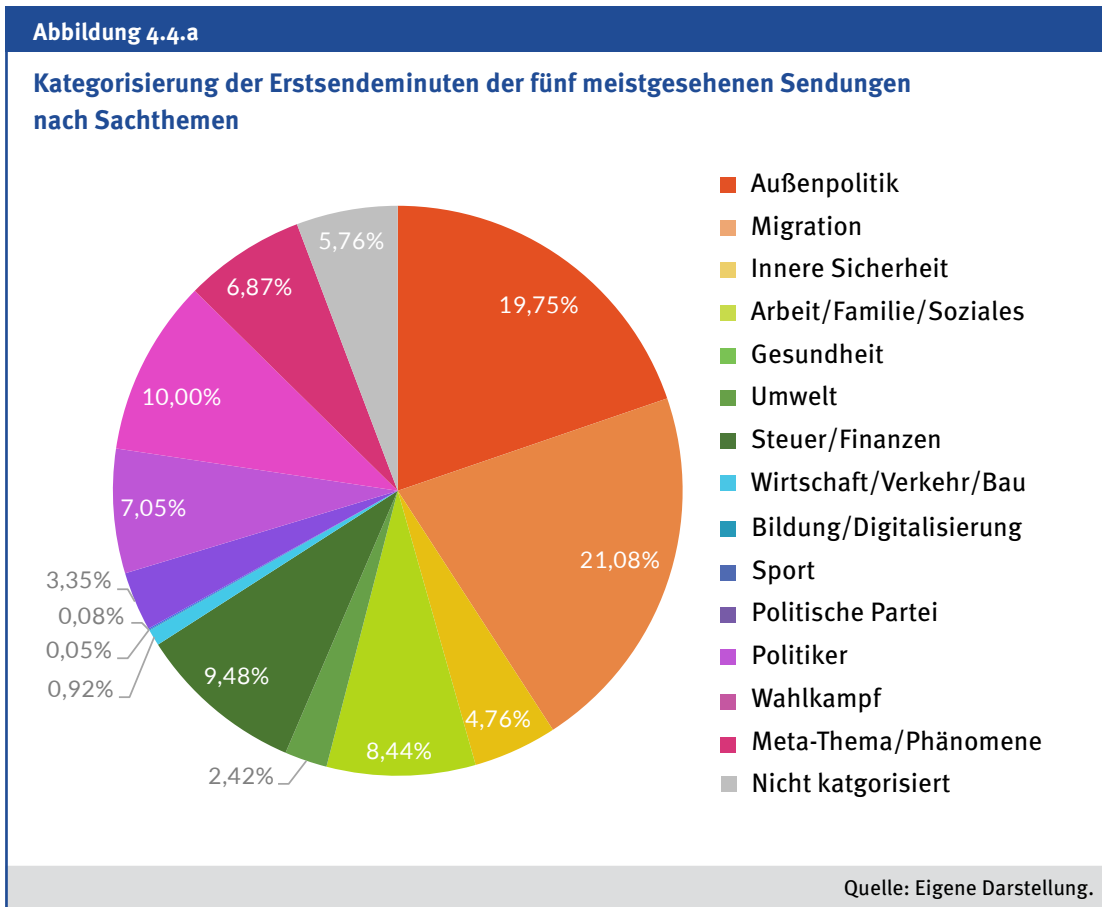
Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	01:08:06	19,75 %	Migration	01:12:43	21,08 %	Innere Sicherheit	00:16:25	4,76 %
Erdogan/Türkei	01:02:04	18,00 %	Zuwanderung	00:34:49	10,10 %	Terrorismus	00:03:57	1,15 %
Trump/USA	00:05:10	1,50 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:04:27	1,29 %
Nordkorea	00:00:18	0,09 %	Integration	00:19:02	5,52 %	Kriminalität	00:05:06	1,48 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:16:48	4,87 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:09	0,04 %	Entwicklungshilfe	00:01:25	0,41 %	Überwachung	00:02:55	0,85 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:39	0,19 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:25	0,12 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

¹⁴ Der salienzorientierten Auswahl von Sendungen liegt die Statistik der Marktanteile aller hier untersuchten Sendungen der media control GmbH zugrunde, welche durch AGF/GfK-Fernsehforschung mittels der Auswertungssoftware TV Scope erstellt worden ist (media control o. D.).

Arbeit/Familie/ Soziales	00:29:06	8,44 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:08:20	2,42 %
Arbeit	00:04:45	1,38 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:17	0,08 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:08:20	2,42 %
Rente	00:11:21	3,29 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:11:16	3,27 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:12	0,06 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:01:00	0,29 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerech- tigkeit	00:00:15	0,07 %						
Grundein- kommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Steuer/ Finanzen	00:32:42	9,48 %	Wirtschaft/ Verkehr/Bau	00:03:10	0,92 %	Bildung/ Digitalisierung	00:00:10	0,05 %
Steuer	00:28:27	8,25 %	Maut	00:03:10	0,92 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:06	0,03 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:10	0,05 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrs- sicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:04:09	1,20 %	staatliche Trans- ferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucher- schutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschafts- entwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Sport	00:00:16	0,08 %	Politische Partei	00:11:34	3,35 %	Politiker	00:24:19	7,05 %
WM	00:00:16	0,08 %	CDU/CSU	00:02:31	0,73 %	CDU/CSU- Politiker	00:09:24	2,73 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:05:20	1,55 %	SPD-Politiker	00:11:35	3,36 %
			AfD	00:03:13	0,93 %	AfD-Politiker	00:00:20	0,10 %
			FDP	00:00:26	0,13 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:04	0,02 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:03:00	0,87 %

Wahlkampf	00:34:30	10,00 %	Meta-Thema/Phänomene	00:23:41	6,87 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:18:03	5,23 %
Kommunikation	00:09:48	2,84 %	Glaubwürdigkeit	00:00:29	0,14 %
Mögliche Koalitionen	00:01:32	0,44 %	Politikabwendung	00:02:13	0,64 %
Wählermeinung	00:09:00	2,61 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:02:56	0,85 %
Formatkritik TV-Duell	00:04:55	1,43 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:09:15	2,68 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.



Die fünf am wenigsten gesehenen Sendungen

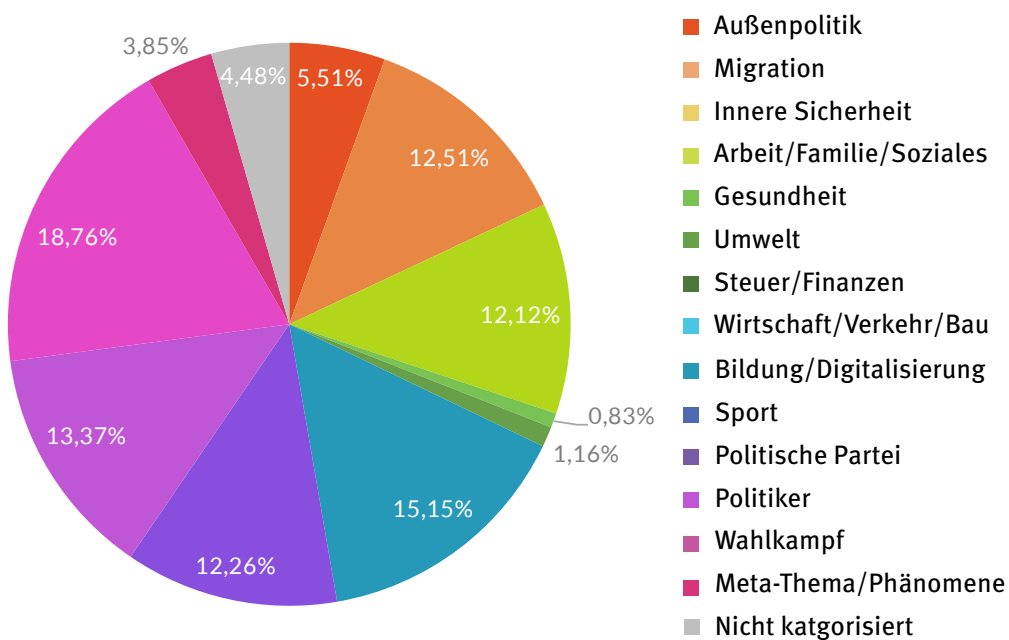
Die fünf untersuchten Sendungen mit den geringsten Marktanteilen (kumulierte Darstellung) sind

1. Bericht aus Berlin (17.09.2017) mit 5,8 %,
2. Die Wahl und das Netz mit 6,0 %,
3. Bericht aus Berlin (03.09.2017) mit 6,4 %,
4. Bericht aus Berlin (10.09.2017) mit 7,0 %
sowie
5. ARD Wahlcheck mit 7,1 %.

Die Themenschwerpunkte der einzelnen Sendungen sind im Anhang des Untersuchungsberichts dargestellt. Bei einer kumulierten Betrachtung der Erstsendeminuten aller fünf Sendungen war eine vergleichsweise starke Gewichtung der unspezifischen Meta-Themenkategorien *Wahlkampf* (18,76 %), *Politiker* (13,37 %) und *Politische Partei* (12,26 %) auszumachen (Abb. 4.4.b). Im Einzelnen ergeben sich die in Tab. 4.4.b dargestellten Themenanteile.

Abbildung 4.4.b

Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf am wenigsten gesehenen Sendungen nach Sachthemen



Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 4.4.b
Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf am wenigsten gesehenen Sendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:08:50	5,51 %	Migration	00:20:04	12,51 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:07:28	4,65 %	Zuwanderung	00:04:33	2,84 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:13:09	8,20 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:01:53	1,17 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:01:22	0,85 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:29	0,30 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	00:19:27	12,12 %	Gesundheit	00:01:20	0,83 %	Umwelt	00:01:52	1,16 %
Arbeit	00:01:32	0,96 %	Krankenkassen	00:01:20	0,83 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:17:30	10,91 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:01:39	1,03 %
Wohnen	00:00:25	0,26 %				Tierschutz	00:00:13	0,14 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:03:39	2,28 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:20:39	12,87 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
			Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:02:41	1,67 %	CDU/CSU-Politiker	00:08:22	5,22 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:01:51	1,51 %	SPD-Politiker	00:06:02	3,76 %
			AfD	00:02:05	1,30 %	AfD-Politiker	00:02:34	1,60 %
			FDP	00:00:18	0,19 %	FDP-Politiker	00:04:10	2,60 %
			Grüne	00:04:20	2,70 %	Grünen-Politiker	00:00:15	0,16 %
			Linke	00:08:25	5,25 %	Linke-Politiker	00:00:04	0,04 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
im Web 2.0	00:08:17	5,16 %	Debattenkultur	00:04:17	2,67 %
Kommunikation	00:04:07	2,57 %	Glaubwürdigkeit	00:01:54	1,18 %
Mögliche Koalitionen	00:12:02	7,50 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:01:44	1,08 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:03:56	2,45 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

5 Ergebnisse der qualitativen Befragung

Um die quantitative Analyse um die Sichtweise der Akteurinnen und Akteure zu ergänzen, wurden qualitative Experteninterviews mit Redakteuren aus den Bereichen „Polit-Talksendung“ und „Polit-Magazin“ geführt (zur Methode siehe Kapitel 3.3).

Wie zuvor dargestellt, lag bei den Polit-Talksendungen der Schwerpunkt auf dem Thema *Außenpolitik* mit 22,35 %. Nach diversen Themen wie *Wahlkampf*, *Politische Partei* bzw. *Politiker* folgte *Migration* mit 8,79 %. Innerhalb der Sendekategorie Polit-Magazine waren Inhalte rund um das Thema *Innere Sicherheit* mit 19,07 % am längsten thematisiert worden. Das Thema *Migration* lag bei einem Anteil von 5,31 %. (vgl. 4.3). Das leitende Forschungsinteresse richtete sich bei der qualitativen Befragung nun auf das Verständnis der eigenen Berufsrolle sowie deren Reflexion aus journalistischer und aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht (5.1 und 5.3). Erfragt wurden zudem die Vorgehensweise bei der Nachrichtenauswahl (5.2) sowie die Einordnung der aktuellen Kritik an den politischen Talkshows und Magazinen im Vorfeld der Bundestagswahl (5.4).

Den befragten Journalisten war die Interviewsituation aus ihrer beruflichen Tätigkeit vertraut. Einmal wurden auch negative Erfahrungen mit einer wissenschaftlichen Befragung thematisiert. Insgesamt stellte es sich als gar nicht so einfach heraus, Expertinnen und Experten für die Befragung zu gewinnen. Vor dem Hintergrund der Debatte um Polit-Talkshows waren lediglich zwei der angefragten vier Redaktionen bereit, als Experten für ein Interview

bereitzustehen. Deshalb wurde der Kreis der Experten um Redakteure bei Polit-Magazinen erweitert. Auch hier war die Rückmeldung sehr zögerlich. Mehrfach wurde von den angefragten Redaktionen bereits bei der Kontaktaufnahme auf die zu diesem Zeitpunkt in den Medien heftig diskutierte Rolle der Talksendungen und Magazine verwiesen.

Aufgaben der Interviewpartner

Als Interviewpartner haben sich in dieser Reihenfolge folgende Redakteure zur Verfügung gestellt: Volker Wilms, *Maybrit Illner* (ZDF), Dr. Theo Lange, *Maischberger* (ARD), Georg Restle, *Monitor* (WDR/ARD).

- Volker Wilms leitet seit Januar 2013 die Redaktion *Maybrit Illner*. Als Redaktionsleiter obliegen ihm die üblichen Verwaltungsaufgaben – er nennt Personaleinteilung, Dienstplangestaltung etc. – und er ist verantwortlich für die redaktionelle Themenfindung und die Auswahl der Gäste.
- Theo Lange ist seit mehr als 25 Jahren im Talkshowgeschäft. Er war zunächst bei Alfred Biolek, dann bei Michel Friedmann, dann Redaktionsleiter bei *Maischberger*; bereits 2002 bis 2004 bei n-tv. Seit 2004 hat er diese Funktion bei *Menschen bei Maischberger* bei der ARD. In seinem Redaktionsteam (ca. acht bis neun Mitglieder) werden die Themen gefunden, ausgewählt und die entsprechenden Gäste für *Menschen bei Maischberger* ausgesucht.
- Anders als bei den Talkshows handelt es sich bei *Monitor* um eine politische Magazinsendung mit einem Moderator. Georg

Restle ist Jurist und hat das journalistische Handwerk in einem Volontariat beim WDR gelernt. 2000 wurde er Redakteur bei *Monitor* und übernahm dort 2007 die stellvertretende Redaktionsleitung. Von 2010 bis 2012 war er ARD-Korrespondent in Moskau. Seit 2012 ist er Redaktionsleiter und Moderator von *Monitor*, in der Nachfolge von Sonia Seymour Mikich. Seinen Aufgabenbereich als Redaktionsleiter charakterisiert er so: „Ich präge gemeinsam mit dem Team, mit den Redakteuren und freien Mitarbeitern, *Monitor*.“ Er nennt für sich als Journalist eine gesellschaftliche Aufgabe: „Wir prägen als investigative Journalisten *Monitor*; wir wollen zur Aufklärung der Gesellschaft beitragen, wir schauen insbesondere auf solche Themen, die ansonsten in der Gesellschaft zu kurz kommen, und wir wollen Menschen zu Wort kommen lassen, die sonst nicht zu Wort kommen.“

5.1 Dimension: Berufsrolle unter journalistischen Aspekten

Der erste Fragenkomplex zielte auf das journalistische Selbstverständnis der befragten Redakteure. Dabei ging der Leitfaden von der konkreten Situation der anstehenden Bundestagswahl aus und vertiefte im Anschluss Aussagen zur eigenen Berufsrolle.

Übereinstimmend heben die Interviewpartner die Normalität journalistischen Arbeitens vor dem Hintergrund anstehender Wahlen hervor. Sie betonen, dass sie ihre Aufgabe als Journalist dabei genau so sehen wie sonst auch. Bei

der Frage nach dem Verständnis der Moderatorrolle unterscheiden sich die Aussagen in Bezug auf eine eher informationsorientierte oder meinungsbetonte Rolle jedoch. Georg Restle, Moderator und gleichzeitig Redakteur von *Monitor*, betont die Möglichkeit, als Moderator eines Nachrichtenmagazins Stellung beziehen zu dürfen, explizit: „Meinungsfreiheit gibt es nicht ohne Meinung“. Seine Funktion sieht er darin, „Themen von Seiten zu beleuchten, von denen wir das Gefühl haben, das sind Perspektiven, die ansonsten nicht angeboten werden, und sich besonders kritisch nochmal die Regierung anzuschauen, die sich ja zur Wiederwahl stellt, und schauen, ob Versprechen eingehalten oder nicht eingehalten wurden.“ Demgegenüber sieht Volker Wilms die Funktion von *Maybrit Illner* darin, Informationen stellvertretend für die Zuschauerinnen und Zuschauer zu erfragen. Eine vermittelnde Position zwischen Informations- und Meinungsorientierung mit der Betonung auf der Informationsvermittlung nimmt Theo Lange (*Maischberger*) ein: Die Aufgabe der Moderation sei, „Meinungen abzubilden und daraus starke Debatten zu produzieren“.

Auf die Vertiefungsfrage nach der Fragetechnik bei der eigenen Sendung bestätigte sich diese Selbsteinschätzung: Die Redakteure der politischen Talkshows Wilms und Lange sehen die Moderatorinnen im klassischen journalistischen Rollenbild als diejenigen, die Informationen recherchieren und für das Publikum aufbereiten. Wilms betont die Besonderheiten der Sondersendungen im Vorfeld der Bundestagswahl, *Illner intensiv*, die auch wegen der kürzeren Sendungsdauer stärker zuspitzen

dürfen, jedoch immer unter der Vorgabe, „die Positionen der einzelnen Parteien zu einem bestimmten Thema deutlich herauszuarbeiten“. Demgegenüber vertritt Restle ein eher anwalt-schaftliches Selbstverständnis. Restle hebt die Notwendigkeit von Transparenz in Bezug auf die eigene journalistische Arbeit hervor. Er sieht seine Rolle darin, „das, was meine Kollegen recherchiert haben, darzustellen und transparent zu machen. Uns ist der Punkt Transparenz besonders wichtig – wir wollen immer auch deutlich machen, warum wir etwas machen, und warum wir es so machen, wie wir es machen“.

Damit decken sich die Ergebnisse der Interviews mit denjenigen der aktuellen „Worlds of Journalism“-Studie, die das Rollenverständnis von Journalistinnen und Journalisten erfragte. „Dinge so zu berichten, wie sie sind“, sehen 90% der befragten Journalistinnen und Journalisten als ihre Aufgabe an. Der Aussage, „Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen“ stimmten 56,2% zu (Steindl/Lauerer/Hanitzsch 2017: S. 419f.).

5.2 Dimension: Nachrichtenwert/ Agenda Setting

Mit dem zweiten Fragenkomplex sollte herausgearbeitet werden, nach welchen Kriterien in den Redaktionen die Themenauswahl stattfindet und inwieweit die befragten Redakteure ihre Rolle als Agenda-Setter sehen und reflektieren.

Alle drei befragten Redakteure haben in ihren Antworten die Norm der „Ausgewogenheit“ akzeptiert und sehen sie als ihre Leitlinie

bei der Themenauswahl an. Die eigene Praxis beschreiben und begründen sie jedoch unterschiedlich. Theo Lange beantwortet die Frage nach der Ausgewogenheit mit einem eindeutigen „Ja“, reflektiert aber auch die Kriterien bei der Themenwahl: „Das dominante Thema, das vor der Bundestagswahl die Menschen beschäftigt hat, waren tatsächlich die Migration und die Folgen für den Arbeits- und Wohnungsmarkt oder für die Innere Sicherheit. Und deswegen nahm das Flüchtlingsthema gefühlt – ich sage bewusst: gefühlt – einen größeren Raum ein als, sagen wir mal, die Frage nach dem Mindestlohn, die wir aber auch gestellt haben.“

Tatsächlich kommt das Thema Migration bei *Maischberger* in der Auswertung erst an zweiter Stelle nach dem Thema Außenpolitik und liegt mit 9,79 Prozent unter dem Durchschnitt (11,63%) der gesamten untersuchten Sendungen.

Auch Volker Wilms hält die Themenauswahl bei *Maybrit Illner* im Untersuchungszeitraum für ausgewogen. Das bestätigt die Statistik: Bei den regulären *Maybrit-Illner*-Sendungen kommt das Thema Migration im Beobachtungszeitraum gar nicht vor. In den Sondersendungen zur Bundestagswahl *Illner intensiv* hingegen nimmt es mit 24,5 Prozent einen breiteren Raum ein.

Auf die Frage nach der Ausgewogenheit erklärt Georg Restle die Notwendigkeit und die Berechtigung der journalistischen Themenauswahl. Er verweist auf weitere Sendungen außerhalb des Untersuchungszeitraums, bei denen der Wahlkampf Thema war, und schränkt ein: „In diesem engen Ausschnitt dieser beiden Sendungen sind, so würde ich sagen, wichtige

Themen angesprochen worden, die auch wahlentscheidend sind, aber natürlich nicht alle umfassend – das kann nicht sein bei zwei Sendungen, die insgesamt zusammengenommen dann eine Länge von einer Stunde haben.“ Das Thema Migration hatte bei *Monitor* einen Anteil von 30,34 Prozent eingenommen.¹⁵

Mehrheitlich sehen sich die Redakteure nicht primär als Agenda-Setter. Volker Wilms nimmt für die Sendung *Maybrit Illner* in Anspruch, die Themen zu bearbeiten, die zum jeweiligen Zeitpunkt aktuell sind. Im Untersuchungszeitraum waren das etwa Themen wie Erdogan, der Raketenabschuss über Nordkorea oder auch der Dieselskandal. Wilms: „Der Wahlkampf selbst war für uns da nicht so relevant, weil wir wussten: Wir haben eine ganze Woche lang Wahlkampfthemen“ (bei *Illner intensiv*).

Auch Georg Restle begründet die Themenauswahl damit, dass diese Themen allgemein in der Gesellschaft diskutiert würden, sieht sich aber bei der Bearbeitung des Themas als Themensetzer. Denn es gehe „nicht nur um die Frage, welche Themen man macht, sondern wie man sie macht. Beispiel: Das Thema Integration ist im Wahlkampf im Wesentlichen unter der Überschrift ‚Gescheiterte Integration‘ gelaufen. Wir wollten darstellen, dass es sehr positive Beispiele von gelungener Integration gibt, gerade auch im Osten, und deshalb haben wir gesagt, wir nehmen eine ganz andere Perspektive auf das Thema ein“.

Insgesamt gehen die Redakteure von einer Übereinstimmung zwischen Medienagenda

und Publikumsagenda aus. Diese Einschätzung wird von der kommunikationswissenschaftlichen Forschung differenzierter gesehen: Es konnten teilweise Unterschiede zwischen Medienagenda und Publikumsagenda nachgewiesen werden. Die befragten Redakteure sehen sich also als Vertreter des Publikums, doch das Publikum kann zu einer anderen Einschätzung kommen. Zudem ist die Agenda der politischen Akteure zu berücksichtigen, die ihre eigenen Ziele verfolgen (Bulkow/Schweiger 2013: 174 f.). Darauf weist Theo Lange explizit hin. Die Redakteure sehen sich mit ihren jeweiligen Sendungen also nicht als Agenda-Setter, sondern verweisen darauf, dass sie Themen aufnehmen, die die Gesellschaft aktuell beschäftigen. Als Journalisten nehmen sie für sich in Anspruch, eine Auswahl zu treffen – Georg Restle bei der Magazinsendung *Monitor* auch, eine „andere Perspektive“, die „ansonsten nicht angeboten“ werde, zu wählen.

5.3 Dimension: Kommunikationswissenschaftliche Aspekte (Framing)

Der dritte Themenkomplex vertieft die Fragestellung nach der eigenen Berufsrolle im Hinblick auf die Reflexion kommunikationswissenschaftlicher Kategorien wie die Einschätzung des eigenen Framings.

Auf die Frage, ob Politik-Sendungen das Wahlverhalten verändern können, antworteten zwei der drei befragten Redakteure mit einem entschiedenen „Nein“. Georg Restle von

¹⁵ Hier ist eine mögliche Fehleinschätzung bei der Auswertung einzubeziehen, auf die Georg Restle hingewiesen hat (siehe 3.3). Der Prozentsatz dürfte also, je nachdem welcher Zuordnung man folgen möchte, etwas niedriger liegen.

Monitor begründet dies so: „Ich hoffe, dass wir Menschen zum Nachdenken und Diskutieren bringen, aber dass wir Wahlentscheidungen von größeren Teilen der Bevölkerung maßgeblich verändern könnten, davon gehen wir natürlich nicht aus.“ Noch dezidierter äußert sich Volker Wilms (*Maybrit Illner*): „Ich glaube, da gibt man den Talkshows zu viel Ehre. Das kann eine Talkshow nicht, weil eine Talkshow ausgewählte Gäste hat, die längst nicht für alle sprechen können. Deshalb glaube ich auch nicht, dass eine Talkshow die Wahl in irgendeiner Weise beeinflussen kann. Den Anspruch möchte ich auch gar nicht haben.“

Ganz anders sieht Theo Lange (*Maischberger*) die Möglichkeiten einer Veränderung des Wahlverhaltens durch eine politische Talkshow: „Wenn eine Wahl ansteht, dann beschäftigen sich mehr Leute mit Politik und politischen Standpunkten, weil eine Entscheidung ansteht. Da sind wir auch journalistische Dienstleister. Wir wollen Meinungen abbilden, wollen spannende Diskussionen und ja, vielleicht auch eine Entscheidungshilfe geben. Da unterscheiden wir uns nicht von den legendären Elefantenrunden der 1970er und 1980er Jahre mit Schmidt, Strauß oder Diefenbaker. Ob wir eine Wahlentscheidung tatsächlich verändern, das weiß ich nicht.“

Neben *Maischberger* gebe es eine Reihe anderer Talksendungen, in Wahlkampfzeiten zudem viele weitere Sonderformate (z. B. „Townhall“-Debatten mit den Spitzenkandidatinnen und -kandidaten), oft mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten. „Wir haben ja kein Informationsmonopol als Talksendung“, ergänzt Lange.

Lange verweist zudem auf die Agenda der politischen Akteure: „Warum sind Politiker vor anstehenden Wahlen viel eher bereit, in solche Sendungen zu gehen als in Zeiten, in denen sie die Öffentlichkeit vielleicht weniger brauchen? Es geht ja um einen Wettkampf der Meinungen, und den kann man gern bei uns austragen.“

Im zweiten Teil dieses Themenkomplexes konfrontierte die Interviewerin die Redakteure mit Einschätzungen der Studierenden zu ihren Sendungen. Die Studierenden hatten Gesprächsbeispiele aus den Talkshows herausgesucht, die sie als Suggestivfragen einschätzten, und in denen sie Ansätze eines Framings sahen. So empfanden die Studierenden bei *Menschen bei Maischberger* unter anderem diese Frage an Doris Akrap als wertend und provokant: „Das ist aber jetzt nicht Werbung für eine Demonstration, oder?“ Es ging hier um eine geplante Ralley durch Berlin zum Geburtstag von Deniz Yücel, der damals noch in Haft war. Das Beispiel aus *Illner Intensiv* lautete: „So, da ist DIE LINKE nochmal dran. Frau Kipping, Cem Özdemir hat im Wahlkampf gesagt, wer für Putin ist und gegen Sanktionen, der hat einen Riss in der Schüssel. Hat DIE LINKE einen Riss in der Schüssel?“ Die Studierenden fanden, dass hier zum einen sehr umgangssprachlich, zum anderen abwertend bzw. unter Zuschreibung bestimmter Eigenschaften („labeling approach“) gefragt wurde. Beide Redakteure der Politik-Talkshows empfanden die Beispiele jedoch nicht als Framing, sondern als übliche journalistische Herangehensweise einer zuge-spitzten Frage, um den Talkshow-Gast zu einer pointierten Aussage zu bewegen.

Georg Restle hingegen nimmt direkt auf das Thema Framing Bezug und beschreibt die Herangehensweise bei *Monitor* als eine Art transparentes Gegen-Framing: „Wir bemühen uns darum, genau diese vorherrschenden Framings nicht zu bedienen, sondern eine eigenständige Berichterstattung dagegen zu setzen, und den Leuten klar zu machen, dass es sich hier um Framing handelt, etwa in anderen großen Medien.“ Er nennt als Beispiel das Thema Migration: „Gerade in der Flüchtlingspolitik, gerade in der Migrationspolitik erleben wir das sehr stark, und wir wollen dem ganz bewusst etwas entgegensetzen, sehr transparent. Wir sagen dann auch in den Moderationen, das ist ein vorherrschendes Framing, bitte schaut euch an, man kann die Sache auch ganz anders sehen, und dann setzen wir diesem Framing ganz bewusst etwas anderes gegenüber, um einen Diskurs über dieses Thema zu ermöglichen.“

Hier lässt sich ein Auseinanderdriften zwischen der Selbsteinschätzung der Akteure beim Einhalten journalistischer Standards und der Bewertung durch das Publikum erkennen. Die Studierenden hatten die Fragetechnik der Talkshows bereits als suggestiv bzw. fremd empfunden, während die Redakteure dies als klassisches journalistisches Handwerk des Nachhakens und Zuspitzens ansahen. Dabei sticht die Einschätzung von Georg Restle von *Monitor* heraus, der das Framing der eigenen Redaktion thematisiert und Framing-Prozesse insgesamt transparent machen möchte. Ein ähnliches Selbstverständnis in Bezug auf seine eigene journalistische Arbeit hatte er bereits in seiner Antwort im ersten Themenkomplex deut-

lich gemacht: „[...] wir wollen immer auch deutlich machen, warum wir etwas machen, und warum wir es so machen, wie wir es machen.“

5.4 Dimension: Glaubwürdigkeit der Medien

Der vierte und letzte Themenkomplex war der Einschätzung des Publikums und dem Thema Glaubwürdigkeit der Medien gewidmet. Hier wurde explizit auf die aktuelle Debatte Bezug genommen. Die Interviewerin erklärte den Hostile Media Effekt, also das Phänomen, dass die Anhänger einer bestimmten Position bezüglich eines Themas dazu tendieren, die mediale Berichterstattung zum betreffenden Gegenstand als unfair wahrzunehmen (siehe Kapitel 7.3) und bat die Redakteure um eine Einschätzung sowie um die Beschreibung eigener Erfahrungen.

Volker Wilms, der bereits bei der Dimension „Framing“ die Aussage gemacht hatte, dass Talkshows keinen Einfluss auf das Wahlverhalten haben, sieht auch konsequenterweise kaum eine Möglichkeit der Beeinflussung des Publikums. Zum Hostile Media Effekt sagt er: „Natürlich trifft das zu. Viele Leute sind dann eben nicht mehr empfänglich für eine nüchterne Betrachtungsweise, sondern haben aufgrund ihrer vorgefassten Meinung dann auch eine entsprechende Meinung zu dem, was in der Sendung gesagt wurde, oder zu den Gästen, die bestimmte Dinge dann in der Sendung gesagt haben. Die lassen sich auch nicht durch nüchterne Fakten eines Besseren belehren.“ Er bezieht sich auf die Herangehensweise bei *Maybrit Illner*, möglichst informationsorientiert

zu arbeiten (vgl. 5.1): „Wir diskutieren das so nüchtern und faktenorientiert, wie es geht, wir lassen alle Seiten zu Wort kommen, beleuchten ein Problem von verschiedenen Seiten, und dennoch ist für einen Teil der Zuschauerschaft nur die eine Seite gültig.“

Ähnlich äußert sich Georg Restle, der das Publikum zum Nachdenken bewegen möchte, und starke Kritik erlebt: „Also dieses Lagerdenken, dass man als Journalist plötzlich allein deshalb als Feind betrachtet wird, weil das eigene Meinungsbild nicht bedient wird oder nicht ausreichend bedient wird, das erleben wir verschärft, aber es ist für uns kein neuer Effekt, das kennen wir seit Jahrzehnten.“ Restle wundert sich über den Widerspruch, dass *Monitor* oftmals kritisch berichte, aber dennoch als „Staatsfunk“ diffamiert werde: „Selbst wenn wir die Regierung heftig kritisieren, erleben wir als Reaktionen vom rechten Rand, dass wir Staatsfunk seien.“ Er folgert daraus: „Aber daran sieht man schon, dass die Leute gar nicht mehr schauen, was wir genau machen, sondern dass wir allgemein für die Medien geprügelt werden, obwohl es dafür überhaupt keinen Anlass gibt.“

Damit sehen beide Redakteure das Problem beim Publikum, das eben nicht bereit sei, seine Position zu überdenken.

Theo Lange setzt den Hostile Media Effekt in Beziehung zum professionellen journalistischen Vorgehen. Er beschreibt, wie ein Thema in den *Maischberger*-Sendungen von mehreren Seiten beleuchtet wird, wie Vertreter der unterschiedlichen Positionen eingeladen werden, um der journalistischen Forderung nach dem „Audiatur et altera pars“ – es sollten immer

auch die Gegenseite bzw. mehrere Positionen gehört werden – gerecht zu werden, wie es in der Journalismuslehre gefordert wird (Hooffacker/Meier 2017). Vielleicht müsse man allerdings das Pro- und Contra-Prinzip einer klassischen Debatte, das eben auch für politische Talkformate gelte, immer noch einmal den Zuschauern vermitteln.

Eine entsprechende Haltung vertritt Lange auch in der Frage nach den Folgen für eigenes journalistisches Verhalten: „Wenn eine Partei wie die AfD 2016 solche aufsehenerregenden Erfolge wie in Thüringen, Sachsen-Anhalt oder Sachsen feiert, kann ich dann sagen: Wir laden die jetzt nicht mehr ein? Wir ignorieren die? Es mag ja als politisch-moralisches Statement in Ordnung sein, wenn Frank Plasberg den AfD-Parteichef nicht mehr zu *hart, aber fair* einladen will. Aber journalistisch bin ich ganz anderer Meinung. Ich glaube an die Kraft der Debatte, und ich glaube auch an die Kraft der Entzauberung von Fake-News und Vorurteilen.“ Das sei vielleicht naiv, gibt Lange zu, aber er schätze auch die Urteils- und Kritikfähigkeit der Zuschauer als hoch ein (vgl. Gäbler 2017: 27 ff.).

Theo Lange erkennt die Diskrepanz zwischen den journalistischen Standards und dem fehlenden Wissen der Zuschauerschaft über journalistische Arbeitsweisen. Gleichzeitig schätzt er ihre Lern- und Kritikfähigkeit als hoch ein. Als Schlussfolgerung gelangt er zur Forderung nach wiederholter Erklärung journalistischer Regeln und Handlungsweisen sowohl innerhalb der Sendungen als auch darüber hinaus, um mit dem Publikum eine gemeinsame Verständigungsbasis herzustellen.

6 Lehrforschungsprojekt zur Moderationsneutralität

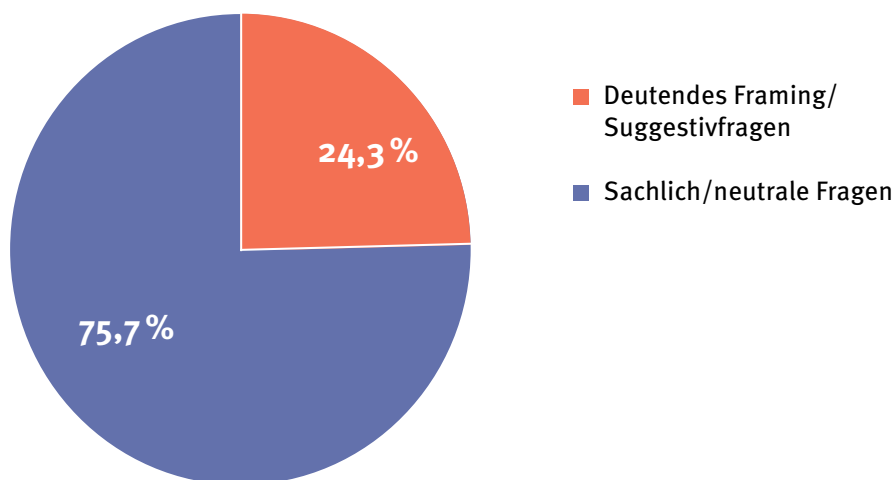
Im Rahmen des ergänzenden Lehrforschungsprojektes sichtetten 16 Probandinnen und Probanden insgesamt 28 Wahl- und/oder Polit-Talksendungen, um Fragen der Moderatorinnen und Moderatoren nach den Kategorien *sachlich/neutral* oder *deutend/suggestiv* zu bewerten. Den sichtenden Probandinnen und Probanden wurden sowohl hinsichtlich der Frageerfassung als auch für die Kategorisierung der Moderationsneutralität Vorgaben gemacht, um

Hilfestellungen für eine homogene Auswertung mit annähernd gleichen Wertungsparametern zu geben (siehe zur Methodik Kapitel 3.4).

Jedoch zeigten die von den Probandinnen und Probanden bewerteten Moderationsfragen, dass eine klare Zuordnung zwischen den sich nur vermeintlich dichotomisch gegenüberstehenden Kategorien kaum möglich war. Nur unter der Determinierung, sich zwingend in einer Binärstruktur für eine Kategorie ent-

Abbildung 6.a

Kategorisierung der Moderator(inn)enfragen als neutral/suggestiv (Wahlsendungen¹⁶)



Fragen Gesamt	552
Deutendes Framing/Suggestivfragen	134
Sachlich/neutrale Fragen	418

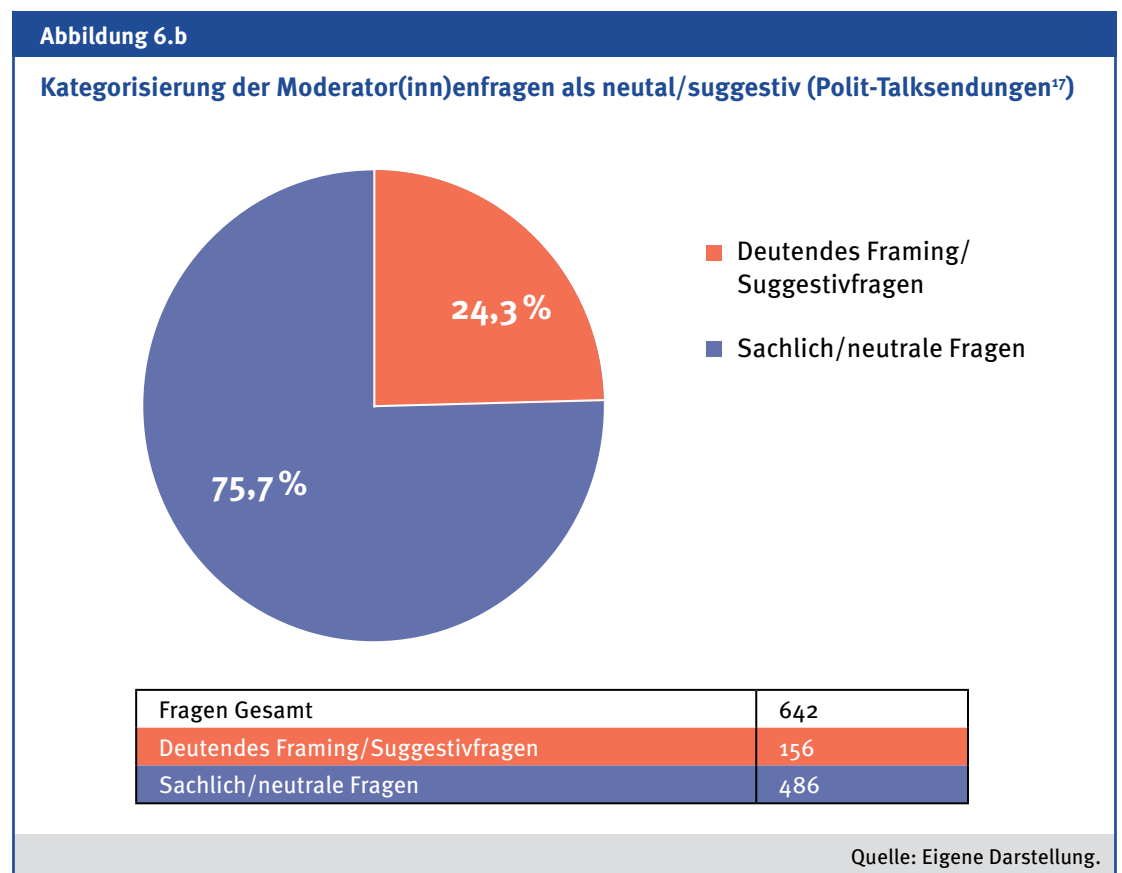
Quelle: Eigene Darstellung.

¹⁶ 01 Das TV-Duell – Merkel-Schulz (ARD, ZDF) (03.09.2017), 02 Schlagabtausch – Der TV- Dreikampf von Linken, Grünen und CSU (04.09.2017), 03 Der Fünfkampf nach dem TV-Duell (04.09.2017), 04 Wie geht's, Deutschland? (05.09.2017), 05 Die Schlussrunde (21.09.2017), 06 Klartext, Herr Schulz! (12.09.2017), 07 Klartext, Frau Merkel! (14.09.2017), 08 Wahlarena mit Angela Merkel (11.09.2017), 09 Wahlarena mit Martin Schulz (18.09.2017), 10 Illner intensiv (05.09.2017), 11 Illner intensiv (06.09.2017), 12 Illner intensiv 1 (07.09.2017), 13 Illner intensiv 2 (07.09.2017), 14 Illner intensiv (08.09.2017).

scheiden zu müssen, ergab sich bei beiden Sendeformaten jeweils das Wertungsbild, dass etwa ein Viertel der Fragen als subjektiv deutend bzw. suggestiv eingestuft, demgegenüber 75 % der Moderationsfragen als sachlich/neutral kategorisiert worden sind.

Bei einer näheren Betrachtung der Probandenbewertungen zu den Moderationsfragen zeigen sich im Einzelfall subjektiv-wertende Tendenzen, die eindeutig als „deutendes

Framing“ eingestuft worden sind. Im Kontext einer umstrittenen öffentlichen Äußerung des AfD-Politikers Alexander Gauland wurden etwa in der Sendung *Hart aber fair* folgende Fragen des Moderators Frank Plasberg formuliert: „Wie ist das zu erklären, dass ein Mann mit Sprache sowas nicht merkt, es sei denn es steckt Absicht dahinter?“ sowie „Herr Gauland, ich frag Sie nochmal, gestern kam das hoch, heute morgen haben Sie sich geäußert. Wie schlafen



17 15 Maybrit Illner (24.08.2017), 16 Maybrit Illner (31.08.2017), 17 Maybrit Illner (14.09.2017), 18 Anne Will (27.08.2017), 19 Anne Will (03.09.2017), 20 Anne Will (10.09.2017), 21 Anne Will (17.09.2017), 22 Hart aber fair (28.08.2017), 23 Hart aber fair (04.09.2017), 24 Hart aber fair (11.09.2017), 25 Hart aber fair (18.09.2017), 26 Maischberger (06.09.2017), 27 Maischberger (13.09.2017), 28 Maischberger (20.09.2017).

Sie eigentlich in einer solchen Nacht und wenn Sie auch die Ähnlichkeiten zu Amerika sehen, Ihre politischen Ziele sind bekannt, wir diskutieren gerade über den Weg. Wie schlafen Sie in einer solchen Nacht?“

In einem anderen Wertungsfall des Lehrforschungsprojektes befragte Anne Will im Rahmen ihrer Polit-Talksendung den CSU-Politiker Theo Waigel in Bezug auf die Besetzung von Zukunftsthemen und eine angenommene alternde Wählerschaft im Wortlaut wie folgt: „Ist Deutschland mit 40% der Wählerinnen und Wählern, die über 60 Jahre alt sind, ein zu altes Land, als dass die Union über die Zukunft überhaupt noch nachdenken wollte?“ sowie „Ihre Partei könnte sich aber ja um Zukunftsfragen sorgen, weil sie das nicht tut. Wollen Sie damit nicht lästig bleiben?“ sowie „Sie finden doch Angela Merkel so toll. Sie haben diese Wählerinitiative gegründet, die wir nicht Fanclub nennen sollen. Warum genau mutet Angela Merkel sich denn da ihren Wählerinnen und Wählern nicht mehr zu, auch in den Zukunftsfragen. Könnte eine der Erklärungen darin liegen, dass sie [...] das einer älter werdenden Wählerschaft überhaupt gar nicht erst zumuten will, weil sie sicher annehmen darf, dass mit ‚weiter so‘ und ‚wir ändern nichts daran‘ [...] besonders leicht durchkommt?“ sowie (gegenüber dem Talk-Gast Thea Dorn): „Gewinnt den Regierungsauftrag am Ende [...] eine Partei, die die Risiken ausblendet und die Zukunftsfragen nicht stellt?“.

Zu einem Gutteil schienen bei den dokumentierten, von den Probandinnen und Probanden als „subjektiv/wertend“ eingestuften

Moderationsfragen aber auch andere Einstufungen möglich und vertretbar. Daher wurden im Rahmen einer Revision wissenschaftliche Hilfskräfte gebeten, die Wertungen der Probandinnen und Probanden zu überprüfen und gegebenenfalls mit einer eigenen Begründung derart zu korrigieren, dass sie die notierte Frage in die jeweils andere Kategorie umschreiben. Dies ist in nicht wenigen Fällen erfolgt. Bei anderen Fragen wurde die Probandenbewertung zwar im Ergebnis durch die wissenschaftlichen Hilfskräfte bestätigt, jedoch anders begründet.

Zum Beispiel wurde die von der Moderatorin Bettina Schausten in der Sendung *Klartext, Frau Merkel* gegenüber der Bundeskanzlerin geäußerte Frage „Waren Ihnen die Auto-Bosse heute eigentlich demütig genug?“ in der Revision mit der Begründung als deutend/suggestiv eingestuft, dass die Bezeichnung „Auto-Bosse“ eine negative Konnotation herstelle, die sogar Assoziationen mit der Mafia hervorrufen könne. Zuvor hatte die Probandin in der ersten Sichtungsinanz einen Suggestivcharakter der Frage darin gesehen, dass sie der Bundeskanzlerin die „Demut“ von Autokonzernchefs als für Angela Merkel wichtigen Faktor unterstellte.

In der Sendung *Die Schlussrunde* wurde folgende Frage der Moderatorin Tina Hassel an die CDU-Politikerin Ursula von der Leyen im Rahmen der Probandenbewertung ebenfalls als deutend/suggestiv eingeordnet: „Pfeifkonzerte, Schreiereien, offene Wutausbrüche gegen Angela Merkel; nicht nur in Ostdeutschland, wie konnte aus der Konsenskanzlerin

in Teilen eine solche Reizfigur werden?“. Zur Begründung wurde auf das Labeling der Kanzlerin als „Reizfigur“ verwiesen. Die wissenschaftlichen Hilfskräfte schrieben die Einstufung hingegen im Rahmen der Revision auf die Kategorie sachlich/neutral um.

Bei anderen Moderationsfragen stimmten die Einstufungen beider Wertungsinstanzen überein. So wurde die Frage der Moderatorin Maybrit Illner „Herr Linnemann, in der Autobranche, gibt es sie noch, diese gut abgesicherten, gut bezahlten Jobs? Ist die Bundeskanzlerin, ist die CDU deshalb zurückhaltend gegenüber der Automobilbranche?“ als deutend/suggestiv gewertet. Eine entsprechend übereinstimmende Kategorisierung wurde etwa auch bei Illners Frage „Haben auch die Grünen zu spät erkannt, dass für jeden Wähler in Deutschland zum Thema Sicherheit nicht nur die soziale Sicherheit gehört?“ vorgenommen.

Insgesamt hat das Lehrforschungsprojekt also aufgezeigt, dass eine (objektivierte) Kategorisierung von Moderationsfragen nach ihrer sachlichen Neutralität bzw. ihrem deutenden und/oder suggestiven Charakter eine erhebliche Herausforderung darstellt, da die Fragen-

bewertung ihrerseits der subjektiven Deutung der sichtenden Personen unterliegt und auch die letztlich unspezifisch bleibenden Bewertungsparameter dem nur teilweise entgegenwirken können.

Überdies ist die kritische und auch überspitzende Befragung von Politikerinnen und Politikern in Wahlsendungen und Polit-Talksendungen ein legitimes journalistisches Mittel im Rahmen der Moderation entsprechender Sendeformate (vgl. Buchholz 2016: 155, 159, vgl. auch 7.2 und 7.4). Insoweit kann gerade kritischer politischer Journalismus im Sinne seiner häufig als „vierte Gewalt“ apostrophierten Kontrollfunktion als Grundpfeiler für Meinungsbildungsprozesse in freiheitlich-demokratischen Gesellschaften angesehen werden. Diese Meta-Wertung der Legitimität des kritischen Politjournalismus erschwerte aber vermutlich den sichtenden Probandinnen und Probanden die Einstufung der Moderationsfragen nach Sachlichkeit und Neutralität, gerade ungeachtet journalistischer Legitimität.¹⁸ Hierauf ist im Rahmen der nachfolgenden medientheoretischen Betrachtung vor allem unter dem Gesichtspunkt des „deutenden Framing“ nochmals einzugehen.

¹⁸ Eindeutige und pauschale Beurteilungen zur journalistischen Legitimität überspitzender oder suggestiver Moderationsfragen erscheinen schon mangels dezidierter medienrechtlicher Vorgaben und homogener medientheoretischer Literatur kaum möglich. Die Fragetechnik im Rahmen der Moderation politischer Sendungen ist zudem noch kein wissenschaftlich breit behandeltes Themenfeld.

7 Medientheoretische Betrachtung

In diesem Kapitel werden einige medientheoretische Ansätze vorgestellt, mit deren Hilfe die zuvor dargestellte Empirie interpretiert werden kann. Zunächst beschreibt Kapitel 7.1 den für die vorliegende Untersuchung zentralen Ansatz des Agenda-Setting. Anschließend folgt die Darstellung des Theorems des (deutenden) Framings (7.2) sowie eine Beschreibung des Hostile-Media Effektes (7.3). Beide Ansätze zeigen auf, welche Effekte über solche des Agenda-Settings hinaus eine wichtige Rolle spielen können. Die Studie schließt mit einer zusammenführenden Betrachtung von Empirie und Theorie (7.4).

7.1 Agenda-Setting

Die von Zivilgesellschaft und Politik geäußerte Kritik an der Programmpolitik von ARD und ZDF insbesondere vor der Bundestagswahl (s. o. Kapitel 2.1) fußt zumindest implizit auf der Annahme, dass das Massenmedium des öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Rundfunks einen erheblichen Einfluss auf die öffentliche Meinung haben kann. Es wird also vermutet, dass schon das (redaktionelle) Setzen bestimmter Themenschwerpunkte die Einschätzung der wahlberechtigten Bevölkerung in Bezug auf deren Relevanz beeinflusst und mithin auch Auswirkungen auf die Meinungsbildung und sogar den Ausgang der Bundestagswahl haben könnte.

In der Medienwissenschaft wird diese Annahme im Wesentlichen durch den Ansatz des so genannten „Agenda-Setting“ beschrieben. Bereits in den 1960er Jahren legten Studien nahe, dass Massenmedien zwar kaum Auswirkungen darauf haben, was die Menschen denken, jedoch in erheblicher Weise beeinflussen können, worüber sie nachdenken (Trenaman/McQuail 1961: 178, Cohen 1963: 13, McCombs/Shaw 1972: 177, s. a. bereits Lippman 1922: 11).

Durch die Fokussierung bestimmter Themen in den Massenmedien im Sinne ihrer (wiederholten) Platzierung, Priorisierung, Gewichtung, Aufmachung und Deutung (Medienagenda) werden die Sujets bestimmt, mit denen sich die Bevölkerung auseinandersetzt und welche sie für gesellschaftlich relevant erachtet (Publikumsagenda). Meta-Analysen, die eine Vielzahl älterer Agenda-Setting-Studien (Zeitraum 1972-1996) ausgewertet haben, bestätigen überwiegend einen signifikanten Zusammenhang zwischen Medienagenda und hierdurch beeinflusster Publikumsagenda (Wanta/Ghanem 2007, siehe auch McCombs 2004, Weaver 1984). Medientheoretische Überlegungen hinsichtlich der erzeugten Realität von Massenmedien und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung (Luhmann 2009: 11 ff.)¹⁹ stützen dabei den Ansatz des Agenda-Setting ebenso wie kognitive Mechanismen bei der Urteilsbildung – „What you see is all there is“ (Kahneman 2011: 84).

¹⁹ Luhmann ist auf der Grundlage seiner Systemtheorie von einer Verdopplung der Realität durch die massenmediale Beobachtung ausgegangen. Die Realität der Massenmedien wird dabei als die gesellschaftlich Entscheidende angesehen. Freilich hat Luhmann die weitgehende Fragmentierung der Medienöffentlichkeit durch die Digitalisierung, insbesondere durch das Web 2.0 und soziale Medien, nicht mit einbeziehen können. Hierdurch wird die Wirkmacht der klassischen Massenmedien wie dem Rundfunk reduziert; vgl. hierzu sogleich im Text.

Die eher linearen bzw. monokausalen Ansätze der frühen Forschung zum Agenda-Setting werden heute durch differenziertere und erweiternde Modelle wie etwa dem eher in der Kognitionsforschung beheimateten sog. „Priming“ (z. B. Althaus/Kim 2006, Bartels 2006)²⁰ oder dem „Framing“ (siehe hierzu Kapitel 7.2) modifiziert, überlagert und zum Teil spezifiziert. Überdies wird heute auch in Frage gestellt, inwieweit die Agenda-Setting-Modelle der Thematisierung, Strukturierung und Priorisierung durch eine Massenmedien-Agenda auch nach einer weitgehenden Fragmentierung von Öffentlichkeit seit dem Web 2.0 und der Verbreitung sozialer Medien wie Facebook oder Twitter noch zutreffen (vgl. Bulkow/Schweiger 2013: 207, Sunstein 2007, zusammenfassend Maurer 2017: 25 f.).

Andererseits kommt den Massenmedien gerade des Fernseh Rundfunks mit Blick auf die öffentliche Meinungsbildung zur Bundestagswahl nach wie vor eine erhebliche Bedeutung zu (Kepplinger/Maurer: 2005). Denn zum einen tragen die politischen Hauptakteure – namentlich die Funktionsträgerinnen und -träger der politischen Parteien – den für die Meinungsbildung maßgeblichen unmittelbaren Sachdisput für ein breites Publikum vornehmlich in solchen Massenmedien aus, welche einen dynamischen Diskurs zulassen (Fernseh- und Hörfunk) und dem Zuschauer/der Zuschauerin einen wertenden Abgleich unterschiedlicher

Positionen unmittelbar ermöglichen. Zum anderen zeigen die Nutzungszahlen, welche vergleichsweise hohe Reichweite Rundfunksendungen wie etwa das TV-Duell „Merkel gegen Schulz“ erzielt und die Anschlusskommunikation sowohl des Publikums als auch der Massenmedien selbst geprägt haben.

Bei der Analyse von Agenda-Setting-Effekten ist indes eine ganze Reihe von Gesichtspunkten zu berücksichtigen, welche allzu simplen, monokausalen Wirkungszusammenhängen zwischen Medien- und Publikumsagenda gerade im vorliegenden, beschränkten Untersuchungsfokus entgegenstehen. Zunächst wurden Rundfunksendungen von ARD und ZDF in der vorliegenden Studie nur über einen begrenzten Zeitraum von etwa einem Monat vor der Bundestagswahl und nur für Sendungen zum politischen Zeitgeschehen außerhalb der aktualitätsbezogenen Nachrichtenberichterstattung untersucht (siehe Kapitel 3.1). Sie berücksichtigen Langzeiteffekte – etwa eine beobachtete stärkere redaktionelle Gewichtung von Migrationsthemen im Zusammenhang mit der Aufnahme von Geflüchteten seit 2015 – nicht.

Darüber hinaus liegt auf der Hand, dass sich die öffentliche Meinungsbildung im Kontext einer Vielzahl von kommunikativen und informativen Einflüssen vollzieht. Beispiele sind hier das Studium der Parteiprogramme, die (beiläufige) Kenntnisnahme von Wahlpla-

²⁰ Priming bezeichnet im Wesentlichen die Beeinflussung der kognitiven Verarbeitung eines Reizes dadurch, dass ein vorangegangener Reiz implizite Gedächtnisinhalte (Schemata) aktiviert und damit den weiteren Verarbeitungsprozess determiniert hat (vgl. Schemer 2013: 153 ff.; s. a. Lenz 2009: 821 ff.).

katen, die Nutzung interaktiver Medienangebote wie dem „Wahlomat“, auch der Besuch von Informationsständen oder Wahlkampfveranstaltungen politischer Parteien, ebenso wie die Rezeption von Headlines, Teasern, Artikeln und Kommentaren in Print- und Onlinemedien (vgl. zu Unterschieden des Einflusses auf die Publikumsagenda bei Printmedien und Fernsehen zusammenfassend: Maurer 2017: 53 f.; zur Dynamik individueller Lernprozesse: Bulkow/Schweiger 2010: 213 ff.).

Solche Faktoren können jeweils Anlass zu interpersonaler Anschlusskommunikation in vielfältigen sozialen Kontexten wie Freundeskreisen, Familien oder im Arbeitskollegium – vorzugsweise mit politisch Gleichgesinnten (Schmitt-Beck 1994) – bieten, welche ihrerseits zur Bildung und Festigung politischer Meinungen und Einstellungen beitragen (Hefner 2012). Der Anschlusskommunikation kommt dabei vor allem aufgrund der verbreiteten Nutzung der sozialen Medien eine nicht gering zu schätzende Bedeutung zu (Sayre et al. 2010, Meraz 2011), denn auch Debatten in den sozialen Netzwerken können insbesondere von den traditionellen Massenmedien gesetzte Themen aufgreifen bzw. werden von den Massenmedien angestoßen.

Zudem prägen die bereits bestehenden politischen Einstellungen und Überzeugungen der Zuschauer sowie ihre persönlichen Lebensverhältnisse die individuelle Gewichtung einzelner politischer Sachthemen möglicherweise stärker als die Medienagenda öffentlich-rechtlicher Rundfunkprogramme. Hiermit ist gemeint, dass z. B. klimapolitisch interes-

sierte Rezipientinnen und Rezipienten Nachrichten über die Folgen des Klimawandels eher aus dem „Nachrichtenstrom“ filtern und mit erhöhter Aufmerksamkeit wahrnehmen. Darüber hinaus ist eine Zuwendung und intensive Informationsverarbeitung durch die Rezipientinnen und Rezipienten insbesondere bei solchen Medieninhalten wahrscheinlich, welche die eigene (politische) Sichtweise und Einstellung bestätigt und bestärkt (siehe aber zum sog. Hostile Media Effekt Kapitel 7.3).

Dessen ungeachtet weisen Studien jedoch auch darauf hin, dass gerade das Fernsehen für viele Wählerinnen und Wähler immer noch eine der wichtigsten Informationsquellen, insbesondere für die Urteilsbildung über die Persönlichkeit der Kandidatinnen und Kandidaten, ist (Kepplinger/Maurer 2005). Das öffentlich-rechtliche Fernsehen wird überdies von Mediennutzerinnen und -nutzern mit Blick auf die Information über aktuelles Geschehen in Politik und Gesellschaft als vertrauenswürdiger eingestuft als andere Mediengattungen (Ziegele et al. 2018: 154). Dieser Befund ist im vorliegenden Zusammenhang von Bedeutung, da als glaubwürdig eingestufte Medien tendenziell stärkere Agenda-Setting-Effekte verursachen als solche Medien, die als unglaubwürdig qualifiziert werden (Maurer 2017: 54).

Es ist bereits im Kapitel zur Methodik einschränkend ausgeführt worden, dass reine Anteilszuordnungen von Sachthemen nichts über die konkrete Art und Weise der Themenbehandlung aussagen, also die Sinnggebung z. B. einer kritischen oder befürwortenden Auseinandersetzung (siehe Kapitel 3.2). Dies wird in

der Medienwissenschaft teilweise als Second-Level-Agenda-Setting bezeichnet (Maurer, 2017: 74 f.). Insoweit ergeben sich aber weitreichende inhaltliche Überschneidungen mit dem in der Medientheorie als „Framing“ bezeichneten Ansatz.

7.2 (Deutendes) Framing

Ein schon als „Modewort“ (Brosius 2007: 95) apostrophierter, weit verbreiteter Ansatz zur Erklärung von Medienphänomenen stellt der sog. „Framing“-Ansatz dar. Seine vielfältige und auch heterogene Verwendung in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung mag zum Teil darin begründet sein, dass bei dem Begriff des Frames, also des „Rahmens“, intuitiv nahezu unbegrenzte Assoziationen zu (selektiven) Kommunikations- und Wahrnehmungsprozessen möglich erscheinen, welche in Medieninhalten eine Projektionsfläche finden, die wiederum Gegenstand der Analyse wird. Nachgerade jeder medialen Geltung – sei sie sprachbasiert oder bildhaft – geht Selektion, Hervorhebung und Unterminierung durch den Kommunikator voraus. Überdies weist jeder Medieninhalt – aufgrund technischer oder kommunikativer Limitierung – Begrenzungen auf, welche die metaphorische Deutung aller Mediengeltungen als „Rahmen“ provozieren. In diesem Sinne erscheint auch mediale Berichterstattung als selektiver, „naiver“ Empirismus und jeder Medieninhalt als „Frame“.

Bildmedien fokussieren in räumlicher und zeitlicher Hinsicht Ausschnitte und „verbergen“ die Geschehnisse und Gegenstände

außerhalb des Kameraspektrums und des Wiedergabezeitraums. Sie sind eklektisch, perspektivisch und subjektiv. Kommunikation mittels Sprache und Gestik unterliegt denselben Limitierungen und Selektionsprozessen des Kommunikators, welche entweder bewusst (z. B. teleologisch/strategisch oder etwa orientiert an Nachrichtenwertfaktoren) gesteuert werden oder unbewusst (z. B. durch mentale Prädispositionen, Affekte, Priming-Effekte oder die Begrenztheit rhetorischer Mittel) erfolgen. In der Medienwissenschaft werden diese eher phänomenologischen, also im Einzelfall beobachtbare oder nicht beobachtbare Aspekte zum Teil als „Prinzipien“ ausgewiesen. Dass man (politische) Themen medial-kommunikativ aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten kann, wird „Ambivalenzprinzip“ genannt; die eklektische Limitierung der nur ausschnitthaften Mediengeltung bezeichnet man als „Selektionsprinzip“; dass strategische Kommunikatoren jeweils eine ihnen günstige Sichtweise persuasiv und mit dem Ziel der Deutungsübernahme verbreiten, wird als „Wettstreitprinzip“ qualifiziert (vgl. Mathes 2014: 20 ff.).

Von diesen medienphänomenologischen Strukturierungsversuchen zu unterscheiden, jedoch auch mit dem Begriff des (kognitiven) Frames bzw. Framings belegt, sind die Informationsverarbeitung und die Entscheidungseinflussnahme beim Empfänger/Rezipienten (Potthoff 2012: 19, Wehling 2016: 27, s. a. Pöppel 2010). Hier wird der Begriff des Framing-Effekts zum Teil sehr spezifisch gebraucht. So werden etwa Auswirkungen, die aus der unterschiedlichen Hervorhebung von Verlustrisiken

bzw. Gewinnchancen auf die Risikoeinschätzung und Entscheidung von Probandinnen und Probanden folgen, als ein solcher Effekt bezeichnet (Harman/Gonzalez 2015, Fu/Yua/Nib/Li 2018: 231). Wegen dieser multiplen, auch interdisziplinären Bedeutungen und Verwendungsmöglichkeiten wird der Framing-Ansatz auch als „Brückenkonzept“ (Reese 2007) bezeichnet. Diese Mehrdeutigkeit erschwert allerdings die Präzisierung des Begriffs des „Rahmens“ hin zu einer wissenschaftlich potenten Konzeption. In der Medienwissenschaft finden sich somit zahlreiche Frame-Definitionen und begriffliche Differenzierungen wie „Frame“, „Medien-Frame“, „Framing“, „Framing-Effekte“ etc. (vgl. Mathes 2014, ders. 2007, Potthoff 2012, B. Scheufele 2003).²¹

Im Kontext der vorliegenden Studie erscheinen hingegen vor allem Aspekte des Framing-Ansatzes von Bedeutung, welche sich auf die Auswirkung von rhetorischer Formulierung und über bloße Selektion hinausgehender Deutung auf Einstellungen und Entscheidungen der Rezipienten konzentrieren. In der Framing-Forschung sind hier weitere Differenzierungen gebräuchlich. Einerseits wird untersucht, ob sich allein aufgrund bloß unterschiedlich formulierter, aber sachlich-logisch gleicher Aussagen jeweils andere Einschätzungen und Entscheidungen bei den Kommunikationsempfängern ergeben (sog. Äquiva-

lenz-Frames). Ein prominentes Beispiel ist die Bezeichnung eines zur Hälfte gefüllten Glases als „halb leer“ oder „halb voll“. Demgegenüber bezeichnen sog. Betonungs-Frames die jeweils unterschiedliche Hervorhebung oder Unterminierung bestimmter Fakten zu einem Thema (zusammenfassend Mathes 2014: 26). Beispielsweise könnte ein ARD-*Tagesschau*-Bericht zu einer in vielen Verhandlungspunkten erzielten Bahnstreikslichtung nur erwähnen, dass die Bahnangestellten 5,2 % mehr Gehalt bekommen werden, demgegenüber könnte die ZDF-*heute*-Sendung hervorheben, dass 200 neue Lokführer als Ergebnis der Schlichtung eingestellt werden. In letzterer Hinsicht (unterschiedliche Betonung von Einzelfakten) ergeben sich freilich Überschneidungen mit dem Agenda-Setting-Ansatz, der seinerseits die (faktenbasierte) Themensetzung und ihre Auswirkungen in den Blick nimmt.

Jedoch erscheinen für die in dieser Studie untersuchten Sendungen zum politischen Zeitgeschehen auch Aspekte bedeutsam, die durch den bloßen Agenda-Setting-Ansatz noch nicht hinreichend fokussiert werden und eher in den Bereich des (betonenden) Framings hineinreichen. So ließe sich im Sinne des Agenda-Setting die redaktionelle Entscheidung, eine Talk-Sendung zu „Einwanderung und Integration“ zu gestalten und auszustrahlen, als Gewichtung der Medienagenda bezüglich des Su-

21 Solche Differenzierungen gehen zumeist zusätzlich mit strukturierenden Kategoriebildungen einher. Eines der bekanntesten Modelle ist die Segmentierung in vier Frame-Elemente der (1.) Problemdefinition (Bezeichnung des Teilbereichs eines Themas), der (2.) Ursachenzuschreibung (Zuschreibung von Verantwortung), der (3.) Lösungszuschreibung und Handlungsaufforderung (personal oder situativ) und der (4.) expliziten Bewertung (moralische oder evaluative Einordnung bzw. Deutung des Problems/Themas, vgl. Entman 1993, Mathes 2007).

jets „Migration“ qualifizieren. Hierdurch wäre aber noch nichts über die weitere redaktionelle Entscheidung ausgesagt, welche Talkgäste mit welchen politischen Positionen die Redaktion für die Sendung auswählt und gerade hierdurch über die bloße Wahl des Themas hinaus auch die Betonung bestimmter thematischer Aspekte oder einer Perspektive antizipierend steuern kann. Nach einer kursorischen Sichtung der hier gegenständlichen Wahlsendungen und Polit-Talksendungen wurde die redaktionelle Auswahl der Talkgäste (insbesondere Politikerinnen und Politiker) vor allem unter dem Gesichtspunkt der jeweiligen Parteizugehörigkeit jedoch als ausgewogen, neutral und journalistischen Sorgfaltsgrundsätzen genügend eingestuft. Auch die Zubilligung von Redezeit durch die jeweilige Sendungsmoderation erfolgte nach Fairness-Grundsätzen und bei dem in besonderer Weise im Fokus stehenden TV-Duell „Merkel gegen Schulz“ nachgerade minutiös.

Daher wurde vorliegend das Augenmerk auf einen anderen Aspekt gerichtet, der seitens der Verfasserin und des Verfassers für ein begrenztes Lehrforschungsprojekt unter den Arbeitstitel des „deutenden Framings“ gestellt worden ist. Die Verwendung einer eigenen Bezeichnung resultierte daraus, dass die bereits eingeführten Kategorien des Äquivalenz- und des Betonungs-Frames die hier als relevant identifizierten rhetorisch-kommunikativen Aspekte in Wahlsendungen und Polit-Talksendungen nicht

vollständig abdeckten. Denn in den Blick genommen werden sollten nicht die strategischen Frames der politischen Akteurinnen und Akteure (TV-Duell-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer, Talk-Gäste), sondern vielmehr (wertende) Fragen und Aussagen der jeweiligen Sendungsmoderation. Diese können eher nicht als „strategisch“ im engeren Sinne verstanden werden, es sei denn man betrachtet journalistische Stilmittel der rhetorischen Zuspitzung und Pointierung mit dem Ziel einer möglichst konkreten und plakativen Essenz in Aussagen befragter Talkgäste in gleicher Weise als „Strategie“, wie die an politischen oder wirtschaftlichen Zielen orientierte, eher persuasive Kommunikation. Dem steht aber schon die Zuschreibung einer objektiven, sachneutralen Moderationsrolle gerade in Sendungen zum politischen Zeitgeschehen tendenziell entgegen. Die wertenden Fragen und Aussagen der Sendungsmoderationen heben aber auch nicht „nur“ im Sinne des „Betonungs-Frames“ bestimmte Fakten hervor, sondern enthalten eigene Wertungen.

Verknüpft wurde dies mit der (freilich bislang empirisch weitgehend ungestützten) These, dass auch und gerade Aussagen von als objektiv geltenden Moderatorinnen und Moderatoren von Relevanz für die Meinungsbildung der Zuschauerschaft sein können, vor allem soweit diese Aussagen eigene Wertungen und Deutungen – etwa auch in Form der Suggestivbefragung – transportieren.²² Die Frage „Was

²² Gerade hierauf fußt etwa auch das rundfunkrechtliche Verbot, nach dem bei Fernsehwerbung und beim Teleshopping im Fernsehen keine Personen auftreten dürfen, „die regelmäßig Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen“ (§ 7 Abs. 8 RStV).

haben Sie sich für diese Arbeit im Bundestag vorgenommen, Krawall und Populismus wie bisher oder wollen Sie eine konstruktive Opposition sein?“,²³ enthält beispielsweise die wertende Zuschreibung bestimmter Attribute („krawallig“ und „populistisch“) zu den Auftritten einer politischen Partei vor der Bundestagswahl. Derartige Suggestivfragen führen häufig dazu, dass der Talkgast nicht inhaltlich auf die eigentliche Kernfrage, sondern (zunächst) apologetisch auf die in der Frage mitgeführte Wertung eingeht und sich von ihr z. B. durch Verneinung distanziert (siehe auch Wehling 2016: 52 ff.). Hierdurch verlängert sich insgesamt für die Zuschauerschaft der Zeitraum der sachlichen Befassung mit der suggestiven Wertung des Fragestellers/der Fragestellerin. Im Lichte des Agenda-Setting-Ansatzes erscheint dann zumindest nicht ausgeschlossen, dass die allein auf der journalistischen, subjektiven Wertung beruhende Suggestion – im genannten Falle die Zuschreibung der Eigenschaften „krawallig“ und „populistisch“ zur Partei AfD – auch die Publikumsagenda beeinflusst, zum Beispiel derart, dass Teile des Publikums die AfD künftig mit dieser Eigenschaft verbinden. Dies ist insbesondere bei Moderationen in den hier zum Teil untersuchten Wahlsendungen und Polit-Talksendungen nicht fernliegend.

Eigene Deutungen und Urteile in Moderationsfragen sind dabei nicht immer so offensichtlich wie bei der Qualifizierung eines politischen Auftretens als „Krawall und Populismus“

im Rahmen der Moderationsfrage. Wertende, tendenziöse Kommunikation kann auch subtiler durch Verwendung normativer Attribute in geringfügiger Dosis in Erscheinung treten (z. B. „nur“, „schon wieder“, „erstaunlich“, „bedenklich“, „weniger gelungen“ etc.). Die spezifische Untersuchung solch wertender Implikationen und ihrer Auswirkungen ist bislang – soweit ersichtlich – kaum Gegenstand eigenständiger medienwissenschaftlicher Framing-Forschung. Unter der Terminologie des „politischen Framing“ fand der hier als „deutendes Framing“ umrissene Komplex zuletzt jedoch Beachtung (Wehling 2016).

Allein die phänomenologische Untersuchung oder bloße Deskription deutenden Framings und ihrer Auswirkungen impliziert freilich noch nicht seine (medienethische) Illegitimität. Wie bereits ausgeführt worden ist, kann die rhetorische Zuspitzung und auch die wertende Provokation, gerade in der Befragung von Politikerinnen und Politikern im Wahlkampf, als legitimes journalistisches Mittel zur Verdeutlichung politischer Positionen im Diskurs angesehen werden. Umgekehrt hindert die mögliche Legitimität wertend-provokanter Überspitzung als journalistisches Stilmittel nicht den Blick der Medienwissenschaft auf Auswirkungen deutenden Framings. Eine solche wissenschaftliche Betrachtung erscheint insbesondere deswegen notwendig, da nicht ganz ausgeschlossen erscheint, dass gesellschaftliche Phänomene der partiellen

²³ Frage des ZDF-Chefredakteurs Peter Frey in der *Berliner Runde* im Hauptabendprogramm am Tag der Bundestagswahl an den AfD-Politiker Jörg Hubert Meuthen, Wiedergabe des Wortlauts.

Abwendung vom politischen Journalismus in Massenmedien, die ihrerseits mit teils exzessiven Deutungen einhergehen („Lügenpresse“), gerade mit der Beobachtung einer (möglicherweise zunehmenden) Prägung des Journalismus durch „deutendes Framing“ im Zusammenhang stehen.

7.3 Hostile Media Effekt (HME)

Angesichts der teils erheblichen Kritik verschiedener politischer und zivilgesellschaftlicher Akteure an der redaktionellen Gestaltung der politisch-meinungsbildenden Programminhalte von ARD und ZDF im Zeitraum vor der Bundestagswahl kann auch ein weiterer medientheoretischer Ansatz in den Blick genommen werden, der als Hostile Media Effekt bezeichnet wird (Vallone/Ross/Lepper 1985, Doty 2005, Giner-Sorolla/Chaiken 1994, Krämer 2008, Choi/Park/Chang 2011). Hiernach nehmen Anhängerinnen und Anhänger einer bestimmten (politischen) Position mediale Berichterstattung tendenziell als ihrer eigenen Ansicht entgegengesetzt und unausgewogen wahr. In einer grundlegenden Studie zeigten Vallone/Ross/Lepper (1985) auf, dass zwar eine Mehrheit der Mediennutzerinnen und -nutzer die Berichterstattung als ausgewogen beurteilt. Solche Rezipientinnen und Rezipienten, welche die mediale Darstellung hingegen als einseitig wahrnehmen,

haben überwiegend den Eindruck, sie sei zu Ungunsten ihrer eigenen Meinung verzerrt. Anhängerinnen und Anhänger entgegengesetzter Meinungsparteien beurteilen also denselben Medienbericht gleichermaßen als nachteilig für ihre eigene Position. Eine Studie zur Bundestagswahl 1990, welche neben der interpersonalen (Anschluss-)Kommunikation von Wählerinnen und Wählern in Ost- und Westdeutschland auch deren Einschätzung zur Berichterstattung der Massenmedien untersuchte, bestätigte tendenziell den HME, wenngleich insbesondere das Fernsehprogramm überwiegend als ausgewogen beurteilt worden ist (Schmitt-Beck 1994: 401 f.).

Der HME ist verstärkt bei widerstreitenden Meinungen und dargestellten Gruppenkonflikten zu gesellschaftlich stark beachteten Themen sowie bei einem hohen (Ego-)Involvement der Rezipienten beobachtet worden. Deshalb werden die Ursachen des Effekts derart erklärt, dass die Gruppenzugehörigkeit involvierter Rezipientinnen und Rezipienten aktiviert wird (Dohle/Hartmann 2008). Unter – zumindest impliziter – Bezugnahme auf den so genannten Third-Person-Effekt²⁴ wird angenommen, dass Rezipientinnen und Rezipienten dann befürchten, die „Masse“ würde so durch die Berichterstattung beeinflusst, dass nicht der eigene Standpunkt, sondern der von Fremdgruppen gestärkt werde (Dohle/Hartmann 2008).

²⁴ Der in der Sozialpsychologie weitgehend anerkannte Third-Person-Effekt beschreibt im Wesentlichen die tendenzielle Annahme von Rezipientinnen und Rezipienten, dass die Massenmedien andere stärker beeinflussen, als sie selbst (grundlegend Davison 1983, s. a. Dohle 2013; Dohle/Vowe 2010: 11 ff., Perloff 2002: 489 ff.).

7.4 Konnex zu den Studienbefunden

Nach den vorstehenden Ausführungen erscheinen Agenda-Setting-Effekte durch ARD/ZDF-Sendungen zum politischen Zeitgeschehen jedenfalls in dem Sinne nicht ausgeschlossen, dass sich eine etwaige übermäßige Gewichtung einzelner politischer Sachthemen entsprechend auf die Publikumsagenda hätte auswirken können. Die in Kapitel 4.1 dargestellte kumulierte sachthematische Zuordnung von Erstsendeminuten aller 56 Sendungen weist allerdings eine vergleichsweise ausgewogene Themengewichtung auf. Vor allem der Anteil der Kategorie *Migration* von 11,63 % sticht im Vergleich zu anderen relevanten Wahlkampfthemen der *Außenpolitik* (10,80 %) und des Bereichs *Arbeit/Familie/Soziales* (14,67 %) nicht derart deutlich heraus, dass die seitens der Politik teilweise geäußerte Kritik einer überproportional starken Betonung der Migrations-thematik ohne weiteres bestätigt erscheint.

Andererseits ist zu berücksichtigen, dass sich durch die methodische Struktur der Themenkategorisierung gleichsam eine systematische Unwucht ergibt: Während die übrigen Sachkategorien durch allgemeine „klassische“ Politikbereiche (z. B. „Außenpolitik“, „Innere Sicherheit“) tendenziell weiter gefasst sind, könnte das auf gleicher Wertungsebene erscheinende, spezifischere (Sub-)Thema „Migration“ als *Aliud*, also als etwas systematisch Anderes, angesehen werden. Mit anderen Worten: Das Migrationssujet umfasst ein beschränkteres Themenspektrum als etwa die Oberkategorie „Arbeit/Familie/Soziales“. Vor

diesem Hintergrund könnte der Gesamtanteil dieser Kategorie von 11,63 % wegen der größeren Themenspezifität auch als vergleichsweise hoch qualifiziert werden. Insoweit schlägt das bereits identifizierte Problem der Determinierungseffekte durch Themenkategorisierung (siehe Kapitel 3.2) auf die Befunde und deren Bewertung durch.

Dies ist auch deshalb (methoden-)kritisch im Blick zu halten, da sich hiernach vorschnelle und pauschale Beurteilungen der Programmgestaltung bei ARD und ZDF verbieten – insbesondere unter dem Gesichtspunkt der journalistischen Legitimität der Themengewichtung. Dies gilt umso mehr, als die insgesamt eher ausgewogene redaktionelle Bedienung eines breiten Spektrums politischer Sachthemen nach der Gesamtauswertung aller Sendungen zunächst gegen die von Kritikern geäußerte These der starken oder einseitigen Überbetonung einzelner Wahlkampfthemen spricht. Angesichts der gesellschaftlichen Bedeutung des Migrationsthemas während der der Bundestagswahl vorangegangenen Legislaturperiode (vor allem im Jahr 2015) erscheint zudem eine journalistische Befassung und Abhandlung des Sujets in den untersuchten Sendungen mit einem Anteil von 11,63 % – unter journalistischen Gesichtspunkten (siehe die qualitative Befragung in Kapitel 5) oder bei Berücksichtigung klassischer Faktoren der Nachrichtenwertforschung (vgl. Maier/Stenger/Marschall 2010) – nicht übermäßig dominant.

Freilich ergibt sich aus der spezifischen Betrachtung nur der Wahlsendungen ein höherer Anteil des Themas Migration (20,86 %,

siehe Kapitel 4.3). Auch die Auswertung der fünf meistgesehenen Sendungen zeigt eine erheblich stärkere Gewichtung des Migrationsthemas (21,08 %, siehe Kapitel 4.4). Diese Befunde sind aber nicht unwesentlich durch die mit 33,83 % besonders starke Themenbetonung in der von den anteilig meisten Rezipientinnen und Rezipienten gesehenen TV-Duell-Sendung „Merkel gegen Schulz“ bedingt.²⁵ Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass das TV-Duell eine Besonderheit aufweist, da die Sendung nicht nur unter redaktioneller Verantwortung von ARD und ZDF, sondern auch von RTL und SAT.1 gestaltet worden ist. Insoweit zeigte auch die Moderation durch insgesamt vier journalistische Vertreterinnen und Vertreter der beteiligten Sender, dass wertende Rückschlüsse auf eine spezifische Programmpolitik oder auf redaktionelle Entscheidungen gerade nur der öffentlich-rechtlichen Sender auf Grundlage des TV-Duells nicht möglich sind.

Da dessen ungeachtet vor allem das TV-Duell „Merkel gegen Schulz“ – nicht nur aufgrund der Dominanz in den Marktanteilen – eine besondere Aufmerksamkeit sowohl allgemein bei der Wahlbevölkerung als auch bei den am Wahlkampf beteiligten politischen Akteurinnen und Akteuren erfahren hat, ist nicht ausgeschlossen, dass gerade hierdurch auch die Rezipienteneinschätzung der Themengewichtung in Sendungen zum politischen Zeitgeschehen allgemein, aber insbesondere auch bei ARD und ZDF, geprägt worden ist.

Überdies kann man berücksichtigen, dass die Kritik an öffentlich-rechtlichen Sendern in erster Linie von solchen Vertreterinnen und Vertretern der Politik geäußert wurde, die relativ stark in den Wahlkampf ihrer jeweiligen Partei eingebunden waren, sodass – in den Worten der HME-Theorie – von einem hohen (Ego-)Involvement ausgegangen werden kann. Somit ist es zumindest nicht ausgeschlossen, dass die Gruppenzugehörigkeit dieser Politikerinnen und Politiker aktiviert wurde und die Einschätzung verstärkte, die „Fremdgruppenmeinung“ werde medial bevorzugt. Eine Einflussnahme des Hostile Media Effektes (Kapitel 7.3) auf kritische Einschätzungen zu der ARD/ZDF-Programmgestaltung erscheint also nicht fernliegend.

Unter dem – hier als „deutendes Framing“ (Kapitel 7.2) apostrophierten – Aspekt konnte die in ihrem Umfang beschränkte und nicht repräsentative Untersuchung im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes der HTWK Leipzig zumindest aufzeigen, dass ein Anteil von ca. 25 % der Moderationsfragen in Wahlsendungen und Polit-Talksendungen als subjektiv-wertend bzw. „suggestiv/deutend“ eingestuft werden kann. Wie bereits ausgeführt, ist hiermit – schon aufgrund der auch von individuellen Prädispositionen determinierten Einstufungen der Probandinnen und Probanden – keine Wertung der journalistischen Legitimität verbunden. Von Interviewpartnerinnen und -partnern der qualitativen Befragung wurde nach Konfrontation mit Einzelfällen aus den

²⁵ Siehe aber auch die Auswertung zu der Sendung *Hart aber fair* vom 18.09.2017 im Anhang.

von ihnen verantworteten Sendungen ein unter journalistischen Gesichtspunkten unzulässiger Suggestivcharakter auch verneint (s. a. Buchholz 2016: 155, 159; allgemein: Arnold 2013: 850 ff., Bentele 1994: 295 ff.).

Darüber hinaus ist auch das Einflusspotential deutenden Framings im Rahmen von Moderationsfragen in politischen Sendungen auf Einstellungen der Rezipientenschaft bislang weitgehend ungeklärt. Dieser Aspekt bedarf der näheren Befassung mit grundlegenden medienwissenschaftlichen Vorfragen, insbesondere auch zur Methodenevaluation.

Weitere, breiter angelegte Untersuchungen zur Moderationsneutralität und auch

zum meinungsbildenden Einfluss deutender journalistischer Frames in Wahlsendungen und Polit-Talksendungen könnten die bisherigen Ansätze in der Agenda-Setting- und der Framing-Forschung ergänzen. Begleitet von einer kritischen sprach- und medientheoretischen Reflexion, inwieweit Kommunikation vor allem im dynamischen Diskurs überhaupt frei von Deutungen im Sinne publizistischer Objektivität (Saxer 2012: 11) moderiert werden kann, ließe sich möglicherweise auch eine Grundlage für die Diskussion der journalistischen Legitimität deutenden Framings im Rahmen der Moderation politischer Sendungen legen.

8 Zusammenfassung

Die vorliegende Studie greift die in Politik und Gesellschaft geäußerte Kritik an der Programmgestaltung von ARD und ZDF vor der Bundestagswahl 2017 auf, nach der eine einseitige thematische Schwerpunktsetzung insbesondere zugunsten der Migrationsthematik den Ausgang der Wahl beeinflusst haben könnte.

Eine Analyse der thematischen Schwerpunkte in 56 ausgesuchten Sendungen zum politischen Zeitgeschehen im Zeitraum eines Monats vor der Bundestagswahl ergibt eine insgesamt eher ausgeglichene Themenverteilung, bei der das Thema *Migration* im Vergleich zu klassischen Bereichen wie *Außenpolitik*, *Arbeit/Familie/Soziales* oder *innere Sicherheit* nicht übermäßig dominant erscheint.

Betrachtet man demgegenüber isoliert die fünf am meisten gesehenen Fernsehsendungen, allen voran das TV-Duell „Merkel gegen Schulz“, so zeigt sich eine sehr starke Gewichtung des Migrationsthemas mit einem Anteil von über 20% an ihrer Gesamtsendezeit. In dem TV-Duell – neben ARD und ZDF freilich auch von RTL und SAT.1 redaktionell mitverantwortet – beträgt der Anteil über 30%. Es ist nicht auszuschließen, dass diese von vielen Zuschauern gesehenen Sendungen – einschließlich professioneller Beobachtung durch Presse, Politik und sonstigen Multiplikatoren – auch das Meinungsbild über die Programmgestaltung von ARD und ZDF besonders geprägt haben.

Mehr als ein Viertel der Sendezeit der untersuchten Inhalte in Wahlsendungen, Polit-Talksendungen, Polit-Magazinen und Dokumentationen befasst sich nicht mit politischen Sachthemen im eigentlichen Sinne, sondern

fokussiert eher Meta-Themen wie politische Parteien, Politikerinnen und Politiker, den Wahlkampf als solchen, Glaubwürdigkeit von Politik oder die Debattenkultur.

Die Ergebnisse eines ergänzenden Lehrforschungsprojektes zur Objektivität bzw. Neutralität von Moderationsfragen in Polit-Talksendungen und Wahlsendungen weisen darauf hin, dass ein Anteil von etwa einem Viertel der journalistischen Fragen aus Rezipientensicht als suggestiv-deutend eingestuft werden könnte.

Die qualitative Befragung von Redakteuren der Politik-Talksendungen sowie des politischen Magazins *Monitor* deutet desweiteren auf ein journalistisches Selbstverständnis hin, das durch die Vermittlung politischer Informationen zur Meinungsbildung geprägt ist, allerdings im Rahmen einer souveränen Programmgestaltungsfreiheit. Diese umfasse gerade auch den Aufgriff von sonst in den Medien nicht behandelten Perspektiven und die Verwendung zugespitzter Moderationsfragen, um den Talkshow-Gast zu einer pointierten Aussage zu bewegen.

Die Untersuchungsergebnisse werden im vorliegenden Studienbericht in den Kontext gängiger Modelle und Interpretationsansätze der Medienwissenschaft gestellt (Agenda Setting, Framing, Hostile Media Effekt). Die Ergebnisse sollen aber – mit den aufgrund von Methodenkritik geltenden Einschränkungen – in erster Linie die Grundlage für einen sachlichen Diskurs schaffen, der auch medienethische Fragestellungen zu Programmgestaltung und journalistischer Kommunikation umfassen sollte.

Anhang

Hinweise zu den Autor*innen	67
Literatur.....	68
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	73
Die fünf meist und am wenigsten gesehenen Sendungen (Einzeldarstellung).....	75

Hinweise zu den Autor*innen

Prof. Dr. Marc Liesching, geboren am 10. Februar 1972, lehrt an der HTWK Medientheorie und Medienrecht. Er ist Herausgeber mehrerer Gesetzeskommentare zu medienrechtlichen Themen und Mitherausgeber der Fachzeitschrift *Multimedia und Recht* (MMR, C.H. Beck). In Forschung und Lehre befasst sich Marc Liesching mit Schnittstellen der Medientheorie zu ethischen und rechtlichen Fragestellungen, insbesondere in den Kontexten Künstliche Intelligenz, Soziale Netzwerke sowie Journalistische Verantwortung im Rahmen massenmedialer Berichterstattung.

Prof. Dr. Gabriele Hooffacker, geboren am 10. Februar 1959, lehrt an der HTWK in Leipzig. Sie ist Journalistin, Autorin zahlreicher Fachbücher und Gründerin der Journalistenakademie München. Ihr Arbeitsschwerpunkt sind Online-Medien, Journalismus, Crossmedia, partizipative Formate. Sie schreibt für Online-Magazine wie *Telepolis* und *Carta.info* und Fachzeitschriften wie „M – Menschen machen Medien“ oder den „Journalist“. Gabriele Hooffacker gibt die von Walther von La Roche (1936-2010) gegründete Lehrbuch-Reihe *Journalistische Praxis* bei Springer VS heraus. Gemeinsam mit Horst Pöttker, Tanjev Schultz, Petra Herczeg und Bernhard Debatin ist sie Herausgeberin der Fachzeitschrift *Journalistik*. Gabriele Hooffacker ist Jurymitglied beim Alternativen Medienpreis.

Literatur

- Althaus, S. L., & Kim, Y. M. (2006): Priming effects in complex information environments: Reassessing the impact of news discourse on presidential approval. *Journal of Politics*, 68(4), 960-976.
- Arnold, K. (2013): Qualität im Journalismus. In: Meier, K., & Neuberger, C. (Hrsg.): *Journalismusforschung – Stand und Perspektiven*, 85-89. Baden-Baden: Nomos.
- Bartels, L. M. (2006): Priming and persuasion in presidential campaigns. In: Brady, H. E., & Johnston, R. (Hrsg.): *Capturing campaign effects*, 78-112. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Bentele, G. (1994): Objektivitätsanspruch und Glaubwürdigkeit. In: Jarren, O. (Hrsg.): *Medien und Journalismus 1*, 295-313. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brosius, H.-B. (2007): Urs Dahinden: Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation, *Publizistik*, 52, 95–96.
- Buchholz, A. (2016): Moderieren – und was Anne Will dazu sagt. In: Buchholz, A., & Schult, G. *Fernsehjournalismus – Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*, 151-165. 9. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Bulkow K. & Schweiger, W. (2013): Agenda Setting – zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess. In: Schwaiger, W., & Fahr, A.: *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 171-190.
- Bulkow, K., & Schweiger, W. (2010): Ein Blick in den Automaten – individuelle Lernprozesse als vernachlässigte Größe im Agenda-Setting-Ansatz. In: Schemer, C., Wirth, W., & Wunsch, C. (Hrsg.): *Politische Kommunikation. Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung*, 213–239. Baden-Baden: Nomos.
- Civey (2018a): Civey-Umfrage von 5034 bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Befragten im Zeitraum vom 23.2.2018 bis 2.3.2018, im Auftrag der Funke Mediengruppe.
- Civey (2018b): Civey-Umfrage von 5.063 bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Befragten im Zeitraum 2.3.2018 bis 1.6.2018. Online unter: www.civey.com (05.02.2019).
- Civey (2018c): Civey-Umfrage von 8.109 bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Befragten im Zeitraum 13.12.17 bis 3.5.18. Online unter: www.civey.com (05.02.2019).
- Cohen, B. (1963): *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Choi, J., Park, H.S., & Chang, J. (2011): Hostile Media Perception, Involvement Types and Advocacy Behaviors. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(1), 23-39.
- Davison, W. P. (1983): The Third-Person-Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- Dohle, M. (2013): *Third-Person-Effekt*. Baden-Baden: Nomos.
- Dohle, M. & Hartmann, T. (2008): Alles eine Frage hoher Reichweite? Eine experimentelle Untersuchung zur Ursache der Entstehung von Hostile-Media-Effekten. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56, 21-41.
- Dohle, M., & Vowe, G. (2010): Wahrnehmung der politischen Einflüsse von Medienangeboten. Third-Person-Effekte bei Bürgern, Journalisten und Politikern im Vergleich. In: Schemer, C., Wirt, W., & Wunsch, C. (Hrsg.): *Politische Kommunikation: Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung*, 11-30. Baden-Baden: Nomos.
- Doty, O. (2005): *The Hostile Media Effect: A State of the Art Review*. Master's thesis. Washington, DC: John Hopkins University.

- Entman, R. M. (1993): Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Faas, T., Maier, J & Maier, M. (2017): Merkel gegen Steinbrück – Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Fu, L., Yua, J., Nib, S. & Li, H. (2018): Reduced framing effect: Experience adjusts affective forecasting with losses. *Journal of Experimental Social Psychology*, 76, 231-238.
- Gäbler, B. (2017): AfD und Medien. Analyse und Handreichungen. Frankfurt am Main: Otto-Brenner-Stiftung. Online unter: www.otto-brenner-stiftung.de (05.02.2019).
- Harman, J. L., & Gonzalez, C. (2015): Allais from experience: Choice consistency, rare events, and common consequences in repeated decisions. *Journal of Behavioral Decision Making*, 28(4), 369–381.
- Hefner, D. (2012): Alltagsgespräche über Nachrichten – Medienrezeption, politische Expertise und die wissensbildende Qualität von Anschlusskommunikation, Baden-Baden: Nomos.
- Hooffacker, G., & Meier, K. (2017): La Roches Einführung in den praktischen Journalismus (20 ed.). Wiesbaden: Springer VS.
- Kahneman, D. (2011): *Thinking, fast and slow*. London: Penguin Group.
- Kaiser, R. (2014): *Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kepplinger, H. M., & Maurer, M. (2005): Abschied vom rationalen Wähler: Warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden. Freiburg [i. Br.]: Alber.
- Krämer, N. C. (2008): Hostile Media Effect. In: Krämer, N. C., Schwan, S., Unz, D., & Suckfüll, M. (Hrsg.): *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte*, 139-143. Stuttgart: Kohlhammer.
- Krause, B., & Fretwurst, B. (2007): Kurzfristige Agenda-Setting-Effekte von Fernsehnachrichten Eine Zeitreihenanalyse am Beispiel Ausländerfeindlichkeit und Rechtsradikalismus. In: Krause, B., Fretwurst, B., & Vogelgesang, J.: *Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung – Festschrift für Lutz Erbring*, 171-196. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lenz, G. S. (2009): Learning and opinion change, not priming: Reconsidering the priming hypothesis. *American Journal of Political Science*, 53(4), 821–837.
- Luhmann, N. (2009): *Die Realität der Massenmedien*. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.
- Maier, M., Stenger, K., & Marschall, J. (2010): *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Maurer, M. (2017): *Agenda-Setting*. 2. Auflage. Baden-Baden: Nomos.
- Mayring, P. (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12. Aufl. . Weinheim und Basel: Beltz.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972): The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. E. (2004): *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity.
- media control GmbH (o.D.): *TV-Ratings*. Erstellt durch: AGF/GfK-Fernsehforschung. Erworben am: 15.05.2018 (unveröffentlicht).

- Meraz, S. (2011): Using time series analysis to measure intermedia Agenda-Setting influence in traditional media and political blog networks. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88, 176-194.
- Perloff, R. M. (2002): The Third-Person-Effect. In: Bryant, J., & Zillmann, D. (Hrsg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research*, 489-506. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pöppel, E. (2010): *Der Rahmen – Ein Blick des Gehirns auf unser Ich*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Potthoff, M. (2012): *Medien-Frames und ihre Entstehung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Reese, S. D. (2007): The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57, 148-154.
- Sayre, B., Bode, L., Shah, D., Wilcox, D. & Shah, C. (2010): Agenda Setting in a Digital Age: Tracking Attention to California Proposition 8 in Social Media, Online News and Conventional News. *Policy & Internet*, 2, 7-32.
- Saxer, U. (2012): Die Objektivität publizistischer Information. In: Wagner, H.: *Objektivität im Journalismus*. Baden-Baden: Nomos.
- Schemer, C. (2013): Priming, Framing, Stereotype. In: Schwaiger, W. & Fahr, A.: *Handbuch Medienwirkungsforschung*, 153-170. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schmitt-Beck, R. (1994): Intermediation Environments of West German and East German Voters: Interpersonal Communication and Mass Communication during 419.
- Steindl, N., Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2017): Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. *Publizistik*, 62(4), 401-423.
- Sunstein, C.R. (2007): *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985): The hostile media phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577-585.
- Wanta, W., & Hu, Y.-W. (1994): Time-lag differences in the agenda-setting process: An examination of five news media. *International Journal of Public Opinion Research*, 6, 225-240.
- Wanta, W. & Ghanem, S. (2007): Effects of Agenda-Setting. In R.W. Preiss, B.M. Gayle, N. Burrell, M. Allen & J. Bryant (Hrsg.), *Mass media effects research. Advances through meta-analysis*, 37-52, New York: Routledge.
- Weaver, D. H. (1984): Media agenda-setting and public opinion: is there a link? In: Bostrom, R. W. & Westley, B. H. (Hrsg.): *Communication Yearbook 8*, 680–691. Beverly Hills: Sage.
- Wehling, E. (2016): *Politisches Framing – Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*. Köln: Herbert v. Halem Verlag.
- Wind, T. (2018): *Demoskopie, Medien und Politik – Ein Schulterschluss mit Risiken und Nebenwirkungen*, OBS-Arbeitspapier 34. Online unter: www.otto-brenner-stiftung.de (05.02.2019).
- Ziegele M., Schultz T., Jakob N., Granow V., Quiring O., & Schemer, C. (2018): Lügenpresse-Hysterie ebbt ab – Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“, *Media Perspektiven* 4, 150-162.

Weiterführende Literatur

- Brosius, H.-B. (1994): Agenda-Setting nach einem Vierteljahrhundert Forschung: Methodischer und theoretischer Stillstand? *Publizistik*, 39, 269-288.
- Bulkow, K., & Schweiger, W. (2012): Agenda Setting und Dual Processing – Varianten der Nachrichtenrezeption als Determinante im Agenda Setting. In: Jandura, O., Fahr, A., & Wünsch, C. (Hrsg.): *Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt*, 207-224. Baden-Baden: Nomos.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2010): Dynamic public opinion: communication effects over time. *American Political Science Review*, 104(4), 663-680.
- Coleman, R., & McCombs, M. (2007): The Young and Agenda-Less: Exploring Age-Related Differences in Agenda Setting on Generation X, Baby Boomers, and the Civic Generation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84, 495-508.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996): *Agenda-setting*. Thousand Oaks: Sage.
- Druckman, J. N. (2001): The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior*, 23(3), 225-256.
- Eichhorn, W. (1996): *Agenda-Setting-Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Geiss, S. (2011): Agenda Builder oder Agenda Surfer? Eine Analyse der Thematisierungsmacht der Onlinekommunikation von Politikern am Beispiel des Podcasts „Angela Merkel – die Kanzlerin direkt“. In: Haschke, J., & Moser, A. (Hrsg.): *Politik – Deutsch, Deutsch – Politik: Aktuelle Trends und Forschungsergebnisse*, 133 -155). Berlin: Frank & Timme.
- Huck, I. (2009): *Wahrnehmungen und Wahrnehmungsphänomene im Agenda-Setting-Prozess*. Baden-Baden: Nomos.
- Igartua, J.-J., & Cheng, L. (2009): Moderating effect of group cue while processing news on immigration: Is the framing effect a heuristic process? *Journal of Communication*, 59, 726-749.
- Iyengar, S. (1990): The accessibility bias in politics: Television news and public opinion. *International Journal of Public Opinion Research*, 2, 1-15.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984): Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
- Kovic, M. (2017): *Agenda-Setting zwischen Parlament und Medien*. Berlin: Springer.
- Kühne, R., Schemer, C., Matthes, J., & Wirth, W. (2011): Affective priming in political campaigns. How campaign-induced emotions prime political opinions. *International Journal of Public Opinion Research*, 23, 485-507.
- Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2011): Getting real: the duration of framing effects. *Journal of Communication*, 61, 959-983.
- Lütjens, L. (2013): *Entwicklungspolitisches Agenda-Setting – Eine Untersuchung des veränderten Stellenwerts der Entwicklungspolitik auf der deutschen Politikagenda*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Matthes, J. (2007): *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen von Rezipienten*. München: Reinhard Fischer.
- Matthes, J. (2008): Media Frames and Political Judgments. Exploring the Boundaries of Framing Effects in a Two-Wave Panel Study. *Studies in Communication Sciences*, 8, 101-128.

- Matthes, J. (2009): What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367.
- Matthes, J. (2014): *Framing*. Baden-Baden: Nomos.
- McCombs, M. E. (1977): Newspaper vs. television. In: Shaw, D. L., & McCombs, M. E. (Hrsg.): *The Emergence of American Political Issues*, 89-105. St. Paul: West Publishing.
- McCombs, M. E. (1977): Agenda setting function of mass media. *Public Relations Review*, 3, 89-95.
- McCombs, M. E., & Reynolds, A. (2009): How the news shapes our civic agenda. In: Bryant, J., & Oliver, M. B. (Hrsg.): *Media effects. Advances in theory and research*, 1-17. New York: Routledge.
- Price, V., & Tewksbury, D. (1997): News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. In: Barnett, G. A., & Boster, F. J. (Hrsg.): *Progress in the communication sciences*, 173-212. New York: Ablex.
- Roskos-Ewoldsen, D. R., Klinger, M. R., & Roskos-Ewoldsen, B. (2007): Media priming: A meta-analysis. In: Preiss, R. W., Gayle, B. M., Burrell, N., Allen, M., & Bryant, J. (Hrsg.): *Mass media effects research. Advances through meta-analysis*, 53-80. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rössler, P. (1997): *Agenda Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. Opladen: Westdeutscher.
- Rössler, P. (2006): „Erst mal sehen, was die anderen machen.“ Vielfalt als Qualitätsmerkmal vs. mediale Koorientierung im journalistischen Alltag. In: Weischenberg, S., Loosen, W., & Beuthner, M. (Hrsg.): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*, 223-244. Konstanz: UVK.
- Schemer, C. (2012): The influence of news media on stereotypic attitudes toward immigrants in a political campaign. *Journal of Communication*, 62, 739-757.
- Schemer, C., Wirth, W., & Matthes, J. (2012): Value resonance and value framing effects on voting intentions in direct-democratic campaigns. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 334-352.
- Scheufele, B. (2004): Framing-Effekte auf dem Prüfstand. Eine theoretische, methodische und empirische Auseinandersetzung mit der Wirkungsperspektive des Framing-Ansatzes. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 52(1), 30-55.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007): Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, 9-20.
- Schmitt, K. M., Gunther, A. C., & Liebhart, J. L. (2004): Why Partisans See Mass Media as Biased. *Communication Research*, 31, 623-641.
- Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2006): Between risk and opportunity. News framing and its effects on public support for EU enlargement. *European Journal of Communication*, 21(1), 5-32.
- Schweiger, W., & Weihermüller, M. (2008): Öffentliche Meinung als Online-Diskurs – ein neuer empirischer Zugang. *Publizistik*, 53(4), 535-559.
- Slothuus, R. (2008): More than weighing cognitive importance: A dual-process model of issue framing effects. *Political Psychology*, 29(1), 1-28.
- Takeshita, T. (2005): Current Critical Problems In Agenda-Setting Research. *International Journal of Public Opinion Research*, 3, 275-296.
- Waldherr, A. (2011): *Die Dynamik der Medienaufmerksamkeit – Ein Simulationsmodell*. Baden-Baden: Nomos.

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildung 4.1.a: Kategorisierung der Erstsendeminuten aller untersuchten Sendungen nach Sachthemen	20
Abbildung 4.2.a: Kategorisierung der Erstsendeminuten des „TV-Duell Merkel/Schulz“ nach Sachthemen	25
Abbildung 4.3.a: Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Wahlsendungen nach Sachthemen	28
Abbildung 4.3.b: Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Polit-Talksendungen nach Sachthemen	29
Abbildung 4.3.c: Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Polit-Magazine nach Sachthemen	32
Abbildung 4.3.d: Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Dokumentationen zur Bundestagswahl nach Sachthemen	35
Abbildung 4.4.a: Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf meistgesehenen Sendungen nach Sachthemen	40
Abbildung 4.4.b: Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf am wenigsten gesehenen Sendungen nach Sachthemen	41
Abbildung 6.a: Kategorisierung der Moderator(inn)enfragen als neutral/suggestiv (Wahlsendungen).....	51
Abbildung 6.b: Kategorisierung der Moderator(inn)enfragen als neutral/suggestiv (Polit-Talksendungen)	52
Abb. Anhang.a: Auswertung <i>Anne Will</i> (03.09.2017) – Marktanteil 26,3% (Platz 2) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“	77
Abb. Anhang.b: Auswertung <i>Hart aber fair</i> (18.09.2017) – Marktanteil 17,7% (Platz 3) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“	78
Abb. Anhang.c: Auswertung <i>Maybrit Illner</i> (24.08.2017) – Marktanteil 16,3% (Platz 4) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“	81
Abb. Anhang.d: Auswertung <i>Hart aber fair</i> (11.09.2017) – Marktanteil 15,1% (Platz 5) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“	84
Abb. Anhang.e: Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (17.09.2017) – Marktanteil 5,8% (Platz 56) und Sendekategorie „Polit-Magazin“	87
Abb. Anhang.f: Auswertung <i>Die Wahl und das Netz</i> (04.09.2017) – Marktanteil 6,0% (Platz 55) und Sendekategorie „Dokumentation“	90
Abb. Anhang.g: Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (03.09.2017) – Marktanteil 6,4% (Platz 54) und Sendekategorie „Polit-Magazin“	93
Abb. Anhang.h: Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (10.09.2017) – Marktanteil 7,0% (Platz 53) und Sendekategorie „Polit-Magazin“	96
Abb. Anhang.i: Auswertung <i>ARD Wahlcheck</i> (28.08.2017) – Marktanteil 7,1% (Platz 52) und Sendekategorie „Dokumentation“	99

Tabelle 3.1:	Ausgewertete Sendungen.....	11
Tabelle 4.1.a:	Kategorisierung der Erstsendeminuten aller untersuchten Sendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien).....	21
Tabelle 4.2.a:	Kategorisierung der Erstsendeminuten des „TV-Duell Merkel/Schulz“ nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien).....	23
Tabelle 4.3.a:	Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Wahlsendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien).....	26
Tabelle 4.3.b:	Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Polit-Talksendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien).....	30
Tabelle 4.3.c:	Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Polit-Magazine nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien).....	33
Tabelle 4.3.d:	Kategorisierung der Erstsendeminuten der untersuchten Dokumentationen zur Bundestagswahl nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)	36
Tabelle 4.4.a:	Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf meistgesehenen Sendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien).....	38
Tabelle 4.4.b:	Kategorisierung der Erstsendeminuten der fünf am wenigsten gesehenen Sendungen nach Sachthemen (Ober- und Unterkategorien)	42
Tab. Anhang.a:	Auswertung <i>Anne Will</i> (03.09.2017) – Marktanteil 26,3% (Platz 2) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)	75
Tab. Anhang.b:	Auswertung <i>Hart aber fair</i> (18.09.2017) – Marktanteil 17,7 % (Platz 3) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)	79
Tab. Anhang.c:	Auswertung <i>Maybrit Illner</i> (24.08.2017) – Marktanteil 16,3 % (Platz 4) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)	82
Tab. Anhang.d:	Auswertung <i>Hart aber fair</i> (11.09.2017) – Marktanteil 15,1 % (Platz 5) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)	85
Tab. Anhang.e:	Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (17.09.2017) – Marktanteil 5,8 % (Platz 56) und Sendekategorie „Polit-Magazin“ (Ober- und Unterkategorien)	88
Tab. Anhang.f:	Auswertung <i>Die Wahl und das Netz</i> (04.09.2017) – Marktanteil 6,0 % (Platz 55) und Sendekategorie „Dokumentation“ (Ober- und Unterkategorien).....	91
Tab. Anhang.g:	Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (03.09.2017) – Marktanteil 6,4 % (Platz 54) und Sendekategorie „Polit-Magazin“ (Ober- und Unterkategorien)	94
Tab. Anhang.h:	Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (10.09.2017) – Marktanteil 7,0 % (Platz 53) und Sendekategorie „Polit-Magazin“ (Ober- und Unterkategorien)	97
Tab. Anhang.i:	Auswertung <i>ARD Wahlcheck</i> (28.08.2017) – Marktanteil 7,1 % (Platz 52) und Sendekategorie „Dokumentation“ (Ober- und Unterkategorien).....	100

Die fünf meist und am wenigsten gesehenen Sendungen (Einzeldarstellung)

Die fünf meistgesehenen Sendungen (Einzeldarstellung)

Das TV-Duell – Merkel-Schulz

Die Auswertung zum *TV-Duell* vom 03.09.2017 (20.15 Uhr, ARD) aus der Sendekategorie „Wahlsendungen“ ist im Kapitel 4.2 aufgeführt und wird hier lediglich unter Einbeziehung der Marktanteile aufgelistet. Das *TV-Duell* erreichte mit 26,4 % den vergleichsweise höchsten Marktanteil.

Anne Will (03.09.2017)

Die Sendung *Anne Will* vom 03.09.2017 (21.53 Uhr, ARD), zugehörig zur Sendekategorie „Polit-Talksendungen“, weist mit 26,3 % den zweithöchsten Marktanteil auf. Es liegt eine konzentrierte Themenauswahl beste-

hend aus „Wahlkampf“ mit 33,79 %, „Politiker“ mit 26,78 %, „Meta-Thema/Phänomene“ mit 24,44 % und „Politische Partei“ mit 6,10 % vor. Den Fokus der Wahlkampfthemen bilden Wählermeinungen (14,38 %), Kommunikation im Wahlkampf (11,16 %) und die Formatkritik am TV-Duell (7,85 %). Zugehörig zur Kategorie „Politiker“ werden ausschließlich „SPD-Politiker“ (15,02 %) und „CDU/CSU-Politiker“ (11,77 %) thematisiert. Vorwiegender Gesprächsgegenstand im Bereich der Meta-Themen und Phänomene ist die Debattenkultur (20,13 %). Den alleinigen Schwerpunkt des Themenfeldes „Politische Partei“ bildet die SPD (6,10 %). Zusammengefasst werden vier von insgesamt 14 Themenbereichen angesprochen. Einen Anteil von 8,89 % nehmen nicht kategorisierte Inhalte ein.

Tabelle Anhang.a								
Auswertung <i>Anne Will</i> (03.09.2017) – Marktanteil 26,3 % (Platz 2) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)								
Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:00	0,00 %	Migration	00:00:00	0,00 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:00:00	0,00 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

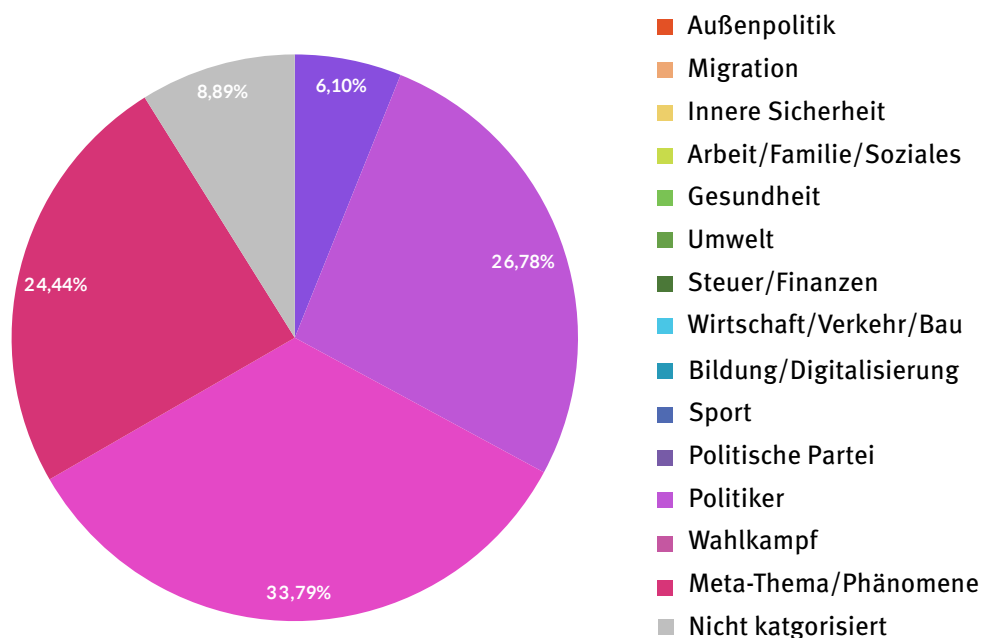
Arbeit/Familie/ Soziales			Gesundheit			Umwelt		
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerech- tigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundein- kommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Steuer/ Finanzen			Wirtschaft/ Verkehr/Bau			Bildung/ Digitalisierung		
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrs- sicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Trans- ferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucher- schutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschafts- entwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU- Politiker	00:07:22	11,77 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:03:49	6,10 %	SPD-Politiker	00:09:24	15,02 %
			AfD	00:00:00	0,00 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:00	0,00 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf	00:21:09	33,79 %	Meta-Thema/Phänomene	00:15:18	24,44 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:12:36	20,13 %
Kommunikation	00:06:59	11,16 %	Glaubwürdigkeit	00:00:29	0,77 %
Mögliche Koalitionen	00:00:15	0,40 %	Politikabwendung	00:02:13	3,54 %
Wählermeinung	00:09:00	14,38 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:04:55	7,85 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung Anhang.a

Auswertung Anne Will (03.09.2017) – Marktanteil 26,3 % (Platz 2) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“



Quelle: Eigene Darstellung.

Hart aber fair (18.09.2017)

Mit einem Marktanteil von 17,7% erreicht *Hart aber fair* vom 18.09.2017 (21.33 Uhr, ARD), eine Polit-Talksendung, die dritthöchste Reichweite bezüglich der Zuschauerzahl. Der Fokus liegt mit 66,27% auf der Thematik „Migration“, wobei „Zuwanderung“ (30,51%), „Abschiebung“ (18,02%) und „Integration“ (15,02%) den Großteil ausmachen. Mit großem Abstand zum Sujet „Migration“ folgen „Innere Sicherheit“ mit 8,18% und „Politische Partei“ mit 6,59%.

Ausschließliches Gesprächsthema bezüglich der inneren Sicherheit bildet die Kriminalität (8,18%). Die Subthemenverteilung der politischen Parteien zeigt eine primäre Thematisierung der AfD (4,78%). Nicht in der Sendung aufgegriffen werden die Bereiche „Gesundheit“, „Umwelt“, „Steuer/Finanzen“, „Wirtschaft/Verkehr/Bau“, „Bildung/Digitalisierung“ und „Sport“. Die verbleibenden Kategorien bilden lediglich einen geringen Prozentsatz.

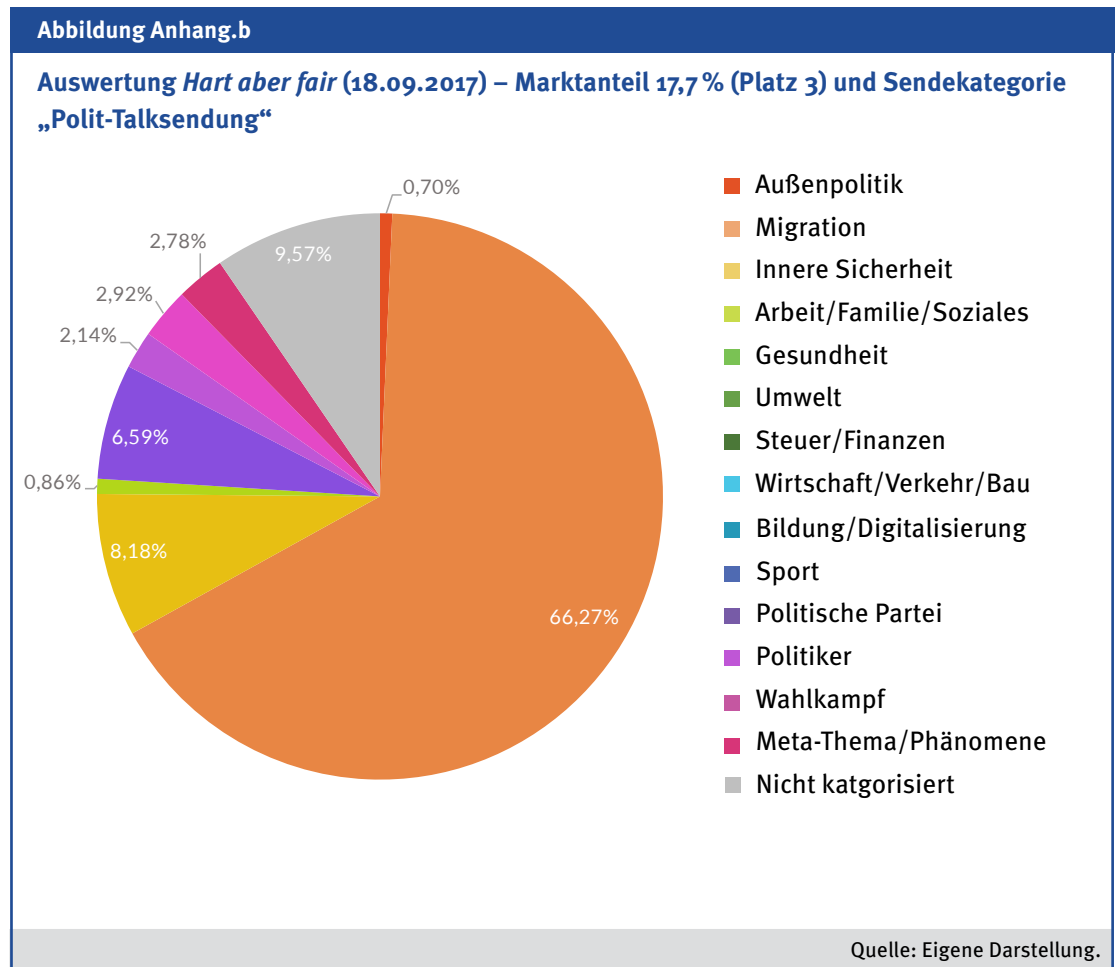


Tabelle Anhang.b

Auswertung *Hart aber fair* (18.09.2017) – Marktanteil 17,7% (Platz 3) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:25	0,70 %	Migration	00:39:43	66,27 %	Innere Sicherheit	00:04:54	8,18 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:18:17	30,51 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:09:00	15,02 %	Kriminalität	00:04:54	8,18 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:10:48	18,02 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:59	1,64 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:39	1,08 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:25	0,70 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	00:00:31	0,86 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:00:31	0,86 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:01:01	1,70 %	CDU/CSU-Politiker	00:00:44	1,22 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:03:49	6,10 %	SPD-Politiker	00:00:13	0,36 %
			AfD	00:02:52	4,78 %	AfD-Politiker	00:00:20	0,56 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:04	0,11 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene					
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:00:00	0,00 %			
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %			
Mögliche Koalitionen	00:00:00	0,00 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %			
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/Fremdenfeindlichkeit	00:01:40	2,78 %			
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %			
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:01:45	2,92 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %			

Quelle: Eigene Darstellung.

Maybrit Illner (24.08.2017)

Die Polit-Talksendung *Maybrit Illner* vom 24.08.2017 (22.15 Uhr, ZDF) belegt mit 16,3% Platz vier hinsichtlich der Marktanteile. Bei der Themenverteilung bildet „Außenpolitik“ mit 75,22% den Schwerpunkt. Dabei ist der gesamte außenpolitische Inhalt der Thematik Erdogan/Türkei zuzuordnen (75,22%). Die restlichen Prozente verteilen sich auf die drei Ka-

tegorien „Wahlkampf“ mit 11,74%, „Innere Sicherheit“ mit 6,96% und „Politiker“ mit 4,69%. Im Gespräch um den Wahlkampf und die Politiker findet keine nähere Spezifikation dieser beiden Themen statt. Im Kontext der inneren Sicherheit wird alleinig die Thematik „Islamismus“ (6,96%) angesprochen. In der gesamten Sendung sind mithin vier der 14 Themenbereiche Gegenstand der Diskussion.

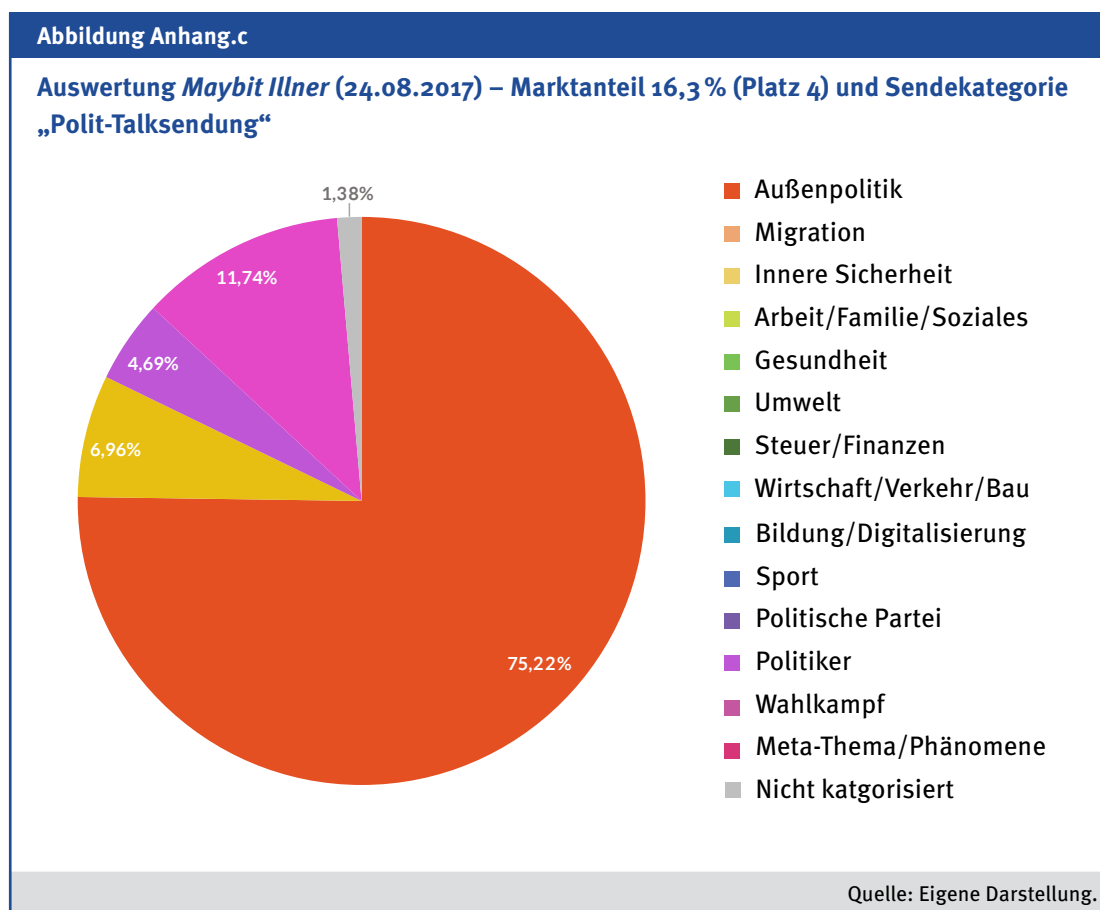


Tabelle Anhang.c
Auswertung Maybit Illner (24.08.2017) – Marktanteil 16,3 % (Platz 4) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:48:04	75,22 %	Migration	00:00:00	0,00 %	Innere Sicherheit	00:04:27	6,96 %
Erdogan/Türkei	00:48:04	75,22 %	Zuwanderung	00:00:00	0,00 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:04:27	6,96 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	00:00:00	0,00 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/ Finanzen	00:00:00	0,00 %	Wirtschaft/ Verkehr/Bau	00:00:00	0,00 %	Bildung/ Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport	00:00:00	0,00 %	Politische Partei	00:00:00	0,00 %	Politiker	00:03:00	4,69 %
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU-Politiker	00:00:00	0,00 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:00:00	0,00 %	SPD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			AfD	00:00:00	0,00 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:00	0,00 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:03:00	4,69 %

Wahlkampf	00:07:30	11,74 %	Meta-Thema/Phänomene	00:00:00	0,00 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:12:36	0,00 %
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:29	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:00:00	0,00 %	Politikabwendung	00:02:13	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:07:30	11,74 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Hart aber fair (11.09.2017)

Mit 15,1% erreicht *Hart aber fair* vom 11.09.2017 (21.33 Uhr, ARD) den fünft höchsten Marktanteil. Der Schwerpunkt der Polit-Talksendung liegt auf den beiden Themen „Steuer/Finanzen“ mit 45,84% und „Arbeit/Familie/Soziales“ mit 35,36%. Einen großen Anteil rund um Steuern und Finanzen besitzen

steuerliche Themen (38,86%). Innerhalb der Kategorie „Arbeit/Familie/Soziales“ dominieren die beiden Unterbereiche „Wohnen“ (18,50%) und „Rente“ (15,65%). Die übrigen drei der insgesamt fünf besprochenen Hauptkategorien bilden „Wahlkampf“ mit 5,67%, „Politische Partei“ mit 2,11% und „Bildung/Digitalisierung“ mit 0,27%.

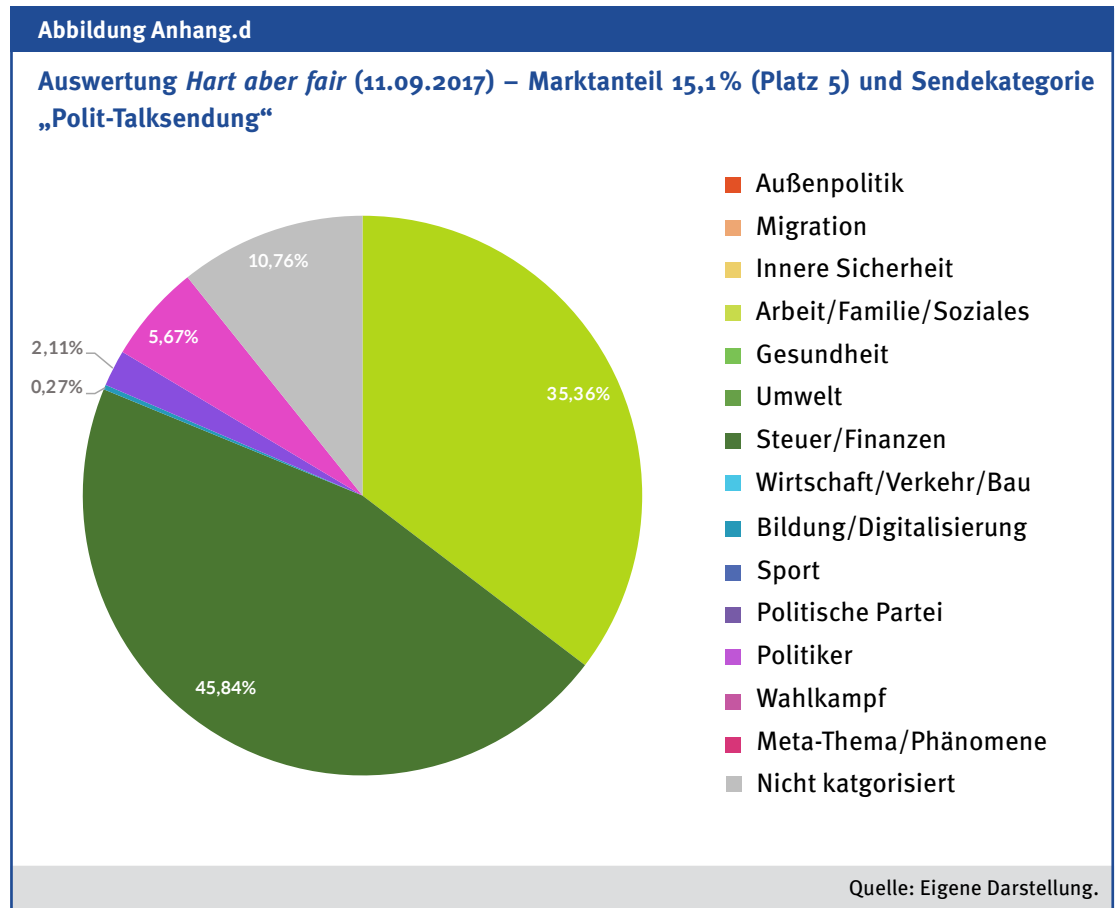


Tabelle Anhang.d

Auswertung *Hart aber fair* (11.09.2017) – Marktanteil 15,1% (Platz 5) und Sendekategorie „Polit-Talksendung“ (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:00	0,00 %	Migration	00:00:00	0,00 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:00:00	0,00 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	00:21:32	35,36 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:17	0,47 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:09:32	15,65 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:11:16	18,50 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:12	0,33 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:15	0,41 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer/Finanzen	00:27:55	45,84 %	Wirtschaft/Verkehr/Bau	00:00:00	0,00 %	Bildung/Digitalisierung	00:00:10	0,27 %
Steuer	00:23:40	38,86 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:06	0,16 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:10	0,27 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:04:09	6,81 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
Sport	00:00:00	0,00 %	Politische Partei	00:01:17	2,11 %	Politiker	00:00:00	0,00 %
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:39	1,07 %	CDU/CSU-Politiker	00:00:00	0,00 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:00:12	0,33 %	SPD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			AfD	00:00:00	0,00 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:26	0,71 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:00	0,00 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
Wahlkampf	00:03:27	5,67 %	Meta-Thema/Phänomene	00:00:00	0,00 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:00:00	0,00 %
Kommunikation	00:02:49	4,63 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:00:38	1,04 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Die fünf am wenigsten gesehenen Sendungen (Einzeldarstellung)

Bericht aus Berlin (17.09.2017)

Mit 5,8 % Marktanteil hat das Polit-Magazin *Bericht aus Berlin* vom 17.09.2017 (18.30 Uhr, ARD) die geringste Reichweite der in der Studie untersuchten TV-Sendungen. Am längsten besprochen werden hier Inhalte zum Wahlkampf mit 52,72 % Anteil an der gesamten Sendedauer, wobei ausschließlich der darunterfallende Bereich „Mögliche Koalitionen“ (52,72 %) behandelt wird. Auf die nachfolgenden Sujets „Gesundheit“ mit 6,71 %, „Umwelt“ mit 9,39 % und „Politische Partei“ mit 10,90 % entfallen dementsprechend ge-

ringere Prozentwerte. Standen bei der Thematik „Gesundheit“ ausnahmslos die „Krankenkassen“ (6,71 %) im Fokus, so ist das Thema „Umwelt“ vorrangig durch die Energiepolitik (8,30 %), sowie im geringen Anteil durch den Tierschutz (1,09 %) vertreten. In der Diskussion um die politischen Parteien ist die AfD (8,55 %) das längste Gesprächsthema, gefolgt von den ebenfalls aufgegriffenen Parteien FDP (1,51 %) und die Grünen (0,84 %). In etwa gleicher Verteilung treten anschließend „Meta-Thema/Phänomene“ mit 2,93 %, „Migration“ mit 2,85 %, „Politiker“ mit 2,51 % und „Arbeit/Familie/Soziales“ mit 2,10 % auf. Der Anteil nicht kategorisierter Sendeinhalte beträgt 9,89 %.

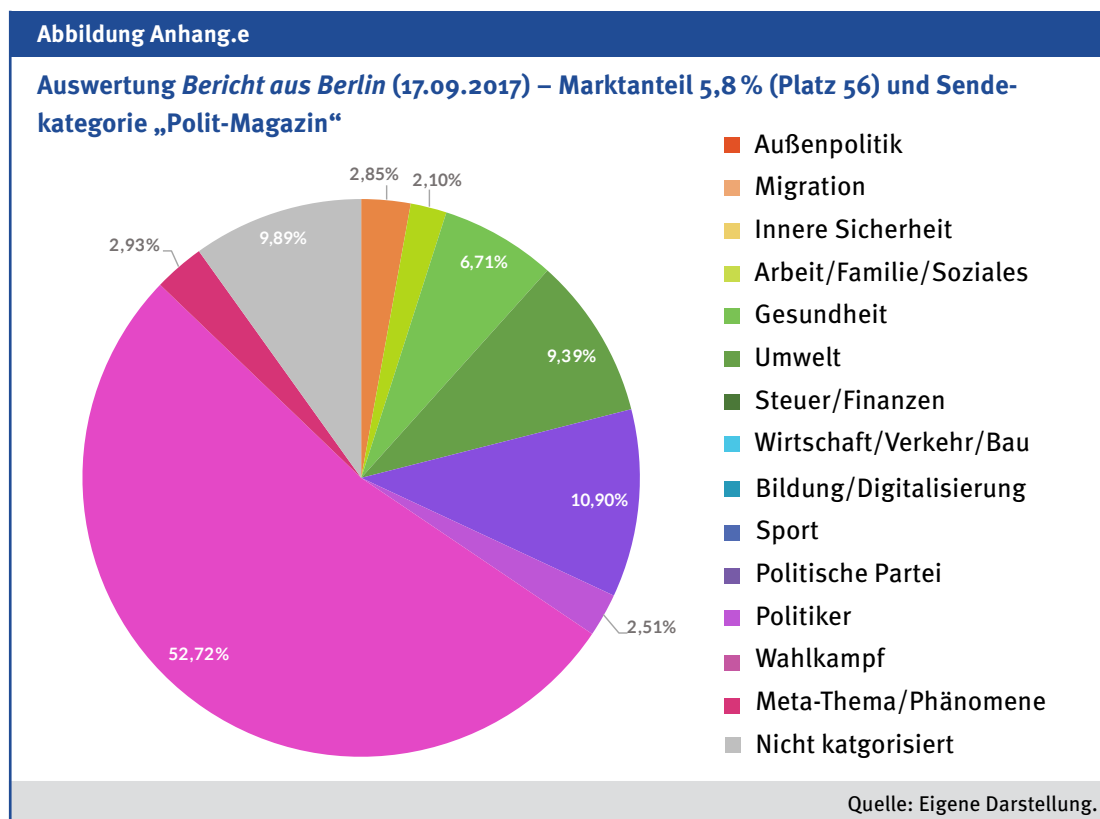


Tabelle Anhang.e								
Auswertung <i>Bericht aus Berlin</i> (17.09.2017) – Marktanteil 5,8 % (Platz 56) und Sendekategorie „Polit-Magazin“ (Ober- und Unterkategorien)								
Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:00	0,00 %	Migration	00:00:34	2,85 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:00:34	2,85 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Arbeit/Familie/Soziales	00:00:25	2,10 %	Gesundheit	00:01:20	6,71 %	Umwelt	00:01:52	9,39 %
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:01:20	6,71 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:01:39	8,30 %
Wohnen	00:00:25	2,10 %				Tierschutz	00:00:13	1,09 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/ Finanzen	00:00:00	0,00 %	Wirtschaft/ Verkehr/Bau	00:00:00	0,00 %	Bildung/ Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport	00:00:00	0,00 %	Politische Partei	00:02:10	10,90 %	Politiker	00:00:30	2,51 %
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU-Politiker	00:00:00	0,00 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:00:00	0,00 %	SPD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			AfD	00:01:42	8,55 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:18	1,51 %	FDP-Politiker	00:00:15	1,26 %
			Grüne	00:00:10	0,84 %	Grünen-Politiker	00:00:15	1,26 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf	00:10:29	52,72 %	Meta-Thema/Phänomene	00:00:35	2,93 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:00:35	2,93 %
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:10:29	52,72 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Wahl und das Netz (04.09.2017)

Auf die Dokumentation *Die Wahl und das Netz* vom 04.09.2017 (23.05 Uhr, ARD) entfallen 6,0 %, was für eine geringe Reichweite spricht. Insgesamt behandelt werden fünf der für die Studie vorgegebenen 14 Hauptkategorien. Der Großteil der Sendedauer wird durch die Themenkomplexe „Wahlkampf“ mit 32,40 %, „Politiker“ mit 29,73 % und „Politische Partei“ mit 23,92 % in Anspruch genommen. Den Schwerpunkt hinsichtlich des Wahlkampfes bildet die inhaltliche Auseinandersetzung mit diesem im Kontext des Web 2.0 (18,99 %). Überdies wird auf die Kommunikation im Wahlkampf (9,44 %) eingegangen. Pluralistisch fallen die Subthemen für den Bereich „Politiker“

aus. So werden die Politikerinnen und Politiker der Volksparteien CDU/CSU (7,83 %) und SPD (7,03 %), wie auch die AfD (5,88 %) und FDP (8,98 %) mit annähernd gleichen Prozentwerten thematisiert. In Bezug auf die politischen Parteien erhalten die CDU/CSU (6,15 %) und die Grünen (7,83 %) die längste Sendedauer, gefolgt von der Linken (5,69 %) und der SPD (4,24 %). Weitere Themen der Sendung sind „Bildung/Digitalisierung“ mit 8,37 %, wobei alleinig die Digitalisierung beleuchtet wird, sowie „Meta-Themen/Phänomene“ mit 4,36 %, konzentriert auf das Subthema „Glaubwürdigkeit“. In den Bereich der nicht kategorisierten Inhalte fällt schließlich die restliche Sendedauer mit anteilig 1,22 %.

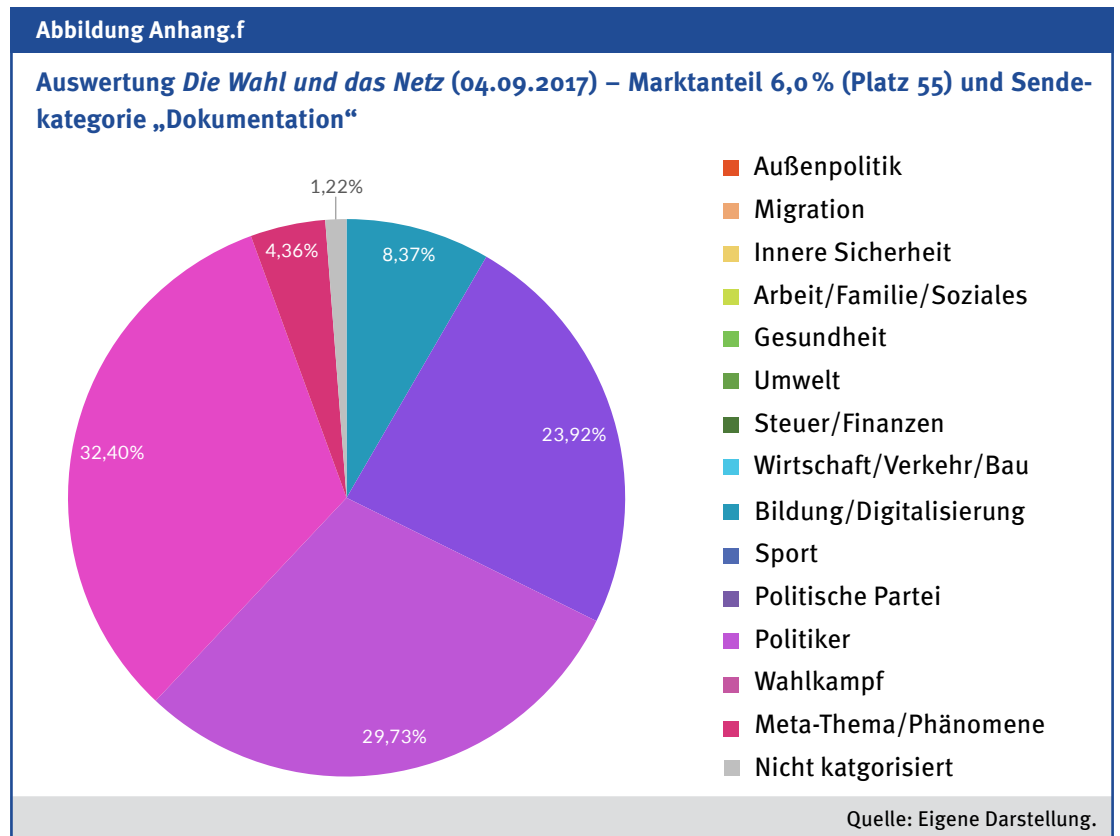


Tabelle Anhang.f								
Auswertung <i>Die Wahl und das Netz</i> (04.09.2017) – Marktanteil 6,0% (Platz 55) und Sendekategorie „Dokumentation“ (Ober- und Unterkategorien)								
Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:00	0,00 %	Migration	00:00:00	0,00 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:00:00	0,00 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Arbeit/Familie/Soziales			Gesundheit			Umwelt		
Arbeit/Familie/Soziales	00:00:00	0,00 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:03:39	8,37 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:02:41	6,15 %	CDU/CSU-Politiker	00:03:25	7,83 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:01:51	4,24 %	SPD-Politiker	00:03:04	7,03 %
			AfD	00:00:00	0,00 %	AfD-Politiker	00:02:34	5,88 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:03:55	8,98 %
			Grüne	00:03:25	7,83 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:02:29	5,69 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
im Web 2.0	00:08:17	18,99 %	Debattenkultur	00:00:00	0,00 %
Kommunikation	00:04:07	9,44 %	Glaubwürdigkeit	00:01:54	4,36 %
Mögliche Koalitionen	00:00:00	0,00 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:01:44	3,97 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Bericht aus Berlin (03.09.2017)

Ebenfalls zu den Sendungen mit geringem Marktanteil gehört mit 6,4 % das Polit-Magazin *Bericht aus Berlin* vom 03.09.2017 (18.29 Uhr, ARD). Es werden darin vier der 14 Sujets aufgegriffen, wenngleich sich mit 40,39 % anteiliger Sendedauer eine Prävalenz für das Thema „Politiker“ herausstellt. Als subsumierte Themen treten diesbezüglich „CDU/CSU-Politiker“ (25,02 %) und „SPD-Politiker“ (15,36 %) auf. Mit etwa gleicher Verteilung schließen sich

die Oberkategorien „Wahlkampf“ mit 20,72 % und „Meta-Themen/Phänomene“ mit 19,49 % an. Beide greifen jeweils nur eine zugehörige Unterkategorie auf, allgemeine Inhalte zum Wahlkampf (20,72 %) und „Debattenkultur“ (19,49 %) als Meta-Thema. Am verhältnismäßig kürzesten thematisiert werden die politischen Parteien mit 8,34 %, verteilt auf „Grüne“ (3,95 %) und „Linke“ (4,39 %). Nicht kategorisierte Inhalte sind mit einem Anteil von 11,06 % der Sendedauer vorhanden.

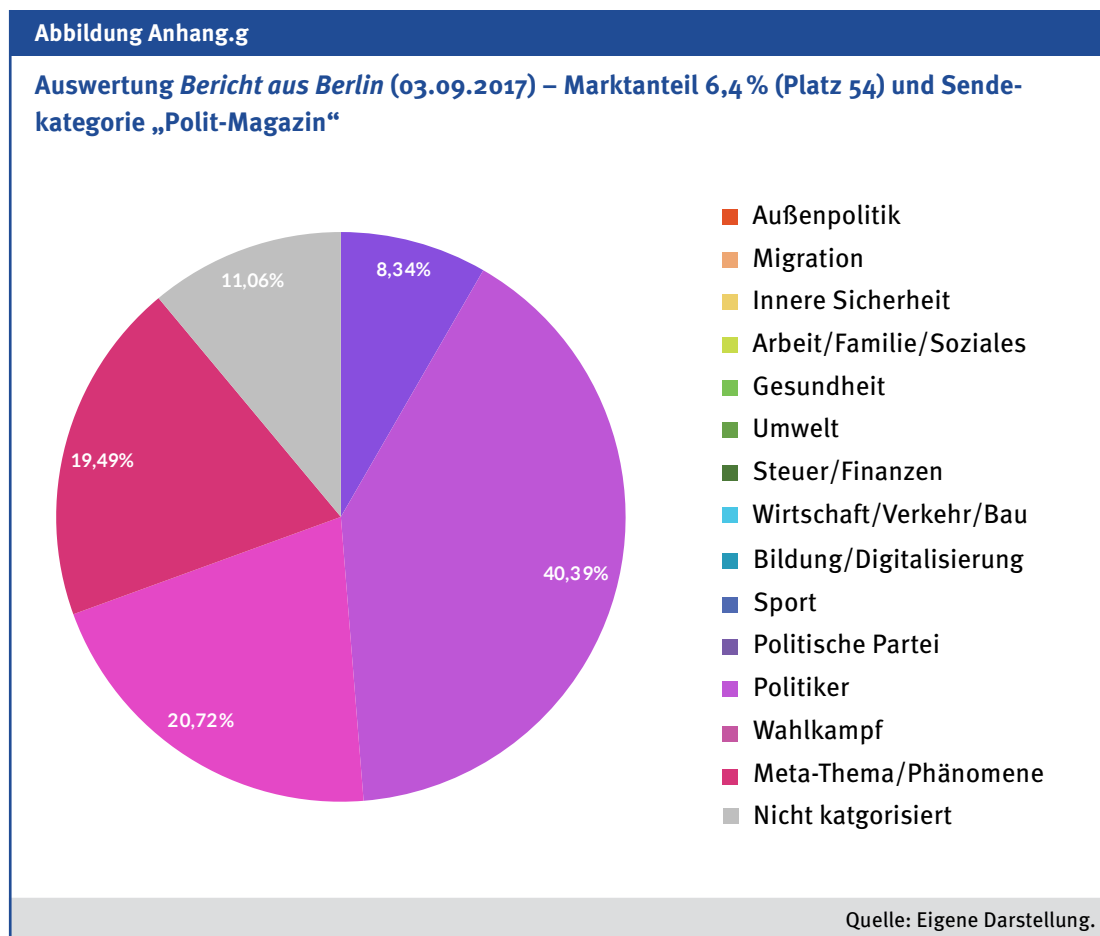


Tabelle Anhang.g								
Auswertung Bericht aus Berlin (03.09.2017) – Marktanteil 6,4 % (Platz 54) und Sendekategorie „Polit-Magazin“ (Ober- und Unterkategorien)								
Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:00	0,00 %	Migration	00:00:00	0,00 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:00:00	0,00 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Arbeit/Familie/Soziales	00:00:00	0,00 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/ Finanzen	00:00:00	0,00 %	Wirtschaft/ Verkehr/Bau	00:00:00	0,00 %	Bildung/ Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport	00:00:00	0,00 %	Politische Partei	00:01:35	8,34 %	Politiker	00:07:40	40,39 %
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU-Politiker	00:04:45	25,02 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:00:00	0,00 %	SPD-Politiker	00:02:55	15,36 %
			AfD	00:00:00	0,00 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:45	3,95 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:50	4,39 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf	00:03:56	20,72 %	Meta-Thema/Phänomene	00:03:42	19,49 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:03:42	19,49 %
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:00:00	0,00 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:03:56	20,72 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

Bericht aus Berlin (10.09.2017)

Über eine geringe Reichweite, ersichtlich aus dem Marktanteil von 7,0%, verfügt auch das Polit-Magazin *Bericht aus Berlin* des 10.09.2017 (18.29 Uhr, ARD). Das Gros der Sendedauer behandelt den Themenkomplex „Außenpolitik“ mit 48,80%, vorrangig mit dem untergeordneten Bereich „Erdogan/Türkei“ (41,25%), ergänzt um den Sachverhalt „Europa/EU“ (7,55%). Mit etwa einem Drittel der Sendedauer schließt sich das Thema „Politische Partei“ mit 30,29% an. Unter diesem Gesichtspunkt wird vor allem die Linke (28,18%) beleuchtet, mit einem geringen Prozentwert ist die AfD

(2,12%) vertreten. Weiterführend werden die Sujets „Wahlkampf“ mit 8,56%, sowie „Arbeit/Familie/Soziales“ mit 8,47% in annähernd gleichen Anteilen thematisiert. Im Kontext des Wahlkampfes werden ausschließlich mögliche Koalitionen (8,56%) besprochen, wohingegen beim Thema „Arbeit/Familie/Soziales“ die Inhalte zur Arbeit (8,47%) den alleinigen Schwerpunkt darstellen. Den Abschluss bildet die Kategorie „Politiker“, welche mit 1,75% einen relativ geringen Anteil an der Sendung einnimmt. Insgesamt werden folglich fünf der 14 Kategorien aufgegriffen, zuzüglich der 2,12% Sendeinhalte, die nicht kategorisiert sind.

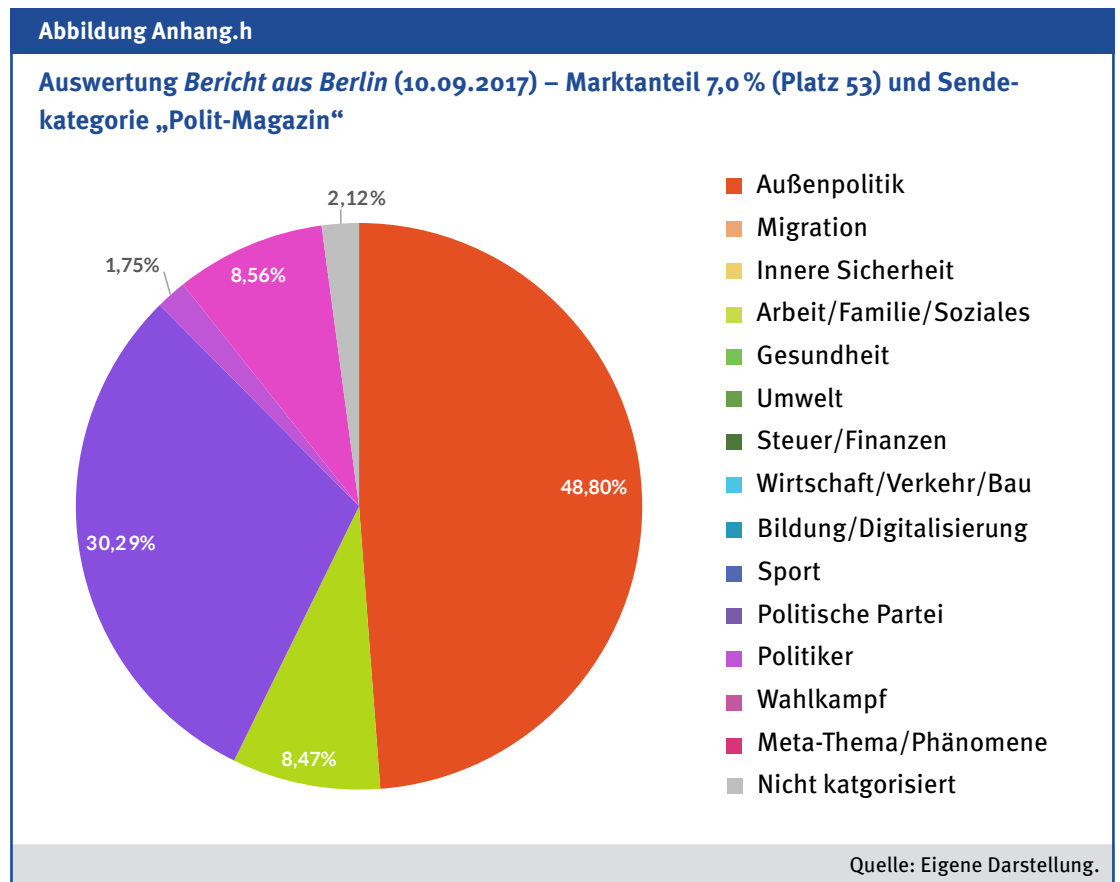


Tabelle Anhang.h

Auswertung Bericht aus Berlin (10.09.2017) – Marktanteil 7,0 % (Platz 53) und Sendekategorie „Polit-Magazin“ (Ober- und Unterkategorien)

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:08:50	48,80 %	Migration	00:00:00	0,00 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:07:28	41,25 %	Zuwanderung	00:00:00	0,00 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:00:00	0,00 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:00:00	0,00 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:01:22	7,55 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Arbeit/Familie/Soziales	00:01:32	8,47 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:01:32	8,47 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:00:00	0,00 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

AGENDA-SETTING BEI ARD UND ZDF?

Steuer/Finanzen			Wirtschaft/Verkehr/Bau			Bildung/Digitalisierung		
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:00:00	0,00 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU-Politiker	00:00:12	1,10 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:00:00	0,00 %	SPD-Politiker	00:00:03	0,28 %
			AfD	00:00:23	2,12 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:00	0,00 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:05:06	28,18 %	Linke-Politiker	00:00:04	0,37 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:00:00	0,00 %
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:01:33	8,56 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

ARD Wahlcheck (28.08.2017)

Als letzte der TV-Sendungen mit niedrigem Marktanteil wird die Dokumentation *ARD Wahlcheck* vom 28.08.2017 (20.16 Uhr, ARD) mit 7,1% betrachtet. Mit drei von insgesamt 14 in der Studie festgelegten Themenkomplexen ist eine deutliche Schwerpunktsetzung erkennbar. Diese umfasst Inhalte zu Bildung und Digitalisierung mit 34,50%, Migration mit 32,58% sowie Arbeit, Familie und Soziales mit 29,24%. Bei Bildung und Digitalisierung liegt

eine Konzentration auf einem einzigen Unterbereich, „Schulen“ (34,50%), vor. Gleiches gilt für „Arbeit/Familie/Soziales“ mit dem Fokus auf „Rente“ (29,24%). Im Dialog zur Migration besteht eine heterogene Aufteilung. In erster Linie wird dabei die Integration (21,79%) besprochen. Ferner werden Inhalte zu Zuwanderung (6,66%) und Abschiebung (3,15%), sowie allgemeine Aussagen zur Migration (0,81%) thematisiert. Der Anteil nicht kategorisierter Sendehalte liegt bei 3,68%.

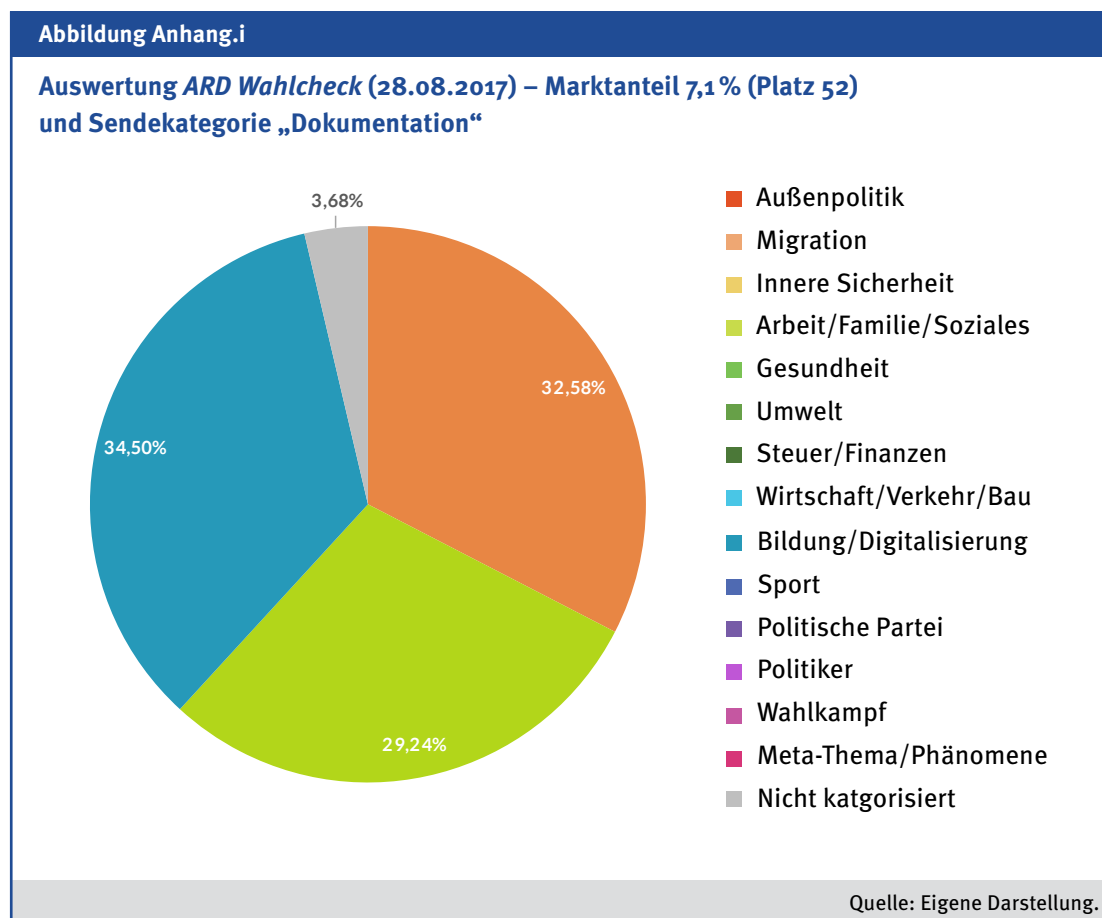


Tabelle Anhang.i								
Auswertung ARD Wahlcheck (28.08.2017) – Marktanteil 7,1% (Platz 52) und Sendekategorie „Dokumentation“ (Ober- und Unterkategorien)								
Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil	Thema	h:min:sec	Anteil
Außenpolitik	00:00:00	0,00 %	Migration	00:19:30	32,58 %	Innere Sicherheit	00:00:00	0,00 %
Erdogan/Türkei	00:00:00	0,00 %	Zuwanderung	00:03:59	6,66 %	Terrorismus	00:00:00	0,00 %
Trump/USA	00:00:00	0,00 %	Obergrenze	00:00:00	0,00 %	Islamismus	00:00:00	0,00 %
Nordkorea	00:00:00	0,00 %	Integration	00:13:09	21,97 %	Kriminalität	00:00:00	0,00 %
Nahost-Konflikt	00:00:00	0,00 %	Abschiebung	00:01:53	3,15 %	Polizei	00:00:00	0,00 %
Europa/EU	00:00:00	0,00 %	Entwicklungshilfe	00:00:00	0,00 %	Überwachung	00:00:00	0,00 %
Putin/Russland	00:00:00	0,00 %	Attraktivität Deutschlands	00:00:00	0,00 %	Justiz	00:00:00	0,00 %
Verteidigung	00:00:00	0,00 %				Krisenangst	00:00:00	0,00 %
G20	00:00:00	0,00 %				Extremismus/NS	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:29	0,81 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %
Arbeit/Familie/Soziales	00:17:30	29,24 %	Gesundheit	00:00:00	0,00 %	Umwelt	00:00:00	0,00 %
Arbeit	00:00:00	0,00 %	Krankenkassen	00:00:00	0,00 %	Klimawandel	00:00:00	0,00 %
Armut	00:00:00	0,00 %	Pflege	00:00:00	0,00 %	Dieselskandal	00:00:00	0,00 %
Rente	00:17:30	29,24 %	Medizinische Versorgung	00:00:00	0,00 %	Energiepolitik	00:00:00	0,00 %
Wohnen	00:00:00	0,00 %				Tierschutz	00:00:00	0,00 %
Kita-Plätze	00:00:00	0,00 %				Elektromobilität	00:00:00	0,00 %
Gleichstellung	00:00:00	0,00 %						
Mittelstand	00:00:00	0,00 %						
soziale Gerechtigkeit	00:00:00	0,00 %						
Grundeinkommen	00:00:00	0,00 %						
Reichtum	00:00:00	0,00 %						
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Steuer/ Finanzen			Wirtschaft/ Verkehr/Bau			Bildung/ Digitalisierung		
	00:00:00	0,00 %		00:00:00	0,00 %		00:20:39	34,50 %
Steuer	00:00:00	0,00 %	Maut	00:00:00	0,00 %	Digitalisierung	00:00:00	0,00 %
Soli	00:00:00	0,00 %	Infrastruktur	00:00:00	0,00 %	Schulen	00:20:39	34,50 %
Bankenkrise	00:00:00	0,00 %	Verkehrssicherheit	00:00:00	0,00 %	Forschung	00:00:00	0,00 %
Schulden/ Kredite	00:00:00	0,00 %	staatliche Transferleistung	00:00:00	0,00 %	Ausbildung	00:00:00	0,00 %
Vermögen	00:00:00	0,00 %	Verbraucherschutz	00:00:00	0,00 %			
			Wirtschaftsentwicklung	00:00:00	0,00 %			
			Landwirtschaft	00:00:00	0,00 %			
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Sport			Politische Partei			Politiker		
	00:00:00	0,00 %		00:00:00	0,00 %		00:00:00	0,00 %
WM	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU	00:00:00	0,00 %	CDU/CSU-Politiker	00:00:00	0,00 %
Sportwetten	00:00:00	0,00 %	SPD	00:00:00	0,00 %	SPD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			AfD	00:00:00	0,00 %	AfD-Politiker	00:00:00	0,00 %
			FDP	00:00:00	0,00 %	FDP-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Grüne	00:00:00	0,00 %	Grünen-Politiker	00:00:00	0,00 %
			Linke	00:00:00	0,00 %	Linke-Politiker	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Wahlkampf			Meta-Thema/Phänomene		
	00:00:00	0,00 %		00:00:00	0,00 %
im Web 2.0	00:00:00	0,00 %	Debattenkultur	00:00:00	0,00 %
Kommunikation	00:00:00	0,00 %	Glaubwürdigkeit	00:00:00	0,00 %
Mögliche Koalitionen	00:00:00	0,00 %	Politikabwendung	00:00:00	0,00 %
Wählermeinung	00:00:00	0,00 %	Hass/Hetze/ Fremdenfeindlichkeit	00:00:00	0,00 %
Formatkritik TV-Duell	00:00:00	0,00 %	Amtszeit	00:00:00	0,00 %
			Parteifinanzierung	00:00:00	0,00 %
Allgemein	00:00:00	0,00 %	Allgemein	00:00:00	0,00 %

Quelle: Eigene Darstellung.

- | | |
|--------|---|
| Nr. 34 | Demoskopie, Medien und Politik – Ein Schulterschluss mit Risiken und Nebenwirkungen (Thomas Wind) |
| Nr. 33 | Zwischen Fanreportern und Spielverderbern – Fußballjournalismus auf dem Prüfstand (Tonio Postel) |
| Nr. 32 | Unsichere Arbeit – unsichere Mitbestimmung. Die Interessenvertretung atypisch Beschäftigter (Berndt Keller) |
| Nr. 31 | Aufstocker im Bundestag III – Eröffnungsbilanz der Nebenverdienste der Abgeordneten zu Beginn der 19. Wahlperiode (Sven Osterberg) |
| Nr. 30 | Netzwerk AfD. Die neuen Allianzen im Bundestag (Malene Gürgen, Christian Jakob, Sabine am Orde) |
| Nr. 29 | Lindners FDP. Profil – Strategie – Perspektiven (Michael Freckmann) |
| Nr. 28 | Unternehmensteuern in Deutschland. Rechtliche Grauzonen und zivilgesellschaftliche Alternativen (Christoph Trautvetter, Silke Ötsch, Markus Henn) |
| Nr. 27 | Polarisiert und radikalisiert? Medienmisstrauen und die Folgen (Oliver Decker, Alexander Yendell, Johannes Kiess, Elmar Brähler) |
| Nr. 26 | Aufstocker im Bundestag II – Bilanz der Nebenverdienste der Abgeordneten in der 18. Wahlperiode (Sven Osterberg) |
| Nr. 25 | Unterhaltung aus Bayern, Klatsch aus Hessen? Eine Programmanalyse von BR und hr (Eva Spittka, Matthias Wagner und Anne Beier) |
| Nr. 24 | #MythosTwitter – Chancen und Grenzen eines sozialen Mediums (Mathias König und Wolfgang König) |
| Nr. 23 | Informationsfreiheit – Mehr Transparenz für mehr Demokratie (Arne Semsrott) |
| Nr. 22 | Journalist oder Animateur – ein Beruf im Umbruch. Thesen, Analysen und Materialien zur Journalismusdebatte (Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz) |
| Nr. 21 | Ausverkauf des Journalismus? – Medienverlage und Lobbyorganisationen als Kooperationspartner (Marvin Oppong) |
| Nr. 20 | Die AfD vor den Landtagswahlen 2016 – Programme, Profile und Potenziale (Alexander Hensel, Lars Geiges, Robert Pausch und Julika Förster) |
| Nr. 19 | Bürgerbeteiligung im Fernsehen – Town Hall Meetings als neues TV-Format? (Nils Heisterhagen) |
| Nr. 18 | „Querfront“ – Karriere eines politisch-publizistischen Netzwerks (Wolfgang Storz) |

Die Otto Brenner Stiftung ...

... ist die gemeinnützige Wissenschaftsstiftung der IG Metall. Sie hat ihren Sitz in Frankfurt am Main. Als Forum für gesellschaftliche Diskurse und Einrichtung der Forschungsförderung ist sie dem Ziel der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Ausgleich zwischen Ost und West.

... initiiert den gesellschaftlichen Dialog durch Veranstaltungen, Workshops und Kooperationsveranstaltungen (z. B. im Herbst die OBS-Jahrestagungen), organisiert Konferenzen, lobt jährlich den „Brenner-Preis für kritischen Journalismus“ aus, fördert wissenschaftliche Untersuchungen zu sozialen, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischen Themen, vergibt Kurzstudien und legt aktuelle Analysen vor.

... informiert regelmäßig mit einem Newsletter über Projekte, Publikationen, Termine und Veranstaltungen.

... veröffentlicht die Ergebnisse ihrer Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“ oder als Arbeitspapiere (nur online). Die Arbeitshefte werden, wie auch alle anderen Publikationen der OBS, kostenlos abgegeben. Über die Homepage der Stiftung können sie auch elektronisch bestellt werden. Vergriffene Hefte halten wir als PDF zum Download bereit.

... freut sich über jede ideelle Unterstützung ihrer Arbeit. Aber wir sind auch sehr dankbar, wenn die Arbeit der OBS materiell gefördert wird.

... ist zuletzt durch Bescheid des Finanzamtes Frankfurt am Main V (-Höchst) vom 29. Mai 2018 als ausschließlich und unmittelbar gemeinnützig anerkannt worden. Aufgrund der Gemeinnützigkeit der Otto Brenner Stiftung sind Spenden steuerlich absetzbar bzw. begünstigt.

Unterstützen Sie unsere Arbeit, z. B. durch eine zweckgebundene Spende

Spenden erfolgen nicht in den Vermögensstock der Stiftung, sie werden ausschließlich und zeitnah für die Durchführung der Projekte entsprechend dem Verwendungszweck genutzt.

Bitte nutzen Sie folgende Spendenkonten:

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zum Schwerpunkt:

- Förderung der internationalen Gesinnung und des Völkerverständigungsgedankens

Bank: HELABA Frankfurt/Main
IBAN: DE11 5005 0000 0090 5460 03
BIC: HELA DE FF

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zu den Schwerpunkten:

- Angleichung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland (einschließlich des Umweltschutzes)
- Entwicklung demokratischer Arbeitsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa
- Verfolgung des Zieles der sozialen Gerechtigkeit

Bank: HELABA Frankfurt/Main
IBAN: DE86 5005 0000 0090 5460 11
BIC: HELA DE FF

Geben Sie bitte Ihre vollständige Adresse auf dem Überweisungsträger an, damit wir Ihnen nach Eingang der Spende eine Spendenbescheinigung zusenden können. Oder bitten Sie in einem kurzen Schreiben an die Stiftung unter Angabe der Zahlungsmodalitäten um eine Spendenbescheinigung. Verwaltungsrat und Geschäftsführung der Otto Brenner Stiftung danken für die finanzielle Unterstützung und versichern, dass die Spenden ausschließlich für den gewünschten Verwendungszweck genutzt werden.

Aktuelle Ergebnisse der Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“

- **OBS-Arbeitsheft 98**
Lutz Frühbrodt, Annette Floren
Unboxing YouTube
Im Netzwerk der Profis und Profiteure
- **OBS-Arbeitsheft 97**
Wolfgang Schröder, Stefan Fuchs
Neue Mitglieder für die Gewerkschaften
Mitgliederpolitik als neues Politikfeld der IG Metall
- **OBS-Arbeitsheft 96**
Rainer Faus, Simon Storks
Im vereinten Deutschland geboren – in den Einstellungen gespalten?
OBS-Studie zur ersten Nachwendegeneration
- **OBS-Arbeitsheft 95***
Bernd Gäbler
AfD und Medien
Erfahrungen und Lehren für die Praxis
- **OBS-Arbeitsheft 94***
Olaf Hoffjahn, Oliver Haidukiewicz
Deutschlands Blogger
Die unterschätzten Journalisten
- **OBS-Arbeitsheft 93***
Michael Haller
Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien
Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information
- **OBS-Arbeitsheft 92***
Bernd Gäbler
AfD und Medien
Analyse und Handreichungen
- **OBS-Arbeitsheft 91***
Alexander Hensel, Florian Finkbeiner u. a.
Die AfD vor der Bundestagswahl 2017
Vom Protest zur parlamentarischen Opposition
- **OBS-Arbeitsheft 90***
Hans-Jürgen Arlt, Martin Kempe, Sven Osterberg
Die Zukunft der Arbeit als öffentliches Thema
Presseberichterstattung zwischen Mainstream und blinden Flecken
- **OBS-Arbeitsheft 89**
Christina Köhler, Pablo Jost
Tarifkonflikte in den Medien
Was prägt die Berichterstattung über Arbeitskämpfe?
- **OBS-Arbeitsheft 88***
Bernd Gäbler
Quatsch oder Aufklärung?
Witz und Politik in heute show und Co.

* Printfassung leider vergriffen; Download weiterhin möglich.

OBS-Arbeitspapier 35

Agenda-Setting bei ARD und ZDF?

Analyse politischer Sendungen vor der
Bundestagswahl 2017