

Die TV-Trielle der Kanzlerkandidaten im Bundestagswahlkampf 2021: Auswirkungen auf Kandidatenbewertungen, Wahlabsicht und politische Debattenkultur

Schlagwörter: Annalena Baerbock, Bundestagswahlkampf 2021, Kanzlerkandidaten, Armin Laschet, Olaf Scholz, TV-Duell, TV-Triell

Abstract: Im Bundestagswahlkampf 2021 traten erstmals drei Kanzlerkandidaten an, denen tatsächlich auch begründete Chancen auf die Kanzlerschaft eingeräumt wurden: Unionskandidat Armin Laschet, Olaf Scholz (SPD) und Annalena Baerbock für die Grünen. Dies führte zu einem neuen Format im Fernsehwahlkampf: dem TV-Triell, das an die Stelle des bisherigen TV-Duells trat. Trotz ihrer Neuheit – es gab drei solcher Trielle, zwei im privaten, eines im öffentlich-rechtlichen Fernsehen – blieb das Zuschauerinteresse hinter den TV-Duellen der Vergangenheit zurück. Auch die Auswirkung der Trielle auf Wahlkampf, Kandidatenbewertungen und Wahlabsicht war gering. Die Wähler hatten sich früh im Wahlkampf ihr Urteil über die mangelnde Kanzlertauglichkeit von Baerbock und Laschet gebildet und änderten es nach deren Auftritten in den Triellen nicht mehr. Auch wenn es einigen Verbesserungsbedarf hinsichtlich der Organisation und Gestaltung des neuen TV-Formats gibt, profitierte die politische Kultur von der Zivilität, der Ernsthaftigkeit und der Sachorientierung der Debatten.

Der Bundestagswahlkampf 2021 hatte eine Reihe von Neuheiten zu bieten. Das bedeutendste Novum war die Tatsache, dass die aktuelle Kanzlerpartei erstmals in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland ohne ihre amtierende Regierungschefin antrat. Bundeskanzlerin Angela Merkel war bereits Ende 2018 vom Parteivorsitz zurückgetreten und hatte angekündigt, 2021 für eine weitere Amtszeit nicht zur Verfügung zu stehen. Annegret Kramp-Karrenbauer scheiterte als Parteivorsitzende, und so musste sich die CDU im Jahr der Bundestagswahl nicht nur einen neuen Vorsitzenden wählen, sondern die Union auch noch einen gemeinsamen Kanzlerkandidaten nominieren. Beides wurde der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Armin Laschet, obwohl mit dem CSU-Parteivorsitzenden und bayerischen Ministerpräsidenten Markus Söder eine Alternative für die Kanzlerkandidatur zur Verfügung gestanden hätte, die über weit größeren Zuspruch in der Wählerschaft und an der Parteibasis von CDU und CSU verfügte. Laschet hatte in seinem Wahlkampf nicht nur keinen Amtsbonus und denkbar schlechte Popularitätswerte. Er sah sich auch erstmals in der Geschichte der Bundesrepublik zwei Kontrahenten gegenüber, die sich ebenfalls begründete Chancen auf das Amt des Bundeskanzlers ausrechneten: Vizekanzler Olaf Scholz von der SPD und Annalena Baerbock von den Grünen, die mit der Europawahl 2019 zur zweiten Kraft im sich weiter zerfasernden deutschen

Parteiensystem aufgestiegen waren. Damit war der Kampf um das Bundeskanzleramt erstmals in der bundesdeutschen Geschichte zu einem Dreikampf geworden.

Für die seit dem Jahre 2002 den deutschen Wahlkampf bereichernden TV-Duelle hatte das zur Konsequenz, dass das Debattenformat an die neuen Rahmenbedingungen des veränderten Parteienwettbewerbs angepasst werden musste. Aus den zwei Fernsehduellen des Jahres 2002, die auf Betreiben von Angela Merkel in den Jahren 2005 bis 2017 jeweils auf ein einziges Duell reduziert worden waren, wurden im diesjährigen Bundestagswahlkampf drei Trielle. Das erste Triell veranstalteten die privaten Fernsehsender RTL und NTV vier Wochen, das zweite ARD und ZDF zwei Wochen und das dritte Aufeinandertreffen der Kanzlerkandidaten SAT.1, ProSieben und Kabel Eins eine Woche vor dem Wahltag am 26. September. Wie schon in den Jahren 2002 bis 2017 waren die Kanzlerdebatten die Großereignisse des Fernsehwahlkampfes. Welche Auswirkungen das neue Format und die Sequenz der drei Debatten auf die Dynamik des Wahlkampfes, auf Wahlergebnis und politische Debattenkultur hatte, soll hier analysiert werden. Zu diesem Zweck wird zunächst die politik- und kommunikationswissenschaftliche Forschung nach ihren Befunden über die bisherigen Fernsehdebatten befragt, bevor die drei diesjährigen Debatten auf ihre Bedeutung für die Bundestagswahl hin untersucht werden sollen. Abschließend sollen einige Kritikpunkte an den Debatten rekapituliert und Verbesserungsvorschläge entwickelt werden.

Die politik- und kommunikationswissenschaftliche Forschung über die TV-Duelle

Die TV-Duelle wurden bei ihrer Einführung in Deutschland von der Politik- und Kommunikationswissenschaft zunächst durchaus skeptisch betrachtet, weil sie als Import aus dem kandidatenzentrierten Präsidentsystem der USA im parteienzentrierten Parlamentarismus der Bundesrepublik Deutschland wie ein Fremdkörper anmuteten. Die Befürchtungen, dass solche „martialischen“ Zweikämpfe zu einer „systemfremden Personalisierung der Wahl“, dem „Bedeutungsverlust der Parteien“, einer „Benachteiligung kleiner Parteien“, einer „dysfunktionalen Verschiebung der Urteilkriterien“ für die Wahl und einem kontraproduktiven „Verdikt der Medienberichterstattung“ führen könnten (Donsbach 2002), waren keineswegs unberechtigt. Schon früh gerieten jedoch auch die positiven Effekte der Fernsehdebatten in das Blickfeld der Wissenschaft. Vielen erschienen sie als geeignete Instrumente, um in Zeiten zurückgehenden politischen Interesses und abnehmender Parteibindungen der Wähler vor allem die politisch weniger interessierten Wähler wieder für die Politik zu interessieren. Die zunehmend wankelmütigen und spätentschlossenen Wähler konnten sich so leichter ein Bild von den Kandidaten

und den von ihren Parteien vertretenen Positionen machen. Auch die Kandidaten (zumindest der beiden potenziellen Kanzlerparteien) profitierten von den TV-Debatten, weil sie ihnen die Chance eröffneten, sich weitgehend ungestört von journalistischen Selektionskriterien einer breiten Wählerschaft zu präsentieren, die sie sonst über die Medien oder in ihren traditionellen Wahlkundgebungen kaum noch erreichten. Schließlich profitierten auch die Fernsehsender und selbst die Printmedien von dem Format, weil es den Fernsehsendern hohe Einschaltquoten garantierte und allen Medien die Möglichkeit zu einer umfangreichen Vor- und Nachberichterstattung eröffnete (Maier und Faas 2019: 1-9).

Am stärksten interessierte die politikwissenschaftliche Forschung verständlicherweise die Frage, ob Fernsehdebatten die Dynamik von Wahlkämpfen verändern und Wahlen entscheiden können. Schon den ersten Fernsehdebatten in den USA zwischen Vizepräsident Richard Nixon und seinem Herausforderer John F. Kennedy im Jahre 1960 wurde eine solche Wirkung zugunsten Kennedys zugeschrieben. Manche Studien meldeten Zweifel an der Legende an, dass die Fernsehdebatten die entscheidenden Prozentpunkte zu Kennedys hauchdünnem Sieg beisteuerten (Horst 2000). Seither gilt als Daumenregel, dass Amtsinhaber mehr zu verlieren haben als Herausforderer und amtierende Regierungschefs oder favorisierte Kandidaten einem solchen Duell jedenfalls solange lieber ausweichen (möchten), wie sie in den Umfragen vorne liegen. Lyndon B. Johnson und Richard Nixon, die beiden Nachfolger Kennedys im Präsidentenamt, verweigerten sich 1964, 1968 und 1972 erfolgreich, ehe Gerald Ford sich 1976 wieder auf eine TV-Debatte einließ, weil ihm eine Wahlniederlage drohte (Polsby und Wildavsky 2008: 201). Seither haben sich die Fernsehdebatten in den USA dank des Engagements der überparteilichen „Commission on Presidential Debates“ zu einer regelmäßigen Institution des Präsidentschaftswahlkampfes entwickelt, der sich kein Präsident und Präsidentschaftskandidat mehr entziehen kann.

In Deutschland sind es die Fernsehsender und nicht eine Kommission, die das Format der Debatten mit den Beraterstäben der Kanzlerkandidaten aushandeln. Versuche in Deutschland, nach dem US-Vorbild eine „Kommission zu den Kanzlerdebatten“ zu installieren, waren nicht von Erfolg gekrönt (Bieber 2010). Anders als in den USA haben jedoch in Deutschland weder Herausforderer noch amtierende Bundeskanzler in einem solch starken Ausmaß von den Debatten profitieren können, dass sie dank ihnen die Wahl gewannen – oder aber im Falle einer unzureichenden Debattenleistung sie verloren. 2002 war es CSU-Herausforderer Edmund Stoiber, der auf Anraten seines Beraters Michael Spreng auf die TV-Duelle drang. Stoiber schnitt im ersten Duell auch durchaus besser als erwartet ab, musste sich aber im Rematch Medienkanzler Gerhard Schröder geschlagen geben. Wahlentscheidend waren die beiden Duelle, die

jeweils von gut 15 Millionen Zuschauern gesehen wurden, dennoch nicht. Schröder rettete den Wahlsieg durch seine Positionierung gegen den Irakkrieg und sein tatkräftiges Krisenmanagement in der Flutkatastrophe (Maurer und Reinemann 2003).

Drei Jahre später waren die Rollen anders verteilt: Mit einem Sieg Schröders bei der vorgezogenen Bundestagswahl rechnete eigentlich niemand mehr. Zu weit abgeschlagen lag die SPD in der Parteipräferenz hinter der Union, als dass selbst ein populärer Kanzler wie Schröder das Ruder noch hätte herumreißen können. Schröder sah aber nicht zu Unrecht in den Fernsehdebatten seine letzte Chance, weshalb er wieder auf zwei Duelle drängte. Merkel, die in den Duellen alles zu verlieren hatte, spielte auf Zeit und willigte am Ende in eine Debatte ein, die zwei Wochen vor der Wahl anberaumt wurde. Schröder gewann dieses Duell deutlich, indem er das politisch nicht abgestimmte Steuermodell Paul Kirchhofs – von Merkel kurz zuvor in ihr Schattenkabinett berufen – wegen dessen sozialer Kälte aufspießte. Schröder spöttelte nur über den politisch dilettierenden „Professor aus Heidelberg“. Dieser Treffer saß laut Expertenurteil genauso wie Schröders öffentliche Liebeserklärung an seine dritte Ehefrau Doris Schröder-Kopf im Schluss-Statement des Duells. Nach der Debatte, die 21 Millionen Zuschauer an den Bildschirmen verfolgten (bis heute Rekord), stiegen nicht nur die Präferenzen zugunsten des Kanzlers, sondern auch die SPD-Werte an. Die Umfragewerte Merkels und der Union sanken dagegen rapide ab. Die Union rettete sich am Wahlabend mit einem Prozentpunkt Vorsprung ins Ziel. Schröder hatte mit seiner Wahlkampf-Performance nicht nur Schwarz-Gelb verhindert, sondern auch für die SPD eine unerwartete Regierungsbeteiligung in der Großen Koalition herausgeholt, der er aber nicht mehr angehörte (Maurer et al. 2007).

Merkel zog aus ihrem ersten Wahlkampf, der ihre politische Karriere beinahe beendet hätte, bevor sie richtig begonnen hatte, vor allem zwei Lehren: zum einen würde sie den Wählern vor der Wahl nie wieder so reinen Wein einschenken wie 2005, zum anderen würde sie es auch in Zukunft bei einem TV-Duell belassen. Merkel wusste realistisch einzuschätzen, dass sie mit ihren rhetorischen Fähigkeiten keine Begeisterungstürme würde auslösen können. Sie wusste sich aber für künftige Debatten zu präparieren, um sie mit ihrem phänomenalen Detailwissen, trockenen Humor und einem unbeirrten Weiterreden auch über Moderatorenfragen hinweg erfolgreich zu bestreiten (Tapper und Quandt 2019). Außerdem wurde Merkel in ihren drei weiteren TV-Duellen, denen 14,2 (2009), 17,6 (2013) und 16,1 Millionen Zuschauer (2017) folgten, von den Rahmenbedingungen des jeweiligen Wahlkampfes begünstigt: Die SPD verharrte in ihrer politischen Krise und schaffte es nie, auf Augenhöhe mit der Union zu konkurrieren: 2009 führte Außenminister Frank-Walter Steinmeier aus der Großen Koalition heraus ein „Duett“ mit der Kanzlerin auf, das kaum Spuren in den Kandidaten- und Parteipräferenzen

hinterließ (Bachl 2016). 2013 debattierten sich Ex-Finanzminister Peer Steinbrück und Merkel zu einem Patt, das beiden einen unmerklichen Aufschwung in den Präferenzen für ihre Partei bescherte, am Stimmenvorsprung der Union vor der SPD von 15 Prozentpunkten aber nichts änderte (Faas et al. 2017: 141). 2017 hatte Martin Schulz den SPD-Wahlkampf bereits unrettbar vor die Wand gefahren, bevor er einen achtbaren Debattenauftritt hinlegte, der ihm nichts mehr nutzte. Schulz konnte die Talfahrt der SPD im Duell genauso wenig stoppen wie Merkel – auf deutlich höherem Niveau – den Sinkflug der Union. Die SPD erzielte mit 20,5, die Union mit 33,0 Prozent der Zweitstimmen ihr bis dahin schlechtestes Wahlergebnis nach 1949.

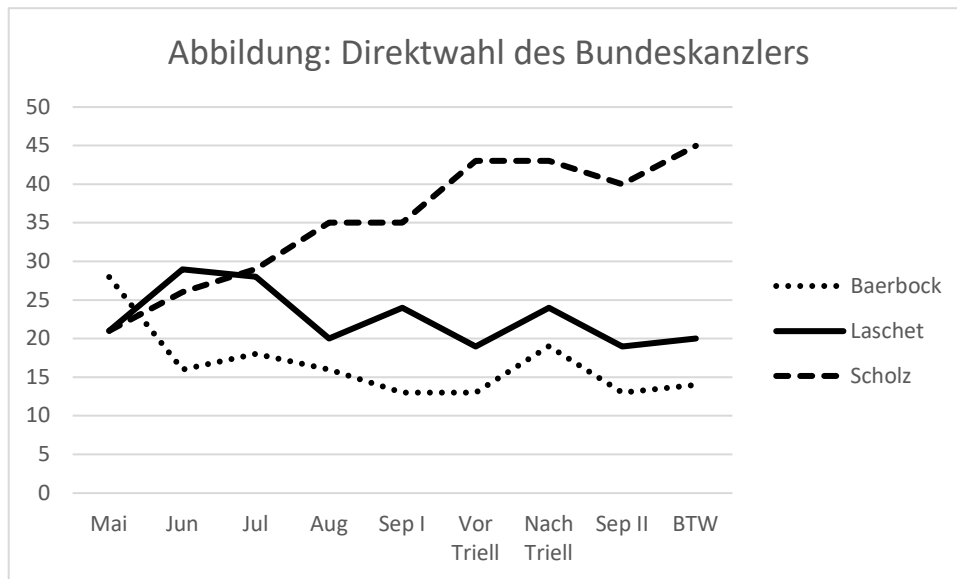
Das Duell 2017 ist als „das Duell der beiden großen Wahlverlierer“ (Dinter und Weissenbach 2017: 43) bezeichnet worden. Mit dazu beigetragen haben mag, dass Merkel sich erneut allen Änderungen am Format widersetzte. Die vier beteiligten Fernsehsender ARD, RTL, SAT 1 und ZDF wollten eigentlich mehrere Duelle (mindestens zwei) veranstalten, darunter nach US-Vorbild ein Townhall Meeting mit Publikumsbeteiligung. Das hätte den Fernsehsendern auch erleichtert, die Zahl der Moderatoren von vier auf zwei je Duell zu verringern. Die Tatsache, dass vier durchaus geltungsbedürftige Moderatoren den beiden Kanzlerkandidaten gegenüberstanden, ihnen wertvolle Debattenzeit raubten und die Gesprächsstruktur auf die Moderatoren zuschnitten, anstatt eine direkte Diskussion der Kombattanten zu ermöglichen, war schon seit 2005 einer der größten Kritikpunkte am Format. 2017 kochte der Unmut auch öffentlich hoch. Herausforderer Schulz war mit dem unveränderten Format genauso unzufrieden wie renommierte Journalisten, die von „Missgeburt“ sprachen (Nikolaus Brender) oder sich wie Frank Überall dafür aussprachen, auf das Duell ganz zu verzichten, wenn Merkel auf keinerlei Wünsche der Fernsehsender einging (Dinter und Weissenbach 2017: 41-42).

Die drei TV-Trielle des Jahres 2021: kaum Auswirkungen auf Kandidatenbewertungen und Wahlabsicht

Mit dem Abgang von Merkel war früh klar, dass 2021 alles anders werden würde. Zunächst waren nur zwei Trielle geplant: eines von RTL und NTV am 29. August und ein weiteres von ARD und ZDF am 12. September. Damit gingen die privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender erstmals getrennte Wege. Mit einiger zeitlicher Verzögerung gaben auch SAT.1, ProSieben und Kabel Eins bekannt, dass sie für den 19. September, eine Woche vor der Wahl, ein drittes Triell planten. Die Sequenz von drei Triellen war gegenüber den Merkel-Jahren mit nur jeweils einem Duell ein eindeutiger Fortschritt. Auch die organisatorische Trennung der privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender hatte ihre Vorteile, darunter den offensichtlichen,

dass nicht mehr vier Sender- und Moderatoreninteressen zum Ausgleich gebracht werden mussten und etwas stärker experimentiert werden konnte – wenngleich die Sender von ihrem Experimentierspielraum nur sehr zurückhaltend Gebrauch machten. Weder gab es Trielle mit Townhall-Meeting-Charakter noch wurden cross-mediale Möglichkeiten genutzt. RTL hatte zwar über die sozialen Medien die Zuschauer im Vorfeld des ersten Triells eingeladen, Selfie-Videos mit Fragen an die Kandidaten einzusenden, machte dann aber von ihnen keinen Gebrauch. Ein offenkundiger Nachteil der aufgekündigten Kooperation zwischen den Fernsehsendern war, dass sie zu einer Verringerung der Zuschauerzahlen führte, besonders bei den privaten: Das erste Triell sahen 5,6, das zweite im öffentlich-rechtlichen Fernsehen immerhin 11,1, das dritte nur noch 4,1 Millionen Zuschauer. Alle drei Trielle zusammen erreichten damit das Niveau des TV-Duells von 2005. Zum unterdurchschnittlichen Interesse (das aufgrund der gewachsenen Möglichkeiten asynchroner Mediennutzung etwas relativiert werden muss) mag beigetragen haben, dass sich die Sender nicht untereinander abstimmten und sich in ihrer Fragensauswahl bei den Themenkomplexen Corona, Klimawandel und Rente zum Teil erheblich überschnitten.

Dennoch ist das relativ schwache Interesse an den Triellen besonders erklärungsbedürftig, weil der Ausgang der Bundestagswahl 2021 so ungewiss war wie seit 2005 nicht mehr und weil auch die Zahl der unentschlossenen Wähler höher war als in den Wahlen zuvor. Noch zwei Wochen vor der Wahl wussten laut Allensbach 40 Prozent der Wähler nicht, wen sie am 26. September wählen wollten (zum gleichen Zeitpunkt 2013 war dies nur ein Viertel, 2017 ein Drittel der Wähler). In derselben Umfrage sagten 63 Prozent, dass sie die Spitzenkandidaten nicht überzeugten und 56 Prozent meinten, dass „alle Parteien“ kein gutes Bild abgaben (Köcher 2021). Die Wähler hatten sich, das zeigt der Verlauf der Direktwahlfrage des Bundeskanzlers sehr deutlich, ihr Bild von den Kandidaten schon gemacht, bevor der Wahlkampf mit dem ersten Triell Ende August in die heiße Phase eintrat – und es fiel vor allem für Baerbock und Laschet negativ aus. Die Wähler verziehen den beiden ihre Fehler im Wahlkampf nicht mehr. Bei Baerbock ging es im Mai und Juni um die Nachmeldung von Nebeneinkünften, die Schönung ihres Lebenslaufs und Plagiate in ihrem Buch, bei Laschet (neben Charakterfragen, die denen Baerbocks ähnelten) vor allem um ein Foto, das ihn Mitte Juli während einer Kondolenzadresse von Bundespräsident Steinmeier an die Opfer der Hochwasserkatastrophe im Rheinland lachend im Hintergrund zeigte. Beides führte zum – zeitlich versetzten – Absturz der beiden in der Kanzlerpräferenz der Deutschen. Baerbock sackte von Mai auf Juni um 12 Prozentpunkte ab, Laschet von Juli auf August um acht Punkte (Abbildung).



Quelle: Infratest dimap, ARD-DeutschlandTREND Mai bis September 2021 (Grundgesamtheit: Wahlberechtigte), Blitz zum TV-Triell (wahlberechtigte Live-Seher), Wahltagsbefragung (aktuelle Wähler).

Wie fest das Urteil der Wähler über Baerbock und Laschet saß, zeigten die Trielle. Obwohl beide und vor allem Baerbock durchaus gelungene Auftritte hinlegten, nutzte es ihnen mit Blick auf die Kanzlerpräferenz und die Wahlabsicht für ihre Parteien nichts mehr. Das erste Triell gewann laut Forsa SPD-Kanzlerkandidat Olaf Scholz (36 Prozent) vor Annalena Baerbock (30 Prozent) und Armin Laschet (25 Prozent). Vor allem mit seiner Kompetenz konnte Scholz punkten, während Baerbock in puncto Sympathie mit Scholz gleichzog und ihm in Fragen der Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit dicht auf den Fersen folgte. Laschet war in allen vier Kategorien deutlich abgeschlagen, Baerbock nur hinsichtlich ihrer Kompetenz (RTL 2021). Im zweiten Triell, in dem der mittlerweile in den Umfragen vorneliegende Scholz von Laschet und Baerbock wegen seiner möglichen Verwicklung in den Wirecard- und Cum-Ex-Skandal in die Defensive gedrängt wurde, gewann Baerbock zwar den Sympathiewettbewerb (besonders unter den 18- bis 34-jährigen Zuschauern) und strahlte für die meisten Zuschauer die größte Tatkraft aus. Dennoch gewann Scholz laut Infratest dimap auch dieses Triell mit 41 Prozent vor Laschet (27 Prozent) und Baerbock (25 Prozent). Für das dritte Triell ermittelte Forsa nahezu identische Sieger-Wahrnehmungen: Scholz 42, Laschet 27, Baerbock 25 Prozent. Obwohl Baerbock und Laschet unter den Zuschauern des zweiten Triells ihre Sympathie- und Unterstützungswerte ausbauen konnten, während die Unterstützung für Scholz stagnierte, waren diese Zugewinne nicht von Dauer oder übertrugen sich nicht auf die gesamte Wählerschaft. Am Wahltag waren sie wieder verpufft, während Scholz seine Zustimmungswerte weiter ausgebaut hatte (Abbildung).

Das Ergebnis der Bundestagswahl hatte somit am Ende zwar eindeutig mit der Performance der drei Kanzlerkandidaten zu tun – die drei Trielle trugen aber wenig zur Veränderung der Kandidatenbewertungen und der Wahlabsichten unter den Wählern bei. Diese hatten sich ihr Urteil – darin dem Tenor der medialen Berichterstattung folgend – bereits im Vorfeld der Trielle gebildet. Die Bewertung der Kandidatenperformance in den Triellen richtete sich dann weitgehend an den vorher bereits gebildeten Urteilen aus. Es wäre allerdings verfehlt, für die Wahlniederlagen von Union (real gegenüber 2017) und Grünen (gefühlte gegenüber den zwischenzeitlichen Umfragehochs) allein die Kandidaten verantwortlich zu machen. Mindestens genauso viel oder noch mehr Verantwortung tragen die Parteien und Parteiführungen, die sich für Kandidaten entschieden, die in den Augen großer Teile der Wählerschaft für das Amt des Bundeskanzlers unzureichend qualifiziert waren. Am Wahltag war Infratest dimap zufolge nur ein Fünftel der Wähler der Auffassung, dass Baerbock dem Amt des Bundeskanzlers gewachsen sei; bei Laschet waren es mit 27 Prozent kaum mehr. SPD-Kandidat Scholz wurde dagegen von zwei Drittel der Wähler als kanzlertauglich angesehen. Laut Forschungsgruppe Wahlen waren zudem zwei Drittel der Wähler und drei Viertel der CDU/CSU-Anhänger der Meinung, dass die Union mit Markus Söder als Kanzlerkandidaten ein besseres Ergebnis erzielt hätte. Mit Blick auf die grüne Kanzlerkandidatur war immerhin die Hälfte der Wähler wie der grünen Anhängerschaft der Auffassung, dass Robert Habeck ein besseres Ergebnis erzielt hätte.

Die Bedeutung der Trielle für die politische Debattenkultur und mögliche Verbesserungen

Auch wenn der Einfluss der TV-Trielle auf den Bundestagswahlkampf 2021 gering blieb, muss dies in Zukunft nicht so bleiben. Die Popularitätswerte des strahlenden Wahlsiegers Olaf Scholz waren im historischen Vergleich nur durchschnittlich, diejenigen von Baerbock und Laschet dagegen weit unterdurchschnittlich. Mit attraktiveren Kandidaten könnten in Zukunft auch Formate wie das TV-Triell wieder ein höheres Interesse erzeugen – zumal es auch positive Nachrichten mit Blick auf die politische Debattenkultur zu vermelden gab. Alle drei Kanzlerdebatten waren von einer bemerkenswerten Zivilität, einer ausgeprägten Orientierung auf die Inhalte und einem Verzicht auf persönliche Attacken geprägt. Den Weg wiesen die Antworten auf die Einstiegsfrage der Moderatoren Pinar Atalay und Peter Kloeppel im ersten Triell, die von den Kandidaten wissen wollten, was der jeweils andere nicht könne. Alle drei – erst Annalena Baerbock, dann Olaf Scholz, als Dritter auch Armin Laschet – verweigerten sich dieser Einladung zum persönlichen Angriff und lenkten die Debatte auf die Inhalte und die eigenen Stärken. Diese Linie behielten sie konsequent bei – ein Vorbild dafür, dass engagierte politische Diskussionen

ohne persönliche Verunglimpfungen auskommen können. Genauso standfest zeigten sich die drei Kandidaten, als Maybritt Illner und Oliver Köhr zu Beginn des zweiten Triells versuchten, ihnen Aussagen zu (ungeliebten) Koalitionsbündnissen zu entlocken. Auch hier machten sie deutlich, dass im Wahlkampf zunächst um die Inhalte gerungen wird, bevor die Wähler entscheiden und es im Anschluss an das Wählervotum um die Koalitionsverhandlungen geht. Journalisten mag das langweilen, für die politische Debattenkultur war auch das vorbildlich.

Trotzdem gab es an den TV-Triellen wie in der Vergangenheit an den TV-Duellen wieder einiges zu kritisieren. Hier sollen abschließend drei Kritikpunkte herausgegriffen und mit Verbesserungsvorschlägen verknüpft werden. *Erstens*: Die Moderatoren stehen seit Beginn der TV-Duelle in der Kritik, so auch wieder 2021. Ihrem Geltungsbedürfnis wird zu viel Raum gegeben. Dieses Jahr war dies zum Beispiel daran zu erkennen, dass im ersten Triell die Kandidaten in der Arena warteten, während die beiden Moderatoren – Pinar Atalay und Peter Kloepfel – wie die eigentlichen Matadore in die Arena einzogen. Sollte es nicht eigentlich umgekehrt sein? Ein weiteres Problem ist die Form des Moderatoren-Duos, die zwar eindeutig besser ist als das Moderatoren-Quartett, aber immer noch angewiesen ist auf eine gute Zusammenarbeit der beiden Moderatoren. Am besten funktionierte sie diesmal im ersten Triell, in dem Atalay und Kloepfel sich gut abstimmten. Überhaupt nicht klappte sie zwischen Maybritt Illner, die schon seit 2002 dabei ist und bereits in der Vergangenheit mit ihren langen, umständlichen Suchbewegungen bei Fragen auffiel, und dem Neu-Moderator Oliver Köhr, der den Eindruck erweckte, als müsse er Illner das Fragerecht gewaltsam entreißen. Claudia von Brauchitsch, früher für die CDU tätig, konnte im dritten Triell ihre Parteilichkeit nicht verbergen und schnitt Baerbock mit Blick auf das Zeitkonto mehrfach das Wort ab, obwohl nicht sie, sondern Laschet am längsten von allen geredet hatte. Die Sender sollten sich dazu durchringen, nur ihren besten Moderator für das Triell anzubieten. Dieser hätte dann die Chance, stärker in den Hintergrund zu treten und die Kandidaten besser zur Geltung kommen zu lassen, aber er trüge auch alleine für die Qualität der Moderation die Verantwortung. Bei RTL wäre dies Pinar Atalay, bei SAT.1 Linda Zervakis. Den öffentlich-rechtlichen Sendern, die den Verlust der beiden an die privaten Sender nach den drei Triellen sicher schmerzlich beklagen, wäre zu raten, sich auf die Suche nach einem neuen Gesicht zu begeben.

Zweitens: Um eine bestmögliche Qualität der Veranstaltungen zu gewährleisten, sollte eine bessere Koordination über die Serie der drei Trielle hinweg erfolgen. Dafür müssen die Fernsehsender nicht wie in der Vergangenheit als gemeinsame Veranstalter auftreten, aber sich doch besser untereinander abstimmen. Das betrifft die Themenauswahl, aber auch die Formate. Die Außenpolitik kam 2021 eindeutig zu kurz, nur einmal aus Anlass des aktuellen

Truppenabzugs aus Afghanistan wurde sie kurz thematisiert, während andere Themen doppelt und dreifach besprochen wurden. Ein Town-Hall-Meeting nach US-Vorbild, in dem Zuschauerfragen – gerne auch cross-medial – eingebunden werden, sollte Bestandteil der Serie sein. Hier könnten übrigens auch Experten, Wissenschaftler oder Vertreter von Interessengruppen ihre Anliegen vortragen, um nicht auf ein allzu flaches Niveau privater Betroffenheit abzusinken, wie es andere Wahlsendungen mit den Kanzlerkandidaten im Fernsehen („Wahlarena“ in der ARD oder „Klartext – das ZDF-Wahlforum“) kennzeichnete. Generell könnte bei den Formaten viel mehr experimentiert und das eingespielte Schema „Moderatoren fragen – Politiker antworten“ durchbrochen werden.

Drittens: Um der Kreativität aller Beteiligten auf die Sprünge zu helfen, sollte ein neuer Anlauf zur Bildung einer Kommission zu den Kanzlerdebatten unternommen werden. Dieser Kommission sollten Politik- und Kommunikationswissenschaftler, Wahlforscher, altgediente Parteipolitiker, Journalisten und Vertreter von Bürgerinitiativen angehören. Ihre Aufgabe bestünde – gemeinsam mit den Fernsehsendern und Wahlkampfstäben der Kanzlerkandidaten – in der Festlegung eines Regelwerks für die Debatten. Das würde Fragen betreffen wie die Bestimmung von Selektionskriterien für die Teilnahme an den Debatten, die Formate der Debatten, die Diskussionsregeln und anderes mehr. Nachzudenken wäre angesichts der Krise der beiden traditionellen Kanzlerparteien und der Pluralisierung des Parteiensystems über die Frage, ob solche Debatten in Zukunft nur auf die Kanzlerkandidaten beschränkt bleiben können oder ob nicht im Sinne der Chancengerechtigkeit alle Spitzenkandidaten aussichtsreicher Parteien in die Debatten einbezogen werden müssten.

Literatur:

- Bachl, Marko, 2016: Duett vs. Duell? Rezeption und Wirkung der TV-Duelle vor den Bundestagswahlen 2009 und 2013 im Vergleich, in: Jens Tenscher / Uta Rußmann (Hrsg.), Vergleichende Wahlkampfforschung, Wiesbaden, S. 233-258. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12977-4_11.
- Bieber, Christoph, 2010: Das „Kanzlerduell“ als Multimedia-Debatte. Politische Kommunikation und Bürgerbeteiligung zwischen TV und Internet, in: Karl-Rudolf Korte (Hrsg.), Die Bundestagswahl 2009. Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung, Wiesbaden, S. 239-261. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92494-6_12.
- Dinter, Jan / Weissenbach, Kristina, 2017: Das TV-Duell im Bundestagswahlkampf 2017. Stellenwert und Wirkungspotenzial eines Medienereignisses zum Höhepunkt des Wahlkampfes, in: Einsichten und Perspektiven, Nr. 3, S. 32-43. https://www.km.bayern.de/epaper/LZ/EuP/2017_3/files/assets/basic-html/page-32.html#.
- Donsbach, Wolfgang, 2002: Sechs Gründe gegen Fernsehduelle, in: Die politische Meinung, Nr. 396, S. 19-25. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=de29728a-52dc-e8fc-a926-a614f7190a7b&groupId=252038.
- Faas, Thorsten / Maier, Jürgen / Maier, Michaela (Hrsg.), 2017: Merkel gegen Steinbrück. Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05432-8>.
- Horst, Patrick, 2000: Kennedy – Nixon. Das Fernsehduell, in: Die Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte, 47. Jg., Nr. 1-2, S. 48-49. https://patrickhorst.de/wp-content/uploads/2020/03/Kennedy_Nixon_FH_2000_01_02.pdf.

- Köcher, Renate, 2021: Gespannt und ratlos, in: FAZ vom 15. September, S. 8. <https://www.faz.net/aktuell/politik/bundestagswahl/bundestagswahl-noch-nie-so-viele-unentschlossene-kurz-vor-wahl-17536559.html?premium>.
- Maier, Jürgen / Faas, Thorsten, 2019: TV-Duelle, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-11777-1>.
- Maurer, Marcus / Reinemann, Carsten, 2003: Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80456-3>.
- Maurer, Marcus / Reinemann, Carsten / Maier, Jürgen / Maier, Michaela, 2007: Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-90709-3>.
- Polsby, Nelson W. / Wildavsky, Aaron, 2008: Presidential Elections. Strategies and Structures of American Politics, 12. Aufl., Lanham. ISBN-13: 978-0-7425-5415-3.
- RTL, 2021: RTL-Blitz-Forsa-Umfrage zeigt: 36 Prozent für SPD-Kanzlerkandidat Olaf Scholz, 31. August. <https://www.rtl.de/cms/forsa-umfrage-nach-tv-triell-bei-rtl-in-diesen-punkten-sahen-die-zuschauer-olaf-scholz-vorn-4821858.html>.
- Tapper, Christoph / Quandt, Thorsten, 2019: „Herr Schulz, Sie grätschen in Ihre Schluss-Statements rein...“: Eine dialoganalytische Untersuchung des TV-Duells im Bundestagswahlkampf 2017, in: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), Die (Massen-)Medien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2017, Wiesbaden, S. 181-207. https://doi.org/10.1007/978-3-658-24824-6_8.