

Meinungen zum Wortgefecht

# Columbo statt TV-Duell



Was ist spannend am TV-Duell? Welche Wirkung hat es auf das Wahlergebnis?

p&k befragte Experten, was sie sich von dem Fernsehwetttreit erhoffen. Berater,

Journalisten und Wissenschaftler sind sich in einem einig: Das Duell wird überschätzt.

Was die Berater meinen

## Schröder braucht keinen Rat!

■ Für Medienberater sollte das TV-Duell prinzipiell das Highlight des Wahlkampfes sein. Allerdings sehen Politiker-Trainer wie Richard Schütze von ipse communication nur geringen Einfluss des Duells auf das Wahlergebnis. „Es ist ein Medien-Hype. Es kann lediglich bei einem Kopf-an-Kopf-Rennen den Ausschlag geben“, erklärt Schütze.

### Die Kamera ist unerbittlich

Hans-Roland Fäßler von Polimedia, Berater aus Ahrensburg und Vertrauter von Peer Steinbrück, sieht das ähnlich. „Ein Duell ist nicht kriegsentscheidend. Nur, wenn ein Kandidat einen richtig schlechten Eindruck macht, kann es Auswirkungen haben.“ So geschehen etwa in Kiel, meint Fäßler: „Das erste Duell, das offensichtlich wahlentscheidend war, war das zwischen Heide Simonis und Peter-Harry Carstensen. Simonis hatte die Auseinandersetzung wohl auf die leichte Schulter genommen.“

Die Funktion des Duells, so sagen Berater, besteht vor allem darin, vor der Kamera Führungsfähigkeit darzustellen

oder zumindest inszenieren zu können. „Die Kamera ist unerbittlich, demaskiert gnadenlos und schafft eine eigene Wirklichkeit. Wer aber heute ein bedeutendes Land führen will, muss da wohl durch“, meint Richard Schütze, der auch Spitzenpolitiker und Topmanager auf Auftritte vorbereitet. Ulrich Sollmann, Kommunikations- und Politikberater aus Bochum, weist auf ein wichtiges Detail hin. „Man muss die Unterscheidung zwischen der Person und dem Rollenträger als Vertreter der Macht machen. Die Person muss als Rollenträger funktionieren.“ Gerade diese Unterscheidung machten auch die Menschen vor dem Fernseher, meint Sollmann, der die psychologischen Komponenten von Merkel und Schröder bis zum Wahltag auf der Internet-Seite [charismakurve.de](http://charismakurve.de) testet.

### Phrasen weglassen!

Was die Berater den Rollenspielern mit auf den Weg geben würden? Schütze empfiehlt Angela Merkel, das von der typischen Politiker-Rhetorik gelangweilte Publikum zu überraschen. Wie das geht?

„In kurzen Hauptsätzen und mit mehr Prägnanz formulieren. Abgedroschene Redewendungen und Phrasen weglassen und durch neue, originelle Schlagzeilen und Sprach-Bilder ersetzen.“ Natürlich hat Schütze auch Tipps für den Kanzler parat: „Es fängt mit Kleinigkeiten an, etwa, die linke Hand aus der Hosentasche zu nehmen. Das ist unhöflich und wirkt arrogant.“ Denn gerade im Rede-Duell mit einer Frau gelte: „Die Attitüde einer lässigen Überlegenheit ablegen, aufmerksam und freundlich zuhören, Frau Merkel Recht geben, wo sie auch aus Schröders Sicht Recht haben kann.“

Berater Hans-Roland Fäßler meint, Tipps für Schröder seien unangebracht: „Schröder braucht keinen Rat! Er weiß, wie man sich in Fernsehdiskussionen verhält.“ Im Übrigen gelte, so Fäßler: „Zu viele Berater schaden einem Kandidaten. Je mehr Berater er oder sie hat, desto mehr wächst die eigene Unsicherheit, und das nimmt das Publikum auch wahr.“

Manuel Lianos ■

Die Sicht der Print-Journalisten

## Ich hoffe, es wird mich nicht zu sehr langweilen

■ Für die Print-Journalisten im politischen Berlin ist das TV-Duell vor allem ein Termin, der beobachtet und beschrieben werden muss. Viele tun das nicht mit Freude. Schröder und Merkel können nach Ansicht von Tagesspiegel-Redakteur Hans Monath beim Duell zwar „ihre Chancen“ verändern, aber „nicht meinen Eindruck“. Er habe sich seine Meinung über „die Personen und die politischen Kompetenzen“ gebildet, dazu brauche es kein TV-Duell. „Diese Meinung entsteht eher, wenn man bei den Politikern in Hintergrundgesprächen sitzt, vielleicht auch noch in Pressekonferenzen.“ Während des Duells könne man vor allem „die Tagesform“ beurteilen.

### Das Bild von Frau Merkel

Die kann jedoch durchaus entscheidend sein, meint Wolfgang Schulz. Spannend sei vor allem, „wie sich Angela Merkel schlägt“, so der Hauptstadtredakteur der Magdeburger Volksstimme: „Bei Schröder

weiß man ja, dass er solche Situationen beherrscht“, so Schulz, „aber sie muss sich anstrengen“. Insofern werde das Duell auch bei ihm „sicher das Bild von Frau Merkel“ beeinflussen.

### Columbo wär besser

Klar ist für Schulz, dass er das TV-Duell „auf alle Fälle gucken“ wird. Das sieht auch Horand Knaup als journalistische Pflicht: „Man muss das begleiten“, so der Parlamentsredakteur des Spiegel. „Keineswegs“, widerspricht der Chefredakteur des Hanauer Anzeiger, Dieter Schreier, und liefert einen radikalen Gegenvorschlag: Stattdessen solle eine alte Folge der US-Krimiserie „Columbo“ gesendet werden, so langweilig findet er das Duell. Schreier erwartet „weder Sensationen noch neue Erkenntnisse“. Das Format sei gar nicht darauf angelegt, wirkliche Einblicke zu ermöglichen, bemängelt er. Er werde das Duell daher nicht sehen: „Ich werd's mir nicht antun!“

Diese Möglichkeit der Totalverweigerung hat taz-Parlamentsredakteur Jens König nicht: „Ich muss drüber schreiben“. Etwas gequält denkt er an die kommende Aufgabe: „Ich hoffe, es wird mich nicht zu sehr langweilen – was allerdings zu befürchten ist.“ Tagesspiegel-Redakteur Monath hofft, beim Duell zumindest etwas über „die taktische Aufstellung“ von SPD und CDU zu erfahren.

Dass die Wahl durch den Auftritt Schröders und Merkels deutlich beeinflusst wird, bezweifelt Spiegel-Redakteur Knaup. Da gibt ihm König von der taz Recht, das Duell werde „überschätzt“. Die SPD habe massiv an Zustimmung für ihre Politik verloren, die überzeuge die Menschen nicht. Es liege an den Inhalten, nicht an der Darstellung. „Und Duelle sind Performance.“ In Anspielung auf das Clinton-Zitat urteilt König: „It's the policy, stupid!“

Christian Arns ■

Wissenschaftler und das Duell

## Wann kommen endlich die Inhalte?

■ Emnid-Chef Klaus-Peter Schöppner hat den Hype um die TV-Duelle satt. „Wann kommen endlich die Inhalte in diesem Wahlkampf?“, fragt er. Die Ängste in der Bevölkerung seien derzeit so groß, dass Themen eine weitaus größere Rolle spielen als Auftreten. Trotzdem interessiere die Medien bei den Duellen weniger das Gesamturteil, sondern die Frage, wer besser oder schlechter abgeschnitten hat. In der NRW-Wahl hätte Steinbrücks guter TV-Eindruck auch nicht geholfen, so der Meinungsforscher. „Das Urteil war doch eher: Rüttgers hat sich trotzdem wacker geschlagen.“

### Merkel kann angreifen

Meinungsforscher sind sich einig: Ein TV-Duell ist kein Schalter, mit dem die Parteien einfach von Niederlage auf Sieg umstellen können. Nur wenn die Ausgangslage knapp ist, schlägt seine große Stunde. „TV-Duelle sind nicht wahlentscheidend, können aber Schubeffekte bewirken“, sagt Markus Klein, Soziologe an der Universität Köln. Wer Schröder 2002 als Gewinner des Duells gesehen

hatte, hat auch mit höherer Wahrscheinlichkeit SPD gewählt – und zwar unabhängig von vorheriger Parteinähe, so das Ergebnis seiner Untersuchung. „Damals wurde ein Aufwärtstrend der SPD, der ohnehin schon vorhanden war, nur etwas beschleunigt“, sagt der Wissenschaftler. Das reichte. Aus dem Tal heraus wird diese Schubwirkung 2005 für die SPD sogar noch stärker, allerdings nicht entscheidend sein, prognostiziert Klein. Der Abstand zur Union sei einfach zu groß.

Auch Kommunikationswissenschaftler Carsten Reinemann von der Uni Mainz meint, da die CDU klar vorne liege, reiche es für sie, das eigene Lager zu mobilisieren. „Merkel kann ruhig angreifen.“ Schröder sei darauf angewiesen, die Unentschlossenen mitzunehmen, und wird deshalb eher mit staatsmännischer Souveränität punkten wollen. Die Duelle 2002 hätten jedoch bewiesen, dass es nicht alleine auf das Auftreten der Kandidaten ankommt. In Reinemanns Untersuchung bewerteten Zuschauer kontinuierlich während des Duells, welcher Kandidat auf sie im jeweiligen Augen-

blick den besseren Eindruck macht. Das Ergebnis: Das Votum der Zuschauer war immer auf Aussagen zurückzuführen. Soziologe Klein bestätigt: „Der Zuschauer kann klar benennen, wer bei welchem Thema überzeugender war – und richtet sein Gesamturteil verstärkt danach aus.“

### Format wird überschätzt

Demoskop Schöppner kritisiert dennoch, dass die Duelle kaum eine Hilfestellung für den Wähler darstellten, weil Argumente von den Medien nicht mehr auf Stichhaltigkeit abgeklopft würden. „Sie verkürzen die Debatte immer nur auf Sieg oder Niederlage“, sagt Schöppner. Dass gerade einmal 60 Prozent der Menschen überhaupt ein Duell wollen, sei Indiz für die Überschätzung des Formats durch die Medien. Zudem bezweifelt Schöppner schlichtweg dessen Wirkung: Nur 20 bis 25 Prozent der politisch interessierten Zuschauer änderten ihre Meinung, und nur zehn Prozent der Nichtwähler gingen deswegen wählen.

Till Schröder ■