

---

# **MASTERARBEIT**

---

Herr  
**Marcel Proff**

**Der Abgasskandal im  
öffentlichen Diskurs -  
Eine Frame-Analyse  
der ARD Tagesschau  
Berichterstattung über die  
Dieseltechnologie**

**2021**

# **MASTERARBEIT**

---

## **Der Abgasskandal im öffentlichen Diskurs - Eine Frame-Analyse der ARD Tagesschau Berichterstattung über die Dieseltechnologie**

Autor:  
**Herr Marcel Proff**

Studiengang:  
**Media and Communication Studies**

Seminargruppe:  
**MC18wC-M**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold**

Zweitprüfer:  
**Prof. Dr. h.c. Hans-Peter Niedermeier**

Einreichung:  
Mittweida, 08.04.2021

# **MASTER THESIS**

---

## **Dieselgate in public discourse - a frame analysis of the ARD Tagesschau coverage on diesel technology**

author:

**Mr. Marcel Proff**

course of studies:

**Media and Communication Studies**

seminar group:

**MC18wC-M**

first examiner:

**Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold**

second examiner:

**Prof. Dr. h.c. Hans-Peter Niedermeier**

submission:

Mittweida, 08.04.2021

## **Bibliografische Angaben**

Proff, Marcel:

Der Abgasskandal im öffentlichen Diskurs - Eine Frame-Analyse der ARD Tagesschau Berichterstattung über die Dieselsechnologie

Dieselgate in public discourse - a frame analysis of the ARD Tagesschau coverage on diesel technology

85 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Masterarbeit, 2021

## **Abstract**

Das Ziel der vorliegenden Masterarbeit war es, die Berichterstattung der ARD-Tagesschau über den Abgasskandal auf mögliche Einflussnahmen zu untersuchen. Als theoretisches Konstrukt wurde die Framing-Theorie herangezogen und nach Potthoff (2012) operationalisiert. Der Untersuchung liegt eine quantitative Inhaltsanalyse zu Grunde. Das Ergebnis der Arbeit legt nahe, dass die Themenagenda der Tagesschau Berichterstattung durch mediatisierte Ereignisse der Deutschen Umwelthilfe e.V. beeinflusst wurde. Ein starkes Versehen der gesetzten Themen der Berichterstattung mit Interpretationsrahmen konnte im Rahmen der Untersuchung nicht nachgewiesen werden.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>II</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>IV</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>VII</b>
<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Forschungsanliegen und Forschungsfrage</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Stand der Forschung</b> .....	<b>7</b>
<b>3. Gesellschaftstrends</b> .....	<b>9</b>
3.1. Postmoderne und Wertewandel .....	9
3.2. Medialisierung und Mediengesellschaft .....	14
<b>4. Der Abgasskandal als Untersuchungsgegenstand</b> .....	<b>18</b>
4.1. Chronologie der Ereignisse .....	18
4.2. Ursachen .....	24
4.3. Auswirkungen .....	26
<b>5. Framing</b> .....	<b>30</b>
5.1. Meinungsbildende Tendenzen.....	30
5.2. Begriffseingrenzung .....	31
5.3. Textuelle Frames .....	33
<b>6. Quantitative Inhaltsanalyse als Forschungsmethode</b> .....	<b>38</b>
6.1. Anwendungsbereich und Kriterien .....	38
6.2. Anforderungen an das Codebuch .....	42
<b>7. Operationalisierung</b> .....	<b>43</b>
7.1. Formale Kategorien.....	43
7.2. Kategorien zu Akteuren und Darstellung.....	44
7.3. Kategorien zu Themen und Darstellung.....	44
7.4. Kategorien zur Meinungsbildung.....	45
<b>8. Durchführung</b> .....	<b>50</b>
8.1. Untersuchungsmaterial und Aufbereitung .....	50
8.2. Grundgesamtheit und Stichprobe.....	51
8.3. Pretest.....	52
8.4. Reliabilität.....	53

<b>9. Auswertung</b> .....	<b>54</b>
9.1. Formale Daten.....	54
9.2. Themenbezogene Daten.....	57
<b>10. Interpretation</b> .....	<b>68</b>
<b>Fazit</b> .....	<b>79</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>VIII</b>
<b>Anlagen</b> .....	<b>XX</b>
<b>Codebuch</b> .....	<b>XXI</b>
<b>Anhang Codebuch</b> .....	<b>XXII</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung</b> .....	<b>XXV</b>
<b>Daten-CD</b> .....	<b>XXVI</b>

# Abkürzungsverzeichnis

<i>ADAC</i>	-	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club
<i>NGO</i>	-	Nichtregierungsorganisation
<i>DUH</i>	-	Deutsche Umwelthilfe e.V.
<i>CARB</i>	-	California Air Resources Board
<i>EPA</i>	-	United States Environmental Protection Agency
<i>KBA</i>	-	Kraftfahrt-Bundesamt
<i>TS</i>	-	Tagesschausprecher
<i>BS</i>	-	Beitragssprecher
<i>RvO</i>	-	Reporter vor Ort
<i>BUND</i>	-	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Merkmale textueller Frames .....	33
Abbildung 2: Anzahl der Beiträge im Verlauf des Untersuchungszeitraums....	54
Abbildung 3: Position der Beiträge innerhalb der Tagesschau Ausgaben .....	55
Abbildung 4: Themenaspekte auf Position 1 .....	55
Abbildung 5: Themenaspekte auf Position 2 .....	56
Abbildung 6: Themenaspekte auf Position 3 .....	56
Abbildung 7: Akteure mit über 30 Nennungen in der Berichterstattung.....	57
Abbildung 8: Akteure innerhalb der Peer Bundesregierung .....	59
Abbildung 9: Akteure innerhalb der Peer Opposition.....	60
Abbildung 10: Akteure innerhalb der Peer Automobilhersteller .....	60
Abbildung 11: Akteure innerhalb der Peer Umwelt-/Verbraucherschutz- organisationen .....	61
Abbildung 12: Akteure innerhalb der Peer Volkswagen AG.....	61
Abbildung 13: Darstellungsarten der Akteure mit über 30 Nennungen .....	62
Abbildung 14: Themenaspekte in der Berichterstattung gesamt.....	63
Abbildung 15: Themenaspekte in der Berichterstattung Top 5 .....	63
Abbildung 16: Konnotation Themen insgesamt .....	64
Abbildung 17: Konnotation Themenaspekte.....	64
Abbildung 18: Framing in der gesamten Berichterstattung .....	65
Abbildung 19: Framing Themenaspekte gesamt .....	66
Abbildung 20: Framing Themenaspekt Top 5 .....	66



# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Auszug „Formale Kategorien“ der Untersuchung aus dem Codebuch .....	43
Tabelle 2: Auszug Kategorie „Salienz“ aus dem Codebuch.....	47
Tabelle 3: Auszug Kategorie „Kohärenz“ aus dem Codebuch .....	48
Tabelle 4: Auszug Kategorie „Ausprägung des Framings“ aus dem Codebuch .....	49

# Vorwort

Mein Dank gilt zuerst Herrn Professor Wrobel-Leipold für die Übernahme der Erstkorrektur und die gute Betreuung während der gesamten Arbeit. Ebenfalls möchte ich Herrn Professor Niedermeier für die Übernahme der Zweitkorrektur danken, der Hanns-Seidel-Stiftung für die ideelle und finanzielle Förderung während meines Masterstudiums und meinen Eltern, Familie und Freunden für die tatkräftige Unterstützung und den Rückhalt.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Text verallgemeinernd das generische Maskulinum verwendet. Diese Formulierungen umfassen gleichermaßen weibliche, männliche und diverse Personen; alle sind damit selbstverständlich gleichberechtigt angesprochen.

# Einleitung

Der Automobilsektor in Deutschland befindet sich aktuell in einem Spannungsfeld. Auf der einen Seite Menschen, die teils einen emotionalen Bezug zum eigenen Pkw haben und der Wirtschaftsfaktor Automobilindustrie, der gemessen am Umsatz, den mit Abstand bedeutendsten Industriezweig in Deutschland stellt<sup>1</sup>. Auf der anderen Seite drohende Fahrverbote, „Fridays for Future“ und heftige Diskussionen um Verbrennertechnologien. Trotz aller Kritik am Automobil haben die Neuzulassungen in Deutschland 2019 das zweithöchste Niveau der vergangenen 20 Jahre erreicht<sup>2</sup>. Ausgangspunkt für die Entstehung dieses Spannungsfelds war der Abgasskandal beim Volkswagen Konzern, aufgedeckt durch die US-Umweltbehörde Environmental Protection Agency (EPA) im Jahr 2015. Resultierend daraus ergaben sich Vertrauensverluste für die gesamte Automobilbranche, aber auch für die deutsche und europäische Politik. Im Sonderbericht zur Marke „Made in Germany“ zeigt das Edelman Trust Barometer, dass dem Sektor „Automotive“ die 1.000 Befragten in Deutschland eher misstrauen, während die Befragten aus den „Developed“-Märkten (Frankreich, U.K., USA) und den „Emerging“-Märkten (Brasilien, China, Indien, Mexiko) dem Sektor neutral gegenüberstehen oder sogar ein großes Vertrauen aussprechen<sup>3</sup>. Währenddessen zeigt sich bei der Frage, ob die Skandale rund um deutsche Firmen das Konsumverhalten verändert haben, dass 33 Prozent der Befragten in Deutschland, 37 Prozent der Befragten in den „Developed“ Märkten und 41 Prozent der Befragten in den „Emerging“ Märkten weniger deutsche Produkte kaufen oder diese sogar aktiv boykottieren<sup>4</sup>. Skandale, wie der rund um die Dieselsechnologie wirken sich auf Deutschland als Exportnation und die Marke „Made in Germany“ aus. So zeichnet sich beispielsweise seit Anfang des Jahres 2018 ein Rückgang bei der Anzahl der exportierten Pkw aus Deutschland

<sup>1</sup> vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi): Automobilindustrie. 2020. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Textsammlungen/Branchenfokus/Industrie/branchenfokus-automobilindustrie.html>, 05.11.2020.

<sup>2</sup> vgl. Deutsche Automobil Treuhand GmbH: DAT Report 2020. Ostfildern 2020, S. 7.

<sup>3</sup> vgl. Edelman GmbH: 2019 Edelman Trust Barometer Special Report. Trust in Brand Germany. Frankfurt am Main 2019, S. 6.

<sup>4</sup> vgl. a.a.O., S. 10.

ab<sup>5</sup>. Die Diskussion um Dieseltechnologien beeinflusst auch die Kaufentscheidung der Deutschen. 37 Prozent der Befragten gaben Anfang 2019 an, sich wegen der Diesel-Diskussion bewusst gegen ein Fahrzeug mit Dieseltechnologie zu entscheiden. Weitere acht Prozent gaben an, dass die Diskussion ihre Ablehnung gegen den Diesel bestätigt hätte<sup>6</sup>. Zahlen wie diese zeigen, welchen Einfluss die öffentliche Diskussion auf das Konsumentenverhalten in Deutschland und weltweit hatte.

Im Verlauf der Berichterstattung über den Abgasskandal in Deutschland ließen sich unterschiedliche Themenschwerpunkte beobachten. Ein zentraler Punkt in der Diskussion um Dieseltechnologien waren drohende Fahrverbote in deutschen Innenstädten. Basis für die öffentlichen und politischen Diskussionen über Fahrverbote waren die Klagen der Nichtregierungsorganisation (NGO) Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH) gegen Bundesländer und Städte seit 2017. Bei einer Befragung im März 2019 gab die Mehrheit der Befragten an, dass der Schutz der Gesundheit der Bürger in den Städten der wichtigste Aspekt in der Diskussion um Diesel-Fahrverbote sei<sup>7</sup>. Der Aspekt Gesundheit ist auch im Hintergrundpapier „Klagen für Saubere Luft“<sup>8</sup> der Deutschen Umwelthilfe e.V. und in ihrer öffentlichen Kommunikation zentral. So spricht der Bundesgeschäftsführer der DUH, Jürgen Resch unter anderem von „[...] vorsätzliche[r] Körperverletzung mit Todesfolge in vielen tausend Fällen [...]“<sup>9</sup>.

Gesundheit zählt dabei zu den klassischen journalistischen Selektionskriterien. Diese Kriterien nutzen Journalisten, um den Überfluss an Informationen zu selektieren und zu strukturieren. Ziel ist es dabei Dinge so aufzubereiten, dass sie in den Erfahrungshorizont der jeweiligen Zielgruppe passen, da sie so besonders aufmerksam wahrgenommen

<sup>5</sup> vgl. Statista: Anzahl der exportierten Pkw aus Deutschland von Januar 2010 bis September 2020. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/158068/umfrage/export-von-pkw-mo-natszahlen/>, 14.10.2020.

<sup>6</sup> vgl. Statista: Beeinflusst die Diesel-Diskussion Ihre Kaufentscheidung?. 2019. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/582886/umfrage/auswirkungen-der-diesel-diskussion-auf-die-kauf-entscheidung-in-deutschland/>, 15.10.2020.

<sup>7</sup> vgl. Statista: Welche Aspekte sind Ihnen bei der Diskussion um Grenzwerte und Diesel-Fahrverbote am wichtigsten?. 2019. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/983898/umfrage/umfrage-zu-wichtigen-aspekten-in-der-diskussion-um-diesel-fahrverbote/>, 15.10.2020.

<sup>8</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Hintergrundpapier Klagen für Saubere Luft. Radolfzell/Berlin 2019, S. 3.

<sup>9</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Das Märchen vom sauberen Diesel. 2019. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/>, 28.10.2020.

werden. Nähe ist dabei einer der Aufmerksamkeitsfaktoren<sup>10</sup>. Mit dem Aspekt Gesundheit zielt die Kommunikation der DUH auf die zweite Dimension des Faktors Nähe ab. Diese bezieht sich auf die Nähe des Rezipienten zu sich selbst. Das Thema Gesundheit geht jedem nahe, da es in jeden Erfahrungshorizont passt<sup>11</sup>.

Die Deutsche Umwelthilfe versteht sich dabei selbst als politisch unabhängige, gemeinnützig anerkannte und klageberechtigte Umwelt- und Verbraucherschutzorganisation, die die Interessen von Verbrauchern durch Aufklärung und Beratung fördern und die Öffentlichkeit mobilisieren will<sup>12</sup>. So betreibt sie bereits seit dem Jahr 2002 eine Kampagne mit dem Schwerpunkt Dieselsechnologie, die sie nach dem Inkrafttreten der EU-Verordnung EG-715/2007 zur Typgenehmigung von Pkw der Abgasstufe Euro 5 und 6 im Jahr 2007 auf alle Schadstoffe aus Benzin- und Dieselmotoren ausgeweitet hat<sup>13</sup>. Jahre vor Bekanntwerden des Skandals im Jahr 2015 hat die DUH zum Jahreswechsel 2008/2009 bereits „[...] mit Fachgesprächen und einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit vor der bevorstehenden Selbstkontrolle der Autoindustrie bei den Schadstoffmessungen gewarnt<sup>14</sup>.“

Basierend auf diesen Beobachtungen soll in der vorliegenden Masterarbeit die Berichterstattung der ARD Tagesschau über den Abgasskandal zwischen September 2015 und Dezember 2019 hinsichtlich etwaiger Einflussnahmen von politischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Akteuren auf die Berichterstattung analysiert werden. Dabei soll neben den Akteuren und den Themen in der Berichterstattung, auch überprüft werden, ob in der Berichterstattung Interpretationsrahmen für einzelne Themen gegeben sind.

Als theoretisches Fundament für die Analyse dient die Framing-Theorie. Um die gesellschaftlichen Auswirkungen des Skandals einordnen zu können, sollen zunächst mit Hilfe der Theorie des Wertewandels von Ronald Inglehart und der Theorie der Medialisierung nach David L. Altheide und Robert P. Snow die Gesellschaftstrends dargelegt werden.

<sup>10</sup> vgl. Wrobel-Leipold, A.: Schreiben um zu informieren – Journalistische Darstellungsformen im Überblick. In: Altendorfer, O./Hilmer, L. (Hrsg.): Medienmanagement. Band 1: Methodik - Journalistik und Publizistik - Medienrecht. Wiesbaden 2009, S. 83ff.

<sup>11</sup> vgl. a.a.O., S. 85f.

<sup>12</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Über uns. 2020. <https://www.duh.de/ueberuns/>, 05.11.2020.

<sup>13</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 28.10.2020.

<sup>14</sup> Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 28.10.2020.

Die ARD Tagesschau wird als Untersuchungsgegenstand herangezogen, da sie im Untersuchungszeitraum mit durchschnittlich 9,7 Millionen Zuschauern täglich die größte Reichweite unter den deutschen Nachrichtensendungen hat<sup>15</sup>. Sie kann aufgrund ihrer zentralen, sozialen Stellung als Intermediär, als Leitmedium mit meinungsbildender Rolle angesehen werden<sup>16</sup>. Zudem zeigt sich im Verlauf der letzten 20 Jahre, dass die Zuschauerzahlen konstant auf einem hohen Niveau sind. Ein eindeutiger Rückgang an Reichweite, wie bei den Auflagenzahlen der gedruckten Tageszeitungen, lässt sich nicht feststellen<sup>17</sup>.

Operationalisiert wird die Forschungsfrage mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse. Dabei werden alle Tagesschau-Berichte im Zeitraum vom 18. September 2015 bis zum 31. Dezember 2019 analysiert, die den Abgasskandal oder eine seiner wirtschaftlichen, regulatorischen, politischen und rechtlichen Auswirkungen zum Thema haben.

Im zweiten Schritt soll die Berichterstattung auf Korrelationen mit Aktionen von Akteuren und auf Ereignissen im Zuge des Abgasskandals untersucht werden.

In der Berichterstattung und der öffentlichen Diskussion über den Abgasskandal haben sich verschiedene Begrifflichkeiten etabliert. In der vorliegenden Masterarbeit werden die geläufigen Begriffe Abgasskandal, Dieselskandal, Dieselaffäre, Abgasaffäre und Dieselgate synonym verwendet.

<sup>15</sup> vgl. Statista: Reichweite der Tagesschau in den Jahren 1992 bis 2019 nach der durchschnittlichen Anzahl der Fernsehzuschauer. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182978/umfrage/reichweite-der-tagesschau-seit-1992/>, 30.09.2020.

<sup>16</sup> vgl. Jarren, O./Vogel, M.: „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In: Blum, R. et al. (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien. Wiesbaden 2011, S. 18f.

<sup>17</sup> vgl. Statista: Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2020. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>, 30.09.2020.

# 1. Forschungsanliegen und Forschungsfrage

In dieser Masterarbeit wird der Abgasskandal als „Black-Swan“- Ereignis verstanden<sup>18</sup>. Laut Jonathan C. Ngoma kann von einem „Black Swan“ gesprochen werden, wenn folgende Kategorien erfüllt sind.

„It must be an outlier, i.e. as it must lie outside the realm of our regular expectations, because nothing in the past can convincingly point to its possibility. It must carry an extreme impact. After the fact, our human nature enables us to accept it by concocting explanations that make it seem to have been expected<sup>19</sup>.“

Gerade solche unvorhersehbaren Ereignisse (focusing events) erzeugen Möglichkeiten, politische Prozesse zu beeinflussen<sup>20</sup>. Akteure, besonders Nichtregierungsorganisationen (NGOs), bauen auf dem Prinzip auf, dass jede Idee ihre Zeit hat und dass es ein Fenster für politische Veränderungen gibt, das genutzt werden muss<sup>21</sup>. Katastrophen und Skandale öffnen so ein zeitlich begrenztes Fenster um ein Thema als Problem zu definieren und Lösungsverschlüsse einzubringen und so die eigene Organisation öffentlichkeitswirksam als kompetent und gemeinwohlorientiert darzustellen. Denn kontinuierliche Lobbyaktivitäten alleine führen ebenso wenig zum Erfolg, wie eine massive Mobilisierung oder andere Aktivitäten von intermediären Akteuren wie NGOs<sup>22</sup>.

Da der „transfer of salience from the media agenda to the public agenda<sup>23</sup>“ über die Medien geschieht, sind diese für die Durchführung von Kampagnen zur Beeinflussung politischer Prozesse von besonderer Bedeutung. Ebenso der Umstand, dass die Menschen in der Beurteilung der Realität mehr auf die mediale Vermittlung, als auf ihre eigene Wahrnehmung vertrauen<sup>24</sup>.

<sup>18</sup> vgl. Bratzel, S.: Der Abgasskandal und die Vertrauenskrise im Automobilmarkt - Ursachen, Lösungen und Auswirkungen auf den Verbraucher. Bergisch Gladbach 2018, S. 6.

<sup>19</sup> Ngoma, J. C.: Presidential address. Swimming with the black swan. In: The Journal of the Southern African Institute of Mining and Metallurgy. Jahrgang 109, Ausgabe 9/2005, S. 502.

<sup>20</sup> vgl. Kingdon, J. W.: Agendas, Alternatives, and Public Policies. Boston/Toronto 1984, S.175ff.

<sup>21</sup> vgl. Voss, K.: Compact & Co. Wie Hybridorganisationen das Grassrootscampaigning verändern. In: Speth, R. (Hrsg.): Grassroots-Campaigning. Wiesbaden 2013, S. 218f.

<sup>22</sup> vgl. a.a.O., S. 218.

<sup>23</sup> Carroll, C. E./McCombs, M.: Agenda-Setting Effects of Business News on the Public's Images and Opinions about Major Corporations. In: Corporate Reputation Review. Jahrgang 6, Ausgabe 1/2003, S. 36.

<sup>24</sup> vgl. Brettschneider, F.: Economic Affairs, Media Coverage, and the Public's Perception of the Economy in Germany. In: Schorr, A. et al. (Hrsg.): Communication Research in Europe and Abroad. Challenges of the First Decade. Berlin 2002, S. 252.

Eigene Botschaften nach den journalistischen Selektions- und Aufmerksamkeitskriterien aufzubereiten, sorgt für eine bessere Platzierung beim Rezipienten. Auch können die Botschaften so leichter auf die Medien-Agenda aufgenommen werden.

Basierend auf diesen Erkenntnissen und den Beobachtungen, dass Themenschwerpunkte in der öffentlichen und politischen Diskussion durch Aktionen und die Hierarchie von Themenaspekten von Akteuren gesetzt werden, soll die Berichterstattung über den Abgasskandal in der ARD Tagesschau einer Untersuchung unterzogen werden. Die übergeordnete Forschungsfrage lautet:

*Gibt es Anzeichen, dass die Berichterstattung der ARD Tagesschau und die veröffentlichte Meinung über die Dieseltechnologie von der Nicht-regierungsorganisation Deutsche Umwelthilfe e.V. beeinflusst wurde und wenn ja, in welcher Form?*

Daraus abgeleitet, ergeben sich folgende Teilfragen:

*TF1: Welche Akteure kommen in der Berichterstattung um den Abgasskandal vor? Welche Themen besetzen sie in der Berichterstattung?*

*TF2: Wie häufig und in welcher Form kommen die einzelnen Akteure in der Berichterstattung vor?*

*TF3: Welche Themen rund um den Abgasskandal werden in der Berichterstattung erwähnt? Wie werden diese dargestellt?*

*TF4: Werden Themen in der Berichterstattung mit Interpretationsrahmen versehen?*

*TF5: Korreliert die Berichterstattung mit Aktionen von Akteuren?*



## 2. Stand der Forschung

Der Abgasskandal bietet als Ereignis mit internationalen Auswirkungen für viele Disziplinen der Wissenschaft ein breites Forschungsfeld.

So beschäftigte sich unter anderem Guillaume P. Chossière mit den Auswirkungen der erhöhten NO<sub>x</sub>-Emissionen von Volkswagen-Pkw auf die öffentliche Gesundheit in Deutschland<sup>25</sup> und Rio Oldenkamp, Rosalie van Zelm und Mark A. J. Huibregts mit der Bewertung des Schadens für die menschliche Gesundheit durch den Betrug von Volkswagen<sup>26</sup>.

Auf dem Gebiet der Rechtswissenschaften standen die strafrechtlichen<sup>27</sup> und zivilrechtlichen<sup>28</sup> Bewertungen des Abgasskandals im Mittelpunkt der Forschung.

In den Medien- und Kommunikationswissenschaften lagen die Forschungsschwerpunkte hauptsächlich auf den Themen Unternehmensimage<sup>29</sup>, Auswirkungen des Skandals auf die Marke<sup>30</sup>, auf der Krisenkommunikation des Volkswagen Konzerns<sup>31</sup> oder auf der möglichen Einflussnahme von Pressemitteilungen auf den Aktienkurs börsennotierter Unternehmen im Krisenfall<sup>32</sup>. Andere Arbeiten befassten sich mit dem Tracking des Skandals in den sozialen Medien<sup>33</sup> oder den Beziehungen zwischen der Automobilindustrie und der Politik<sup>34</sup>.

<sup>25</sup> vgl. Chossière, G. P. et al.: Public health impacts of excess NO<sub>x</sub> emissions from Volkswagen diesel passenger vehicles in Germany. In: Environmental Research Letters. Jahrgang 12, Ausgabe 3/2017, S. 1-14.

<sup>26</sup> vgl. Oldenkamp, R./van Zelm, R./Huibregts, M. A. J.: Valuing the human health damage caused by the fraud of Volkswagen. In: Environmental Pollution. Jahrgang 212, Ausgabe 5/2016, S. 121-127.

<sup>27</sup> vgl. u.a. Linne T.-M.: Dieselgate. Eine rechtswissenschaftliche Untersuchung. Bielefeld: Universität Bielefeld, Dissertation, 2019.

<sup>28</sup> vgl. u.a. Werner, T.: Gewährleistung im VW-Abgasskandal. Zivilrechtliche Ansprüche deutscher Autokäufer. Sachmängel, Nacherfüllung, Rücktritt vom Vertrag und Schadensersatz. Schmalkalden: Hochschule Schmalkalden, Bachelorarbeit, 2017.

<sup>29</sup> vgl. u.a. Wolff, S.: Ein Image in der Krise. Zum Einfluss der Volkswagen-Affäre auf das Unternehmensimage. Bielefeld: Fachhochschule des Mittelstands, Bachelorarbeit, 2016.

<sup>30</sup> vgl. u.a. Gätjens, P.: Folgen und Auswirkungen für eine Marke in einem Rechtsstreit. Mittweida: Hochschule Mittweida, Bachelorarbeit, 2016.

<sup>31</sup> vgl. u.a. Bez, A.: Volkswagen Dieselgate: An Analysis of Volkswagen AG's Crisis Communication as a Response to the Emissions Scandal from 2015. Los Angeles: University of Southern California, Masterarbeit, 2016.

<sup>32</sup> vgl. u.a. Köppel, C. M.: Die Auswirkungen von Pressemitteilungen auf die Aktienkurse börsennotierter Unternehmen im Krisenfall. München: Ludwig Maximilian Universität München, Masterarbeit, 2016.

<sup>33</sup> vgl. u.a. Ecker, I.: Tracking von Unternehmensskandalen in sozialen Netzwerken am Beispiel Volkswagen. Graz: Karl-Franzens-Universität Graz, Masterarbeit, 2017.

<sup>34</sup> vgl. u.a. Lamprecht, T.: Die Beziehungen zwischen der Automobilindustrie und der Politik - Wie wird Einfluss genommen und welche Regulierungsmöglichkeiten bestehen?. Berlin: Freie Universität Berlin, Dissertation, 2017.

Eine Untersuchung der deutschen Berichterstattung in der ARD Tagesschau, als reichweitenstärkste deutsche Nachrichtensendung, über den Abgasskandal sowie zu etwaigen Einflussnahmen auf diese und die öffentliche Meinung steht noch aus. Dieses Forschungsfeld soll mit der vorliegenden Masterarbeit abgedeckt werden.

### **3. Gesellschaftstrends**

Zum Verständnis der Folgen der Berichterstattung über den Abgaskandal und die damit verbundenen wirtschaftlichen, regulatorischen, politischen und rechtlichen Auswirkungen sollen zunächst aktuelle Gesellschaftstrends erörtert werden.

#### **3.1. Postmoderne und Wertewandel**

Das Hauptmerkmal der Moderne ist die funktionale Differenzierung unseres Gesellschaftssystems. Dabei spielen die vier zentralen Funktionssysteme Wirtschaft, Politik, soziale Gemeinschaft und Kultur eine entscheidende Rolle. Ein wesentliches Merkmal der Postmoderne hingegen sind Doppel- oder Mehrfachcodierungen, das heißt, dass in der Postmoderne Dinge und Ideen vermischt werden, die in der Moderne nichts miteinander zu tun hatten<sup>35</sup>. Während in der Moderne das Übernehmen der Aufgaben eines Teilsystems durch ein anderes mit einer Entdifferenzierung, d. h. mit einem Verzicht auf die Vorteile der funktionalen Ausdifferenzierung endet<sup>36</sup>, wird in der Postmoderne die Polarität von Differenzierung und Entdifferenzierung überholt. Die Differenzierungen der Modernen werden in der postmodernen Gesellschaft reflexiv rekombiniert und restrukturiert. Die polare Differenzierung sozialer und räumlicher Phänomene wird durch weiche Übergänge entgrenzt<sup>37</sup>. In Wirtschaft und Politik von Gesellschaften der Ersten Welt lassen sich Merkmale der Postmoderne finden. Organisationsinnovationen und technische Prozessinnovationen, aber auch Produktionsverlagerungen führen in der Postmoderne dazu, dass die Vorherrschaft des sekundären Wirtschaftssektors abnimmt. Der erhöhte Bedarf an gehobenen Dienstleistungen lässt die Bedeutung des tertiären Wirtschaftssektors ansteigen<sup>38</sup>. 2020 erwirtschaftete der Dienstleistungssektor knapp über 70 Prozent des Bruttoinlandsprodukts der Bundesrepublik Deutschland, während der sekundäre Sektor, ohne das Baugewerbe lediglich auf

<sup>35</sup> vgl. Vester, H.-G.: Soziologie der Postmoderne. München 1993, S. 15.

<sup>36</sup> vgl. Luhmann, N.: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M. 1984, S. 81.

<sup>37</sup> vgl. Kühne, O.: Landschaft in der Postmoderne. Das Beispiel des Saarlands. Wiesbaden 2006, S. 21f.

<sup>38</sup> vgl. a.a.O., S. 22.

22,9 Prozent kam<sup>39</sup>. Im Zuge der Postmodernisierung verschiebt sich auch die räumliche Bezugsdimension der Wirtschaft. Aus einer nationalen Wirtschaft wird eine international verflochtene, globalisierte Ökonomie. Diese Entwicklung verstärkt den Konkurrenzdruck auf einzelne Volkswirtschaften. Insbesondere vom Export abhängige Ökonomien sehen sich gezwungen ihre strukturelle Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen<sup>40</sup>.

In der Postmoderne wird die Politik durch die Internationalisierung und Globalisierung von gesellschaftlichen Funktionen flankiert. Andere gesellschaftliche Systeme wie die globalisierte Wirtschaft oder die internationale Wissenschaft sowie die Probleme Umweltbelastung oder Terrorismus haben eine globale Dimension erhalten. Sie sind durch nationale Konzepte nur noch im geringen Maße beeinflussbar bzw. beherrschbar geworden<sup>41</sup>. Der Machtverlust des politischen Systems gegenüber der restlichen Gesellschaft in der Postmoderne geht mit dem Verlust an Legitimität einher. Legitimität muss im Gegensatz zur Moderne durch Leistung bewiesen werden und kann nicht aus Prinzipien abgeleitet werden. Um diesen Macht- und Legitimitätsverlust zu kaschieren, werden politische Diskurse „zugunsten ökonomischer, rechtlicher, wissenschaftlicher, dramaturgisch-medialer und symbolisch-ästhetischer Diskurse“<sup>42</sup> verdrängt. Die Politik in der Postmodernen wird zunehmend zu einer Dienstleistung. Zudem steht im Zentrum politischer Bemühungen nicht mehr das Prinzip der Ziel-Erreichung der Gesellschaft, sondern die mediale Verwertbarkeit<sup>43</sup>.

Die Gesellschaft in der Postmoderne wird nicht mehr als feste Struktur, sondern viel mehr als Matrix wahrgenommen und behandelt, die aus zufälligen Verbindungen und Trennungen sowie aus einer im Prinzip unendlichen Fülle möglicher Permutationen besteht<sup>44</sup>. Dabei werden die Lebenswelten zunehmend von der wettbewerblichen Logik durchzogen. Diese hat eine hohe zeitliche Variabilität zu eigen, die die handelnden Personen zu ständigen Entscheidungen, unter geringer Ver-

<sup>39</sup> vgl. Statista: Anteil der Wirtschaftszweige an der Bruttowertschöpfung in Deutschland im Jahr 2020. 2021. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36846/umfrage/anteil-der-wirtschaftsbereiche-am-bruttoinlandsprodukt/>, 26.02.2021.

<sup>40</sup> vgl. Kühne, O., 2006, S. 23f.

<sup>41</sup> vgl. a.a.O., S. 26.

<sup>42</sup> Jain, A. K.: Reflexiv-deflexive Modernisierung und die Diffusion des Politischen. München 2000, S. 423.

<sup>43</sup> vgl. Kühne, O., 2006, S. 28.

<sup>44</sup> vgl. Bauman, Z.: Flüchtige Zeiten. Leben in der Ungewissheit. Hamburg 2008, S. 9.

trautheit über Alternativen und Folgen zwingt<sup>45</sup>. Der Zwang zur ständigen Entscheidungsfindung, der Verlust allgemein gültiger gesellschaftlicher Normen und Werte wie auch Rollenmuster erzeugen ein Gefühl der Ungewissheit, ein Gefühl der nicht vorhandenen Sicherheit sowie ein Gefühl der Schutzlosigkeit<sup>46</sup>. Verstärkt werden diese Unsicherheiten dadurch, dass weder „die Wissenschaft noch die herrschende Politik, noch die Massenmedien, noch die Wirtschaft, noch das Rechtssystem oder das Militär [...] in der Lage [sind], Risiken rational zu definieren oder zu kontrollieren<sup>47</sup>“, wodurch die Menschen der Postmoderne gezwungen sind, „den Rationalisierungsversprechungen dieser Institutionen zu misstrauen<sup>48</sup>“.

## **Wertewandel**

Der Übergang von Moderne zur Postmoderne kann auch als von einem Wertewandel geprägt verstanden werden. Die Wertprioritäten verschieben sich im Zuge der Postmodernisierung von einer materialistischen zu einer postmaterialistischen Werthaltung<sup>49</sup>.

„The values of Western publics have been shifting from an overwhelming emphasis on material well-being and physical security toward greater emphasis on the quality of life<sup>50</sup>.“

Ronald Inglehart versteht Werte dabei als tiefsitzende, unveränderliche und generalisierte Vorstellung von Lebenszielen<sup>51</sup>. Ökonomische Sicherheit gilt in der Öffentlichkeit sich postmodernisierender Gesellschaften immer noch als erstrebenswerter Wert, sie wird aber nicht mehr synonym für Glück verwendet. Die Bedeutung von Lebensqualität nimmt eine immer höhere Position in der Hierarchie anzustrebender Werte ein, wenn materieller Wohlstand als selbstverständlich erachtet wird. Inglehart beruft sich in seiner Mangelhypothese auf die Persönlichkeits- und Bedürfnistheorie von Abraham Maslow, wonach Menschen vor allem verhältnismäßig knappe Güter begehren und diesen

<sup>45</sup> vgl. Rosa, H.: Beschleunigung und Entfremdung. Entwurf einer Kritischen Theorie spätmodernen Zeitlichkeit. Frankfurt a. M. 2013, S. 118.

<sup>46</sup> vgl. Bauman, Z., 2008, S. 31.

<sup>47</sup> Beck, U.: Weltrisikogesellschaft. Auf der Suche nach der verlorenen Sicherheit. Frankfurt a. M. 2006, S. 107.

<sup>48</sup> ebd.

<sup>49</sup> vgl. Inglehart, R.: The Silent Revolution: Changing Values and Political Systems Among Western Publics. Princeton 1977.

<sup>50</sup> Inglehart, R., 1977, S. 3.

<sup>51</sup> vgl. Inglehart, R., 1977, S. 29.

eine höhere Wertschätzung entgegen bringen<sup>52</sup>. Wenn ein gewisses Niveau physischer, ökonomischer und psychischer Sicherheit, also materieller Werte, erreicht ist, streben die Menschen nach der Befriedigung von als höher empfundenen sozialen, kulturellen und intellektuellen Bedürfnissen, also immateriellen Werten<sup>53</sup>. Der kulturelle Prozess der Postmodernisierung bedeutet für Inglehart im Wesentlichen eine Abwendung von allen Autoritäten und eine Hinwendung auf die Wahlmöglichkeiten des Individuums und seiner Lebensqualität, einer Individualisierung<sup>54</sup>. Wachsender Wohlstand und die Abwesenheit von Krieg sind seit dem Zweiten Weltkrieg in westlichen Gesellschaften als Bedingungen für einen Wertewandel erfüllt<sup>55</sup>. Doch dies führt nicht automatisch zu einem Wandel der Werte. Inglehart geht in seiner zweiten Hypothese davon aus, dass die Werte eines Menschen vor allem in der Kindheit und der Jugendphase geprägt werden und danach relativ stabil bleiben. Somit verändern der wachsende Wohlstand und die Sicherheit der physischen Existenz nur im geringen Maße die Werte der Erwachsenen, sondern prägen vor allem die Werte der folgenden Generation<sup>56</sup>. Der Wertewandel in einer Gesellschaft wird also von endogenen Faktoren, maßgeblich der wirtschaftlichen Entwicklung vorangetrieben. In Gesellschaften, die sich wirtschaftlich nur langsam weiterentwickeln, bleibt dieser Wandel über Generationen hinweg aus<sup>57</sup>. Dies zeigen auch die Ergebnisse der Analyse des World Values Survey 1990. Inglehart fasst seine Befunde wie folgt zusammen:

„[...] the shift from Materialist to Postmaterialist values is not a uniquely Western phenomenon. It is found in societies with widely different institutions and cultural traditions. The rise of Postmaterialist values is closely linked with prosperity and seems to occur wherever a society has experienced enough economic growth in recent decades so that the younger birth cohorts have experienced significantly greater economic security during their formative years than did the older cohorts [...]”<sup>58</sup>.

<sup>52</sup> vgl. Maslow, A. H.: A Theory of Human Motivation. In: Psychological Review. Jahrgang 50, Ausgabe 4/1943, S. 370-396.

<sup>53</sup> vgl. Inglehart, R.: The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies. In: The American Political Science Review. Jahrgang 64, Ausgabe 4/1971, S. 991f.

<sup>54</sup> vgl. Inglehart, R./Welzel, C.: Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. Cambridge 2005, S. 135ff.

<sup>55</sup> vgl. Inglehart, R., 1977, S. 21f.

<sup>56</sup> vgl. a.a.O., S. 32.

<sup>57</sup> vgl. Inglehart, R./Welzel, C., 2005, S. 107ff.

<sup>58</sup> Inglehart, R.: Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. Princeton 1997, S. 158.

Auch Inglehart leitet aus seinen Studien zum Wertewandel eine Verschiebung von der traditionellen zu einer neuen Politik ab. Zwei Veränderungen sind dabei besonders zu betrachten. Die Verschiebung hin zu postmaterialistischen Werten führt dazu, dass neue Wählergruppen entstehen, die sich nicht mehr an der alten Konfliktlinie, ökonomische Umverteilung versus Stabilisierung des ökonomischen Status Quo verordnen können. Es entstehen neue Themen wie Umweltschutz, Minderheitenrechte und Bürgerbeteiligung sowie neue Parteien, die auf diese Themen zurückgreifen. Während die Spaltung in Klassen an Einfluss auf das Wahlverhalten verliert, gewinnen die kulturellen Werte an Bedeutung<sup>59</sup>. Noch deutlicher als im Wahlverhalten zeigt sich die neue Politik in den Formen der politischen Beteiligung. Während sich die Bürger aus traditionellen, hierarchischen und elitegelenkten Organisationen zurückziehen, treten an ihre Stelle selbstorganisierte politische Beteiligungsformate. Mit Unterschriftenaktionen, Demonstrationen und sozialen Bewegungen werden die Eliten herausgefordert<sup>60</sup>. Nach Inglehart werden diese Beteiligungsformate im überproportionalen Maße von Menschen mit postmaterialistischen Werteinstellungen getragen<sup>61</sup>.

<sup>59</sup> vgl. Inglehart, R.: Kultureller Umbruch. Wertewandel in der westlichen Welt. Frankfurt a. M./ New York 1989, S. 326.

<sup>60</sup> vgl. Inglehart, R./Welzel, C., 2005, S. 116.

<sup>61</sup> vgl. a.a.O., S. 124.

## 3.2. Medialisierung und Mediengesellschaft

Medialisierung steht für den Prozess der massenmedialen Durchdringung weiterer Bereiche moderner Gesellschaften, einschließlich der dadurch bewirkten Folgen. Damit ist vor allem die Fixierung der Gesellschaft auf das Leitprinzip der Massenmedien, die Publizität, gemeint<sup>62</sup>. Die Aufmerksamkeits-, Selektions- und Präsentationskriterien der Medien haben auch in den nicht-medialen Handlungsbereichen an Bedeutung gewonnen<sup>63</sup>. Dabei darf die Medialisierung aber nicht als einfacher Medieneinfluss verstanden werden, sie muss vielmehr als eine Folge des komplexen Zusammenwirkens von einer Vielzahl medialer und nichtmedialer Ursachen gedacht werden<sup>64</sup>. Die Medialisierung ist ein Teilaspekt des sozialen Wandels<sup>65</sup>.

Aus gesellschaftstheoretischer Perspektive liegt nahe, dass die Medialisierung eine Folge der zunehmenden funktionalen Spezialisierung moderner Gesellschaften ist, wodurch die wechselseitigen Interdependenzen der Funktionsbereiche wachsen<sup>66</sup>. Somit ist der Auslöser des Prozesses der Medialisierung auf allgemeinsten Ebene in der Ausdifferenzierung eines eigengesetzlich operierenden Systems der Massenmedien zu sehen<sup>67</sup>.

Dabei lässt sich die Medialisierung als Mehrebenenphänomen beschreiben. Auf makroskopischer Ebene kann die Medialisierung als strukturell abgesicherte Form des Zugriffs auf Leistungen der Massenmedien in nicht-medialen Funktionsbereichen beobachtet werden. Dies hat zur Konsequenz, dass Kriterien, Normen und Leitgesichtspunkte in den Programmvorrat anderer Sozialsysteme implementiert werden<sup>68</sup>. Aus der mesoskopischen Perspektive wird die Medialisierung als Sammelbegriff für alle Referenzen auf massenmediale Leistungen in der Aufbau- und Ablauforganisation kooperativer Akteure

<sup>62</sup> vgl. Marcinkowski, F./Steiner, A.: Was heißt Medialisierung? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien?. In: Arnold, K. et al. (Hrsg.): Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen. Leipzig 2010, S. 51.

<sup>63</sup> vgl. Marcinkowski, F.: Die „Medialisierung“ der Politik. In: Speth, R./Zimmer, A. (Hrsg.): Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden 2015, S. 71.

<sup>64</sup> vgl. Marcinkowski, F./Steiner, A., 2010, S. 52f.

<sup>65</sup> vgl. a.a.O., S. 76.

<sup>66</sup> vgl. Schimank, U.: „Feindliche Übernahmen“: Typen intersystemischer Autonomiebedrohung in der modernen Gesellschaft. In: Schimank, U. (Hrsg.): Teilsystemische Autonomie und politische Gesellschaftssteuerung. Beiträge zur aktorszentrierten Differenzierungstheorie 2. Wiesbaden 2016, S. 71-83.

<sup>67</sup> vgl. u.a. Marcinkowski, F.: Publizistik als autopoietisches System. Politik und Medien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen 1993.

<sup>68</sup> vgl. u.a. Marcinkowski, F./Steiner, A., 2010, S. 51-76.



verwendet<sup>69</sup>. Auf der individuellen Ebene lässt sich die Medialisierung durch die veränderte Wahrnehmung von Politik durch den Bürger in Folge ihrer Abhängigkeit von Nachrichtenmedien festhalten. Ebenso am individuellen Verhalten von Politikern im Umgang mit den Medien<sup>70</sup>.

## **Mediengesellschaft**

„Eine Mediengesellschaft ist eine Gesellschaft, die von Medialisierung durch und durch geprägt wird. Deren gesellschaftliches Gestaltungsvermögen gründet in der Ausdifferenzierung des Elementes Medialität in Kommunikationsprozessen und der Emanzipation der Mediensysteme aus institutionellen Bindungen<sup>71</sup>.“

Der Begriff der Mediengesellschaft kann auf verschiedene Differenzierungsdimensionen abgestützt werden. In der Dimension der funktionalen Differenzierung hat ein eigenständiges Mediensystem die kommunikative Infrastruktur unserer modernen Gesellschaft grundlegend verändert. Dadurch hervorgegangen sind neue Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken und eine massive Zunahme der Skandalisierungskommunikation. Zwischen den Teilsystemen Politik, Medien und Wirtschaft sind neue Interdependenzen entstanden. Die Medienarena, in der sich die Akteure bewegen, nimmt sich den Agenden der politischen Willensbildung höchst selektiv an. Die Agenden selbst sind im Rahmen von Kampagnenjournalismus medienplebiszitär beeinflusst<sup>72</sup>.

Basierend auf diesen Strukturveränderungen zwischen Medien und der Gesellschaft kann von einer Mediengesellschaft mit folgenden Merkmalen gesprochen werden<sup>73</sup>:

- Die Anzahl der Medien hat sich ebenso verändert, wie die Angebotsformen. Dabei haben sich die publizistischen Medien quantitativ und qualitativ immer mehr ausgebreitet.

<sup>69</sup> vgl. u.a. Donges, P.: Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung. In: Rössler, P./Krotz, F. (Hrsg.): Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths. Konstanz 2005, S. 321-339.

<sup>70</sup> vgl. Marcinkowski, F., 2015, S. 86.

<sup>71</sup> Saxer, U.: Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive. Wiesbaden 2012, S. 122.

<sup>72</sup> vgl. Imhof, K.: Mediengesellschaft und Medialisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. Jahrgang 54, Ausgabe 2/2006, S. 205.

<sup>73</sup> vgl. Donges, P./Jarren, O.: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden 2017, S. 10.

- Neben den herkömmlichen Massenmedien haben sich insbesondere im Online-Bereich neue Medienformen herausgebildet.
- Vermittlungsleistung und -geschwindigkeit von Informationen durch Medien haben zugenommen. Nachrichten stehen in Online-Medien, aber auch in Radio und Fernsehen rund um die Uhr zur Verfügung.
- Die Medien und ihre Logik durchdringen immer stärker alle gesellschaftlichen Bereiche (Medialisierung). Politische Organisationen müssen mit einer ständigen Medienberichterstattung rechnen.
- Medien erfahren durch ihre Beachtungs- und Nutzungswerte gesamtgesellschaftlich Aufmerksamkeit und Anerkennung.
- In einer modernen, funktional differenzierten Gesellschaft dienen Medien zur Synchronisation und Taktgebung. Sie ermöglichen durch ihre Selektionsleistung gesellschaftliche Kommunikation. Sie bilden damit intersystemische, vermittelnde Organisationen.

Innerhalb der Gesellschaft erfährt vor allem die politische Öffentlichkeit eine Medialisierung. Sie ist hinsichtlich ihrer Struktur, ihrer Inhalte und ihrer Prozesse weitgehend medial beeinflusst. Medien sorgen für eine anhaltende, stabile Kommunikation zwischen den Akteuren wie auch zwischen den Akteuren und den Bürgern<sup>74</sup>. „In einer Gesellschaft, in der alles durch Kommunikation bewegt wird, kann sich niemand mehr dem Zwang zur Erzielung von öffentlicher Aufmerksamkeit entziehen<sup>75</sup>“, denn „ohne eine strategische Nutzung von öffentlicher Aufmerksamkeit lässt sich heute nichts mehr ausrichten<sup>76</sup>.“

Diese Medialisierung hat zur Folge, dass sich auch die, für die Lebensfähigkeit freiheitlicher Systeme, notwendige Balance zwischen Legitimation durch Mobilisierung von Öffentlichkeit und Berufung auf öffentliche Meinung einerseits und Legitimation im Wege rechtsgebundenen Amtsautorität andererseits verändert<sup>77</sup>. Medien als intermediäre Systeme organisierter Willensbildung und Interessenvermittlung treten in den Hintergrund, während das „stimmungsdemokratische Element

<sup>74</sup> vgl. Donges, P./Jarren, O., 2017, S. 11.

<sup>75</sup> Münch, R.: Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt a. M. 1991, S. 17.

<sup>76</sup> ebd.

<sup>77</sup> vgl. Sarcinelli, U.: Politische Kommunikation in Deutschland. Wiesbaden 2011, S. 106.

quasi-plebiszitärer Legitimationsbeschaffung<sup>78</sup>“ über die Medien in den Vordergrund rückt. Das mediale Politikbild ist für die politische Wahrnehmung zunehmend nicht nur ein Wirklichkeitsvermittler, sondern auf Grund von mangelnder unmittelbarer Politikererfahrungen, ein wesentlicher Wirklichkeitsgenerator. So zeichnet sich der politische Stil in der Mediengesellschaft durch eine Abkopplung der Politikdarstellung von der Politikerherstellung und eine Ankopplung an den Medien- und Meinungsmarkt aus<sup>79</sup>.

Dabei gibt es eine Reihe von Indikatoren, die insbesondere seit den 1980er Jahren tief greifende Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation aufzeigen. Bereits seit den 1970er Jahre kann eine Verstärkung sozialer Bewegungen und Protestparteien sowie eine Institutionalisierung von resonanzorientierten NGOs beobachtet werden<sup>80</sup>. Diese neuen Bewegungen erobern ganze politische Themenbereiche, wie zum Beispiel Umwelt- und Technikfolgenprobleme<sup>81</sup>. In der Katastrophen- und Risikokommunikation gelang es ihnen eine neue Mensch-Umwelt-Beziehung zu implementieren, die sich sowohl im Rechtssetzungsprozess, als auch im Alltagshandeln niederschlug<sup>82</sup>. Zusammenfassend lässt sich beobachten, dass eine aufmerksamkeitsorientierte thematische Fokussierung des Politischen mit erhöhten Resonanzchancen für nicht-politische Akteure stattgefunden hat<sup>83</sup>.

Darüberhinaus lässt sich in der Mediengesellschaft eine Intensivierung der Skandalkommunikation beobachten, die sich auch in ihrer Struktur verändert hat. Während Skandalisierungen von Vertretern des politischen Personals weiter überwiegen, zeigt sich, dass die Skandalisierung von Unternehmen und deren Führungspersonal zunimmt. Tradiertere Deutungsmuster werden von personalisierten Verantwortungszuschreibungen abgelöst<sup>84</sup>.

<sup>78</sup> Sarcinelli, U., 2011, S. 106.

<sup>79</sup> vgl. Sarcinelli, U., 2011, S. 106.

<sup>80</sup> vgl. Imhof, K., 2006, S. 201.

<sup>81</sup> vgl. Rucht, D.: Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Sonderheft 34 der KZfSS. Wiesbaden 1994, S. 337ff.

<sup>82</sup> vgl. Imhof, K., 2006, S. 201.

<sup>83</sup> vgl. a.a.O., S. 202.

<sup>84</sup> vgl. ebd.

## 4. Der Abgasskandal als Untersuchungsgegenstand

Im folgenden Kapitel wird der Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Masterarbeit, der Abgasskandal, dargelegt. Neben einer kurzen Chronologie der Ereignisse im Untersuchungszeitraum werden die Ursachen und Auswirkungen des Skandal aufgezeigt. Bei der Chronologie wird sich auf Schlüsselereignisse aus wirtschaftlicher, regulatorischer, politischer und rechtlicher Sicht beschränkt, da die Beschreibung aller Ereignisse nicht in den Rahmen der Masterarbeit passt.

### 4.1. Chronologie der Ereignisse

- Am 18. September 2015 sendete die United States Environmental Protection Agency (EPA) eine Notice of Violation an den General Counsel und General Manager der Volkswagen Group of America mit dem Hinweis „[...] the EPA has determined that VW manufactured vehicles and installed defeat devices in certain model year 2009 through 2015 diesel light-duty vehicles equipped with 2.0 liter engines<sup>85</sup>.“ Die Volkswagen AG, die Audi AG und die Volkswagen Group America verstoße gegen die Sektionen 203 (a)(3)(B) und 203 (a)(1) des Clean Air Acts (CAA)<sup>86</sup>.
- Bereits am 3. September 2015 räumte Volkswagen die Manipulationen der Abgaswerte gegenüber der EPA offenbar ein, schwieg gegenüber der Öffentlichkeit aber. Erst nach der Veröffentlichung der Vorwürfe durch die EPA gab Volkswagen am 19. September 2015 die Manipulation der Abgaswerte bei Dieselmotoren zu<sup>87</sup>. Somit weiteten sich die Manipulationen zum Skandal aus. Betroffen sei die Software von weltweit rund 11 Millionen Fahrzeugen mit dem Motortyp EA 189, bei dem auffällige Abweichungen zwischen Prüfstandswerten und realem Fahrbetrieb festgestellt wurden<sup>88</sup>.

<sup>85</sup> United States Environmental Protection Agency: Notice of Violation. 2015. <https://www.epa.gov/sites/production/files/2015-10/documents/vw-nov-cao-09-18-15.pdf>, 21.07.2020.

<sup>86</sup> vgl. ebd.

<sup>87</sup> vgl. NDR: Die VW-Abgas-Affäre: Eine Chronologie. 2018. [https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig\\_harz\\_goettingen/Die-VW-Abgas-Affaere-eine-Chronologie.volks-wagen892.html](https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig_harz_goettingen/Die-VW-Abgas-Affaere-eine-Chronologie.volks-wagen892.html), 21.07.2020.

<sup>88</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 7.

- Im Oktober 2015 wurden auch die deutschen Behörden aktiv. Das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) mochte per Zwangsrückruf 2,4 Millionen VW Dieselfahrzeuge in die Werkstatt beordern. Einen freiwilligen Rückruf, wie ihn Volkswagen vorgeschlagen hatte, lehnte die Behörde ab<sup>89</sup>.
- Ende November 2015 räumte die Audi AG, Tochter im Volkswagen Konzern, gegenüber der EPA ein, dass auch bei den 3,0 Liter Motoren eine manipulierte Software eingesetzt wurde. Damit geriet auch die VW Tochter Porsche mit in den Skandal<sup>90</sup>.
- Am 30. November 2015 weiteten sich die Vorwürfe gegen ein weiteres deutsches Unternehmen aus. Der Zulieferer Bosch wurde wegen angeblicher Komplizenschaft im Abgasskandal vor einem Detroitter Bezirksgericht angeklagt<sup>91</sup>.
- Anfang April 2016 stellte Verkehrsminister Dobrindt den Abschlussbericht des Kraftfahrt-Bundesamtes vor. Die Behörde hatte 53 Modelle nachgeprüft und fast alle vielen negativ auf. Betroffen waren nun neben den Produkten aus dem Volkswagen Konzern auch Modelle von Opel und Mercedes, ebenso wie von Fiat und Renault. Der Skandal um den Volkswagen Konzern weitete sich zu einem Branchenskandal aus<sup>92</sup>.
- Ende Juli 2016 stimmte der US-Bundesrichter Charles Beyer dem ausgehandelten Milliardenvergleich zwischen Volkswagen und den Umweltbehörden sowie Autofahrern vorläufig zu<sup>93</sup>. Zeitgleich machte Anfang August 2016 das Landgericht Braunschweig den Weg für ein Musterverfahren gegen Volkswagen in Deutschland frei<sup>94</sup>.

<sup>89</sup> vgl. Handelsblatt: Chronik 2015. 2015. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/dieselgate/chronik/-/21234792.html>, 21.07.2020.

<sup>90</sup> vgl. ebd.

<sup>91</sup> vgl. ebd.

<sup>92</sup> vgl. Handelsblatt: Chronik 2016. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/dieselgate/chronik/-/21235654.html>, 22.07.2020.

<sup>93</sup> vgl. Dörner, A.: VW macht Fortschritte in den USA. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/abgasaffaere-vw-macht-fortschritte-in-den-usa/13930812.html>, 02.08.2020.

<sup>94</sup> vgl. Handelsblatt: Gericht macht Weg für Musterverfahren frei. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/vw-dieselskandal-gericht-macht-weg-fuer-musterverfahren-frei/13983224.html>, 02.08.2020.

- Ende Dezember 2016 bekam Volkswagen die Freigabe des Kraftfahrt-Bundesamts sämtliche vom Abgasskandal betroffenen Motoren umzurüsten<sup>95</sup>.
- Im Januar des Jahres 2017 wurde der ehemalige Vorstandsvorsitzende Winterkorn im eingesetzten Untersuchungsausschuss des Bundestags zum Abgasskandal befragt. Er gab an, nicht frühzeitig und eindeutig über die Messprobleme aufgeklärt worden zu sein<sup>96</sup>. Auch der Niedersächsische Ministerpräsident Stephan Weil, der als Mitglied im Aufsichtsrat sitzt, gab an von dem Skandal nichts gewusst zu haben. Er habe sich in seiner Funktion nicht mit der Typzulassung beschäftigt<sup>97</sup>.
- Ende Mai 2017 weitete sich der Skandal auf einen weiteren deutschen Automobilhersteller aus. Elf Standorte des Daimler Konzerns wurden auf Grund des Verdachts des Betrugs und der strafbaren Werbung im Zusammenhang mit der Manipulation der Abgasnachbehandlung an Diesel-Pkw durchsucht<sup>98</sup>.
- Im Juli 2017 machten die deutschen Autobauer den Vorschlag, ältere Dieselmotore der Abgasnorm Euro 5 mit einem Software Update umzurüsten. Drohende Fahrverbote sollen so verhindert werden<sup>99</sup>. Währenddessen hatte das Verwaltungsgericht Stuttgart der Klage der Deutschen Umwelthilfe e.V. gegen das Land Baden-Württemberg stattgegeben. Die Nichtregierungsorganisation hatte einen Anspruch auf die Fortschreibung des Luftreinhalteplanes Stuttgart erwirkt, um Maßnahmen für eine schnellstmögliche Einhaltung der überschrittenen Immissionsgrenzwerte einzuführen<sup>100</sup>.

<sup>95</sup> vgl. Handelsblatt: VW darf restliche Dieselmotoren umrüsten. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/kba-erteilt-freigabe-vw-darf-restliche-dieselmotoren-umruesten/19162070.html>, 02.08.2020.

<sup>96</sup> vgl. NDR, 2018, 21.07.2020.

<sup>97</sup> vgl. Handelsblatt: Niedersachsens Ministerpräsident widerspricht Piëch. 2017. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/vw-untersuchungsausschuss-niedersachsens-ministerpraesident-widerspricht-piech/19403016.html>, 02.08.2020.

<sup>98</sup> vgl. Fasse, M.: Droht Daimler eine Abgasaffäre?. 2017. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/razzien-an-elf-standorten-droht-daimler-eine-abgasaffaere/19843570.html>, 02.08.2020.

<sup>99</sup> vgl. Menzel, S.: Mit Software den Diesel retten. 2017. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/automobilbranche-mit-software-den-diesel-retten/20016522.html>, 02.08.2020.

<sup>100</sup> vgl. Verwaltungsgericht Stuttgart: Klage der Deutschen Umwelthilfe e.V. gegen das Land Baden-Württemberg wegen Fortschreibung des Luftreinhalteplanes/Teilplan Landeshauptstadt Stuttgart erfolgreich. 2017. [https://verwaltungsgericht-stuttgart.justiz-bw.de/pb/\\_L.de/4988506/?LISTPAGE=4988256](https://verwaltungsgericht-stuttgart.justiz-bw.de/pb/_L.de/4988506/?LISTPAGE=4988256), 02.08.2020.

- Ebenfalls im Juli erließ Bundesverkehrsminister Dobrindt erstmals ein Zulassungsverbot für Modelle vom Typ Porsche Cayenne. Begründet wurde der Zwangsrückruf mit der eingebauten illegalen Software für die Abgassteuerung<sup>101</sup>.
- Zu Beginn des Jahres 2018 forderte der ADAC Hardware-Nachrüstungen für Euro-5-Diesel, um von Fahrverboten ausgenommen zu werden. Diese lehnte VW Chef Müller allerdings ab<sup>102</sup>. Zeitgleich machte das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig mit einem Urteil grundsätzlich den Weg für Fahrverbote in deutschen Städten frei<sup>103</sup>.
- Im März 2018 erreichte der Abgasskandal einen weiteren deutschen Automobilhersteller. BMW wurde im US-Bundesstaat New Jersey auf Schadensersatz verklagt. Der Münchner Hersteller hatte stets betont, bei der Diesel-Abgasreinigung nicht manipuliert zu haben<sup>104</sup>.
- Auch die EU-Kommission reagierte im Abgasskandal und verklagt Deutschland vor dem Europäischen Gerichtshof. Bei der Klage ging es um die Missachtung der seit 2010 geltenden EU-Grenzwerte für Stickoxide in 66 Städten in Deutschland. Gleichzeitig ermahnte die Brüssler Behörde Deutschland und andere Länder wegen der zögerlichen Reaktion auf den Skandal bei Volkswagen<sup>105</sup>.
- Im Juli 2018 verhängte die Landesregierung Baden-Württemberg ein Fahrverbot für Dieselfahrzeuge der Abgasnorm Euro 4 oder schlechter innerhalb der Umweltzone der Stadt Stuttgart. Ziel sei es, Fahrverbote für Euro-5-Diesel zu verhindern<sup>106</sup>.

<sup>101</sup> vgl. Handelsblatt: Zulassungsverbot für Porsche-Modell. 2017. <https://www.handelsblatt.com/dieselskandal-zulassungsverbot-fuer-porsche-modell/20117178.html>, 02.08.2020.

<sup>102</sup> vgl. Buchenau, M.-W.: ADAC fordert Hardware-Nachrüstung für alte Diesel. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autoclub-will-fahrverbote-verhindern-adac-fordert-hardware-nachruetzung-fuer-alte-diesel/20984378.html>, 02.08.2020.

<sup>103</sup> vgl. Anger, H./Delhaes, D./Neuerer, D.: Am Diesel-Fahrverbot führt ein Weg vorbei. 2018. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/urteil-des-bundesverwaltungsgerichts-am-diesel-fahrverbot-fuehrt-ein-weg-vorbei/21008324.html>, 02.08.2020. und Bundesverwaltungsgericht (BVerwG): Urteil vom 27.02.2018 - 7 C 26.16. (Beschränkte) Verkehrsverbote für (bestimmte) Dieselfahrzeuge - Luftreinhalteplan Düsseldorf. sowie Bundesverwaltungsgericht (BVerwG): Urteil vom 27.02.2018 - 7 C 30.17. Verkehrsverbot (u.a.) für Dieselfahrzeuge in der Umweltzone Stuttgart.

<sup>104</sup> vgl. Handelsblatt: BMW in den USA wegen mutmaßlichen Dieselbetrugs verklagt. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autobauer-bmw-in-den-usa-wegen-mutmasslichen-dieselbetrugs-verklagt/21120712.html>, 02.08.2020.

<sup>105</sup> vgl. Handelsblatt: EU verklagt Deutschland wegen zu schlechter Luft – und spricht Ermahnung im Dieselskandal aus. 2018. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/umweltbelastung-eu-verklagt-deutschland-wegen-zu-schlechter-luft-und-spricht-ermahnung-im-dieselskandal-aus/22576830.html>, 02.08.2020.

<sup>106</sup> vgl. Landesregierung Baden-Württemberg: Maßnahmenpaket zur Luftreinhaltung Stuttgart am 11.07.2018. Stuttgart 2018, S. 1.

- Ende August gingen beim Kraftfahrt-Bundesamt 6,3 Millionen Anträge für neue Abgassoftware bei Dieselfahrzeugen ein. Darunter befanden sich deutsche Hersteller ebenso wie Alfa Romeo, Fiat, Mazda, Renault, Dacia, Subaru, Suzuki, Ford und Opel<sup>107</sup>.
- Am 10. September 2018 begann vor dem Oberlandesgericht Braunschweig das Musterverfahren gegen die Volkswagen AG und die Porsche Holding SE. Zu klären nach Kapitalanleger-Musterverfahrensgesetz (KapMuG) war, ob der Konzern und die Holding die Öffentlichkeit zu spät über manipulierte Abgaswerte informiert haben und wenn ja, in welcher Höhe den Anlegern Schadensersatz zustehe<sup>108</sup>.
- Im Oktober einigten sich die Audi AG und die Staatsanwaltschaft München II zur Zahlung eines Bußgeldes in Höhe von 800 Millionen Euro. Im Gegenzug wurde das Ordnungswidrigkeitsverfahren gegen die VW-Tochter eingestellt<sup>109</sup>. Ende des Jahres 2018 plante das Bundesland Baden-Württemberg rechtliche Schritte gegen den Volkswagen Konzern und berief sich auf eine „haushaltsrechtliche Verpflichtung“. Auch Nordrhein-Westfalen prüfte Ansprüche auf Schadensersatz gegenüber VW<sup>110</sup>.
- In der USA zahlte im Januar 2019 auch der Fiat-Chrysler Konzern einen mittleren bis hohen dreistelligen Millionenbetrag. Ein Teil gingen als Strafzahlung an die Behörden, der andere Teil war für Autobesitzer vorgesehen. Auch der Zulieferer Bosch sollte eine Millionenstrafe zahlen<sup>111</sup>.

<sup>107</sup> vgl. Handelsblatt: Eine Millionen Autos mehr sollen neue Abgas-Software bekommen. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/diesel-skandal-eine-millionen-autos-mehr-sollen-neue-abgas-software-bekommen/22983806.html>, 12.08.2020.

<sup>108</sup> vgl. Drost, F. M./de la Motte, L.: So wollen Tausende Anleger Milliarden von VW erstreiten. 2018. <https://www.handelsblatt.com/finanzen/steuern-recht/recht/dieselskandal-so-wollen-tausende-anleger-milliarden-von-vw-erstreiten/23008932.html>, 12.08.2020.

<sup>109</sup> vgl. Döring, T./Hubik, F./Röder, J.: Audi zahlt im Dieselskandal 800 Millionen Euro Bußgeld. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/vw-tochter-audi-zahlt-im-dieselskandal-800-millionen-euro-bussgeld/23192022.html>, 12.08.2020.

<sup>110</sup> vgl. Handelsblatt: Baden-Württemberg will VW verklagen. 2018. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/dieselskandal-baden-wuerttemberg-will-vw-verklagen/23768864.html>, 12.08.2020.

<sup>111</sup> vgl. Stahl, M.: Fiat-Chrysler und Bosch zahlen offenbar Millionenbetrag im Abgasstreit mit den USA. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autobauer-fiat-chrysler-und-bosch-zahlen-offenbar-millionenbetrag-im-abgasstreit-mit-den-usa/23842478.html>, 12.08.2020.



- Im Februar 2019 meldete das Bundesamt für Justiz, dass sich mehr als 400.000 VW-Kunden in das Register für die Verbraucherklage eingetragen haben. Der Bundesverband der Verbraucherzentralen (VZBV) klagte stellvertretend für die Dieselfahrer gegen VW<sup>112</sup>.
- Im Mai 2019 verhängte die Staatsanwaltschaft Stuttgart ein Bußgeld in Höhe von 535 Millionen Euro gegen die VW-Tochter Porsche. Grund dafür waren unter anderem fahrlässige Aufsichtspflichtverletzungen. Zusammen mit den Marken VW und Audi musste der Konzern bereits 1,8 Milliarden Euro an Bußgeld zahlen<sup>113</sup>. Für den gleichen Vorwurf der Aufsichtspflichtverletzung zahlte die Robert Bosch GmbH 90 Millionen Euro Strafe. Sie habe laut Staatsanwaltschaft seit Oktober 2015 umfassend und konstruktiv mit den Ermittlungsbehörden zusammengearbeitet<sup>114</sup>.
- Auch die Daimler AG musste im September 2019 870 Millionen Euro an Bußgeld in Folge des Abgasskandals zahlen. Auch in diesem Fall berief sich die Staatsanwaltschaft auf die fahrlässige Verletzung von Aufsichtspflichten<sup>115</sup>.

<sup>112</sup> vgl. Handelsblatt: Über 400.000 Dieselfahrer schließen sich Klage gegen VW an. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/abgasskandal-ueber-400-000-dieselfahrer-schliessen-sich-klage-gegen-vw-an/23936628.html>, 12.08.2020.

<sup>113</sup> vgl. Buchenau, M.-W./Menzel, S./Votsmeier, V.: Porsche muss mehr als 500 Millionen Euro Strafe zahlen. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/dieselskandal-porsche-muss-mehr-als-500-millionen-euro-strafe-bezahlen/24312574.html?ticket=ST-4614371-ltWInMfUofZNY9r50mFv-ap4>, 13.08.2020.

<sup>114</sup> vgl. Buchenau, M.-W./Votsmeier, V.: Bosch zieht sich mit 90 Millionen Euro Bußgeld aus der Diesel-Affäre. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autozulieferer-bosch-zieht-sich-mit-90-millionen-euro-bussgeld-aus-der-diesel-ffaere/24374120.html>, 13.08.2020.

<sup>115</sup> vgl. Hubik, F.: Daimler muss 870 Millionen Euro Bußgeld wegen des Dieselskandals zahlen. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autobauer-daimler-muss-870-millionen-euro-bussgeld-wegen-des-dieselskandals-zahlen/25049974.html>, 13.08.2020.

## 4.2. Ursachen

Für die Betrachtung der Umstände, die zum Abgasskandal geführt oder diesen ermöglicht haben, muss zwischen den Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren auf der Unternehmensebene und auf der politischen Ebene unterschieden werden.

### **Unternehmensebene**

Auf der Unternehmensebene haben überzogene Wachstums- und Renditeziele mit teilweise inadäquaten Technologie- und Wettbewerbsstrategien sowie spezifische Einflussfaktoren in der Unternehmenskultur den Skandal ermöglicht bzw. erleichtert<sup>116</sup>. Vor allem Volkswagens unternehmenspolitische Wachstumsziele für den amerikanischen Markt waren ein Treiber für die Manipulationen. Die Unternehmensstrategie „Mach 18“ sah vor, bis 2018 mehr als 10 Mio. Fahrzeuge abzusetzen und eine Umsatzrendite vor Steuern von mehr als acht Prozent zu realisieren<sup>117</sup>. Währenddessen sah man in Toyota den Hauptwettbewerber auf dem US-amerikanischen Markt, der im Hinblick auf die Marktanteile deutlich vor Volkswagen lag<sup>118</sup>. Mit einem „sauberen Diesel“ versuchte VW gegenüber der Hybridantriebstechnologie von Toyota in den USA eine Alternative zu etablieren und sich schnell Marktanteile zu sichern. Dabei wurden für den Diesel enge Kostenziele gesetzt, um preislich mit den Hybriden konkurrieren zu können. Gleichzeitig mussten für den amerikanischen Markt sehr scharfe Grenzwerte für Stickoxide eingehalten werden. Offensichtlich gelang es den Ingenieuren von Volkswagen nicht unter dem hohen Zeit- und Kostendruck eine legale technische Lösung für die Dieselmotoren des Typs EA 189 zu finden<sup>119</sup>.

Die Führung des Volkswagen Konzerns war durch eine starke Machtkonzentration auf den damaligen Vorstandsvorsitzenden Martin Winterkorn und den Aufsichtsratschef Ferdinand Piëch geprägt. Diese gaben die oben genannten Wachstums- und Renditeziele vor, die einen enormen Druck auf die Mitarbeiter und Abteilungen ausübten. Der Führungsstil im Unternehmen war autoritär und streng hierarchisch. Zusammen mit der Machtkonzentration um die Konzernspitze entstand ein Bild der Unfehlbarkeit des Führungspersonals. Widerspruch gegen die

<sup>116</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 25.

<sup>117</sup> vgl. Volkswagen AG: Strategie 2018 – Qualitative und quantitative Werttreiber für einen globalen Automobilkonzern. Wolfsburg 2012, S. 11.

<sup>118</sup> vgl. a.a.O., S. 20.

<sup>119</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 26f.

Strategie des Managements wurde nicht geduldet, da Mitarbeiter zur Erreichung der Ziele „funktionieren“ und „liefern“ sollten. Darüberhinaus fehlte es in dem Unternehmen an einer durchgehenden Compliance-Kultur und funktionierenden Kontroll- und Aufsichtspflichten im Führungszirkel<sup>120</sup>.

### **Politisches Umfeld**

Auf der Ebene des politischen Umfelds können verschiedene Aspekte ausgemacht werden, die die Abgasmanipulation direkt oder indirekt ermöglicht bzw. unterstützt haben.

Bei der Formulierung der europäischen Regeln und Durchführungsbestimmungen zu Abschaltvorrichtungen gab es Graubereiche und Ausnahmen, die von den Automobilherstellern ausgenutzt werden konnten<sup>121</sup>. Dies hatte zur Folge, dass der eigentliche Zweck der Abgasreinigung, die Emissionen auf der Straße zu reduzieren, zum Teil nicht erfüllt wurde<sup>122</sup>.

Des Weiteren fehlte es in Deutschland und Europa an wirksamen Kontrollmechanismen. Für die Typzulassungen wurden lediglich Kontrollen auf dem Rollenprüfstand durchgeführt. Diese wurden zudem noch von der Genehmigungsbehörde an externe technische Dienste vergeben. Die Behörde prüfte ausschließlich den technischen Bericht und erteilte anschließend die Typgenehmigung. Felduntersuchungen waren im gesetzlichen Genehmigungsprozess nicht vorgesehen<sup>123</sup>.

Im Gegensatz zu den USA sind in Europa und Deutschland keine harten Sanktionen bei Normverletzungen vorgesehen, insbesondere nicht bei der Kompensation von geschädigten Verbrauchern. Ebenso gilt es im geringeren Maße bei der Höhe von Strafzahlungen bzw. Bußgeldern<sup>124</sup>.

<sup>120</sup> vgl. a.a.O., S. 27.

<sup>121</sup> vgl. Europäische Union: Art. 5 Verordnung (EG) Nr. 715/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2007 über die Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich der Emissionen von leichten Personenkraftwagen und Nutzfahrzeugen (Euro 5 und Euro 6) und über den Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen für Fahrzeuge. In: Amtsblatt der Europäischen Union L171/1.

<sup>122</sup> vgl. Transport and Environment: Mind the Gap! Why official car fuel economy figures don't match up to reality. Brüssel 2013.

<sup>123</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 29.

<sup>124</sup> vgl. ebd.

### 4.3. Auswirkungen

Der Abgasskandal wirkte sich erheblich auf den Automobilmarkt und das Konsumentenverhalten aus. Ebenso musste die gesamte Industrie und die deutsche Politik Vertrauensverluste hinnehmen.

#### **Automobilmarkt und Konsumentenverhalten**

Am direktesten zeigten sich die Auswirkungen des Skandals an den Zulassungen von Fahrzeugen mit Dieselmotor. Während der Marktanteil des Diesels seit den 1990er Jahren von 18 Prozent auf bis zu 48 Prozent in den Jahren 2013, 2014 und 2015 gestiegen ist, erfolgten seit dem Bekanntwerden des Abgasskandals deutliche Rückgänge. Im Jahr 2018 hatten Fahrzeuge mit Dieselantrieb nur noch einen Marktanteil von 32 Prozent<sup>125</sup>. Während die Rückgänge 2016 und zu Beginn des Jahres 2017 nur leicht waren, sank die Nachfrage nach Dieselfahrzeugen mit Beginn der Diskussion um Dieselfahrverbote erheblich<sup>126</sup>. Die aktuellsten Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamts von 2020 zeigen, dass sich der Marktanteil auf 28,1 Prozent weiter reduziert hat<sup>127</sup>.

Der Abgasskandal hat auch die Diskussion um Luftverschmutzungsgrenzwerte in deutschen Städten befeuert. Seit 2010 gelten europaweit Grenzwerte für die Stickoxid-Belastung der Atemluft. Dabei dürfen 40 Mikrogramm pro Kubikmeter Luft im Jahresmittel nicht überschritten werden<sup>128</sup>. Nach Angaben des Bundesumweltamtes macht der Verkehr, darunter vor allem die Dieselfahrzeuge, einen Großteil der Belastung aus<sup>129</sup>. Für die Einhaltung der EU-Grenzwerte klagte vor allem die Nichtregierungsorganisation Deutsche Umwelthilfe. Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig entschied 2018, dass Fahrverbote für Dieselfahrzeuge zur Erreichung der Grenzwerte grundsätzlich erlaubt sind, solange das Prinzip der Verhältnismäßigkeit gewahrt bleibt<sup>130</sup>. Durch die Klagen und Urteile wurde der Druck auf die Städte zur Einhaltung der Luftqualitätsgrenzwerte erhöht. Gleichzeitig stieg dadurch die

<sup>125</sup> vgl. Deutsche Automobil Treuhand GmbH, 2020, S. 16.

<sup>126</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 14.

<sup>127</sup> vgl. Kraftfahrt-Bundesamt: Fahrzeugzulassungen im Dezember 2020 - Jahresbilanz. 2021. [https://www.kba.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/pm\\_02\\_2021\\_fahrzeugzulassung\\_12\\_2020.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.kba.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/pm_02_2021_fahrzeugzulassung_12_2020.pdf?__blob=publicationFile&v=6), 21.01.2021.

<sup>128</sup> vgl. Europäische Union: Anh. XI Richtlinie 2008/50/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2008 über Luftqualität und saubere Luft für Europa. In: Amtsblatt der Europäischen Union L152/1.

<sup>129</sup> vgl. Umweltbundesamt: Sieben Fragen und Antworten zum Diesel. 2020. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/sieben-fragen-antworten-diesel>, 30.07.2020.

<sup>130</sup> vgl. BVerwG: 7 C 26.16, 27.02.2018. und BVerwG: 7 C 30.17, 27.02.2018.

Verunsicherung von Käufern und Besitzern von Dieselfahrzeugen<sup>131</sup>.

Eine weitere Folge des Abgasskandals ist die erhebliche Wertminderung von Dieselfahrzeugen. Im Januar 2017 lag die Wertentwicklung vom Listenneupreis von dreijährigen Dieselfahrzeugen mit 56 Prozent zu 56,4 Prozent gegenüber Benzinern noch gleich auf<sup>132</sup>. Die Zahlen aus dem November 2019 zeigen, dass die Wertentwicklung bei Fahrzeugen mit Benzinantrieb stabil bei 56,7 Prozent geblieben ist, während Dieselfahrzeuge auf 52 Prozent des Listenneupreises nach drei Jahren abgerutscht sind<sup>133</sup>.

### **Vertrauensverlust in Automobilindustrie und Politik**

Neben den Veränderungen auf den Automobilmarkt und im Konsumentenverhalten, wirkte sich der Abgasskandal auch auf die Glaubwürdigkeit der Automobilbranche aus. Im Februar 2018 gaben 52 Prozent der Befragten im ARD DeutschlandTREND an, Vertrauen in die deutsche Automobilindustrie verloren zu haben<sup>134</sup>. Im Jahr 2018 löste die Automobilindustrie sogar die Finanzdienstleister als Schlusslicht im Edelman Trust Barometer ab. Das Vertrauen der allgemeinen Bevölkerung in Deutschland belief sich nur noch auf 35 Prozent. Vor Bekanntwerden des Abgasskandals im Jahr 2015 lag das Vertrauen noch bei 61 Prozent<sup>135</sup>. Auch der Edelman Trust Barometer Special Report zum Vertrauen in die Marke Deutschland aus 2019 zeigt, dass das Misstrauen in den Automobilsektor vor allem weiterhin in Deutschland besteht. Die Vertrauenswerte bei den Befragten in den „Developed“ und „Emerging“ Märkten sind deutlich höher<sup>136</sup>.

Neben dem Misstrauen der Verbraucher und der Öffentlichkeit, wirkt sich der Abgasskandal auch auf die künftigen Gesetzgebungsverfahren aus. Bei fehlendem Vertrauen in die vorgelegten Fakten und Argumente im politischen Prozess, wird der prinzipiell legitime Einfluss der Automobilbranche auf Gesetzgebungsverfahren sinken. Dadurch besteht die

<sup>131</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 16.

<sup>132</sup> vgl. Deutsche Treuhand Automobil GmbH: Diesel Barometer Januar 2017. Ostfildern 2017. S. 1.

<sup>133</sup> vgl. Deutsche Treuhand Automobil GmbH: Diesel Barometer November 2019. Ostfildern 2019. S. 3.

<sup>134</sup> vgl. Statista: Umfrage zum Vertrauen in die deutsche Automobilindustrie in Deutschland zum Zeitpunkt Februar 2018. 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/730361/umfrage/umfrage-zum-vertrauen-in-die-deutsche-automobilindustrie/>, 30.07.2020.

<sup>135</sup> vgl. Edelman GmbH: Edelman Trust Barometer 2018: Fake News weiten globale Vertrauenskrise aus - Ringen um Wahrheit führt zu Revival von Journalisten und Experten. 2018. <https://www.edelman.de/research/edelman-trust-barometer-2018-fake-news>, 30.07.2020.

<sup>136</sup> vgl. Edelman GmbH, 2019, S. 6.

Gefahr, dass richtige Sachargumente aus der Branche kein Gehör mehr finden<sup>137</sup>.

Doch nicht nur die Automobilindustrie musste Vertrauensverluste hinnehmen. Auch das Ansehen der Bundesregierung bzw. der politischen Institutionen litt unter dem Abgasskandal. Einerseits durch den öffentlichen Eindruck, dass das zuständige Ministerium und seine nachgelagerten Behörden durch eine „Kultur des Wegschauens“ den Skandal ermöglicht oder zumindest erleichtert haben. Andererseits erfolgte die Aufarbeitung in den Augen der Öffentlichkeit ungerecht und halbherzig. Während Besitzer von Dieselfahrzeugen einen wirtschaftlichen Schaden durch den Wertverlust ihrer Autos und mögliche Fahrverbote hinnehmen mussten, entstand der Anschein, dass die Verantwortlichen nicht angemessen für den Betrug belangt worden sind<sup>138</sup>. So gaben nur 18 Prozent der Befragten im ARD DeutschlandTREND vom Februar 2018 an, dass die verantwortlichen Politiker angemessen mit der Automobilindustrie umgegangen sind. Die große Mehrheit der Befragten sprach sich mit 73 Prozent für einen zu nachsichtigen Umgang mit der Automobilbranche aus<sup>139</sup>. Bei der Frage nach den Prioritäten für die verantwortlichen Politiker bei der Aufarbeitung des Skandals sprachen sich im August 2017 66 Prozent der befragten Bürger für den Schutz der Umwelt und die Gesundheit der Bürger aus. 14 Prozent der Befragten gaben an, dass die Interessen der Automobilindustrie und die Arbeitsplätze an erster Stelle stehen sollten<sup>140</sup>.

Generell wird der Bundesregierung bzw. den zuständigen Institutionen vorgeworfen entsprechenden Hinweisen auf mögliche Manipulationen nicht nachgegangen zu sein. So hatte der ADAC bereits 2010 das Bundesumweltministerium gewarnt, dass die strengeren Grenzwerte für Stickoxide ihr Ziel verfehlen und die vorgegebenen Werte nur auf dem Prüfstand eingehalten würden<sup>141</sup>. Des Weiteren sollen Mitarbeiter innerhalb des Umweltministeriums in einer Konzeptstudie aus dem Jahr 2008 auf die Problematik möglicher Abgasmanipulationen durch Zyklus-

<sup>137</sup> vgl. Bratzel, S., 2018, S. 21.

<sup>138</sup> vgl. a.a.O., S. 22.

<sup>139</sup> vgl. Statista: Umgang der Politik mit den deutschen Autobauern nach Skandalen 2018. 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/735211/umfrage/umgang-der-politik-mit-den-deutschen-autobauern-nach-dem-manipulationsskandal/>, 30.07.2020.

<sup>140</sup> vgl. Ehnie, E.: Vertrauen in Autoindustrie schwindet. 2017. <https://www.tagesschau.de/inland/deutschlandtrend-867.html>, 30.07.2020.

<sup>141</sup> vgl. Ott, K./Fromm, T.: Abgas-Affäre: Regierung wusste seit Jahren von Manipulationen. 2016. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/vw-abgas-ffaere-regierung-wusste-seit-jahren-von-manipulationen-1.3138240>, 30.07.2020.

erkennung hingewiesen haben<sup>142</sup>.

Auch der Europäischen Kommission war bereits vor Veröffentlichung der Notice of Violation durch die EPA bekannt, dass es zwischen den Emissionen auf dem Rollenprüfstand und im Realbetrieb Diskrepanzen gibt. Das eigene Joint Research Centre (JRC) belegte 2011 im Auftrag der EU-Kommission die Diskrepanzen und vermutete Abschaltvorrichtungen bei verschiedenen Herstellern<sup>143</sup>. „Vor diesem Hintergrund hat der Vertrauensverlust der Öffentlichkeit gegenüber den politisch Verantwortlichen einen realen Resonanzboden<sup>144</sup>.“

Die hier aufgelisteten Auswirkungen des Abgasskandals zeigen, dass nicht nur das Ansehen einzelner Konzerne durch die manipulierten Abgaswerte beschädigt wurde, sondern eine ganze Branche und auch die Marke „Made in Germany“ erhebliche Verluste hinnehmen musste.

<sup>142</sup> vgl. Becker, S./Rosenbach, M./Traufetter, G.: Umweltministerium löschte Hinweise auf Betrugssoftware. 2016. <https://www.spiegel.de/auto/aktuell/volkswagen-abgasaffaere-umweltministerium-loeschte-hinweise-auf-betrugssoftware-a-1112613.html>, 30.07.2020.

<sup>143</sup> vgl. Weiss, M. et al.: Analyzing on-road emissions of light-duty vehicles with Portable Emission Measurement Systems (PEMS). Ispra 2011.

<sup>144</sup> Bratzel, S., 2018, S. 24.

## 5. Framing

Das folgende Kapitel legt die theoretische Basis für die empirische Untersuchung der Tagesschau Berichterstattung. Neben den Grundlagen der Framing-Theorie, wird der Frame-Begriff für die vorliegende Arbeit eingegrenzt und die Bedeutung textueller Frames bestimmt.

### 5.1. Meinungsbildende Tendenzen

Dem Framing-Ansatz liegt die Annahme zu Grunde, dass Positionen und Informationen in einem aktiven Prozess selektiv hervorgehoben werden<sup>145</sup>. Robert Entman definiert Framing wie folgt:

„To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation<sup>146</sup>.“

Entmans Definition beinhaltet die beiden zentralen Aspekte des Framing-Ansatzes. Die Selektion, das systematische Herausgreifen bestimmter Aspekte und deren Betonung (Salienz). Gerade im Journalismus ist das, im Zuge der Komplexitätsreduktion, unumgänglich. Besonders wenn bei Themen „plurale Wirklichkeiten“ vorliegen<sup>147</sup>. Das ist immer dann der Fall, wenn Themen, auf Grund ihrer hohen Komplexität, zwangsläufig Reduktionen in gewisse Richtungen, Zuschreibungen oder Kausalitäten erfordern. Ebenso bei Themen, die thematisch derartig offen sind, dass man über sie auch immer ganz anders berichten könnte und bei Themen, bei denen verschiedene Ebenen journalistisch transportiert werden können, wie beispielsweise die von Betroffenen, Politikern, Experten oder Angeklagten<sup>148</sup>.

Bei Themen mit diesen Merkmalen ist das Herstellen von Unparteilichkeit und Ausgewogenheit nicht möglich, da „es [...] immer einer Vielzahl an möglichen Beobachter-Positionen [gibt]<sup>149</sup>.“ Laut Stefan Weber sind so „Diskursive Richtungen“ und „Einfärbungen“ unumgänglich. Er geht

<sup>145</sup> vgl. Matthes, J.: Framing. In: Rössler, P./Brosius, H.-B. (Hrsg.): Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Band 10. Baden-Baden 2014, S. 10.

<sup>146</sup> Entman, R.: Framing. Towards Clarification of a Fractured Paradigm. In: Journal of Communication. Jahrgang 43, Ausgabe 4/1993, S. 52.

<sup>147</sup> vgl. Weber, S.: Wie journalistische Wirklichkeiten entstehen. Salzburg 1999, S. 15.

<sup>148</sup> vgl. ebd.

<sup>149</sup> Weber, S., 1999, S. 16.



davon aus, dass die Mehrheit der journalistischen Themen plurale Wirklichkeiten sind, bei denen eine Reduktion der Pluralität unvermeidlich ist<sup>150</sup>.

Matthias Potthoff legt nahe, dass so der Hintergrund für das Auftreten von Selektion und Salienz in Medienangeboten treffend beschrieben ist. Ferner weist er darauf hin, dass Journalisten in ihren Medienangeboten auf einen sinnhaften Zusammenhang ihrer Aussagen (Koheränz) achten, um argumentative Dissonanzen zu vermeiden. Durch die Existenz von Elementen, Beziehungen zwischen diesen Elementen und einer Innen-Außen Differenz, ist die Grundbedingung für das Entstehen eines Musters erfüllt<sup>151</sup>.

Bei der Betrachtung des Untersuchungsgegenstands, dem Abgasskandal, lassen sich alle drei Themenkriterien Webers für das Vorhandensein von pluralen Wirklichkeiten finden. Das Thema ist komplex, es ist thematisch offen und verschiedene Ebenen können journalistisch dargestellt werden. Eine Untersuchung der Berichterstattung hinsichtlich Selektion und Salienz bietet sich an.

## **5.2. Begriffseingrenzung**

Während das Framing den aktiven Prozess des Selektierens beschreibt, werden Frames als das Ergebnis dieses Prozesses verstanden<sup>152</sup>. Sie beinhalten vier Elemente: die Problemdefinition, die Ursachenzuschreibung, die Bewertung des Problems und eine Handlungsempfehlung<sup>153</sup>.

Grundlegend lassen sich textuelle und kognitive Frames voneinander unterscheiden. Während kognitive Frames den Deutungsrahmen im Kopf beschreiben innerhalb dem Menschen denken, sprechen und handeln, sind textuelle Frames Deutungsmuster, die in Texten enthalten sind. Diese können empirisch erfasst werden<sup>154</sup>. Bei textuellen Frames handelt es sich um ein Muster von Aussagen. Den inneren Zusammenhalt enthält das Muster durch die Kohärenz der Aussagen, die gemeinsame Normen und Werteorientierungen zum Ausdruck bringen und ein

<sup>150</sup> vgl. Weber, S., 1991, S. 16.

<sup>151</sup> vgl. Potthoff, M.: Medien-Frames und ihre Entstehung. Wiesbaden 2012, S. 65.

<sup>152</sup> vgl. Matthes, J., 2014, S. 11.

<sup>153</sup> vgl. Dahinden, U.: Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation. Köln 2006, S. 14.

<sup>154</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 62.

sinnvolles Gesamtbild zu einem Thema skizzieren. Ein spezifischer Frame grenzt sich von anderen Frames und seiner Umwelt ab, indem er nur eine Teilmenge aller möglichen Aussagen zu einem Thema enthält. Diese Aussagen werden durch strukturelle, sprachliche und inhaltliche Mittel betont<sup>155</sup>.

Es ist anzunehmen, dass praktisch jedes Diskursangebot Frame-Elemente enthält, jedoch werden diese Elemente nur in einer Teilmenge der Medienangebote kohärent miteinander verbunden. Liegt eine solche Kohärenz nicht vor, kann nicht von einem Frame gesprochen werden<sup>156</sup>. Mit der Framing-Theorie lassen sich Medienangebote in einzelne Aussagen zerlegen, die bestimmte Deutungsmuster haben. Die Entstehung eines Frames ist die Folge der Selektion von Aussagen und der kohärenten Darstellung einer Themen-Gesamtsicht. Orientierung schafft ein Frame, indem er innerhalb nur weniger Aussagen zulässt als im gesamten Themendiskurs. Der Gesamt-Themendiskurs ist somit stets komplexer und umfangreicher, aber argumentativ weniger kohärent als der Frame selbst<sup>157</sup>.

<sup>155</sup> vgl. ebd.

<sup>156</sup> vgl. a.a.O., S. 63.

<sup>157</sup> vgl. a.a.O., S. 58f.

### 5.3. Textuelle Frames

Potthoff legt in seiner Arbeit fünf Merkmale für textuelle Frames dar: Selektion, Salienz, Muster, Kohärenz und Aussagen. Im folgende Abschnitt soll genauer auf die Merkmale eingegangen werden. Die Operationalisierung der Merkmale für die Untersuchung findet sich im Kapitel 7.

Merkmale textueller Frames				
Salienz	Selektion	Muster	Kohärenz	Aussagen
Hervorhebung durch den Umfang	Auswahl von denkbaren Aussagen zu einem Themenzusammenhang	Zusammensetzung aus mehreren Elementen (Aussagen)	Gemeinsame, den Frame-Elementen zugrunde liegende fundamentale Normen und Wertorientierungen	Inhaltlicher gemeinsamer Nenner, der aus Sätzen und übergeordneten Spracheinheiten gezogen werden kann
Hervorhebung durch inhaltliche Betonung			Gegenseitiger sinnhafter Verweis der Frame-Elemente aufeinander	
Hervorhebung durch Platzierung		Beziehung zwischen den Elementen (Kohärenz)	Ausbleiben von Widersprüchen, Konkurrenzverhältnissen oder argumentativen Dissonanzen zwischen den Frame-Elementen	Unmittelbarer Themenbezug
	Interpretation eines Frame-Elementes im Kontext der anderen Frame-Elemente			

Abb. 1: Merkmale textueller Frames (Potthoff, M., 2012, S.77)

#### Selektion

Selektion soll als gleichzeitige Auswahl und Auslassung von denkbaren Aussagen (Frame-Elementen) eines Themenzusammenhangs verstanden werden<sup>158</sup>.

„Indem frames [sic] nahelegen, worum es bei einem komplexen Sachverhalt geht [...], rücken sie bestimmte inhaltliche Aspekte in den Vordergrund und lenken gleichzeitig von anderen ab<sup>159</sup>.“

Die Auswahl von bestimmten Aussagen kommt der Entscheidung gleich, ob diese für die Beurteilung eines Themas besonders relevant sind<sup>160</sup>. Die Selektion der Frame-Elemente orientiert sich daran, ob den Elementen eine gemeinsame Orientierung innewohnt. Darüberhinaus müssen Frame-Elemente sinnhaft auf das nächste verweisen. Die Auswahl der nächsten Frame-Elemente ist somit durch die Bedeutung des vorausgehenden Elements eingegrenzt. Nur so kann eine Beziehung

<sup>158</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 57.

<sup>159</sup> Dombrowski, I.: Politisches Marketing in den Massenmedien. Wiesbaden 1997, S. 149.

<sup>160</sup> vgl. Norris, P./Montague, K./Marion, J.: Framing Terrorism. In: Norris, P./Montague, K./Marion, J. (Hrsg.): Framing Terrorism. The News Media, the Government and the Public. New York/London 2003, S. 11.

oder Bindung zwischen den Frame-Elementen (Aussagen) entstehen. Dies wird als Kohärenz verstanden<sup>161</sup>.

### **Kohärenz**

Kohärenz ist für die Strukturierung eines Frames in seinem Inneren verantwortlich. Gerd Fritz beschreibt Kohärenz allgemein als Ergebnis zusammenhängenden sprachlichen Handelns, das für das Verständnis von Satz- bzw. Aussagefolgen notwendig ist<sup>162</sup>. Frame-Elemente können somit nicht isoliert betrachtet werden, sondern als Teil eines größeren Sinnzusammenhangs. Dieser setzt sich aus den Frame-Elementen zusammen und wirkt gleichzeitig wieder auf sie zurück. Denn Aussagen verändern ihre Bedeutung oder erhalten diese erst, wenn sie in einem gewissen Kontext stehen<sup>163</sup>. Dieser Kontext wird durch die Frame-Elemente gebildet. Daraus folgt, dass eine einzelne Aussage im Kontext der ihr umgebenden Aussagen interpretiert wird<sup>164</sup>. Fritz weist bei der Beurteilung von Kohärenz darauf hin, dass derjenige „immer an sein eigenes Verständnis gebunden<sup>165</sup>“ ist. Somit wohnt der Bestimmung von Kohärenz immer eine gewisse Subjektivität inne. Für die Operationalisierung soll deshalb Kohärenz über das Ausbleiben von Inkohärenzverhältnissen zwischen Aussagepaaren erfasst werden. Damit wird dem Gedanken Fritz gefolgt, der anregt, man könne einen Dialog dahingehend überprüfen, „ob einer der Partner nicht widersprüchlich redet<sup>166</sup>.“ Für die vorliegende Arbeit, in der Frames als Deutungsmuster eines Themas verstanden werden, zeigt sich Kohärenz in argumentativer Art. Dadurch ergeben sich folgende Arten von Inkohärenzverhältnissen<sup>167</sup>:

- **Widerspruch:** Innerhalb einer Kontexteinheit können zwei getätigte Aussagen nicht gleichzeitig wahr sein. So zum Beispiel die Aussage „Dieselfahrzeuge belasten die Umwelt“ (A) und „Dieselfahrzeuge belasten die Umwelt nicht“ (B). Wenn A richtig ist, kann B es nicht sein und umgekehrt.

<sup>161</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 57f.

<sup>162</sup> vgl. Fritz, G.: Kohärenz. Grundfragen der linguistischen Kommunikationsanalyse. Tübingen 1982, S. 10ff.

<sup>163</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 58.

<sup>164</sup> vgl. Baden, C.: Communication, Contextualization, & Cognition. Patterns & Processes of Frames' Influence on People's Interpretations of the EU Constitution. Delft 2010, S. 21.

<sup>165</sup> Fritz, G., 1982, S. 11.

<sup>166</sup> a.a.O., S. 3.

<sup>167</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 59.

- Konkurrenz: Wenn zwei Aussagen Alternativen zueinander darstellen, lässt sich nur einer der beiden Forderungen umsetzen. Es wäre beispielsweise nicht sinnvoll gleichzeitig zu fordern Dieselfahrzeuge abzuschaffen (A) und beizubehalten (B). A und B stellen Alternativen dar, von denen sich nur eine umsetzen lässt.
- Argumentative Dissonanz: Eine Aussage kann nicht sinnvoll aus einer anderen folgen. So können zum Beispiel die Aussagen „Dieselfahrzeuge belasten die Umwelt“ (A) und „Dieselfahrzeuge sollen beibehalten werden“ (B) nicht schlüssig verbunden werden. Da A eine schädliche Wirkung der Dieselfahrzeuge thematisiert, müsste das Gegenteil von B gefordert werden, um eine schlüssige Konsequenz aus der ersten Aussage zu ziehen.

Somit kann in der empirischen Untersuchung ein Aussagenpaar als kohärent angesehen werden, wenn kein Widerspruch, keine Konkurrenz und keine argumentative Dissonanz vorliegen. Zu beachten ist, dass es für den Journalismus funktional sinnvoll sein kann, eben keine derartige Kohärenz herzustellen, um nicht dem Vorwurf ausgesetzt zu sein, nicht ausgewogen zu berichten. Dennoch kann das Mediensystem, trotz aller Bestrebungen nach Objektivität, als „handlungslenkender Deutungs- und Meinungsproduzent<sup>168</sup>“ beschrieben werden<sup>169</sup>.

Ein Muster entsteht durch die Selektion von Aussagen und die kohärente Konstruktion einer Themen-Gesamtansicht. Dabei besteht es aus Elementen und den Beziehungen zwischen diesen. Erstere stellen die Aussagen bzw. die Frame-Elemente dar. Die Beziehung beschreibt den sinngemäßen Verweis der Frame-Elemente aufeinander. Dieses Muster stellt ein Thema weniger komplex dar, als es eigentlich ist<sup>170</sup>.

<sup>168</sup> Rolke, L.: Public Relations – die Lizenz zur Mitgestaltung öffentlicher Meinung. In: Röttger, U. (Hrsg.): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR Forschung. Wiesbaden 2004, S. 136.

<sup>169</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 59f.

<sup>170</sup> vgl. a.a.O., S. 60.

## **Salienz**

Entman definiert Salienz als „making a piece of information more noticeable, meaningful, or memorable to audiences. An increase in salience enhances the probability that receivers will perceive the information, discern meaning and thus process it, and store it in memory<sup>171</sup>.“

Potthoff schließt daraus, dass es sich bei Salienz um eine Hervorhebung einer Aussage aus ihrem Kontext handelt. Dafür können folgende Mittel eingesetzt werden:

- Hervorhebung durch Umfang: Eine Aussage wird besonders umfangreich ausgeführt.
- Hervorhebung durch Platzierung: Eine Aussage wird zu Anfang oder an einer sonstigen, besonders aufmerksamkeitssträchtigen Stelle eines diskursiven Angebots platziert.
- Hervorhebung durch inhaltliche Betonung: Der Autor macht sich eine Aussage zu eigen und stellt sie somit als zutreffend dar.

Salienz kann als Verstärkung der Selektion angesehen werden, indem die selektierten Aussagen zusätzlich noch betont werden<sup>172</sup>. Wenn nicht zu einem Frame gehörende Aussagen zwar nicht ungenannt bleiben, aber auch nicht betont bzw. marginalisiert werden, liegt ein weniger eindeutiges Framing vor<sup>173</sup>.

## **Aussagen**

Da Aussagen mit wenigen Worten, einem oder mehreren Sätzen sowie ganzen Absätzen getroffen werden können, ist eine schematische spatiale Begrenzung nicht sinnvoll. Vielmehr entscheidet der Inhalt über die Gleichheit von zwei Aussagen. In der empirischen Analyse kann es deshalb erforderlich sein, zwei oder mehrere Aussagen sprachlich zu transformieren, sie auf ihren inhaltlichen Kern zu reduzieren, weitestgehend von Stilelementen zu befreien und explizit zu formulieren. Dadurch soll die Reliabilität der Analyse gefördert werden<sup>174</sup>.

<sup>171</sup> Entman, R., 1993, S. 53.

<sup>172</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 61.

<sup>173</sup> vgl. van Gorp, B.: The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. In: Journal of Communication. Jahrgang 57, Ausgabe 1/2007, S. 66.

<sup>174</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 56.

Frame-Elemente unterscheiden sich vom Gesamttext durch ihren unmittelbaren Themenbezug. Sie beschreiben einen direkten Aspekt eines Themas, z.B. die Belastung der Umwelt durch Dieselfahrzeuge, jedoch nicht die mit dem eigentlichen Thema verknüpften Aspekte wie z.B. einer Demonstration gegen hohe Umweltbelastungen durch Dieselfahrzeuge. Aussagen müssen in ausreichender Weise vom Einzelfall abstrahiert sein und sich in allgemeiner Weise auf das Thema beziehen. Es ist generell anzunehmen, dass die Anzahl der, in einem Diskursangebot enthaltenen, Aussagen wesentlich geringer ist als die Anzahl der darin enthaltenen Sätze<sup>175</sup>.

Die von Potthoff definierten Merkmale des Framings sind gut operationalisierbar. Ihre genaue Definition macht es möglich einen Text in seine Bestandteile zu zerlegen, um Ansichten und Deutungshoheiten innerhalb herauszufiltern. Besonders kann herausgearbeitet werden, welche Themen und Argumentation im Diskurs um den Abgasskandal hervorgehoben werden und welche im Hintergrund bleiben. Die Operationalisierung der Merkmale und Forschungsfragen findet sich im 7. Kapitel der vorliegenden Arbeit.

<sup>175</sup> vgl. a.a.O., S. 56f.

## 6. Quantitative Inhaltsanalyse als Forschungsmethode

Im folgenden Kapitel wird die Basis für die empirische Untersuchung gelegt. Neben der Beschreibung der Methodik folgen die Gütekriterien und die Anforderungen an das Codebuch.

### 6.1. Anwendungsbereich und Kriterien

Der Einfluss auf die Berichterstattung über den Abgasskandal in der ARD Tagesschau soll mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht werden. Die Inhaltsanalyse ist die am weitesten verbreitete Methode in der Kommunikationswissenschaft und eignet sich für die Analyse sämtlicher Formen von textlichen oder visuellen Botschaften, die massenmedial verbreitet werden. Dazu zählen neben Texten aus Tageszeitungen auch Rundfunksendungen, Filme oder Werbespots<sup>176</sup>.

„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte<sup>177</sup>.“

Aus der Definition von Werner Früh leiten sich folgende Gütekriterien für die Untersuchung ab.

#### Systematik

Die quantitative Inhaltsanalyse eignet sich, um formale und inhaltliche Kriterien großer Textmengen zu erfassen. Dabei wird der Text in Kategorien zerlegt, ohne die Bedeutungen, semantische Differenzierungen und Singularitäten sowie das Verständnis von Texten im Sinne sozialer Beziehungen außer Acht zu lassen. Anhand weniger ausgewählter Merkmale werden die Texte reduktiv analysiert und nicht deren ganze Komplexität erfasst<sup>178</sup>.

<sup>176</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 7. Auflage. Wiesbaden 2016, S. 137f.

<sup>177</sup> Früh, W.: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 9., überarbeitete Auflage. Konstanz/München 2017, S. 29.

<sup>178</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 141.



## **Intersubjektive Nachvollziehbarkeit**

Als wissenschaftlich korrekt durchgeführt kann nur die Methode angesehen werden, deren Ergebnis unabhängig vom Forscher zu einem zufälligen Zeitpunkt nachvollzogen werden kann. Diese intersubjektive Nachvollziehbarkeit wohnt allen wissenschaftlichen Methoden inne und betrifft den gesamten Forschungsablauf von der theoretischen Fundierung über die Konzeption des Messinstruments bis hin zur statistischen Auswertung. Für die Inhaltsanalyse bedeutet das, dass jeder Text unabhängig vom Codierer gleich gemessen werden muss. Hierfür ist eine solide Schulung Voraussetzung. Gemessen werden kann die Intersubjektive Nachvollziehbarkeit an den Qualitätskriterien Validität und Reliabilität<sup>179</sup>.

## **Validität**

Zentraler Punkt des Qualitätskriteriums Validität ist die Vollständigkeit des Kategorienschemas. Nur so kann die übergeordnete Forschungsfrage der Untersuchung erschöpfend beantwortet werden. Ein vollständiges Kategorienschema mit allen Unterkategorien und ihren jeweiligen Ausprägungen spiegelt das theoretische Konstrukt der Untersuchung umfassend und exklusiv wider und gilt somit als valide. Wenn ältere Studien zum selben Thema in die Erstellung des Kategorienschemas und des Codebuchs einfließen, nimmt dessen Vollständigkeit zu<sup>180</sup>. Neben der deduktiven, theoriegeleiteten Kategorienbildung bietet sich für das Spezifische des Untersuchungsthemas eine induktive, empiriegeleitete Bildung von Kategorien an. Nur so kann gewährleistet werden, dass der Gegenstandsbereich vollständig erfasst wird<sup>181</sup>.

## **Reliabilität**

Die Reliabilität bestimmt die Zuverlässigkeit der Messung. Bei wiederholter Messung sollte stets das gleiche Ergebnis erzielt werden. Dies ergibt sich aus den Anforderungen der Inhaltsanalyse an die intersubjektive Nachvollziehbarkeit. Zur Reliabilitätsmessung stehen die Inter-coder-Reliabilität und die Intracoder-Reliabilität zur Verfügung. Bei der Inter-coder-Reliabilität werden die Codierungen von zwei Codierern

<sup>179</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 142f.

<sup>180</sup> vgl. a.a.O., S. 159f.

<sup>181</sup> vgl. a.a.O., S. 168f.

paarweise miteinander verglichen. Je höher deren Übereinstimmung, desto intersubjektiv nachvollziehbarer sind die Daten. Bei der Intracodierer-Reliabilität werden die erste und die zweite Codierung eines Codierers jeweils miteinander verglichen<sup>182</sup>. Hans-Bernd Brosius, Alexander Haas und Friederike Koschel geben allerdings zu bedenken, dass der Reproduzierbarkeit der Messung Grenzen gesetzt sind. Die Reliabilität des Messinstruments hat ein Verfallsdatum. Wenn zwei Untersuchungen zeitlich weit auseinander liegen, hat sich der soziale, kulturelle und politische Kontext des Codierers so verändert, dass die Ergebnisse nicht reproduzierbar sind<sup>183</sup>. Ebenso, dass eine hohe Validität, die jeden Aspekt des theoretischen Konstrukts zu umfassen versucht, zu Lasten einer hohen Reliabilität geht. Je detaillierter die Verschlüsselung der Kategorien wird, desto höher ist die Fehlerquote bei der Codierung. Nichtsdestotrotz erfordern „harte“ Indikatoren, wie formale Kriterien eine nahezu hundertprozentige Reliabilität<sup>184</sup>.

### **Inhaltliche und formale Merkmale von Mitteilungen**

Mitteilungen bestehen stets aus einer inhaltlichen und einer formalen Dimension. Formale Merkmale sind in der Inhaltsanalyse von Medienberichterstattungen vor allem Angaben zur Größe des Textes und zur Platzierung. Die Skalierung wird nach der Wichtigkeit des Merkmals für die Untersuchung gewählt<sup>185</sup>. Während die formalen Merkmale stark an das jeweilige Medium gebunden sind, ergeben sich die inhaltlichen Merkmale aus dem Untersuchungsvorhaben und der Fragestellung. Je nach Untersuchungstiefe werden die inhaltlichen Merkmale unterschiedlich ausdifferenziert<sup>186</sup>.

<sup>182</sup> vgl. Rössler, P.: Inhaltsanalyse. 3., völlig überarbeitete Auflage. Konstanz/München 2017, S. 207f.

<sup>183</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 151.

<sup>184</sup> vgl. a.a.O., S. 161.

<sup>185</sup> vgl. a.a.O., S. 155f.

<sup>186</sup> vgl. a.a.O., S. 153.

## **Interpretative Inferenz mitteilungsexterner Sachverhalte**

Wenn man der Definition von Klaus Mertens<sup>187</sup> folgt, dient die Methode der Inhaltsanalyse zur Erfassung von nicht-manifesten Kontexten, wie zum Beispiel sozialer Wirklichkeit auf der Grundlage von vorliegenden, manifesten Texten. Sobald man über den analysierten Text hinausgeht, führen die notwendigen Inferenzen (Was hat der Kommunikator gemeint?; Welche Wirkungen hat die Botschaft wohl gehabt?) zu einer Interpretation, die nicht manifest ist, weil sie nicht direkt aus dem analysierten Text erschlossen werden kann<sup>188</sup>. Wenn sich die Untersuchung nicht auf die reine Häufigkeit von Wörtern beschränkt, sind diese mitteilungsexternen Sachverhalte stets das Erkenntnisinteresse. Dabei ergibt sich folgende Herausforderung. Bernard Berelson<sup>189</sup> ging in seiner Definition noch davon aus, dass Begriffe a priori einen manifesten bzw. latenten Charakter haben. Die Forderung nach einem „common meeting-ground“<sup>190</sup> von Kommunikator, Leser und Forscher, die ein und denselben Text gleich verstehen, ist problematisch<sup>191</sup>. Textinhalte und deren Rezeption sind im besten Fall intersubjektiv nachvollziehbar. Alter, Bildung, Kulturkreis oder individuelle Lebenskonzeption haben zur Folge, dass Texte unterschiedlich verstanden werden können. Zwar können einige Botschaften offenkundiger sein als andere, aber eine Dichotomie latent-manifest, ein Entweder-oder gibt es nicht. Vielmehr scheint die semantische und syntaktische Eindeutigkeit von Texten auf einem Kontinuum zwischen Offenkundigkeit und Verborgtheit zu liegen<sup>192</sup>. Die Methode der Inhaltsanalyse muss gewährleisten, dass valide gemessen werden kann, auf welche Kontexte sich der Inhalt von Texten bezieht und welche soziale Wirklichkeit diese widerspiegeln<sup>193</sup>.

<sup>187</sup> vgl. Merten, K.: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2., verbesserte Auflage. Wiesbaden 1995, S. 59.

<sup>188</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 139.

<sup>189</sup> vgl. Berelson, B.: Content Analysis in communication research. Glencoe 1952, S. 18.

<sup>190</sup> Berelson, B., 1952, S. 19.

<sup>191</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 139.

<sup>192</sup> vgl. a.a.O., S. 140.

<sup>193</sup> vgl. a.a.O., S. 144.

## 6.2. Anforderungen an das Codebuch

Das Codebuch hält die genaue Handlungsanleitung für den Codierer fest, wie mit den zu analysierenden Medieninhalten umgegangen werden soll. Ziel ist eine größtmögliche Validität und Reliabilität der Kategorien<sup>194</sup>. Diese müssen vollständig und mit allen Unterkategorien und Ausprägungen das theoretische Konstrukt der Untersuchung exklusiv und umfassend widerspiegeln. Erst unter dieser Voraussetzung ist das Instrument valide und misst das, was es messen soll<sup>195</sup>. Neben den Haupt- und Unterkategorien kann das Codebuch operationale Definitionen und allgemeine Hinweise enthalten.

Auszüge des Codebuchs finden sich im folgenden Kapitel. Das vollständige Codebuch, das der empirischen Untersuchung der vorliegenden Masterarbeit zu Grunde lag, findet sich im Anhang.

<sup>194</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 157.

<sup>195</sup> vgl. a.a.O., S. 160.

## 7. Operationalisierung

Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen der Untersuchung operationalisiert. Dabei wird zwischen formalen und inhaltlichen Kategorien unterschieden.

### 7.1. Formale Kategorien

Die formalen Kategorien beschreiben die formalen Merkmale der jeweiligen Untersuchung. Sie sind vor allem dann von Bedeutung, wenn formale Gesichtspunkte bei der Forschungsfrage eine wichtige Rolle spielen. Darüber hinaus dienen sie zur Wiedererkennung<sup>196</sup>. Für die vorliegende Arbeit wurden folgende formale Kategorien ausgewählt.

Identifikationsnummer	Die Identifikationsnummer soll sicher stellen, dass die Auswertung auf Aussagen-Basis rückverfolgbar bleibt. Die Nummer setzt sich deshalb aus mehreren Zahlen zusammen. Begonnen mit dem Jahr, Monat, Tag, gefolgt von der Aussagennummer. Die ID/ 2018/07/21/3 steht somit für die 3. Aussage im Beitrag der am 21.07.2018 veröffentlicht wurde. Sollten mehrere Beiträge an einem Tag veröffentlicht worden sein, wird nach dem Datum noch eine weitere Zahl beginnend mit 1 aufsteigend eingefügt (z.B. ID 2017/01/02/2/4)
Archivtitel	Der Archivtitel soll die Auffindbarkeit des Beitrag in der Tagesschau Sendung sicherstellen.
Datum der Ausstrahlung	Das Datum der Tagesschau Sendung soll Orientierung für den Verlauf des Skandals geben.
Position des Beitrags	Mit der Position des Beitrags innerhalb der Tagesschau Sendung sollen Rückschlüsse auf die Aktualität des Themas für das Tagesgeschehen sowie die Themenhierarchie in der Berichterstattung gezogen werden.
Deeplink	Für maximale Transparenz der Untersuchung soll die URL jedes Beitrags aufgenommen werden. Dies erhöht zudem auch die Auffindbarkeit.

Tab. 1: Auszug „Formale Kategorien“ der Untersuchung aus dem Codebuch

<sup>196</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 155.

## **7.2. Kategorien zu Akteuren und Darstellung**

Folgende Kategorien wurden zur Beantwortung der Teilfragen 1 und 2 erstellt.

1. Welche Akteure kommen in dem Beitrag vor?
2. In welcher Form werden die Akteure erwähnt? Werden sie von dem Tagesschau-, Beitragssprecher oder dem Reporter vor Ort erwähnt? Wird ein O-Ton von ihnen eingespielt?

## **7.3. Kategorien zu Themen und Darstellung**

Zur Beantwortung der Forschungsfrage 3 „Welche Themen rund um den Abgasskandal werden in der Berichterstattung erwähnt?“ und „Wie werden diese dargestellt?“ werden folgende Kategorien erstellt.

1. Welches Thema wird in der Berichterstattung erwähnt?

Die Kategorie nutzt die Themenselektion aus dem Abschnitt Kategorie zur Meinungsbildung (Selektion), um die Teilfrage 3 zu beantworten.

Der zweite Aspekt der Frage zielt auf die Konnotation eines Themas innerhalb einer Aussage ab. Diese soll auf einer Skala von 0 bis 2 abgebildet werden. Dabei gilt:

0 = keine/neutrale Konnotation

1 = negative Konnotation

2 = positive Konnotation

Somit kann nicht nur das Vorkommen der einzelnen Themenaspekte in der Berichterstattung, sondern auch deren jeweilige Konnotation ermittelt werden.

## 7.4. Kategorien zur Meinungsbildung

Zur Beantwortung der Forschungsfrage 4 „Werden Themen in der Berichterstattung mit Interpretationsrahmen versehen?“ wurde im Kapitel 6 die Framing-Theorie, als theoretisches Konstrukt für die vorliegende Untersuchung dargelegt.

In dieser soll sich auf textuelle Frames bezogen werden. Textuelle Frames sind dabei Aussagestrukturen, die einem diskursiven Angebot zu einem kontroversen Thema zu Grunde liegen. Sie zeichnen sich durch die Auswahl eines bestimmten Aspekts eines Themas (Selektion), der sprachlichen, stilistischen und strukturellen Hervorhebung (Salienz) und der logischen, sachlichen und argumentativen Widerspruchsfreiheit der Aspekte aus (Kohärenz). Textuelle Frames geben Rezipienten eine Orientierungsfunktion. Diese legen bestimmte Grundideen sowie die daraus folgenden Bewertungen und Entscheidungen zu einem Thema eher nahe als andere<sup>197</sup>.

Aus der Struktur textueller Frames lassen sich drei Kriterien ableiten, hinsichtlich derer das Material untersucht werden kann. Wenn alle drei Kriterien erfüllt sind, kann davon ausgegangen werden, dass in einem Beitrag Framing vorliegt.

### **Kriterium 1: Selektion**

Selektion wird als gleichzeitige Auswahl und Auslassung von denkbaren Aussagen (Frame-Elementen) eines Themenzusammenhangs verstanden. Die Auswahl von bestimmten Aussagen kommt der Entscheidung gleich, ob diese für die Beurteilung eines Themas besonders relevant sind. Die Selektion der Frame-Elemente orientiert sich daran, ob den Elementen eine gemeinsame Orientierung innewohnt<sup>198</sup>.

Im Codebuch für die vorliegende Untersuchung müssen alle Themen aufgeführt sein, die sich in der Berichterstattung rund um den Abgas-skandal und seine wirtschaftlichen, regulatorischen, politischen und rechtlichen Auswirkungen in den Sendungen der ARD Tagesschau finden. Die Themen wurden aus der Theorie und mit Hilfe eines ausführlichen Pretests ermittelt.

<sup>197</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 19f.

<sup>198</sup> vgl. a.a.O., S. 57f.

In der Berichterstattung ging es um folgende Themen:

- 1 = Abgasmanipulation / Unregelmäßigkeiten bei Modellen /  
Technische Veränderungen
- 2 = Personalentscheidungen
- 3 = Ermittlungen der Staatsanwaltschaft / Ministerien / Behörden
- 4 = Interne Ermittlungen
- 5 = Rückrufaktionen / Zulassungsverbote
- 6 = Wirtschaftliche Situation / Investitionen / Rückstellungen
- 7 = Strategie Skandal
- 9 = Nach- und Umrüstungen
- 10 = Klagen vor Gericht
- 11 = Untersuchungsausschuss
- 12 = Gerichtsurteile
- 13 = Straf- und Bußgeldzahlungen
- 14 = Fahrverbote / Fahrverbotszonen
- 16 = Musterfeststellungsklage
- 17 = Schadstoffbelastung / Luftqualität / Grenzwerte
- 18 = Alternative Antriebsarten
- 19 = Kritik Lobbyarbeit / Verhältnis zwischen Politik und  
Autoindustrie
- 20 = Verkehrswende
- 21 = Blaue Plakette
- 22 = Flottenerneuerung / Umtauschprämien
- 23 = Transformation Automobilindustrie
- 24 = Tempolimit Autobahn

Die Themen 8 und 15 erwiesen sich bereits im Pretest als nicht trennscharf genug. Für die Hauptcodierung wurden sie aus dem Codebuch entfernt. Während der Hauptcodierung kamen die Themen 22, 23 und 24 hinzu.



## Kriterium 2: Salienz

Salienz beschreibt das Hervorheben einer Aussage aus ihrem Kontext. Sie kann dabei als Verstärkung der Selektion angesehen werden, indem die selektierten Aussagen zusätzlich noch betont werden<sup>199</sup>.

Folgende Weisen können unterschieden werden:

- Hervorhebung durch Platzierung
- Hervorhebung durch inhaltliche Betonung
- Hervorhebung durch Umfang

Die Dimensionen des Kriteriums Salienz sind im Codebuch wie folgt operationalisiert.

Hervorhebung durch Platzierung	0 = keine Hervorhebung 1 = Hervorhebung	Wird mit 1 codiert, wenn die Aussage am Anfang des Beitrags durch den Tagesschau- oder Beitragssprecher hervorgehoben wird.
Hervorhebung durch inhaltliche Betonung	0 = keine Hervorhebung 1 = Hervorhebung	Wird mit 1 codiert, wenn sich der Tagesschau-, Beitragssprecher oder der Reporter vor Ort eine Aussage zu eigen macht und damit als zutreffend darstellt.
Hervorhebung durch Umfang	0 = keine Hervorhebung 1 = Hervorhebung	Wird mit 1 codiert, wenn eine Aussage besonders umfangreich ausgeführt wird und im Verhältnis zu den anderen Aussagen besonders viel Platz einnimmt. Maßgeblich für die Einschätzung ist die Aussagenlänge im Beitrag. Ist eine Aussage mindestens doppelt so lange wie die anderen im Beitrag, ist mit 1 zu codieren.

Tab. 2: Auszug Kategorie „Salienz“ aus dem Codebuch

<sup>199</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 61.

### Kriterium 3: Kohärenz

Kohärenz ist für die Strukturierung eines Frames in seinem Inneren verantwortlich. Ihrer Bestimmung wohnt aber immer eine gewisse Subjektivität inne<sup>200</sup>. Potthoff schlägt deshalb vor, die Aussagen auf Inkohärenzverhältnisse zu überprüfen. Wenn kein Widerspruch, keine Konkurrenz oder Argumentative Dissonanz zwischen den Aussagen vorliegt, kann der Beitrag als kohärent angesehen werden<sup>201</sup>.

Kohärenz gesamt	Wird als Oberkategorie mit 1 codiert, wenn alle folgenden Unterkategorien mit 0 codiert werden.	Wenn zwischen zwei Aussagen kein Widerspruch, Konkurrenz oder argumentative Dissonanz vorliegt, können diese als kohärent angesehen werden.
Widerspruch	0 = Nein 1 = Ja	Ein Widerspruch liegt vor, wenn zwei getätigte Aussagen nicht gleichzeitig wahr sein können.
Konkurrenz	0 = Nein 1 = Ja	Eine Konkurrenz liegt vor wenn zwei Aussagen Alternativen zueinander darstellen, da sich nur eine von beiden Forderungen umsetzen lässt.
Argumentative Dissonanz	0 = Nein 1 = Ja	Argumentative Dissonanz liegt vor, wenn eine Aussage nicht sinnvoll aus einer anderen folgen kann.

Tab. 3: Auszug Kategorie „Kohärenz“ aus dem Codebuch

Die Anmerkungen von Gorps, dass die Intensität des Framings nicht dichotom ist, werden bei der Operationalisierung des Kriteriums berücksichtigt<sup>202</sup>. Weniger eindeutiges Framing liegt vor, wenn Aussagen, die nicht zu einem Frame gehören zwar genannt, jedoch nicht betont bzw. sogar marginalisiert werden.

Die Kohärenz als Oberkategorie kann erst codiert werden, wenn alle Aussagen eines Beitrags erfasst und miteinander auf Inkoheränzverhältnisse verglichen wurden.

<sup>200</sup> vgl. Fritz, G., 1982, S. 11.

<sup>201</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 58.

<sup>202</sup> vgl. van Gorp, B., 2007, S. 66.

## Ausprägung des Framings

Für die Analyse wurde das Framing in seine Kriterien Selektion, Salienz und Kohärenz zerlegt. Um die Ausprägung des Framings zu bestimmen, müssen diese anschließend wieder zusammengesetzt und gewichtet werden. Die Intensität ist wie folgt im Codebuch operationalisiert:

<b>Ausprägung des Framings</b>	<b>Codier-anweisung</b>	<b>Salienz</b>	<b>Kohärenz</b>
kein Framing	0	Das Kriterium wurde nicht mindestens einmal mit 1 codiert	Das Kriterium ist in weniger als 75 Prozent der Aussagen über alle Unterkategorien mit 0 codiert
schwaches Framing	1	Das Kriterium ist mindestens einmal mit 1 codiert	Das Kriterium ist in mindestens 75 Prozent der Aussagen über alle Unterkategorien mit 0 codiert
starkes Framing	2	Das Kriterium ist mindestens einmal mit 1 codiert	Alle Aussagen werden über die drei Unterkategorien mit 0 codiert. Das Kriterium ist zu 100 Prozent erfüllt.

*Tab. 4: Auszug Kategorie „Ausprägung des Framings“ aus dem Codebuch*

Für die Bestimmung der Ausprägung des Framings wurde die Kategorie Selektion bewusst ausgelassen, da sie Aufschluss über das behandelte Thema an sich gibt, nicht aber über die Behandlung des Themas in dem jeweiligen Beitrag.

## 8. Durchführung

Das folgende Kapitel beschreibt die Durchführung der quantitativen Inhaltsanalyse. Neben der Auswahl des Untersuchungsmaterials und dessen Aufbereitung, wird auch die Grundgesamtheit und die Stichprobe der Untersuchung sowie der Pretest dargelegt.

### 8.1. Untersuchungsmaterial und Aufbereitung

Im Vorfeld der Inhaltsanalyse mussten alle Tagesschau Beiträge im ARD Archiv identifiziert werden, die den Abgasskandal oder einer seiner genannten Auswirkungen zum Thema haben. Da bei der Benennung der Beiträge im Archiv der ARD zum Themenkomplex Abgasskandal/Dieselschadstoff keine Einheitlichkeit herrscht und die Begriffe „Abgasskandal“, „Dieselskandal“ und „Dieselgate“ synonym verwendet werden, konnte die Suchfunktion des Archivs nicht genutzt werden. Deshalb wurden die Beiträge manuell innerhalb des zu betrachtenden Zeitraums aufgelistet und mit Datum sowie entsprechender URL versehen. Dieses Vorgehen für jeden Tag im Untersuchungszeitraum stellte sicher, dass kein relevanter Beitrag durch eine fehlerhafte Benennung im Archiv von der Analyse ausgenommen wurde.

Nach der Identifizierung wurden die Beiträge transkribiert. Neben dem Datum und der URL wurde jedem Beitrag eine laufende Nummer zugeordnet. Zudem wurden diese mit dem Archivtitel sowie mit der Position des Beitrags innerhalb der Tagesschau Sendung versehen. Zur besseren Nachprüfbarkeit wurde außerdem die Minutenangaben des Beitrags bei der Transkription aufgenommen. Begonnen wurde die Transkription beim ersten gesprochenen Wort des Nachrichten- oder Beitragssprechers oder bei der Einblendung des Beitragstitels im Hintergrund. Beendet wurde die Transkription mit dem Beginn des nachfolgenden Beitrags. Verweise auf Sondersendungen, Brennpunkte oder Reportagen in der ARD Mediathek am Ende eines Beitrags wurden nicht transkribiert. Die Aufnahme endete in diesen Fällen mit dem letzten gesprochenen Wort im Beitrag.

Innerhalb der Beiträge wurden bei der Transkription die Tagesschau- und Beitragssprecher sowie die Reporter vor Ort nicht namentlich erfasst, sie wurden in der Datei mit *TS* und *BS* sowie *RvO* abgekürzt.

Alle anderen O-Ton-Geber wurden so erfasst, wie sie in der Bauchbinde des Beitrags dem Rezipienten vorgestellt wurden. Somit soll bei der Analyse sichergestellt werden, dass auch nur die Informationen bzgl. der O-Ton-Geber ausgewertet werden können, die dem Rezipienten vorlagen und sich nicht aus dem Hintergrundwissen des Codierers speisen. Durch die Transkription ist die Basis für die durchzuführende Analyse eine Textdatei.

## 8.2. Grundgesamtheit und Stichprobe

Die Grundgesamtheit der Inhaltsanalyse bestimmt sich, aus der Forschungsfrage abgeleitet, nach zwei Kriterien: dem zu untersuchenden Zeitraum und dem zu untersuchenden Medium<sup>203</sup>.

Die Forschungsfrage bezieht sich auf die Berichterstattung der ARD Tagesschau über die Dieselseitechnologie. Dabei sollen alle Beiträge untersucht werden, die den Abgasskandal oder einer seiner wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, rechtlichen, politischen oder regulatorischen Auswirkungen zum Thema haben. Der Zeitraum für die vorliegende Untersuchung erstreckt sich vom 18. September 2015 bis zum 31. Dezember 2019. Er beginnt am Tag der Veröffentlichung der Notice of Violation der US-amerikanischen Environmental Protection Agency (EPA) und schließt am Ende des Jahres 2019. Somit wird ein Großteil des Verlaufs des Skandals abgedeckt und es können auch Dynamiken innerhalb der Themen während des Verlaufs festgestellt werden.

Als zu untersuchendes Medium wurde die 20 Uhr Ausgabe der ARD Tagesschau ausgewählt. Sie besitzt mit durchschnittlich 9,7 Millionen Zuschauern im Untersuchungszeitraum die größte Reichweite unter den Nachrichtensendungen<sup>204</sup>. Sie kann aufgrund ihrer zentralen, sozialen Stellung als Intermediär, als Leitmedium angesehen werden<sup>205</sup>. Zudem zeigt sich im Verlauf der letzten 20 Jahre, dass die Zuschauerzahlen konstant auf einem hohen Niveau sind. Ein eindeutiger Rückgang an Reichweite, wie bei den Auflagenzahlen der gedruckten Tages-

<sup>203</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 162.

<sup>204</sup> vgl. Statista: Reichweite der Tagesschau in den Jahren 1992 bis 2019 nach der durchschnittlichen Anzahl der Fernsehzuschauer. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182978/umfrage/reichweite-der-tagesschau-seit-1992/>, 30.09.2020.

<sup>205</sup> vgl. Jarren, O./Vogel, M.: „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In: Blum, R. et al. (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien. Wiesbaden 2011, S. 18f.

zeitungen, lässt sich nicht feststellen<sup>206</sup>. Somit kann die ARD Tagesschau als das zentrale Leitmedium in Deutschland angesehen und ihr eine meinungsbildende Rolle zugeschrieben werden. Die tagesaktuelle Berichterstattung ermöglicht es zudem, Dynamiken innerhalb dieser zu erfassen.

Basierend auf diesen zwei Kriterien ergab sich eine Grundgesamtheit für die Untersuchung von 207 Tagesschau-Beiträgen, die den Abgaskandal oder eine seiner Auswirkungen zum Thema hatten.

Da die Untersuchung auf ein Medium begrenzt war, alle Beiträge im Archiv der Tagesschau zugänglich und die Fragestellung eng umgrenzt war, wurden die Forschungsfragen mit einer Vollerhebung im Untersuchungszeitraum beantwortet. Eine Stichprobenziehung fand daher nicht statt.

### **8.3. Pretest**

Zur Prüfung des Kategoriensystems und des Codebuchs wurde im Vorfeld der Untersuchung eine Pretestphase durchgeführt. Diese sollte sicherstellen, dass das entwickelte Instrument handhabbar ist. Außerdem zeigte die Phase, ob die Kategorien wirklich trennscharf und die Codieranweisungen verständlich aufbereitet sind. Der Pretest erfolgt mit einer Teilmenge des relevanten Materials, wobei in der Regel etwa 10 Prozent des später zu codierenden Materials ausgewählt werden<sup>207</sup>. Für den Pretest in der vorliegenden Arbeit wurden zehn Prozent der zu analysierenden Beiträge per Zufall ausgewählt. Genutzt wurde die Excelfunktion =ZUFALLSBEREICH(Untere Zahl; Obere Zahl). Als Bereichsgrenzen wurde 1 als Untere Zahl definiert und 207 als Obere Zahl. Das Ergebnis der Funktion war stets eine ganze, natürliche Zahl in dem angegebenen Bereich. Der Befehl wurde insgesamt 21 mal wiederholt, um die geforderten zehn Prozent der Beiträge für den Pretest zu erreichen. Die Nutzung der Funktion stellte sicher, dass die Beiträge tatsächlich zufällig ausgewählt wurden und sich über den gesamten Untersuchungszeitraum verteilten. Somit wurden auch Themendynamiken innerhalb der Berichterstattung abgebildet und die Vollständigkeit des Kategoriensystems bestmöglich gewährleistet.

<sup>206</sup> vgl. Statista: Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2020. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>, 30.09.2020.

<sup>207</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 169.

Bereits in der Pretestphase wurde die Intercodierer-Reliabilität überprüft, um eventuelle Schwachstellen im Codebuch rechtzeitig zu erkennen. Dabei wurde das Codebuch in einem iterativen Prozess bis zu seiner Fertigstellung angepasst<sup>208</sup>.

Der Pretest hat gezeigt, dass die Ausprägungen der Kategorie Akteur nicht trennscharf genug sind. In den, im Pretest codierten, Beiträgen wurden häufig neben, zum Beispiel einem Minister oder einem seiner Mitarbeiter auch das jeweilige Ministerium als Akteur genannt. Gleiches gilt auch für Unternehmen wie VW. Deshalb wurden die Ausprägungen der Kategorie Akteur um die Unternehmen und Ministerien erweitert. Somit kann in der Auswertung sichergestellt werden, ob zum Beispiel ein Mitglied des Vorstands selbst Thema der Berichterstattung war oder das gesamte Unternehmen.

Auch bei den Themen der Berichterstattung haben sich einzelne Ausprägungen als nicht trennscharf genug erwiesen. Diese wurden vor der Hauptcodierung mit anderen Ausprägungen zusammengeführt oder wurden ersatzlos in der finalen Version des Codebuchs gestrichen.

Während der Hauptcodierung wurden weitere Ausprägungen von Akteuren und Themen im Codebuch hinzugefügt. Da diese stets dann aufgenommen wurden, wenn ein Akteur oder ein Themenaspekt neu aufkam, mussten die vorherigen Beiträge nicht erneut codiert werden.

## **8.4. Reliabilität**

Zur Überprüfung der Reliabilität wurde der Übereinstimmungskoeffizient nach Holsti verwendet. Die Beiträge aus dem Pretest wurden von einem Zweitcodierer codiert. Zur Überprüfung der Intracodierer-Reliabilität hat der Verfasser der Arbeit zwei Wochen nach der finalen Codierung 15 Prozent der Beiträge erneut codiert. Auch diese wurden mit Hilfe der Zufallsfunktion von Excel ermittelt.

Sowohl die Inter- als auch die Intracodierer-Reliabilität lag bei den formalen Kriterien der Untersuchung bei 100 Prozent. Damit wird sie den Anforderungen an formale Kriterien gerecht<sup>209</sup>. Die Intercodierer-Reliabilität für den Pretest lag nach Holsti bei 93 Prozent. Der Koeffizient der Intracodierer-Reliabilität zwei Wochen nach der Hauptcodierung betrug 0,97. Die Untersuchung kann somit als reliabel angesehen werden.

<sup>208</sup> vgl. ebd.

<sup>209</sup> vgl. Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F., 2016, S. 161.

## 9. Auswertung

Für die Auswertung sollen zunächst die formalen Daten der Erhebung betrachtet werden. Im Folgenden wird dann auf die Ergebnisse zu den Forschungsfragen eingegangen.

### 9.1. Formale Daten

Im Untersuchungszeitraum wurden aus dem Tagesschau Archiv insgesamt 207 Beiträge identifiziert, die den Abgasskandal oder eine seiner wirtschaftlichen, regulatorischen, politischen und rechtlichen Auswirkungen zum Thema haben. Dabei verteilten sich die Beiträge wie folgt auf die Monate des Untersuchungszeitraums.

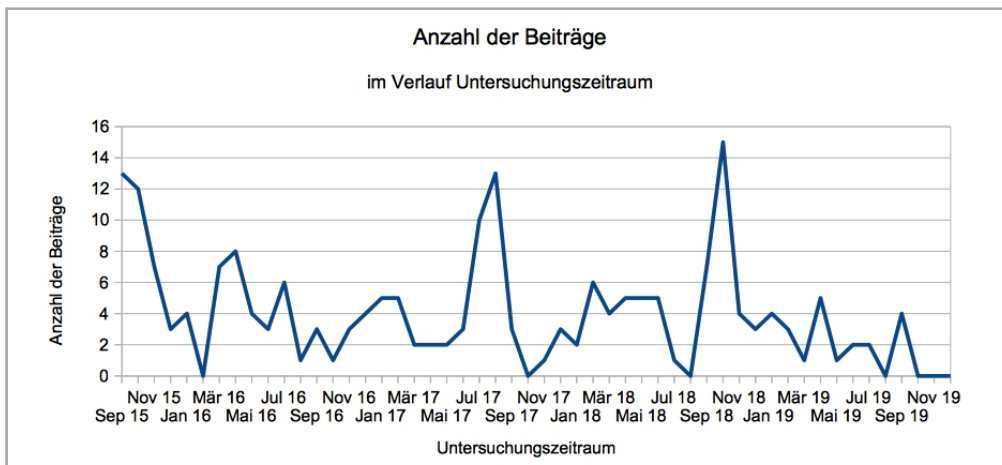


Abb. 2: Anzahl der Beiträge im Verlauf des Untersuchungszeitraums (eigene Darstellung)

Besonders häufig über den Abgasskandal und seine Auswirkungen wurde dabei in den Monaten September und Oktober des Jahres 2015, im Juli und August des Jahres 2017 sowie im September und im Oktober des Jahres 2018 in der Tagesschau berichtet.

Bei der Codierung der relevanten Beiträge wurde auch deren Position innerhalb der Ausgabe der Tagesschau erfasst. Daraus können Rückschlüsse auf die Themenhierarchie innerhalb der Tagesschau Ausgabe über den Untersuchungszeitraum hinweg gezogen werden.



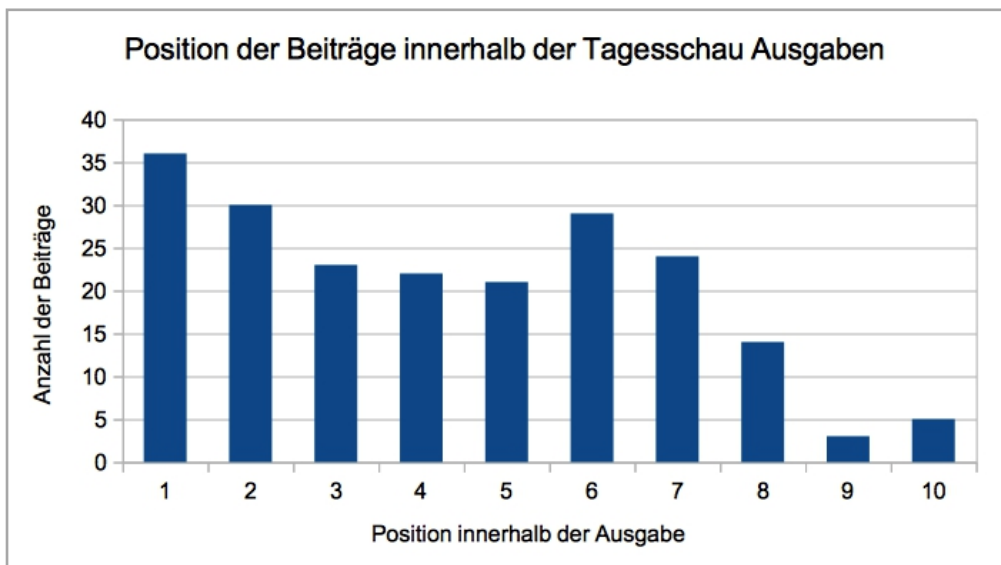


Abb. 3: Position der Beiträge innerhalb der Tagesschau Ausgaben (eigene Darstellung)

Die Auswertung zeigt, dass 43,0 Prozent der Beiträge im Untersuchungszeitraum im ersten Drittel der Tagesschau Ausgabe platziert waren. Auf Position 1 waren 17,4 Prozent aller ausgewerteten Beiträge platziert.

Dabei verteilten sich die Themenaspekte wie folgt auf die ersten drei Positionen der untersuchten Tagesschau Ausgaben:

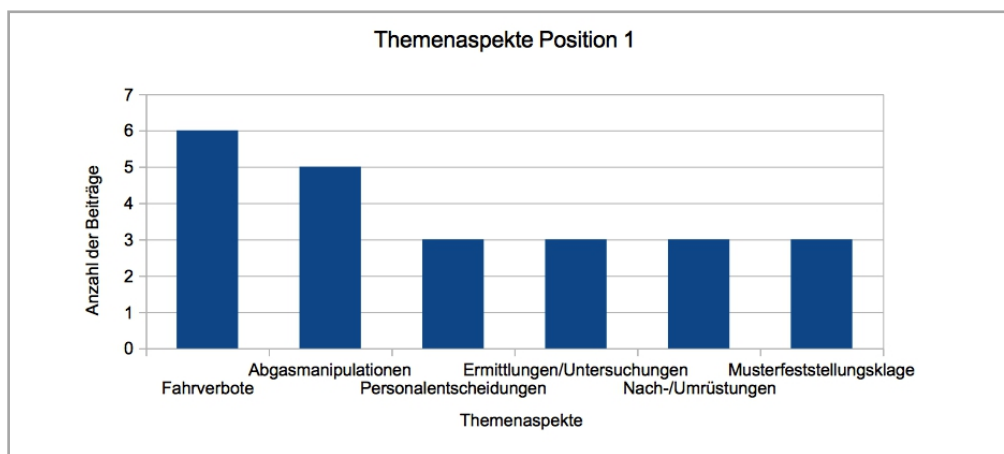


Abb. 4: Themenaspekte auf Position 1 (eigene Darstellung)

Der Aspekt „Fahrverbote/Fahrverbotszonen“ wurde am häufigsten thematisiert, wenn der Beitrag zu Beginn der Tagesschau Ausgabe platziert wurde. Gefolgt vom Aspekt „Abgasmanipulationen“ und den Themen „Personalentscheidungen“, „Ermittlungen/Untersuchungen“, „Nach-/Umrüstungen“ sowie dem Aspekt „Musterfeststellungsklage“.

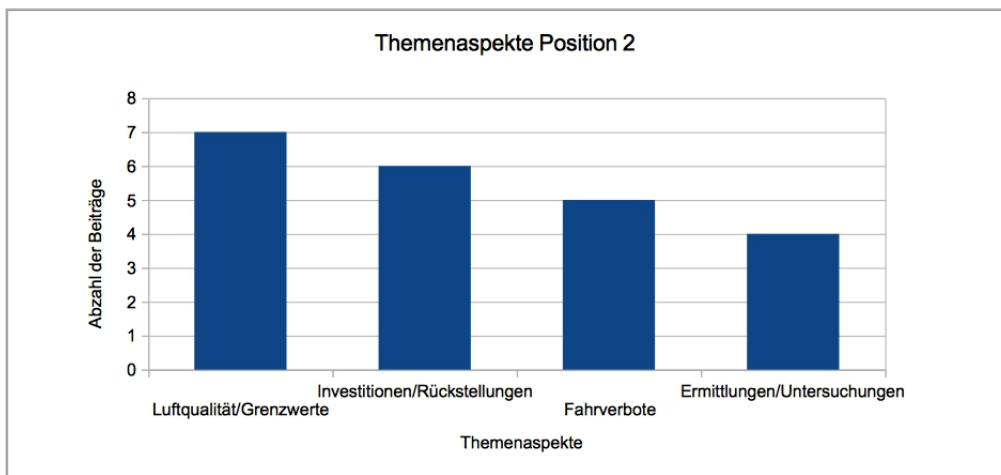


Abb. 5: Themenaspekte auf Position 2 (eigene Darstellung)

Auf zweiter Position innerhalb der Tagesschau Ausgaben wurden am häufigsten Beiträge mit dem Thema „Luftqualität/Grenzwerte“ platziert. Gefolgt von den Aspekten „Investitionen/Rückstellungen“, „Fahrverbote“ und „Ermittlungen/Untersuchungen“.

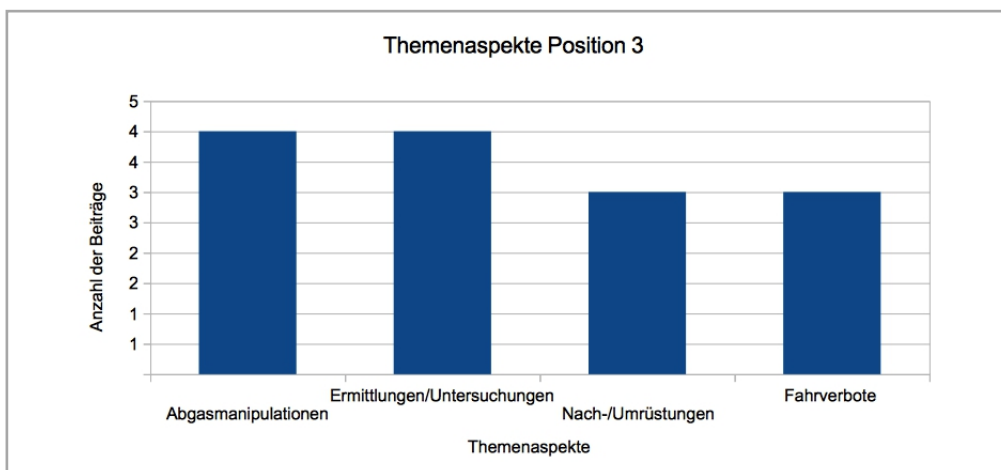


Abb. 6: Themenaspekte auf Position 3 (eigene Darstellung)

An dritter Position innerhalb der Tagesschau Ausgaben wurden am häufigsten Beiträge mit den Aspekten „Abgasmanipulationen“ und „Ermittlungen/Untersuchungen“ platziert. Gefolgt von den Themen „Nach-/Umrüstungen“ sowie „Fahrverboten“ mit gleicher Anzahl an Beiträgen.

Positionsübergreifend zeigt sich, dass vor allem die Themenaspekte „Fahrverbote“ (14), „Ermittlungen/Untersuchungen“ (11), „Abgasmanipulationen“ (9) sowie das Thema „Luftqualität/Grenzwerte“ (7) im ersten Drittel der Tagesschau Ausgabe platziert wurden.

## 9.2. Themenbezogene Daten

Im Folgenden werden die Ergebnisse auf Basis der Forschungsfragen dargestellt.

### Forschungsfrage 1

*Welche Akteure kommen in der Berichterstattung um den Abgasskandal vor? Welche Themen besetzen sie in der Berichterstattung?*

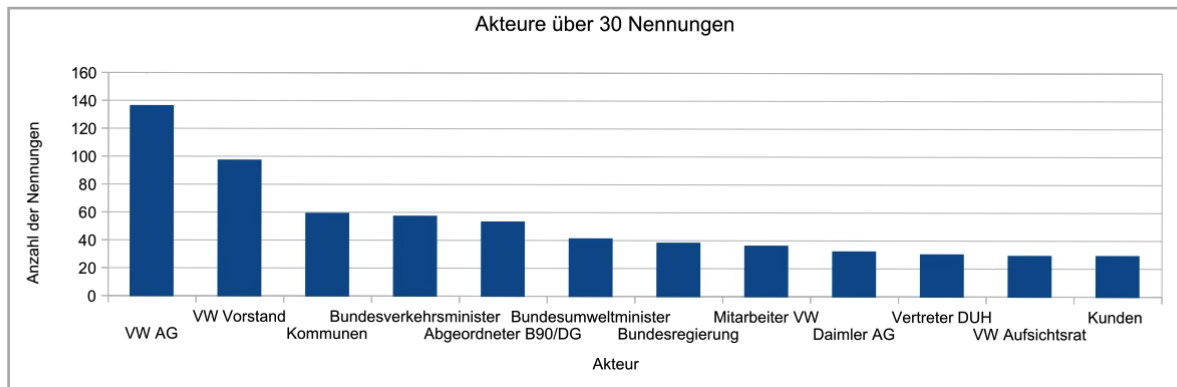


Abb. 7: Akteure mit über 30 Nennungen in der Berichterstattung (eigene Darstellung)

Insgesamt konnten in der Berichterstattung 88 verschiedene Akteure identifiziert werden. Die Volkswagen AG wurde am häufigsten in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal und seine Auswirkungen genannt. Gefolgt von dem VW Vorstand mit seinen Mitgliedern, den Kommunen sowie dem Bundesverkehrsminister. Abgeordnete der Partei Bündnis 90 / Die Grünen belegen Platz fünf der Akteure mit den häufigsten Nennungen, vor dem Bundesumweltminister. Mit der Daimler AG ist ein weiterer deutscher Autokonzern unter den am häufigsten genannten Akteuren. Platz zehn belegen Vertreter der Deutschen Umwelthilfe e.V. vor den Mitgliedern des VW Aufsichtsrats und Kunden.

Dabei wurde die VW AG am häufigsten im Zusammenhang mit den Themenaspekten „Abgasmanipulationen“ (27), „Investitionen/Rückstellungen“ (21), „Nach-/Umrüstungen“ (16), „Straf-/Bußgeldzahlungen“ (16), „Klagen vor Gericht“ (8) sowie dem Aspekt „Alternative Antriebsarten“ (6) genannt. Der VW Vorstand besetzte in der Berichterstattung die Aspekte „Strategie Skandal“ (23), „Ermittlungen/Untersuchungen“ (16), „Personalentscheidungen“ (16), „Investitionen/Rückstellungen“ (13) sowie das Thema „Abgasmanipulationen“ (13).

Mitarbeiter der Volkswagen AG wurden mit den Themen „Abgasmanipulationen“ (16), „Ermittlungen/Untersuchungen“ (10) und „Gerichtsurteilen“ (4) in Zusammenhang gebracht. Mitglieder des VW Aufsichtsrats besetzten in der Berichterstattung fast ausschließlich das Thema „Personalentscheidungen“ (12).

Die Daimler AG wurde im Vergleich zu Volkswagen vor allem in Verbindung mit den Aspekten „Abgasmanipulationen“ (15), „Nach-/Umrüstungen“ (9) sowie „Straf-/Bußgeldzahlungen“ (3) gebracht.

Der Bundesverkehrsminister (CSU) besetzte in den untersuchten Beiträgen die Aspekte „Nach-/Umrüstungen“ (11), „Luftqualität/Grenzwerte“ (7), „Umstiegsprämien/Flottenerneuerung“ (5) sowie das Thema „Rückrufaktionen/Zulassungsverbote“ (4). Die Themenschwerpunkte des Bundesumweltministers (SPD) lagen im Vergleich vor allem auf den Aspekten „Nach-/Umrüstungen“ (15) sowie „Luftqualität/Grenzwerte“ (11). Das Thema „Luftqualität/Grenzwerte“ (10) wurde auch am häufigsten im Zusammenhang mit der Bundesregierung genannt, gefolgt vom Aspekt „Fahrverbote“ (9).

Abgeordnete von Bündnis 90 / Die Grünen besetzten in der Berichterstattung hauptsächlich die Aspekte „Nach-/Umrüstungen“ (15), „Kritik Lobbyarbeit/Verhältnis Politik und Automobilindustrie“ (9) und „Umstiegsprämien/Flottenerneuerung“ (4).

Die Kommunen wurden am häufigsten erwähnt, wenn es in der Berichterstattung um die Themenaspekte „Fahrverbote“ (30) und „Luftqualität/Grenzwerte“ (18) ging.

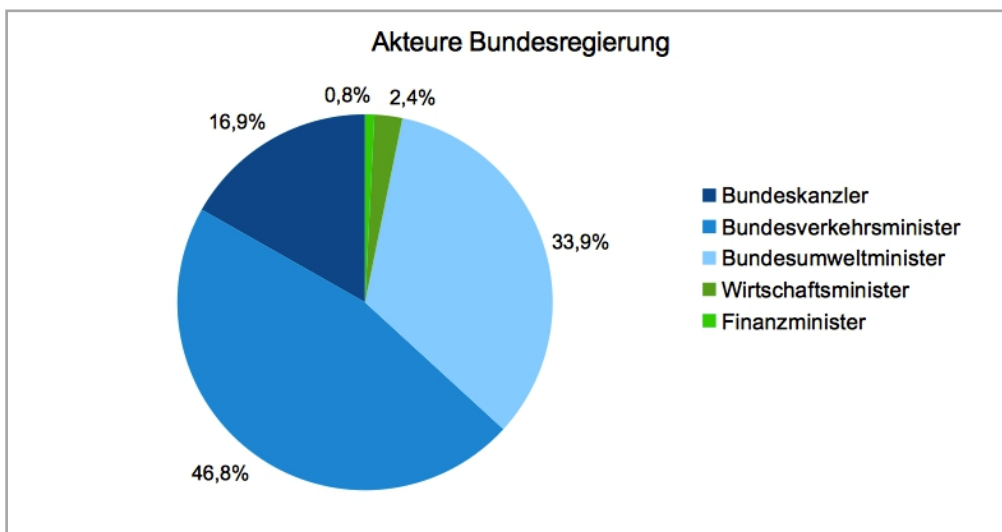
Vertreter der Deutschen Umwelthilfe besetzten in der Berichterstattung vor allem die Themen „Fahrverbote“ (10), „Klagen vor Gericht“ (7) und den Aspekt „Gerichtsurteile“ (4).

Kunden wurden in der Berichterstattung fast ausschließlich mit dem Aspekt „Musterfeststellungsklage“ (7) in Verbindung gebracht.

## Forschungsfrage 2

*Wie häufig und in welcher Form kommen die einzelnen Akteure in der Berichterstattung vor?*

Während die Frage nach der absoluten Häufigkeit der einzelnen Akteure in der Berichterstattung bereits im vorherigen Absatz geklärt wurde, soll nun die relative Häufigkeit innerhalb der eigenen Peer der Akteure betrachtet werden.



*Abb. 8: Akteure innerhalb der Peer Bundesregierung (eigene Darstellung)*

Innerhalb der Peer Bundesregierung sind vor allem der Verkehrs- und der Umweltminister in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal und seine Auswirkungen vorgekommen, gefolgt von dem Bundeskanzler. Der Bundeswirtschafts- und der Bundesfinanzminister spielten in der Berichterstattung der Tagesschau nur eine untergeordnete Rolle.

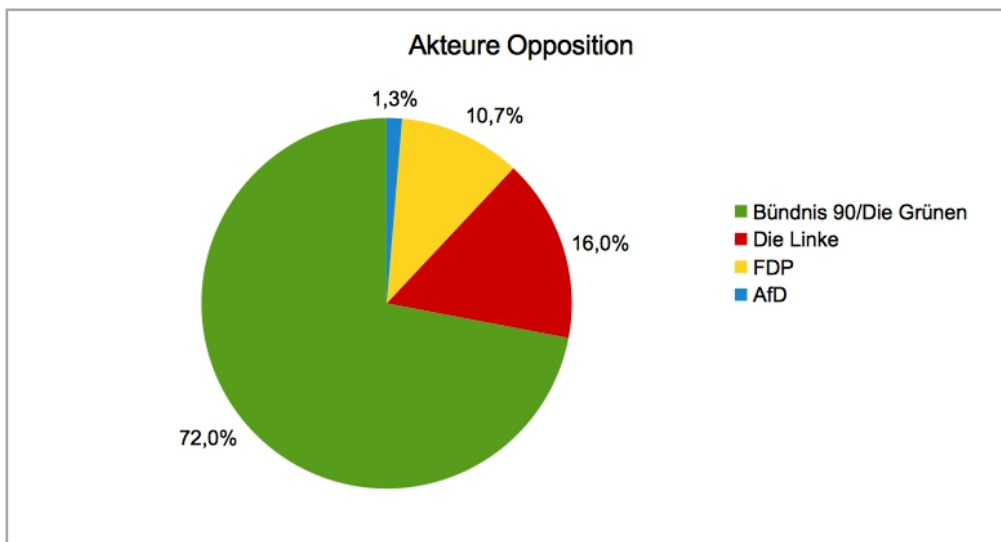


Abb. 9: Akteure innerhalb der Peer Opposition (eigene Darstellung)

Bei der Betrachtung der Vertreter der Oppositionsparteien, die in der Berichterstattung vorkamen, ergibt sich ein weniger differenziertes Bild als bei denen der Bundesregierung. Vertreter der Partei Bündnis 90 / Die Grünen konnten mit 72,0 Prozent fast Dreiviertel des Vorkommens der Opposition auf sich vereinigen. Vertreter der Partei Die Linke und der FDP folgen mit deutlich geringeren Werten. Die Alternative für Deutschland kam nur bei 1,3 Prozent der Nennungen von Oppositionsparteien in der Berichterstattung vor.

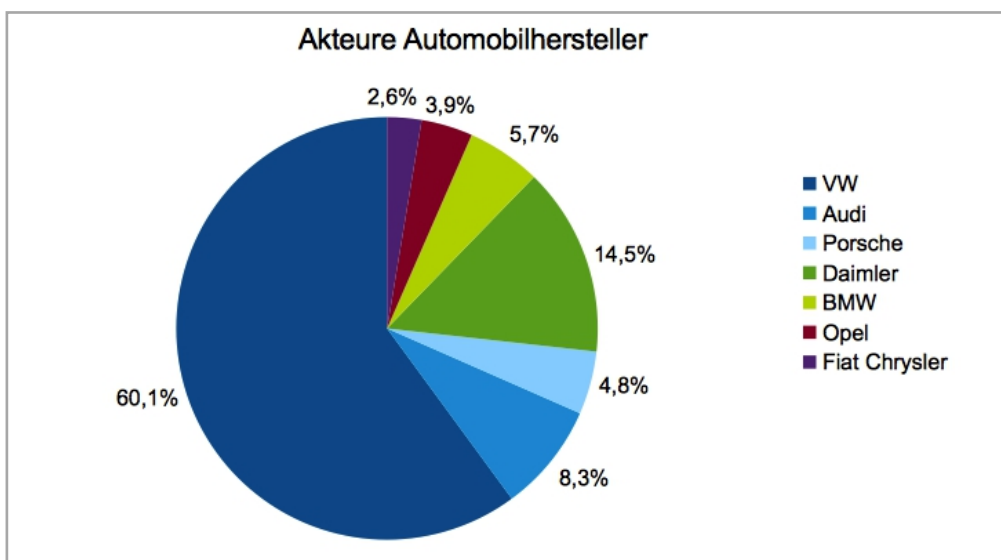


Abb. 10: Akteure innerhalb der Peer Automobilhersteller (eigene Darstellung)

Volkswagen war mit 60,1 Prozent der Automobilhersteller, der am häufigsten in der Berichterstattung um den Abgasskandal erwähnt wurde. Die Daimler AG folgte mit 14,5 Prozent in deutlichen Abstand auf Platz zwei und Audi auf Platz drei mit 8,3 Prozent.

Die Hersteller BMW, Porsche, Opel und Fiat Chrysler spielten in der Berichterstattung verglichen mit VW nur eine untergeordnete Rolle.

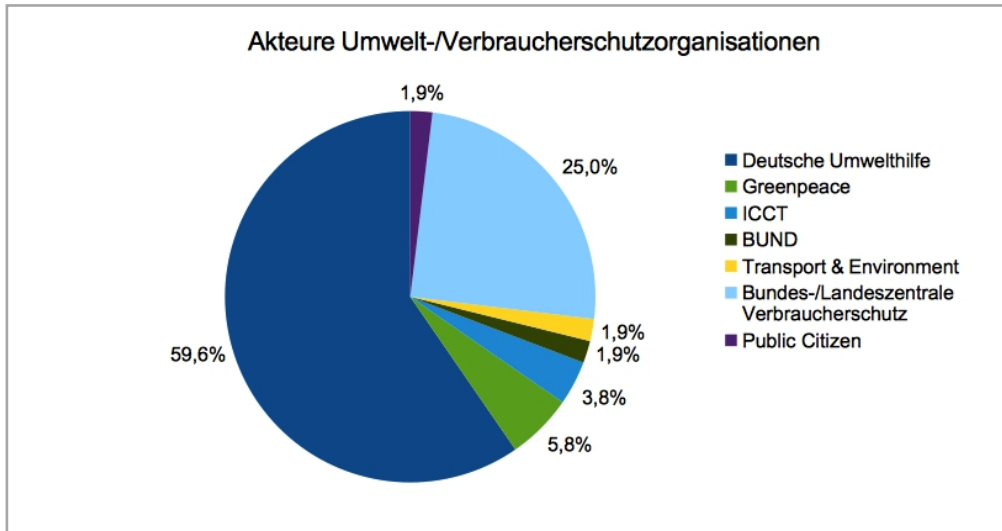


Abb. 11: Akteure innerhalb der Peer Umwelt-/Verbraucherschutzorganisationen (eigene Darstellung)

Innerhalb der Gruppe der Umwelt- und Verbraucherschutzorganisationen kam mit 59,6 Prozent vor allem die Deutsche Umwelthilfe e.V. in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal vor. Gefolgt von den Bundes- und Landeszentralen für Verbraucherschutz mit 25 Prozent und Greenpeace mit 5,8 Prozent. Die Organisationen International Council on Clean Transportation (ICCT), Transport & Environment, Public Citizen und der BUND kommen in der Berichterstattung nur selten vor.

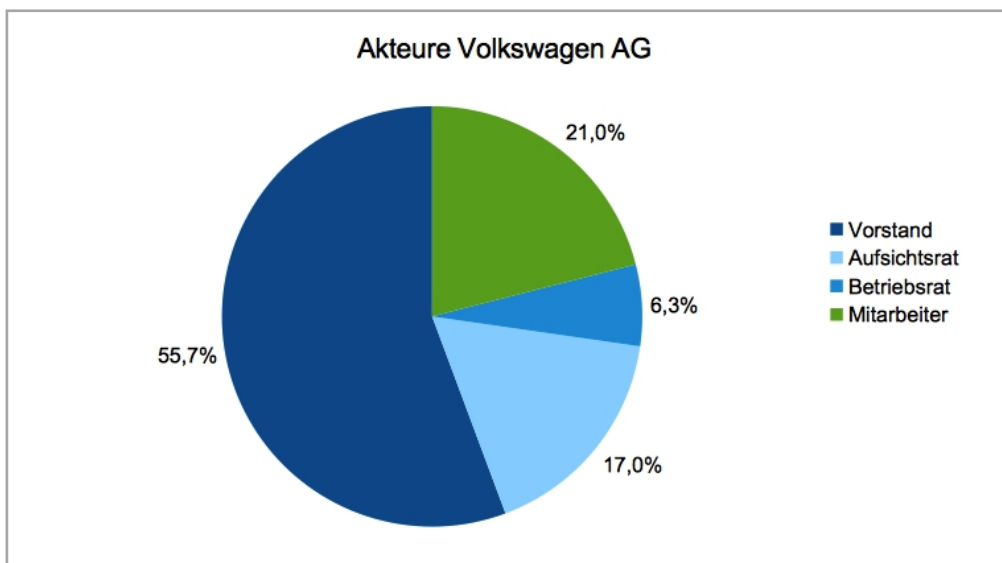


Abb. 12: Akteure innerhalb der Peer Volkswagen AG (eigene Darstellung)

Aus dem Volkswagen Konzern kam mit 55,7 Prozent vor allem der Vorstand in der Berichterstattung vor. Gefolgt von den VW Mitarbeitern und Vertretern des Aufsichtsrats. Die Mitglieder des VW Betriebsrats spielten mit 6,3 Prozent eine untergeordnete Rolle.

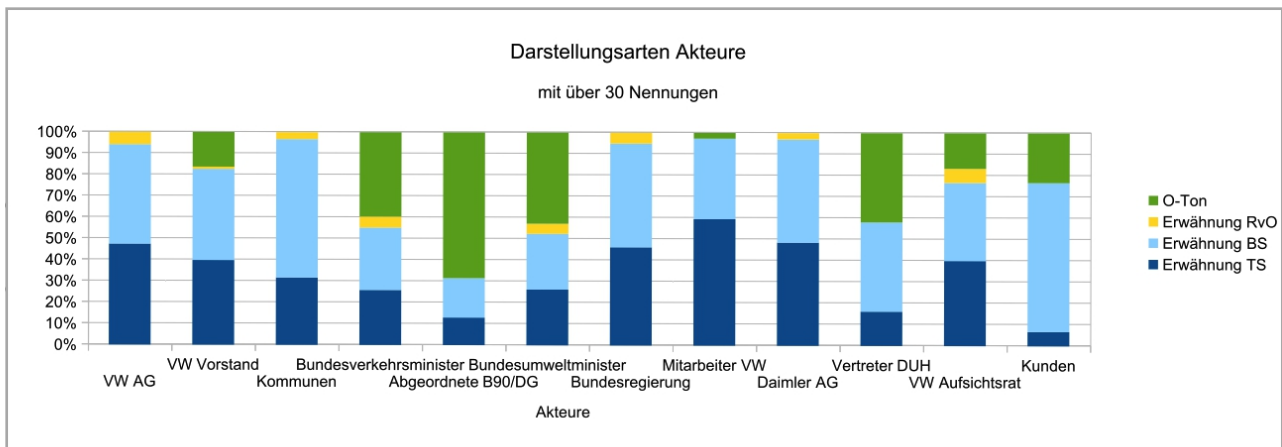


Abb. 13: Darstellungsarten der Akteure mit über 30 Nennungen (eigene Darstellung)

Bei der Betrachtung der Darstellungsarten der Akteure mit über 30 Nennungen in der Berichterstattung zeigen sich die größten Unterschiede in der prozentualen Verteilung der O-Töne. Mit 68,5 Prozent hatten Abgeordnete der Partei Bündnis 90 / Die Grünen die meisten O-Töne, wenn sie in der Berichterstattung um den Abgasskandal vorgekommen sind, gefolgt vom Bundesumweltminister mit 42,9 Prozent. Auch Vertreter der Deutschen Umwelthilfe kamen in 41,9 Prozent ihrer Nennungen als O-Ton in der Berichterstattung. Der Bundesverkehrsminister war mit 39,7 Prozent als O-Ton in den Beiträgen der Tagesschau vertreten. Deutlich geringere O-Ton Anteile bekamen die Vertreter des VW Vorstands und Aufsichtsrats mit 16,3 bzw. 16,7 Prozent. Kunden kamen in 23,3 Prozent ihrer Nennungen selbst zu Wort.

Als Institutionen bzw. Gesellschaften wurden die VW AG, die Daimler AG, die Kommunen und die Bundesregierung stets nur von Tagesschau-, Beitragssprecher oder Reporter vor Ort erwähnt.



### Forschungsfrage 3

Welche Themen rund um den Abgasskandal werden in der Berichterstattung erwähnt? Wie werden diese dargestellt?

Insgesamt konnten in der Tagesschau Berichterstattung rund um den Abgasskandal 22 verschiedene Themenaspekte identifiziert werden.

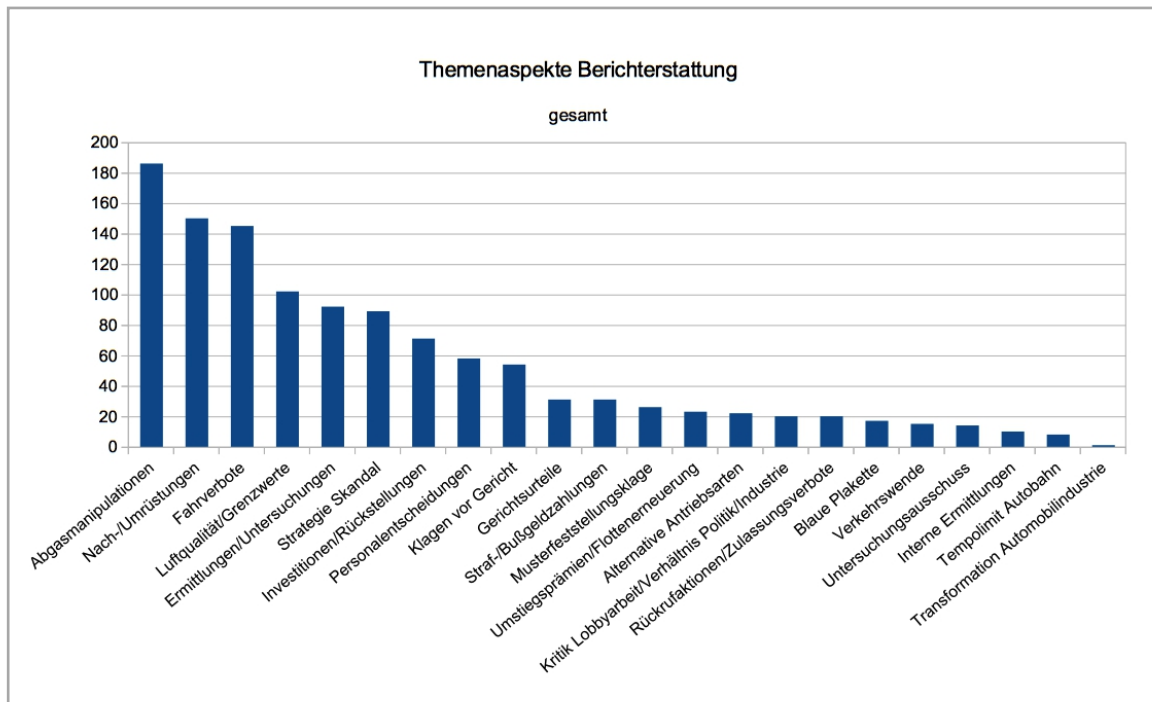


Abb. 14: Themenaspekte in der Berichterstattung gesamt (eigene Darstellung)

Folgende fünf Aspekte wurden dabei am häufigsten in der Berichterstattung thematisiert.

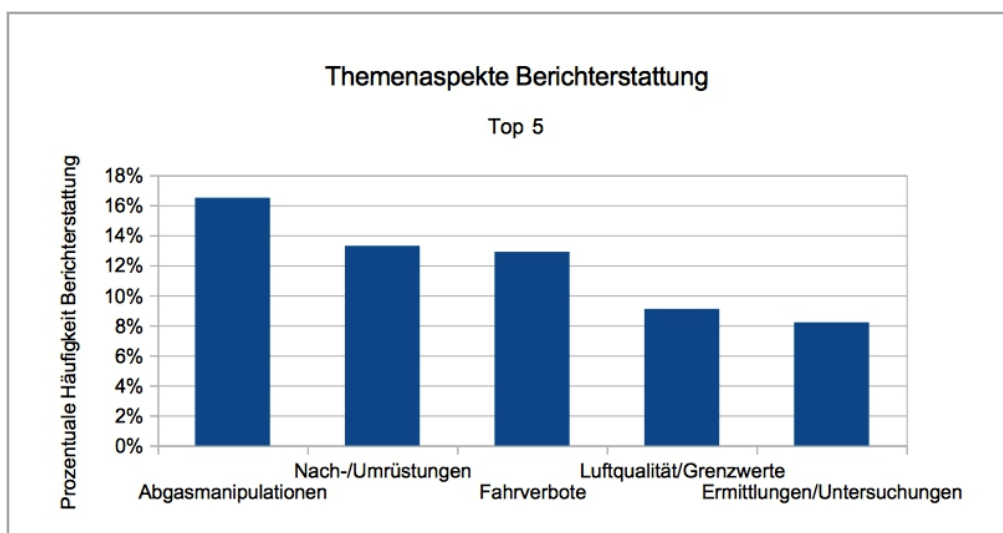


Abb. 15: Themenaspekte in der Berichterstattung Top 5 (eigene Darstellung)

Der Aspekt „Abgasmanipulationen“ wurde mit 16,5 Prozent am häufigsten in der Berichterstattung thematisiert. Gefolgt von den Themen „Nach-/Umrüstungen“ und „Fahrverbote“ mit 13,3 und 12,9 Prozent. Das Thema „Luftqualität/Grenzwerte“ wurde in 9,1 Prozent der Beiträge erwähnt, „Ermittlungen/Untersuchungen“ in 8,2 Prozent.

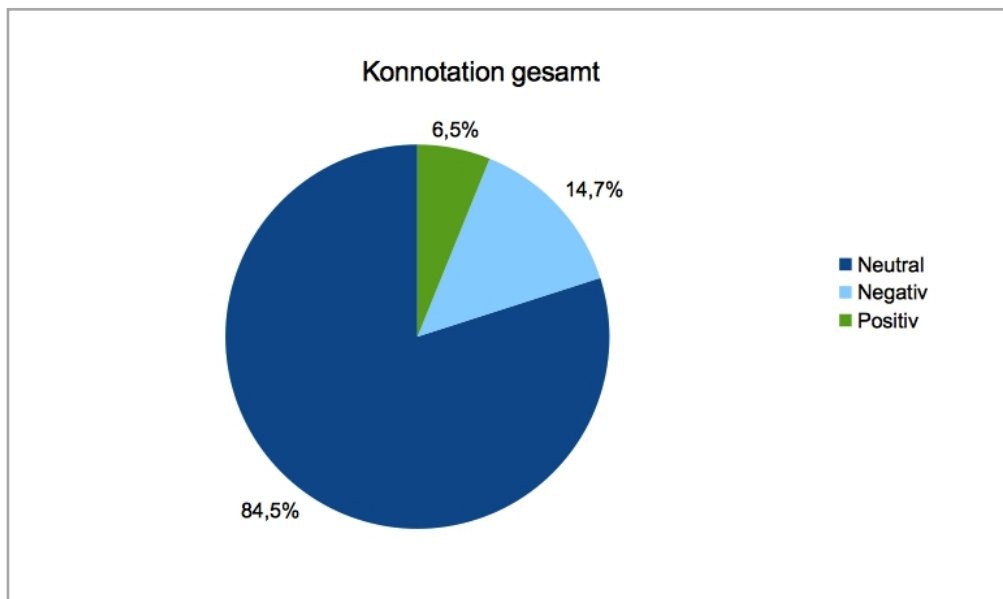


Abb. 16: Konnotation Themen insgesamt (eigene Darstellung)

Über alle Themenaspekte hinweg wurden 84,5 Prozent der Aussagen neutral bzw. nicht konnotiert. 14,7 Prozent der Themen wurden negativ konnotiert, während 6,5 Prozent positiv konnotiert waren. Die Betrachtung der einzelnen Aspekte zeigt folgende Unterschiede:

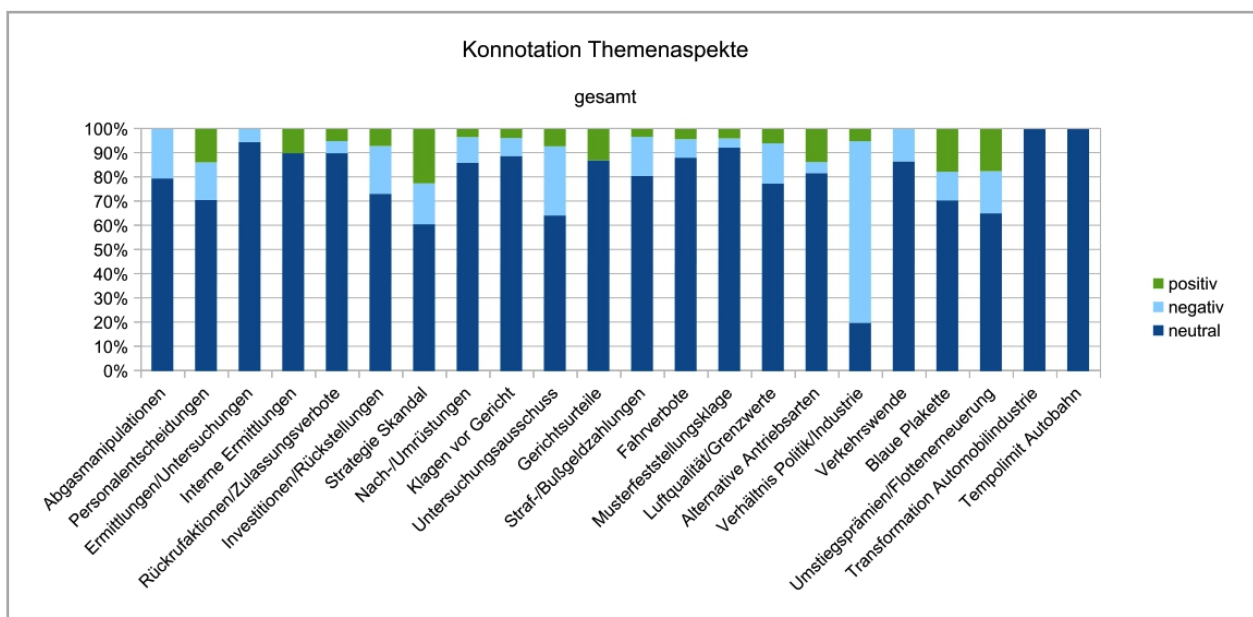
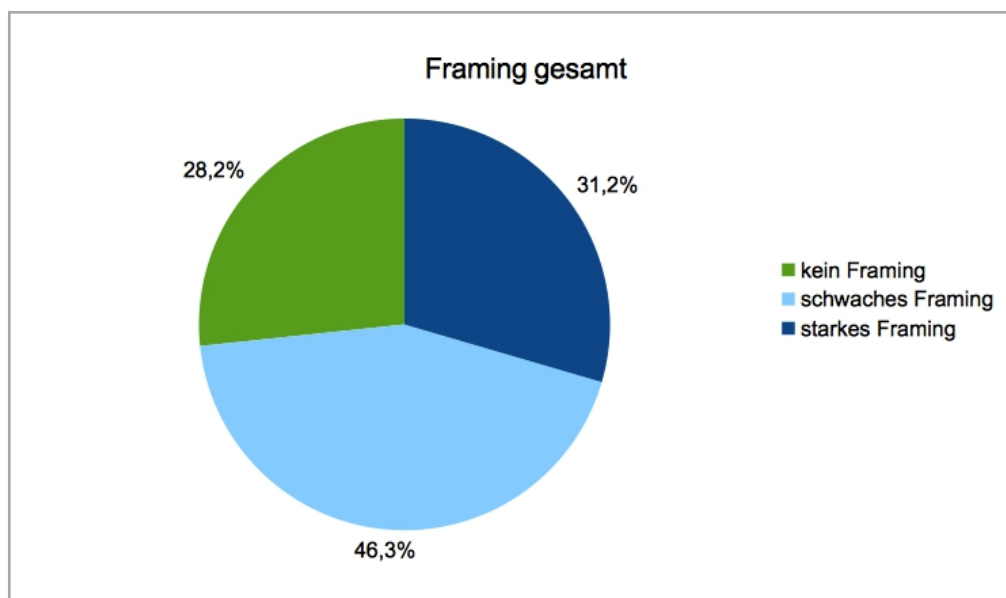


Abb. 17: Konnotation Themenaspekte (eigene Darstellung)

Die Betrachtung aller Themenaspekte der Berichterstattung spiegelt das Gesamtbild der Konnotation wider. Nur das Verhältnis zwischen Politik und Automobilindustrie wurde nicht zum Großteil neutral konnotiert, sondern überwiegend negativ. Die Aspekte „Transformation Automobilindustrie“ und „Tempolimit Autobahn“ wurden ausschließlich neutral konnotiert. Keine positive Konnotation lag bei den Themen „Abgasmanipulation“, „Ermittlungen/Untersuchungen“ und beim Thema „Verkehrswende“ vor, während die Aspekte „Interne Ermittlungen“ und „Gerichtsurteile“ in der Berichterstattung nicht negativ konnotiert wurden.

#### **Forschungsfrage 4**

*Werden Themen in der Berichterstattung mit Interpretationsrahmen versehen?*



*Abb. 18: Framing in der gesamten Berichterstattung (eigene Darstellung)*

Die Tendenzen zu meinungsbildenden Rahmen in der Berichterstattung wurden anhand der Framing-Theorie operationalisiert. Über alle Themenaspekte hinweg wurden 31,2 Prozent der Beiträge in der Berichterstattung als stark geframed codiert. Leichtes Framing lag in 46,3 Prozent aller Beiträge vor. Framing kommt somit in der Berichterstattung um den Abgasskandal und seine Auswirkungen eine zentrale Rolle zu. In 28,2 Prozent der Beiträge insgesamt wurden Widersprüche oder Alternativen genannt, die es dem Rezipienten ermöglichten die dargestellten Sachverhalte selbst zu interpretieren bzw. einzuordnen.

Die Betrachtung der einzelnen Themenaspekte zeigt die Unterschiede in der Verteilung des Framings.

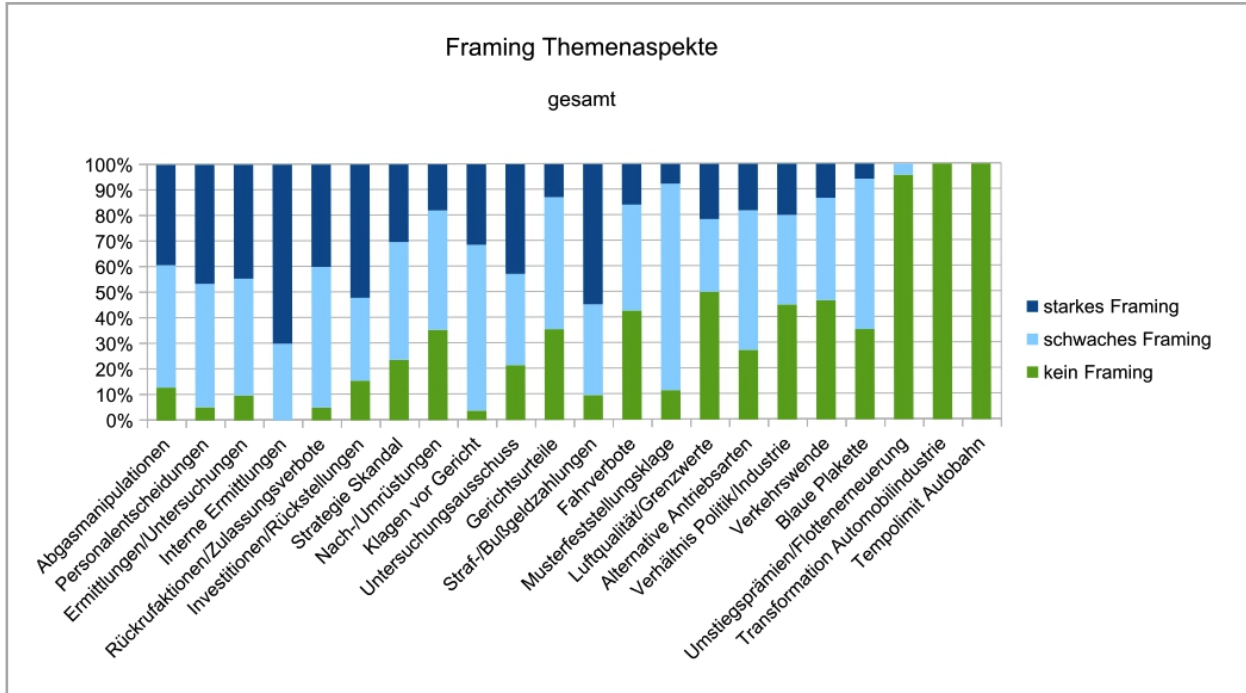


Abb. 19: Framing Themenaspekte gesamt (eigene Darstellung)

Ähnlich wie bei der Konnotation zeigen sich Unterschiede zwischen den Themenaspekten. Diese sind beim Framing deutlicher ausgeprägt, als bei der Konnotation. Die Themen „Transformation Automobilindustrie“ und „Tempolimit Autobahn“ wurden ausschließlich nicht geframed, während bei dem Aspekt „Interne Ermittlungen“ immer mindestens schwaches Framing vorlag. Besonders häufig lag starkes Framing bei den Themen „Interne Ermittlungen“, „Straf-/Bußgeldzahlungen“ sowie bei „Investitionen/Rückstellungen“ vor.

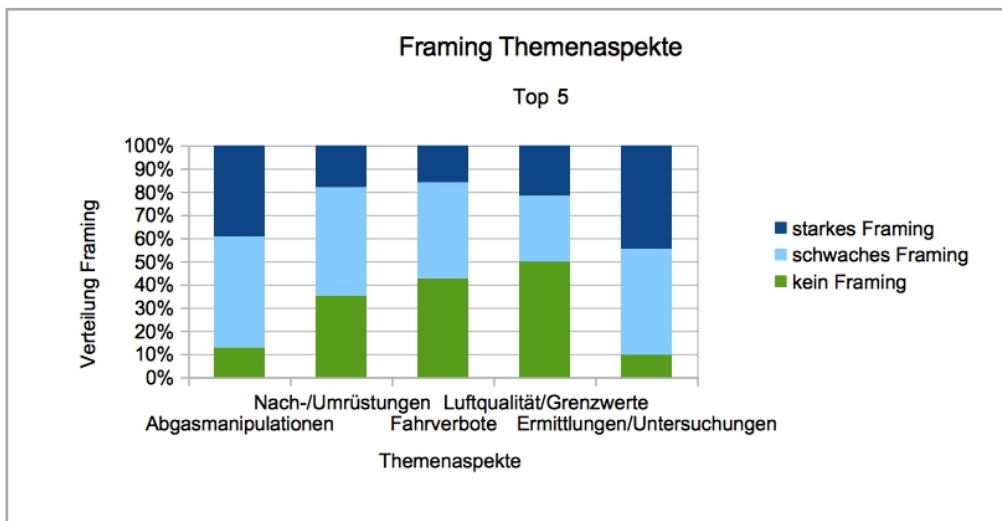


Abb. 20: Framing Themenaspekte Top 5 (eigene Darstellung)

Bei den Top 5 Themen der Berichterstattung lag starkes Framing vor allem bei den Aspekten „Ermittlungen/Untersuchungen“ und „Abgasmanipulationen“ vor. „Luftqualität/Grenzwerte“ und „Fahrverbote“ wurden prozentual am häufigsten der Top-Themen nicht geframed.

## **Forschungsfrage 5**

*Korreliert die Berichterstattung mit Aktionen von Akteuren?*

Betrachtet man im Untersuchungszeitraum die Aktionen von Akteuren mit über 30 Nennungen zeigt sich, dass vor allem Aktionen der Deutschen Umwelthilfe zu Berichterstattung in der Tagesschau geführt haben. 19 Beiträge in der Tagesschau können direkt auf Aktionen der Deutschen Umwelthilfe und ihrer Vertreter zurückgeführt werden<sup>210</sup>. Dabei führte vor allem das Einreichen von Klagen gegen Bundesbehörden, Bundesländer und Städte und die daraus resultierenden Urteile der Verwaltungsgerichte bis hin zum Bundesverwaltungsgericht zu Thematisierungen in den Ausgaben der Tagesschau. Thema war dabei in erster Linie die Einführung von Fahrverboten.

Abgeordnete der Partei Bündnis 90 / Die Grünen konnten vor allem durch die Forderung nach und die Einsetzung eines Bundestagsuntersuchungsausschusses zum Abgasskandal für Berichterstattung sorgen. Insgesamt konnten vier Beiträge darauf zurückgeführt werden.

Durch die Volkswagen AG initiierte Aktionen, wie Betriebsversammlungen oder Bilanzpressekonferenzen führten im Vergleich nur in vier Fällen zu Berichterstattung in der Tagesschau.

<sup>210</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 21.01.2021.

# 10. Interpretation

## Forschungsfrage 1

*Welche Akteure kommen in der Berichterstattung um den Abgasskandal vor? Welche Themen besetzen sie in der Berichterstattung?*

Die Auswertung zeigt, dass der überwiegende Teil der Akteure aus Deutschland kommt. Internationale oder US-amerikanische Akteure spielen in der Berichterstattung um den Abgasskandal eine untergeordnete Rolle. Die Hauptakteure in der Berichterstattung kommen dabei vor allem aus den Peers Bundesregierung, Opposition, der Automobilindustrie und aus dem Volkswagen Konzern. Dabei bildet dies den Verlauf des Skandals ab, der sich von einem Skandal des VW Konzerns über einen Branchenskandal hin zu einem Politikum wandelte (vgl. Kapitel 4.1 Chronologie der Ereignisse). Bei der Besetzung der Themen in der Berichterstattung zeigt sich ein vergleichbares Bild. Während die VW AG zu Beginn des Skandal neben dem Thema „Abgasmanipulationen“ auch mit „Investitionen/Rückstellungen“ in Verbindung gebracht wurde, besetzte die Daimler AG hauptsächlich die Aspekte Manipulationen sowie „Nach-/Umrüstungen“. Zu diesem Zeitpunkt hatte sich der Skandal bereits auf die gesamte Branche ausgeweitet. Die Akteure der Peer Bundesregierung besetzten vor allem die Themen rund um „Luftqualität/Grenzwerte“ und „Fahrverbote“, die erst im späteren Verlauf des Skandals an Bedeutung gewonnen haben, ebenso wie die Kommunen.

Auch bei der Besetzung von Themen durch Akteure des Volkswagen Konzerns lassen sich die Entwicklungen des Skandals abbilden. Die Mitarbeiter und Mitglieder des Vorstands besetzten ähnliche Themenaspekte in der Berichterstattung, während die Mitglieder des Aufsichtsrats fast ausschließlich im Zusammenhang mit dem Thema „Personalentscheidungen“ gebracht wurden. Gerade beim prominentesten Thema „Abgasmanipulationen“ wurden die VW Mitarbeiter häufiger im Zusammenhang mit Manipulationen genannt, als Mitglieder des Vorstands und deutlich häufiger als Mitglieder des Aufsichtsrats. Im Vergleich dazu wurden in der Berichterstattung um die Audi AG fast ausschließlich die Mitglieder des Vorstands in Verbindung mit Manipulationen gebracht,

die Mitarbeiter des Konzerns hingegen kaum. Dies spiegelt die Argumentation der Betroffenen innerhalb des Skandals wider. Der VW Vorstand gab stets an, nichts von den Manipulationen gewusst zu haben und schrieb die Verantwortung einem kleinen Kreis an Mitarbeitern in der Motorenentwicklung zu<sup>211</sup>. Gerichtsurteile aus den Jahren 2017<sup>212</sup> und 2019<sup>213</sup> widersprechen dieser Selbstdarstellung. Die Gerichte sind von der Kenntnis des VW Vorstands überzeugt.

Währenddessen wurde die Audi AG als „Mutter des Betrugs“ bezeichnet, deren Vorstände bereits sehr früh im Verlauf des Skandals als belastet galten<sup>214</sup>. Auch dies spiegelt sich in der Besetzung des Themas „Abgasmanipulation“ durch die Akteure wider.

## **Forschungsfrage 2**

*Wie häufig und in welcher Form kommen die einzelnen Akteure in der Berichterstattung vor?*

### **Bundesregierung**

Innerhalb der Bundesregierung kamen vor allem der Bundesverkehrsminister und der Bundesumweltminister in der Berichterstattung vor. Die Bewältigung bzw. die Aufklärung des Abgasskandals lag im Zuständigkeitsbereich der beiden Ministerien und ihrer nachgelagerten Behörden, wie dem Kraftfahrt-Bundesamt und dem Umweltbundesamt. Zwischen ihnen formierten sich auch die unterschiedlichen Ansätze zum Umgang mit dem Skandal, die häufig Alternativen zueinander darstellten.

Erst nach der Empfehlung des Verwaltungsgerichts Stuttgart zur Einführung von Fahrverboten am 28.07.2017 und den daraus resultierenden Spitzentreffen der Bundesregierung kam die Bundeskanzlerin in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal vor.

Der Bundeswirtschafts- und Bundesfinanzminister spielten in der Berichterstattung nur eine untergeordnete Rolle, da beide Ressorts nur mittelbar durch zum Beispiel Fragen zur Kfz-Steuer betroffen waren.

<sup>211</sup> vgl. Ott, K.: Spur ganz nach oben. 2018. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/razzia-bei-audi-spur-nach-ganz-oben-1.3878412>, 21.01.2021.

<sup>212</sup> vgl. Landgericht Krefeld (LG): Urteil vom 19.07.2017- 7 O 147/16. Haftung des Kfz-Herstellers auf Schadensersatz gegenüber Käufer eines Kfz mit Abgas-Manipulationssoftware.

<sup>213</sup> vgl. Oberlandesgericht Karlsruhe (OLG): Urteil vom 18.07.2019- 17 U 16/18. Inanspruchnahme von Vertragshändler und Kraftfahrzeughersteller wegen des Kaufs eines vom sog. Diebelskandal betroffenen Neuwagens.

<sup>214</sup> vgl. Fromm, T./Ott, K.: Audi tief in VW-Abgasaffäre verstrickt. 2016. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/eil-audi-tief-in-vw-abgasaffaere-verstrickt-1.3172434>, 21.01.2021.

## Opposition

Die Betrachtung der Akteure innerhalb der Peer Opposition zeigt eine deutliche Dominanz der Partei Bündnis 90 / Die Grünen in der Berichterstattung der Tagesschau um den Abgasskandal. Diese spiegelt nicht die Sitzverteilung im Bundestag wider. Während der Legislaturperiode des 18. Bundestags von 2013 bis 2017 stellten die Grünen mit 63 Abgeordneten die kleinste Fraktion<sup>215</sup>. Auch nach der Bundestagswahl 2017 blieb Bündnis 90 / Die Grünen die mitgliederschwächste Fraktion<sup>216</sup>. Ihre Dominanz in der Berichterstattung lässt sich also nicht mit ihre Rolle als Oppositionspartei im Bundestag erklären. Vielmehr profitieren die Grünen von einem breiten Vertrauen in ihre Problemlösungskompetenz hinsichtlich Umwelt- und Klimapolitik im Gegensatz zu den anderen Oppositionsparteien. Im Mai 2016 trauten 60 Prozent der Teilnehmer einer Infratest dimap Umfrage es am ehesten den Grünen zu, eine gute Umwelt- und Klimapolitik zu betreiben. Die anderen Oppositionsparteien wie FDP und Die Linke kamen nur auf 1 bzw. 2 Prozent<sup>217</sup>. Dieses Vertrauen in die Problemlösungskompetenz bleibt auch über den Untersuchungszeitraum hinweg weiter hoch. Auch bei Umfragen zur Europawahl 2019 konnte Bündnis 90 / Die Grünen mit 56 Prozent die höchsten Zustimmungswerte im Bereich Klima- und Umweltpolitik verzeichnen. Die Union kam mit 14 Prozent auf Platz zwei<sup>218</sup>. Es liegt somit nahe, dass vor allem Vertreter der Partei Bündnis 90 / Die Grünen aufgrund ihrer hohen zugeschriebenen Problemlösungskompetenz im Bereich Klima- und Umweltschutz am häufigsten unter den Oppositionsparteien vorkamen. Zudem haben sie in ihrem Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2017 dem Thema „Saubere Luft in den Städten“ einen zentralen Punkt eingeräumt<sup>219</sup>.

<sup>215</sup> vgl. Bundeswahlleiter: Sitzverteilung Bundestagswahl 2013. 2013. <https://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahlen/2013/ergebnisse.html>, 21.01.2021.

<sup>216</sup> vgl. Deutscher Bundestag: Sitzverteilung im 19. Deutschen Bundestag. 2020. [https://www.bundestag.de/parlament/plenum/sitzverteilung\\_19wp](https://www.bundestag.de/parlament/plenum/sitzverteilung_19wp), 21.01.2021.

<sup>217</sup> vgl. Statista: Welcher Partei trauen Sie am ehesten zu, eine gute Umwelt- und Klimapolitik zu betreiben?. 2016. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742/umfrage/partei-mit-der-groessten-kompetenz-im-bereich-umweltpolitik/>, 21.01.2021.

<sup>218</sup> vgl. Infratest dimap: Umfrage Kompetenzen. 2019. <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2019-05-26-EP-DE/umfrage-kompetenz.shtml>, 21.01.2021.

<sup>219</sup> vgl. Bündnis 90 / Die Grünen: Zukunft wird aus Mut gemacht. Bundestagswahlprogramm 2017. Berlin 2017, S. 23.



## **Automobilhersteller**

Die Dominanz der Volkswagen AG in der Berichterstattung lässt sich damit erklären, dass der Skandal mit der Veröffentlichung der Notice of Violation gegen VW seinen Auslöser fand. Als zweitgrößter Automobilhersteller der Welt im Jahr 2015 verfügte die VW AG dazu über eine globale Bekanntheit<sup>220</sup>. Dass auch andere Hersteller Unstimmigkeiten bei den Emissionswerten vorwiesen, führte in der Tagesschau zu weniger ausgeprägter Berichterstattung als bei Volkswagen. Grund dafür könnten die journalistischen Selektionskriterien sein, die bei der Auswahl potentieller Themen vor allem nach den Kriterien „neu“ und „anders“ filtern<sup>221</sup>. Während die Aufdeckung des Skandals bei Volkswagen die Kriterien „neu“ und „anders“ erfüllte, sorgten die Unstimmigkeiten bei den anderen Herstellern für geringeres journalistisches Interesse. Dass in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal vor allem deutsche Automobilhersteller genannt wurden, zeigte auch eine Langzeitstudie in 25 deutschen und 25 US-Leitmedien. Die deutschen Hersteller machten 93 Prozent des Anteils an der Dieselgate-Berichterstattung aus. Auch hier dominierte Volkswagen mit knapp 50 Prozent die Berichterstattung<sup>222</sup>.

## **Umwelt- und Verbraucherschutzorganisationen**

Innerhalb der Gruppe der Umwelt- und Verbraucherschutzorganisationen zeigte sich die Dominanz der Deutschen Umwelthilfe in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal. Deutlich größere Organisationen wie Greenpeace oder der BUND spielten im Vergleich zur DUH nur eine untergeordnete Rolle. Dabei haben Greenpeace<sup>223</sup> und der BUND<sup>224</sup> mit jeweils über 600.000 Mitgliedern in Deutschland ein deutlich höheres Gewicht als die Deutsche Umwelthilfe mit 448<sup>225</sup>. Auch in der Öffentlichkeit sind Organisationen wie Greenpeace und BUND deutlich bekannter als die DUH. Zahlen von 2017 zeigen, dass Greenpeace

<sup>220</sup> vgl. Spiegel: Das sind die weltgrößten Autohersteller. 2015. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/toyota-bleibt-vor-vw-weltgroesster-autohersteller-a-1014169.html>, 21.01.2021.

<sup>221</sup> vgl. Wrobel-Leipold, A., 2009, S. 84.

<sup>222</sup> vgl. PRMagazin: Aus dem Staub gemacht. In: PRMagazin. Jahrgang 50, Ausgabe 12/2019, S. 7.

<sup>223</sup> vgl. Greenpeace e.V.: Greenpeace: Fragen & Antworten. 2020. <https://www.greenpeace.de/themen/ueber-uns/fragen-antworten-zu-greenpeace#:~:text=2..es%20mehr%20als%20drei%20Millionen> , 21.01.2021.

<sup>224</sup> vgl. Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.: Jahresbericht 2019. Berlin 2020, S. 30.

<sup>225</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Über uns. 2020. <https://www.duh.de/ueberuns/>, 21.01.2021.

86 Prozent der Befragten kannten, den BUND 45 Prozent. Die Deutsche Umwelthilfe kam auf 25 Prozent, knapp vor der Heinz Sielmann Stiftung<sup>226</sup>.

Dass dennoch die DUH die Berichterstattung unter den Umwelt- und Verbraucherschutzorganisationen dominieren konnte, lässt sich auf die Kampagnenaktivitäten der Organisation zurückführen. Bereits seit 2002 hat die DUH eine Kampagne mit dem spezifischen Schwerpunkt Dieseldieseltechnologie<sup>227</sup>. Aktivitäten von Greenpeace zum Thema Diesel zeigten sich erst ab November 2016, über ein Jahr nach Bekanntwerden des Skandals<sup>228</sup>. Die von der DUH angestrebte „Kommentierungshoheit“ wurde im Dieselskandal erreicht. Dafür musste die Kommunikation der Deutschen Umwelthilfe schneller und lauter sein, als die anderer Umweltverbände<sup>229</sup>. Zudem arbeiten im Vergleich zur DUH die meisten NGOs langfristig an bestimmten Themen und nehmen sich so nicht ausdrücklich aktuellen Aspekten an<sup>230</sup>. Mit Blick auf die Dominanz innerhalb der Peer „Umwelt-/Verbraucherschutzorganisationen“ scheint die Hoheit errungen worden zu sein.

### **Art der Darstellung**

Während die Häufigkeit der O-Töne bei Mitgliedern der Bundesregierung sich auf die Ausübung des Amtes zurückführen lassen, sprechen sie bei Abgeordneten von Bündnis 90 / Die Grünen und den Vertretern der Deutschen Umwelthilfe für eine gute Pressearbeit der jeweiligen Organisation.

Mit knapp 70 Prozent O-Tönen unter den Akteuren mit über 30 Nennungen konnten die Abgeordneten der Partei Bündnis 90 / Die Grünen ihre Punkte direkt an die Rezipienten adressieren. Die ihnen zugeschriebene Problemlösungskompetenz im Bereich Umwelt- und Klimaschutz machte sie für die Journalisten zu einem relevanten O-Ton Geber.

<sup>226</sup> vgl. Statista: Welche Umweltorganisation kennen Sie?. 2017. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742179/umfrage/kenntnis-einer-umweltorganisation-in-deutschland/>, 21.01.2021.

<sup>227</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 21.01.2021.

<sup>228</sup> vgl. Neuschäffer, I.: Einstieg in den Ausstieg. 2016. <https://www.greenpeace.de/themen/energiewende/mobilitaet/einstieg-den-ausstieg>, 21.01.2021.

<sup>229</sup> vgl. von Aster, E.-L.: Von BUND bis DUH: Wie Umweltorganisationen Politik machen. 2018. <https://www.swr.de/swr2/wissen/broadcastcontrib-swr-16204.html>, 21.01.2021.

<sup>230</sup> vgl. Voss, K., 2013, S. 213.

### Forschungsfrage 3

*Welche Themen rund um den Abgasskandal werden in der Berichterstattung erwähnt? Wie werden diese dargestellt?*

Die Auswertung zeigt, dass die Themen „Fahrverbote“ und „Luftqualität/Grenzwerte“ eine zentrale Rolle in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal gespielt haben. Gerade auch bei der Platzierung von Beiträgen innerhalb der Tagesschau Ausgabe. Insbesondere der Aspekt Fahrverbote wurde besonders häufig thematisiert, wenn der Themenkomplex Abgasskandal am Anfang der Tagesschau Ausgabe stand. Beide Aspekte können auf die journalistischen Selektionskriterien Räumliche Nähe und Gesundheit zurückgeführt werden. Während das Thema „Fahrverbote“ durch die räumliche Nähe des Ereignisses in den engeren Erfahrungshorizont des Rezipienten rückt, zielt der Aspekt „Luftqualität/Grenzwerte“ mit der Gesundheit auf die Nähe des Rezipienten zu sich selbst ab<sup>231</sup>. Somit werden beide Aspekte für Journalisten relevant. Andere Aspekte wie die Verkehrswende oder die Transformation der Automobilindustrie spielten in der Berichterstattung eine deutlich untergeordnete Rolle.

Über alle Themenaspekte hinweg wurden 84,5 Prozent der Beiträge neutral bzw. nicht konnotiert. Die Journalisten hatten in nahezu allen Beiträgen auf Wertungen verzichtet. Die positiven und negativen Konnotationen kamen in der Berichterstattung fast ausschließlich in den ÖTönen der Akteure vor. Die Neutralität der Journalisten in der Berichterstattung zeigte sich auch im Punkt Salienz. Im gesamten Untersuchungszeitraum hatte sich kein Tagesschau- oder Beitragssprecher eine Aussage zu eigen gemacht und sie so als zu treffend dargestellt und hervorgehoben.

Besonders deutlich zeigte sich das beim Themenaspekt „Kritik Lobbyarbeit/Verhältnis Politik/Industrie“, der fast ausschließlich von dem Akteur „Abgeordnete Bündnis 90 / Die Grünen“ besetzt wurde. Hierbei waren 75 Prozent der Nennungen des Aspekts negativ konnotiert. Der Aspekt „Untersuchungsausschuss“ wies prozentual ebenfalls eine vergleichsweise hohe negative Konnotation auf. Auch hierbei besetzten vor allem die Abgeordneten der Oppositionsparteien Bündnis 90 / Die Grünen und Die Linke das Thema.

<sup>231</sup> vgl. Wrobel-Leipold, A., 2009, S. 86f.

Positive Konnotationen gab es in der Berichterstattung im Untersuchungszeitraum mit 6,5 Prozent vergleichsweise wenig. Den höchsten prozentualen Wert positiver Konnotationen erzielte der Aspekt „Strategie Skandal“. Diese Wertungen kamen in der Berichterstattung häufig durch die Einschätzung von Analysten oder Wissenschaftlern zu Stande, wenn sich Unternehmen zum Beispiel mit den US-Behörden geeinigt hatten und sich dies positiv auf Aktienkurs oder Image auswirkte.

#### **Forschungsfrage 4**

*Werden Themen in der Berichterstattung mit Interpretationsrahmen versehen?*

In der Berichterstattung rund um den Abgasskandal und seine Auswirkungen konnte in 77,5 Prozent der Beiträgen mindestens schwaches Framing nachgewiesen werden, in 31,2 Prozent sogar starkes Framing. Lediglich 28,2 Prozent der Beiträge waren ohne Interpretationsrahmen versehen.

Die Häufigkeit des Vorkommens von schwachen Framing sowohl in der gesamten Berichterstattung, als auch bei Betrachtung der einzelnen Themenaspekte resultiert daraus, dass Alternativen in den Beiträgen zwar genannt wurden, die kohärente Darstellung des Sachverhaltes dadurch aber meist nicht beeinträchtigt wurde. So exemplarisch bei dem Aspekt „Ermittlungen/Untersuchungen“. Innerhalb des Beitrags wurden dabei die Anschuldigungen umfangreich ausgeführt, während der Widerspruch des Beschuldigten oder die Einwände seiner Anwälte nur geringen Umfang im Beitrag einnahmen. In diesen Fällen kann von einer Verunreinigung des eigentlichen Frames ausgegangen werden<sup>232</sup>. Nicht zu einem Frame gehörende Aussagen blieben zwar nicht ungenannt, wurden aber auch nicht betont bzw. marginalisiert. Das führte zu weniger eindeutigen Framing<sup>233</sup>. Das Nennen von Alternativen innerhalb der Beiträge lässt sich darauf zurückführen, dass es für Journalisten funktional sinnvoll ist, keine Kohärenz herzustellen, um nicht dem Vorwurf ausgesetzt zu sein, nicht ausgewogen zu berichten<sup>234</sup>. Insbesondere an ihre Informationssendungen und -angebote, wie die Tagesschau, stellt

<sup>232</sup> vgl. Potthoff, M., 2012, S. 63f.

<sup>233</sup> vgl. van Gorp, B., 2007, S. 66.

<sup>234</sup> vgl. a.a.O., S. 59f.

die ARD hohe Anforderungen bzgl. der Objektivität, der Meinungsvielfalt und der Ausgewogenheit der Programme<sup>235</sup>.

<sup>235</sup> vgl. ARD: Grundsätze für die Zusammenarbeit im ARD-Gemeinschaftsprogramm "Erstes Deutsches Fernsehen" und anderen Gemeinschaftsprogrammen und -angeboten. 2013. [https://www.ard.de/download/1899726/Grundsätze\\_für\\_die\\_Zusammenarbeit\\_im\\_ARD\\_Gemeinschaftsprogramm\\_.pdf](https://www.ard.de/download/1899726/Grundsätze_für_die_Zusammenarbeit_im_ARD_Gemeinschaftsprogramm_.pdf), 21.01.2021.

## Forschungsfrage 5

### *Korreliert die Berichterstattung mit Aktionen von Akteuren?*

Generell werden in den Kommunikationswissenschaften drei Typen von Ereignissen unterschieden. Als genuine Ereignisse werden Vorfälle beschrieben, die unabhängig von der Berichterstattung von Massenmedien entstehen. Inszenierte Ereignisse oder Pseudoereignisse werden eigens zum Zwecke der Berichterstattung herbeigeführt. Als mediatisierte Ereignisse werden Vorfälle beschrieben, die zwar vermutlich auch ohne die zu erwartende Berichterstattung geschehen wären, die allerdings aufgrund ihres spezifischen, mediengerechten Charakters eine Berichterstattung erwarten lassen<sup>236</sup>.

Vor allem die Deutsche Umwelthilfe setzte auf mediatisierte Ereignisse wie Klagen gegen Bundesbehörden, Bundesländer oder Städte, um Berichterstattung zu erzeugen. Das erklärte Ziel der Organisation ist die Mobilisierung der Öffentlichkeit und das Anstoßen von Debatten, um so „[...] zerstörerisch wirkendes Wirtschaften zurückzudrängen<sup>237</sup>.“ Dafür ist eine strategische Öffentlichkeitsarbeit notwendig. Bereits seit 2002 betreibt die DUH eine Kampagne mit dem Schwerpunkt Dieselsechnologie, die sie nach dem Inkrafttreten der EU-Verordnung EG-715/2007 zur Typgenehmigung von Pkw der Abgasstufe Euro 5 und 6 im Jahr 2007 auf alle Schadstoffe aus Benzin- und Dieselmotoren ausgeweitet hat<sup>238</sup>. Jahre vor Bekanntwerden des Skandals im Jahr 2015 hat die DUH zum Jahreswechsel 2008/2009 „[...] mit Fachgesprächen und einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit vor der bevorstehenden Selbstkontrolle der Autoindustrie bei den Schadstoffmessungen gewarnt<sup>239</sup>.“ Im Februar 2011 haben der Geschäftsführer der DUH, Jürgen Resch und der Chemiker Axel Friedrich in einem Gespräch im Bundesverkehrsministerium auf ihrer Meinung nach rechtswidrige Überschreitungen der NOx-Emissionen bei Volkswagen Fahrzeugen aufmerksam

<sup>236</sup> vgl. Kepplinger, H. M.: Realitätskonstruktionen. Wiesbaden 2011, S. 58.

<sup>237</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Über uns. 2021. <https://www.duh.de/ueberuns/>, 21.01.2021.

<sup>238</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 21.01.2021.

<sup>239</sup> Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 21.01.2021.

gemacht<sup>240</sup>. Diese Beobachtungen legen nahe, dass auch die Klagen für Fahrverbote als gezieltes Mittel der Öffentlichkeitsarbeit genutzt wurden, um Debatten anzustoßen und Öffentlichkeit zu mobilisieren.

Die Veröffentlichung der Notice of Violation durch die US-Umweltbehörde im September 2015 hat als Auslöseereignis die Aufmerksamkeit der Medien auf die Unregelmäßigkeiten bei den Emissionswerten gelenkt. Dies führte zu zahlreichen Folgeereignissen, die ohne den Umweg über die Berichterstattung verursacht wurden. Dazu zählten die Beiträge über Personalentscheidungen innerhalb des Volkswagenkonzerns sowie die Managemententscheidungen hinsichtlich Investitionen und Rückstellungen. Dabei ist zu beachten, dass das Auslöseereignis nicht zwangsläufig zu Beginn der Ereigniskette stehen muss<sup>241</sup>. Die Ursachen des Ereignisses reichen häufig in die Vergangenheit zurück (vgl. Kapitel 4.2 Ursachen).

Innerhalb der Berichterstattung um den Abgasskandal und seine Auswirkungen kann das Urteil des Verwaltungsgerichts Stuttgart vom 28.07.2017 zum Thema Fahrverbote als Schlüsselereignis verstanden werden. Als Schlüsselereignis werden Geschehnisse bezeichnet, die zum Gegenstand einer außergewöhnlich intensiven Berichterstattung werden. Dabei bleibt allerdings offen, ob dies vom besonderen Charakter des Ereignisses abhängt oder von den besonderen Umständen des Kontexts. Schlüsselereignisse haben dabei, anders als Auslöseereignisse, neben dem Potenzial Berichten und Folgeereignissen auszulösen, auch das Potenzial die Routinen der Berichterstattung zu verändern. Sie fokussieren die Aufmerksamkeit des Publikums und der Journalisten auf ein bestimmtes Geschehen und wecken das Interesse an zusätzlichen Informationen. Gleichzeitig stimulieren sie die Aktivitäten von Interessengruppen und haben weitere mediatisierte und inszenierte Ereignisse zur Folge<sup>242</sup>.

Schlüsselereignisse können auch Einfluss auf die journalistischen Selektionskriterien nehmen. Hans-Bernd Brosius und Peter Eps sehen dafür zwei Möglichkeiten. Sie schaffen ein neues Thema, dem bisher keine oder wenig Beachtung geschenkt wurde oder sie verliehen einem

<sup>240</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 21.01.2021.

<sup>241</sup> vgl. Kepplinger, H. M., 2011, S. 72f.

<sup>242</sup> vgl. a.a.O., S. 74f.

bereits bekannten Thema eine neue Dimension<sup>243</sup>. In der Berichterstattung um den Abgasskandal wurde vor dem 28.07.2017 der Aspekt Fahrverbote nur in zwei Tagesschau Berichten thematisiert. Danach entwickelte sich das Thema zu einem der Hauptaspekte in der Berichterstattung. Wenn man den verkürzten Zeitraum von Juli 2017 bis zum Ende der Untersuchung im Dezember 2019 mit der Intensität der Berichterstattung rund um das Thema Fahrverbote in Relation setzt, kann von einer intensiven Berichterstattung gesprochen werden. Ebenso ist der Zeitraum Juli und August 2017 einer der Peaks der Berichterstattung. Somit kann davon ausgegangen werden, dass das Urteil des Verwaltungsgerichts Stuttgart als Schlüsselereignis innerhalb der Ereigniskette gilt. Dies führte zu einer erhöhten Informationssuche und schenkte ähnlichen Ereignissen, wie den folgenden Spitzentreffen der Bundesregierung zur Vermeidung von Fahrverboten eine erhöhte Aufmerksamkeit. Die weiteren Klagen der Deutschen Umwelthilfe nach dem Schlüsselereignis sorgen ebenfalls für mediale Aufmerksamkeit. Ihre Aktionen wurden durch das Schlüsselereignis in der Berichterstattung stimuliert.

<sup>243</sup> vgl. Brosius, H.-B./Eps, P.: Verändern Schlüsselereignisse journalistische Selektionskriterien? Framing am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge gegen Ausländer und Asylanten. In: Rundfunk und Fernsehen. Jahrgang 41, Ausgabe 4/1993, S. 514.



## Fazit

Es gibt Anzeichen, dass die Berichterstattung der ARD Tagesschau über den Abgasskandal von der Nichtregierungsorganisation Deutsche Umwelthilfe e.V. beeinflusst wurde. Die DUH hat durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit mediatisierte Ereignisse hervorgerufen, die zu Berichterstattung geführt haben. Dabei haben diese Ereignisse als Schlüsselergebnisse Einfluss auf die journalistischen Selektionskriterien gehabt und vor allem dem Thema „Fahrverbote“ eine zentrale Rolle in der Berichterstattung eingeräumt.

Das Wecken von öffentlichem Interesse für ein klar abgegrenztes Problem ist für die DUH die Kernvoraussetzung für erfolgreiche Kampagnenarbeit. Dafür setzt sie auf Pressekonferenzen, kreative Aktionen sowie Skandalisierung und Emotionalisierung<sup>244</sup>. Inszenierte und mediatisierte Ereignisse werden somit zum Mittel für das Wecken von öffentlichem Interesse. Im Abgasskandal können die Klagen gegen Länder, Städte und Gemeinden als solche mediatisierten Ereignisse verstanden werden, die genutzt wurden um ein Problem in der Öffentlichkeit zu definieren.

Dass die, von der DUH auf die Medienagenda gesetzten, Themen durch Framing mit einem bestimmten Interpretationsrahmen versehen wurden, konnte in der Berichterstattung der ARD Tagesschau allerdings nicht nachgewiesen werden. Vielmehr hat die DUH durch ihre Aktionen Agenda Setting betrieben und somit beeinflusst über was berichtet wurde.

Neben der Vermittlung einer möglichst einfachen Botschaft, im Falle des Abgasskandals „Diesel-Abgase töten!<sup>245</sup>“, ist laut eigenen Angaben das Anbieten einfacher, eigentlich vereinfachter Lösungen eine weitere Voraussetzung für eine erfolgreiche Kampagne<sup>246</sup>. Im Zuge des Abgasskandals war die propagierte Lösung das Einführen von Fahrverboten in deutschen Städten. Betrachtet man die Häufigkeit mit der das Thema in der Berichterstattung der ARD Tagesschau vorkam und welchen

<sup>244</sup> vgl. Resch, J.: Erfolg durch zugespitzte Kampagnen. Vortrag zur Festveranstaltung 30 Jahre Ökoinstitut – Nachhaltig in die Zukunft. 2007. [https://www.oeko.de/uploads/oeko/aktuelles/30\\_jahre\\_oeko-institut/070622\\_praes\\_jresch.pdf](https://www.oeko.de/uploads/oeko/aktuelles/30_jahre_oeko-institut/070622_praes_jresch.pdf), 30.01.2021.

<sup>245</sup> Deutsche Umwelthilfe e.V.: Dieselgate. 2019. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-be-trug/>, 30.01.2021.

<sup>246</sup> vgl. Resch, J., 2007, 30.01.2021.

prominenten Status der Aspekt in der Themenhierarchie einnahm, lässt es die Schlussfolgerung zu, dass die Kampagne erfolgreich war.

Die Kommunikation der DUH wird dabei durch einen Vertrauensvorsprung im Bereich Klima- und Umweltschutz unterstützt. Im Vergleich zur Bundesregierung, den Städten und Gemeinden und vor allem der Industrie erzielten Umweltverbände stets deutlich höhere Zustimmungswerte in ihrer Arbeit. Gerade nach der Hochzeit der Berichterstattung zu Fahrverboten im Jahr 2017 nahmen die Zustimmungswerte, dass Städte und Gemeinden, die Bundesregierung und die Industrie genug für den Umweltschutz täten gravierend ab. Die Zustimmung zur Arbeit der Umweltschutzverbände nahm nach einem Peak im Jahr 2016 in den darauffolgenden Jahren im Vergleich zu den anderen Akteuren nur leicht ab<sup>247</sup>.

Ähnlich wie bei der Partei Bündnis 90 / Die Grünen ist dieses Vertrauen in Deutschland historisch gewachsen. Untersuchungen zur Einschätzung der Problemlösungskompetenz umweltpolitischer Akteure aus den Jahren 1996 und 1998 zeigen, dass vor allem Umweltorganisationen/-verbänden sowie Umweltbürgerinitiativen zugetraut wird, sinnvolle Lösungen für die Probleme im Bereich des Umweltschutzes zu erarbeiten. Die Industrie erzielte im Vergleich auch bereits in den Untersuchungen der 1990er Jahre die niedrigsten Werte<sup>248</sup>. Mit dem historisch gewachsenen Vertrauen, kann sich die DUH auch leichter als gemeinwohlorientiert in ihrer Kommunikation darstellen.

Folgt man dem Gedanken von Ngoma und begreift den Abgasskandal als „Black Swan“ Ereignis hat dieser als unvorhersagbares Ereignis (focusing event) die Möglichkeit eröffnet den politischen Prozess zu beeinflussen<sup>249</sup>. Die Veröffentlichung der Notice of Violation durch die US-Umweltbehörde hat ein „policy window“ geöffnet, das für eine erfolgreiche Einflussnahme auf den politischen Prozess notwendig ist<sup>250</sup>. Genau auf diese Fenster für politische Veränderungen stützen NGOs ihre Aktivitäten. Denn kontinuierliche Lobbyaktivitäten alleine führen ebenso

<sup>247</sup> vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)/Umweltbundesamt (Hrsg.): Beurteilung des Einsatzes verschiedener Akteure für Umwelt- und Klimaschutz im Zeitvergleich. Berlin 2020.

<sup>248</sup> vgl. Preisendörfer, P.: Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland. Empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen „Umweltbewußtsein in Deutschland 1991-1998“. Heidelberg 2013, S. 241f.

<sup>249</sup> vgl. Kingdon, J. W., 1984, S. 175ff.

<sup>250</sup> vgl. Keeler, J. T. S.: Opening the Window for Reform: Mandates, Crises, and Extraordinary Policy-Making. In: Comparative Political Studies. Jahrgang 25, Ausgabe 4/1993, S. 433-486.

wenig zum Erfolg wie massive Mobilisierungen oder andere Aktivitäten intermediärer Akteure<sup>251</sup>. Wenn man die Kampagnenaktivitäten der DUH zum Thema Dieseltechnologie betrachtet, führten diese erst nach dem Bekanntwerden des Dieselskandals zu einer Beeinflussung des politischen Prozesses. Die Organisation hat damit das, durch den Skandal entstandene, „policy window“ für die Platzierung ihrer Themen genutzt. Über das Agenda Setting hinaus konnte die DUH das durch den Skandal geöffnete Fenster nutzen, um eigene Themen als Problem zu definieren, im Falle des Dieselskandals den Schadstoffausstoß von Diesel-Pkw und Lösungsvorschläge, in diesem Fall Fahrverbote einzubringen. In der Öffentlichkeit erlangte die Organisation so mediale Bekanntheit und konnte sich selbst als kompetent und gemeinwohlorientiert darstellen.

Das erfordert von der DUH eine kontinuierliche Beobachtung des politischen Prozesses und der öffentlichen Meinung, um den richtigen Zeitpunkt für den Start der Kampagne zu treffen. Außerdem muss sichergestellt sein, dass das jeweilige Thema Mobilisierungspotential besitzt<sup>252</sup>. Diesen Umständen ist sich die Deutsche Umwelthilfe bewusst. Daniel Hufeisen, Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der DUH äußerte sich 2015 in einem Interview, dass eine Kampagne dann Zustimmung erfahre „wenn es [...] gelingt den Verbraucher mitzunehmen, er das Gefühl hat, in seiner Lebenswelt auf ein Problem aufmerksam gemacht zu werden, das ihn ebenfalls stört [...]“<sup>253</sup>.

Zu der Bedeutung der Medien für die Kampagnenführung äußerte sich Hufeisen:

„Das betrifft auch die Medien. Wer nicht sichtbar ist, findet nicht statt. Wenn die Kampagne Breitenwirkung entfaltet durch klare Botschaften, emotionale Bilder und gehaltvolle Informationen, dann wird sie erfolgreich“<sup>254</sup>.

Indem sich die Deutsche Umwelthilfe bei der Besetzung der Themen „Fahrverbote“ und „Luftqualität/Grenzwerte“ den journalistischen Selektionskriterien Räumliche Nähe und Gesundheit bedient, ist ein gewisses Mobilisierungspotential gegeben, da diese Kriterien stets für Aufmerk-

<sup>251</sup> vgl. Baumgartner, F. R./Jones, B. D.: *Agendas and Instability in American Politics*. Chicago 1993.

<sup>252</sup> vgl. Voss, K., 2013, S. 219.

<sup>253</sup> Hufeisen, D.: "Der Staat sieht bei Greenwashing zu oft weg" - Daniel Hufeisen, Deutsche Umwelthilfe. 2015. <https://www.campaigning-academy.com/blog/interview-daniel-hufeisen-deutsche-umwelthilfe>, 30.01.2021.

<sup>254</sup> ebd.

samkeit sorgen und dem Rezipienten in seiner Lebenswelt auf ein Problem aufmerksam machen. Über mediatisierte Ereignisse wird eine Sichtbarkeit in den Medien geschaffen, in denen dann durch klare Botschaften eine Breitenwirkung erzielt werden soll. Die eigene Botschaften konnten darüberhinaus über O-Töne überproportional häufig direkt an den Rezipienten adressiert werden.

Die Theorien der Medialisierung und der Mediengesellschaft legen diese Entwicklungen nahe. Mediale Selektions- und Aufmerksamkeitskriterien haben auch im nicht-medialen Bereich an Bedeutung gewonnen<sup>255</sup>. Dadurch werden die politischen Agenden zunehmend von Kampagnen beeinflusst<sup>256</sup>. Diese Gesetze der modernen Mediendemokratie sind den Vertretern der Deutschen Umwelthilfe bewusst und werden einkalkuliert. Kampagnen werden an die sich verändernde gesellschaftliche Kommunikation angepasst<sup>257</sup>.

Mit der Institutionalisierung von resonanzorientierten NGOs seit den 1970er Jahren, die ganze Themenfelder wie Umweltschutz besetzen und der aufmerksamkeitsorientierten thematischen Fokussierung des Politischen, haben sich die Resonanzchancen für nicht-politische Akteure wie NGOs erhöht<sup>258</sup>. Auch die in der Mediengesellschaft zunehmende Skandalisierung von Unternehmen und deren Führungspersonal lässt sich in der Berichterstattung rund um den Abgasskandal feststellen<sup>259</sup>. Die Skandalisierung ist einer der Mittel denen sich die Deutsche Umwelthilfe zum Wecken öffentlichen Interesses bedient. Darüber hinaus versucht sie stets die Verursacher eines von ihnen definierten Problems persönlich zu benennen<sup>260</sup>.

Zunehmend postmaterialistische Einstellungen und die durch den Wertewandel hervorgerufenen neuen Themenfelder wie Umweltschutz sorgen für weiteres Mobilisierungspotential innerhalb der Gesellschaft<sup>261</sup>. NGOs profitieren zudem davon, dass sich Bürger aus traditionellen, hierarchischen und elitegelenkten Organisationen zurückziehen und offen für andere Beteiligungsformate werden<sup>262</sup>. Die Milieus, die sich

<sup>255</sup> vgl. Marcinkowski, F., 2015, S. 71.

<sup>256</sup> vgl. Imhof, K., 2006, S. 205.

<sup>257</sup> vgl. Resch, J., 2007, 31.01.2021.

<sup>258</sup> vgl. Imhof, K., 2006, S. 201f.

<sup>259</sup> vgl. a.a.O., S. 202.

<sup>260</sup> vgl. Resch, J., 2007, 31.01.2021.

<sup>261</sup> vgl. Inglehart, R., 1989, S. 326.

<sup>262</sup> vgl. Inglehart, R./Welzel, C., 2005, S. 116.

postmaterieller Grundorientierungen wie „Individualisierung“ und „Neuorientierung“ zugehörig fühlen, machen dabei einen großen Teil der Gesellschaft aus<sup>263</sup>. Im Zeitverlauf seit 1980 zeigt sich insbesondere, dass das ökologisch affine Segment von lediglich dem Alternativen Milieu im Jahr 1980 auf den Großteil der Mittleren Mittelschicht und der Oberschicht/Oberen Mittelschicht im Jahr 2005 angewachsen ist<sup>264</sup>.

Die Deutsche Umwelthilfe betont in ihrer Kommunikation stets ihre Orientierung an dem Gemeinwohl<sup>265</sup>. Auch die Diesel-Kampagne steht im Jahresbericht 2018 unter der Überschrift „Wir kämpfen für eine funktionierende Demokratie<sup>266</sup>“. Gleichzeitig weist die DUH aber darauf hin, dass sie über 20 Jahre bis Ende 2018 Spenden von Toyota, dem Hauptkonkurrenten von VW im Volumenmarkt, erhalten hat. Ihre Unabhängigkeit sei allerdings sichergestellt, da die DUH auch in den letzten zehn Jahren 47 mal gegen Toyota vor Gericht gezogen sei<sup>267</sup>. Nichtsdestotrotz gilt Toyota als großer Gewinner des Abgasskandals. Der Absatz wuchs bereits im ersten Quartal 2017 um 31 Prozent. Als Gründe dafür nannte Toyota-Deutschlandchef Tom Fux die Debatte um Feinstaub, Stickoxide und Fahrverbote, die der Hybridtechnologie Toyotas ein Absatzhoch auch im deutschen Volumenmarkt bescherte<sup>268</sup>.

Die vorliegende Masterarbeit legt nahe, dass die Deutsche Umwelthilfe mit ihrer Kampagne über gezielte Medienarbeit und mediatisierte Ereignisse insbesondere das Thema Fahrverbote auf die Agenda gesetzt hat, die mittelbar einen positiven Einfluss auf die Absatzstrategie des ehemaligen Spenders Toyota hatte.

Kritisch zu betrachten sind auch die vorausgegangenen Kampagnen der DUH, insbesondere zu Dieselfahrzeugen. Im Jahr 2007 zwang sie mit Hilfe des Aktionsbündnisses „Kein Diesel ohne Filter“ über öffentlichen Druck die Automobilindustrie dazu, alte Dieselfahrzeuge mit Rußpartikelfiltern auszustatten. Die rückstandsfreie Verbrennung des Rußes

<sup>263</sup> vgl. Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH: Sinus-Milieus Deutschland. 2020. <https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/>, 30.01.2021.

<sup>264</sup> vgl. Wippermann, C.: Die soziokulturelle Karriere des Themas "Ökologie": Eine kurze Historie vor dem Hintergrund der Sinus-Lebensweltforschung. 2005. <https://www.sinus-institut.de/veroeffentlichungen/downloads/download/die-soziokulturelle-karriere-des-themas-oekologie/download-file/74/download-a/download/download-c/Category/>, 30.01.2021.

<sup>265</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Über uns. 2021. <https://www.duh.de/ueberuns/>, 24.02.2021.

<sup>266</sup> Deutsche Umwelthilfe e.V.: Jahresbericht 2018. Radolfzell 2018, S. 8.

<sup>267</sup> vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V.: Jahresbericht 2018. Radolfzell 2018, S. 9.

<sup>268</sup> vgl. Bay, L.: Der heimliche Gewinner des VW-Dieselmotors. 2017. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/toyota-der-heimliche-gewinner-des-vw-dieselmotors/19780724.html>, 24.02.2021.

hatte allerdings einen höheren Stickoxidausstoß der Fahrzeuge zur Folge. Diese erhöhten Werte waren später die Grundlage für die Fahrverbotsklagen<sup>269</sup>. Die Mechanismen zur Weckung des öffentlichen Interesses, zur Vermittlung einer möglichst einfachen Botschaft sowie zur Anbietung einer eigentlich vereinfachten Lösung wurden bereits 2007 in der Rußpartikel Kampagne erfolgreich angewendet. Grundzüge dieser Mechanismen finden sich auch in der Kampagne für Diesel-Fahrverbote<sup>270</sup>.

Bei der Betrachtung der öffentlichen Meinung änderte sich insbesondere die Einstellung in der Bevölkerung zu Fahrverboten im Verlauf des Skandals. Während im Mai 2017 48 Prozent der Befragten des ARD Deutschlandtrends Diesel-Fahrverbote für richtig empfanden, sank die Zustimmung im September 2017 auf 42 Prozent<sup>271</sup>. Im März 2019 gaben nur noch 28 Prozent der Befragten an, Diesel-Fahrverbote bei den bestehenden Grenzwerten für richtig zu empfinden. Die höchste Zustimmung für Fahrverbote kam dabei aus Städten mit über 100.000 Einwohnern, während die höchste Ablehnung von Befragten aus Wohnorten mit unter 20.000 Einwohnern kam<sup>272</sup>. Somit korreliert die Zustimmung bzw. Ablehnung von Fahrverboten nicht mit deren direkten Erleben. Denn Fahrverbote sind nur in Städten mit über 100.000 Einwohnern in Kraft oder drohen dort umgesetzt zu werden. Vielmehr scheint die Abhängigkeit vom Automobil zur Mobilität verantwortlich für die unterschiedliche Bewertung zu sein. In ländlich geprägten Regionen werden bis zu 70 Prozent aller Wege mit dem Auto zurückgelegt, während in Metropolen vor allem die Verkehrsmittel des Umweltverbands genutzt werden<sup>273</sup>. Dabei ist zu bedenken, dass der Zugang zu Mobilität als Voraussetzung für die gleichberechtigte Teilhabe an der Gesellschaft gilt<sup>274</sup>. Mangels Alternativen stellt diesen Zugang im ländlichen Raum der Pkw dar.

<sup>269</sup> vgl. Kröger, M.: Alte Diesel stehen still, wenn's die Umwelthilfe will. 2018. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/deutsche-umwelthilfe-wer-steckt-hinter-der-organisation-die-diesel-fahrverbote-erstreitet-a-1239713.html>, 17.02.2021.

<sup>270</sup> vgl. Resch, J., 2007, 17.02.2021.

<sup>271</sup> vgl. Infratest dimap: ARD-DeutschlandTREND September 2017. Bewertung von Diesel-Fahrverboten. Berlin 2017, S. 16.

<sup>272</sup> vgl. Infratest dimap: ARD-DeutschlandTREND März 2019. Diesel-Fahrverbote. Berlin 2019, S. 12.

<sup>273</sup> vgl. Infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH: Mobilität in Deutschland. Ergebnisbericht. Bonn 2018, S. 4.

<sup>274</sup> vgl. Helmholtz Centre for Environmental Research: Zugang zur Mobilität als Voraussetzung der Teilhabe an der Gesellschaft. 2009. [https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivs/dike/ressourcen/dateien/news/vortrag\\_JS?lang=de](https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivs/dike/ressourcen/dateien/news/vortrag_JS?lang=de), 17.02.2021.

Solche Unterschiede im Modal Split und in der Zustimmung zu Maßnahmen zur Luftreinhaltung, wie Fahrverboten zeigen das, in der Einleitung beschriebene, Spannungsfeld rund um Mobilität in Deutschland.

Unabhängig von der vorliegenden Untersuchung wurde im Zuge der Berichterstattung über den Abgasskandal Kritik über potentielle Schutzframes der Automobilhersteller geäußert. Diese sollten über die Begriffe „Schummelsoftware“ oder „Umschalt-Logik“ das eigene Fehlverhalten minimiert haben<sup>275</sup>. Im Untersuchungszeitraum war in der Berichterstattung der ARD Tagesschau der Begriff „Schummelsoftware“ in lediglich 0,97 Prozent aller Beiträge zu finden. Der Begriff „Umschalt-Logik“ wurde in keinem der untersuchten Beiträge verwendet. Der Vorwurf Schutzframes etabliert zu haben, kann durch die vorliegende Masterarbeit für die Berichterstattung der ARD Tagesschau entkräftet werden.

<sup>275</sup> vgl. Wallis, E.: Ein Autohersteller ist kein Schulkind. Framing-Begriff „Schummelsoftware“. 2019. <https://taz.de/Framing-Begriff-Schummelsoftware/!5583600/>, 28.01.2021.

# Literaturverzeichnis

Anger, H./Delhaes, D./Neuerer, D.: Am Diesel-Fahrverbot führt ein Weg vorbei. 2018. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/urteil-des-bundesverwaltungsgerichts-am-diesel-fahrverbot-fuehrt-ein-weg-vorbei/21008324.html>, 02.08.2020.

ARD: Grundsätze für die Zusammenarbeit im ARD-Gemeinschaftsprogramm "Erstes Deutsches Fernsehen" und anderen Gemeinschaftsprogrammen und -angeboten. 2013. [https://www.ard.de/download/1899726/Grundsaeetze\\_fuer\\_die\\_Zusammenarbeit\\_im\\_ARD\\_Gemeinschaftsprogramm\\_.pdf](https://www.ard.de/download/1899726/Grundsaeetze_fuer_die_Zusammenarbeit_im_ARD_Gemeinschaftsprogramm_.pdf), 21.01.2021.

Baden, C.: Communication, Contextualization, & Cognition. Patterns & Processes of Frames' Influence on People's Interpretations of the EU Constitution. Delft 2010.

Bauman, Z.: Flüchtige Zeiten. Leben in der Ungewissheit. Hamburg 2008.

Baumgartner, F. R./Jones, B. D.: Agendas and Instability in American Politics. Chicago 1993.

Bay, L.: Der heimliche Gewinner des VW-Dieselbetrugs. 2017. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/toyota-der-heimliche-gewinner-des-vw-dieselbetrugs/19780724.html>, 24.02.2021.

Beck, U.: Weltrisikogesellschaft. Auf der Suche nach der verlorenen Sicherheit. Frankfurt a. M. 2006.

Becker, S./Rosenbach, M./Traufetter, G.: Umweltministerium löscht Hinweise auf Betrugssoftware. 2016. <https://www.spiegel.de/auto/aktuell/volkswagen-abgasaffaere-umweltministerium-loeschte-hinweise-auf-betrugssoftware-a-1112613.html>, 30.07.2020.

Berlson, B.: Content Analysis in communication research. Glencoe 1952.

Bez, A.: Volkswagen Dieselgate: An Analysis of Volkswagen AG's Crisis Communication as a Response to the Emissions Scandal from 2015. Los Angeles: University of Southern California, Masterarbeit, 2016.

Bratzel, S.: Der Abgasskandal und die Vertrauenskrise im Automobilmarkt - Ursachen, Lösungen und Auswirkungen auf den Verbraucher. Bergisch Gladbach 2018.

Brettschneider, F.: Economic Affairs, Media Coverage, and the Public's Perception of the Economy in Germany. In: Schorr, A./Campbell, W./Schenk, M. (Hrsg.): Communication Research in Europe and Abroad. Challenges of the First Decade. Berlin 2002, S. 251-270.

Brosius, H.-B./Eps, P.: Verändern Schlüsselereignisse journalistische Selektionskriterien? Framing am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge gegen Ausländer und Asylanten. In: Rundfunk und Fernsehen. Jahrgang 41, Ausgabe 4/1993, S. 512-530.



Brosius, H.-B./Haas, A./Koschel, F.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 7. Auflage. Wiesbaden 2016.

Buchenau, M.-W.: ADAC fordert Hardware-Nachrüstung für alte Diesel. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autoclub-will-fahrverbote-verhindern-adac-fordert-hardware-nachruetzung-fuer-alte-diesel/20984378.html>, 02.08.2020.

Buchenau, M.-W./Menzel, S./Votsmeier, V.: Porsche muss mehr als 500 Millionen Euro Strafe zahlen. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/dieselskandal-porsche-muss-mehr-als-500-millionen-euro-strafe-bezahlen/24312574.html?ticket=ST-4614371-ItWInMf-UofZNy9r50mFv-ap4>, 13.08.2020.

Buchenau, M.-W./Votsmeier, V.: Bosch zieht sich mit 90 Millionen Euro Bußgeld aus der Diesel-Affäre. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autozulieferer-bosch-zieht-sich-mit-90-millionen-euro-bussgeld-aus-der-diesel-ffaere/24374120.html>, 13.08.2020.

Bündnis 90 / Die Grünen: Zukunft wird aus Mut gemacht. Bundestagswahlprogramm 2017. Berlin 2017.

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.: Jahresbericht 2019. Berlin 2020.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)/Umweltbundesamt (Hrsg.): Beurteilung des Einsatzes verschiedener Akteure für Umwelt- und Klimaschutz im Zeitvergleich. Berlin 2020.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi): Automobilindustrie. 2020. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Textsammlungen/Branchenfokus/Industrie/branchenfokus-automobilindustrie.html>, 05.11.2020.

Bundesverwaltungsgericht (BVerwG): Urteil vom 27.02.2018 - 7 C 26.16. (Beschränkte) Verkehrsverbote für (bestimmte) Dieselfahrzeuge - Luftreinhalteplan Düsseldorf.

Bundesverwaltungsgericht (BVerwG): Urteil vom 27.02.2018 - 7 C 30.17. Verkehrsverbot (u.a.) für Dieselfahrzeuge in der Umweltzone Stuttgart.

Bundeswahlleiter: Sitzverteilung Bundestagswahl 2013. 2013. <https://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahlen/2013/ergebnisse.html>, 21.01.2021.

Carroll, C. E./McCombs, M.: Agenda-Setting Effects of Business News on the Public's Images and Opinions about Major Corporations. In: Corporate Reputation Review. Jahrgang 6, Ausgabe 1/2003, S. 36-46.

Chossière, G. P./Malina, R./Ashok, A./ Dedoussi, I. C./Eastham, S. D./ Speth, R. L./ Barrett, S. R. H.: Public health impacts of excess NOx emissions from Volkswagen diesel passenger vehicles in Germany. In: Environmental Research Letters. Jahrgang 12, Ausgabe 3/2017, S. 1-14.

Dahinden, U.: Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation. Köln 2006.

Deutscher Bundestag: Sitzverteilung im 19. Deutschen Bundestag. 2020. [https://www.bundestag.de/parlament/plenum/sitzverteilung\\_19wp](https://www.bundestag.de/parlament/plenum/sitzverteilung_19wp), 21.01.2021.

Deutsche Treuhand Automobil GmbH: Diesel Barometer Januar 2017. Ostfildern 2017.

Deutsche Treuhand Automobil GmbH: Diesel Barometer November 2019. Ostfildern 2019.

Deutsche Treuhand Automobil GmbH: DAT Report 2020. Ostfildern 2020.

Deutsche Umwelthilfe e.V.: Der Kniefall der Bundesregierung vor den Autokonzernen – eine Chronologie des Abgas-Skandals. 2017. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/chronologie/>, 28.10.2020.

Deutsche Umwelthilfe e.V.: Jahresbericht 2018. Radolfzell 2018

Deutsche Umwelthilfe e.V.: Hintergrundpapier Klagen für Saubere Luft. Radolfzell/Berlin 2019.

Deutsche Umwelthilfe e.V.: Das Märchen vom sauberen Diesel. 2019. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/>, 28.10.2020.

Deutsche Umwelthilfe e.V.: Dieselgate. 2019. <https://www.duh.de/projekte/dieselabgas-betrug/>, 30.01.2021.

Deutsche Umwelthilfe e.V.: Über uns. 2020. <https://www.duh.de/ueberuns/>, 21.01.2021.

Döring, T./Hubik, F./Röder, J.: Audi zahlt im Dieselskandal 800 Millionen Euro Bußgeld. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/vw-tochter-audi-zahlt-im-dieselskandal-800-millionen-euro-bussgeld/23192022.html>, 12.08.2020.

Dörner, A.: VW macht Fortschritte in den USA. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/abgasaffaere-vw-macht-fortschritte-in-den-usa/13930812.html>, 02.08.2020.

Dombrowski, I.: Politisches Marketing in den Massenmedien. Wiesbaden 1997.

Donges, P.: Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung. In: Rössler, P./Krotz, F. (Hrsg.): Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths. Konstanz 2005, S. 321-339.

Donges, P./Jarren, O.: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden 2017.

Drost, F. M./de la Motte, L.: So wollen Tausende Anleger Milliarden von VW erstreiten. 2018. <https://www.handelsblatt.com/finanzen/steuern-recht/recht/dieselskandal-so-wollen-tausende-anleger-milliarden-von-vw-erstreiten/23008932.html>, 12.08.2020.

Ecker, I.: Tracking von Unternehmensskandalen in sozialen Netzwerken am Beispiel Volkswagen. Graz: Karl-Franzens-Universität Graz, Masterarbeit, 2017.

Edelman GmbH: Edelman Trust Barometer 2018: Fake News weiten globale Vertrauenskrise aus - Ringen um Wahrheit führt zu Revival von Journalisten und Experten. 2018. <https://www.edelman.de/research/edelman-trust-barometer-2018-fake-news>, 30.07.2020.

Edelman GmbH: 2019 Edelman Trust Barometer Special Report. Trust in Brand Germany. Frankfurt am Main 2019.

Ehnie, E.: Vertrauen in Autoindustrie schwindet. 2017. <https://www.tagesschau.de/inland/deutschlandtrend-867.html>, 30.07.2020.

Entman, R.: Framing. Towards Clarification of a Fractured Paradigm. In: Journal of Communication. Jahrgang 43, Ausgabe 4/1993, S. 51-58.

Europäische Union: Verordnung (EG) Nr. 715/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2007 über die Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich der Emissionen von leichten Personenkraftwagen und Nutzfahrzeugen (Euro 5 und Euro 6) und über den Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen für Fahrzeuge. In: Amtsblatt der Europäischen Union L171/1.

Europäische Union: Richtlinie 2008/50/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. Mai 2008 über Luftqualität und saubere Luft für Europa. In: Amtsblatt der Europäischen Union L152/1.

Fasse, M.: Droht Daimler eine Abgasaffäre?. 2017. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/razzien-an-elf-standorten-droht-daimler-eine-abgasaffaere/19843570.html>, 02.08.2020.

Fritz, G.: Kohärenz. Grundfragen der linguistischen Kommunikationsanalyse. Tübingen 1982.

Fromm, T./Ott, K.: Audi tief in VW-Abgasaffäre verstrickt. 2016. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/eil-audi-tief-in-vw-abgasaffaere-verstrickt-1.3172434>, 21.01.2021.

Früh, W.: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 9., überarbeitete Auflage. Konstanz/München 2017.

Gätjens, P.: Folgen und Auswirkungen für eine Marke in einem Rechtsstreit. Mittweida: Hochschule Mittweida, Bachelorarbeit, 2016.

Greenpeace e.V.: Greenpeace: Fragen & Antworten. 2020. <https://www.greenpeace.de/themen/ueber-uns/fragen-antworten-zu-greenpeace#:~:text=2.,es%20mehr%20als%20drei%20Millionen>, 21.01.2021.

Handelsblatt: Chronik 2015. 2015. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/dieseltgate/chronik/-/21234792.html>, 21.07.2020.

Handelsblatt: Chronik 2016. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/dieseltgate/chronik/-/21235654.html>, 22.07.2020.

Handelsblatt: Gericht macht Weg für Musterverfahren frei. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/vw-dieselskandal-gericht-macht-weg-fuer-musterverfahren-frei/13983224.html>, 02.08.2020.

Handelsblatt: VW darf restliche Dieselmotoren umrüsten. 2016. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/kba-erteilt-freigabe-vw-darf-restliche-dieselmotoren-umruesten/19162070.html>, 02.08.2020.

Handelsblatt: Niedersachsens Ministerpräsident widerspricht Piëch. 2017. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/vw-untersuchungsausschuss-niedersachsens-ministerpraesident-widerspricht-piech/19403016.html>, 02.08.2020.

Handelsblatt: Zulassungsverbot für Porsche-Modell. 2017. <https://www.handelsblatt.com/dieselskandal-zulassungsverbot-fuer-porsche-modell/20117178.html>, 02.08.2020.

Handelsblatt: BMW in den USA wegen mutmaßlichen Dieselbetrugs verklagt. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autobauer-bmw-in-den-usa-wegen-mutmasslichen-dieselbetrugs-verklagt/21120712.html>, 02.08.2020.

Handelsblatt: EU verklagt Deutschland wegen zu schlechter Luft – und spricht Ermahnung im Dieselskandal aus. 2018. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/umweltbelastung-eu-verklagt-deutschland-wegen-zu-schlechter-luft-und-spricht-ermahnung-im-dieselskandal-aus/22576830.html>, 02.08.2020.

Handelsblatt: Eine Millionen Autos mehr sollen neue Abgas-Software bekommen. 2018. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/diesel-skandal-eine-millionen-autos-mehr-sollen-neue-abgas-software-bekommen/22983806.html>, 12.08.2020.

Handelsblatt: Baden-Württemberg will VW verklagen. 2018. <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/dieselskandal-baden-wuerttemberg-will-vw-verklagen/23768864.html>, 12.08.2020.

Handelsblatt: Über 400.000 Dieselfahrer schließen sich Klage gegen VW an. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/abgasskandal-ueber-400-000-dieselfahrer-schliessen-sich-klage-gegen-vw-an/23936628.html>. 12.08.2020.

Helmholtz Centre for Environmental Research: Zugang zur Mobilität als Voraussetzung der Teilhabe an der Gesellschaft. 2009. [https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivs/dike/ressourcen/dateien/news/vortrag\\_JS?lang=de](https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ivs/dike/ressourcen/dateien/news/vortrag_JS?lang=de), 17.02.2021.

Hubik, F.: Daimler muss 870 Millionen Euro Bußgeld wegen des Dieselskandals zahlen. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autobauer-daimler-muss-870-millionen-euro-bussgeld-wegen-des-dieselskandals-zahlen/25049974.html>, 13.08.2020.

Hufeisen, D.: "Der Staat sieht bei Greenwashing zu oft weg" - Daniel Hufeisen, Deutsche Umwelthilfe. 2015. <https://www.campaigning-academy.com/blog/interview-daniel-hufeisen-deutsche-umwelthilfe>, 30.01.2021.

Imhof, K.: Mediengesellschaft und Medialisierung. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. Jahrgang 54, Ausgabe 2/2006, S. 191-215.

Infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH: Mobilität in Deutschland. Ergebnisbericht. Bonn 2018.

Infratest dimap: ARD-DeutschlandTREND September 2017. Bewertung von Diesel-Fahrverboten. Berlin 2017.

Infratest dimap: Umfrage Kompetenzen. 2019. <https://wahl.tageschau.de/wahlen/2019-05-26-EP-DE/umfrage-kompetenz.shtml>, 21.01.2021.

Infratest dimap: ARD-DeutschlandTREND März 2019. Diesel-Fahrverbote. Berlin 2019.

Inglehart, R.: The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies. In: The American Political Science Review. Jahrgang 64, Ausgabe 4/1971, S. 991-1017.

Inglehart, R.: The Silent Revolution: Changing Values and Political Systems Among Western Publics. Princeton 1977.

Inglehart, R.: Kultureller Umbruch. Wertewandel in der westlichen Welt. Frankfurt a. M./New York 1989.

Inglehart, R.: Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. Princeton 1997.

Inglehart, R./Welzel, C.: Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. Cambridge 2005.

Jain, A. K.: Reflexiv-deflexive Modernisierung und die Diffusion des Politischen. München 2000.

Jarren, O./Vogel, M.: „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In: Blum, R./Bonfadelli, H./Imhof, K./Jarren, O. (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien. Wiesbaden 2011, S. 17-29.

Keeler, J. T. S.: Opening the Window for Reform: Mandates, Crises, and Extraordinary Policy-Making. In: Comparative Political Studies. Jahrgang 25, Ausgabe 4/1993, S. 433-486.

Kepplinger, H. M.: Realitätskonstruktionen. Wiesbaden 2011.

Kingdon, J. W.: Agendas, Alternatives, and Public Policies. Boston/Toronto 1984.

Köppel, C. M.: Die Auswirkungen von Pressemitteilungen auf die Aktienkurse börsennotierter Unternehmen im Krisenfall. München: Ludwig Maximilian Universität München, Masterarbeit, 2016.

Kraftfahrt-Bundesamt: Fahrzeugzulassungen im Dezember 2020 - Jahresbilanz. 2021. [https://www.kba.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/pm\\_02\\_2021\\_fahrzeugzulassungen\\_12\\_2020.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.kba.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/pm_02_2021_fahrzeugzulassungen_12_2020.pdf?__blob=publicationFile&v=6), 21.01.2021.

Kröger, M.: Alte Diesel stehen still, wenn's die Umwelthilfe will. 2018. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/deutsche-umwelthilfe-wer-steckt-hinter-der-organisation-die-dieselfahrverbote-erstreitet-a-1239713.html>, 17.02.2021.

Kühne, O.: Landschaft in der Postmoderne. Das Beispiel des Saarlands. Wiesbaden 2006.

Lamprecht, T.: Die Beziehungen zwischen der Automobilindustrie und der Politik - Wie wird Einfluss genommen und welche Regulierungsmöglichkeiten bestehen?. Berlin: Freie Universität Berlin, Dissertation, 2017.

Landesregierung Baden-Württemberg: Maßnahmen zur Luftreinhaltung Stuttgart am 11.07.2018. Stuttgart 2018.

Landgericht Krefeld (LG): Urteil vom 19.07.2017 - 7 O 147/16. Haftung des Kfz-Herstellers auf Schadensersatz gegenüber Käufer eines Kfz mit Abgas-Manipulationssoftware.

Landgraf, E.: Beobachter der Postmoderne. In: Paralpluie - elektronische Zeitschrift für kultur, künste, literaturen. Jahrgang 10, Ausgabe 6/2004.

Liesching, M./Hooffacker, G.: Agenda Setting bei ARD und ZDF? Analyse politischer Sendungen vor der Bundestagswahl 2017. In: Otto Brenner Stiftung (Hrsg.): OBS-Arbeitspapier 35. Frankfurt a. M. 2019, S. 1-102.

Linne T.-M.: Dieselgate. Eine rechtswissenschaftliche Untersuchung. Bielefeld: Universität Bielefeld, Dissertation, 2019.

Luhmann, N.: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a. M. 1984.

Marcinkowski, F.: Publizistik als autopoietisches System. Politik und Medien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen 1993.

Marcinkowski, F./Steiner, A.: Was heißt „Medialisierung“? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien?. In: Arnold, K./Classen, C./Kinnebrock, S./Lersch, E./Wagner, H.-U. (Hrsg.): Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen. Leipzig 2010, S. 51-76.



Marcinkowski, F.: Die „Medialisierung“ der Politik. In: Speth, R./Zimmer, A. (Hrsg.): Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden 2015, S. 71-95.

Maslow, A. H.: A Theory of Human Motivation. In: Psychological Review. Jahrgang 50, Ausgabe 4/1943, S. 370-396.

Matthes, J.: Framing. In: Rössler, P./Brosius, H.-B. (Hrsg.): Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Band 10. Baden-Baden 2014, S. 1-106.

Menzel, S.: Mit Software den Diesel retten. 2017. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/automobilbranche-mit-software-den-diesel-retten/20016522.html>, 02.08.2020.

Merten, K.: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2., verbesserte Auflage. Wiesbaden 1995.

Münch, R.: Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main 1991.

NDR: Die VW-Abgas-Affäre: Eine Chronologie. 2018. [https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig\\_harz\\_goettingen/Die-VW-Abgas-Affaere-eine-Chronologie.volkswagen892.html](https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig_harz_goettingen/Die-VW-Abgas-Affaere-eine-Chronologie.volkswagen892.html), 21.07.2020.

Neuschäffer, I.: Einstieg in den Ausstieg. 2016. <https://www.greenpeace.de/themen/energiewende/mobilitaet/einstieg-den-ausstieg>, 21.01.2021.

Ngoma, J. C.: Presidential address. Swimming with the black swan. In: The Journal of the Southern African Institute of Mining and Metallurgy. Jahrgang 109. Ausgabe 9/2005, S. 501-510.

Norris, P./Montague, K./Marion, J.: Framing Terrorism. In: Norris, P./Montague, K./Marion, J. (Hrsg.): Framing Terrorism. The News Media, the Government and the Public. New York/London 2003, S. 3-26.

Oberlandesgericht Karlsruhe (OLG): Urteil vom 18.07.2019 - 17 U 16/18. Inanspruchnahme von Vertragshändler und Kraftfahrzeughersteller wegen des Kaufs eines vom sog. Dieselskandal betroffenen Neuwagens.

Oldenkamp, R./van Zelm, R./Huijbregts, M. A. J.: Valuing the human health damage caused by the fraud of Volkswagen. In: Environmental Pollution. Jahrgang 212, Ausgabe 5/2016, S. 121-127.

Ott, K./Fromm, T.: Abgas-Affäre: Regierung wusste seit Jahren von Manipulationen. 2016. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/vw-abgas-ffaere-regierung-wusste-seit-jahren-von-manipulationen-1.3138240>. 30.07.2020.

Ott, K.: Spur ganz nach oben. 2018. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/razzia-bei-audi-spur-nach-ganz-oben-1.3878412>, 21.01.2021.

Potthoff, M.: Medien-Frames und ihre Entstehung. Wiesbaden 2012.

Preisendörfer, P.: Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland. Empirische Befunde und Analysen auf der Grundlage der Bevölkerungsumfragen „Umweltbewußtsein in Deutschland 1991-1998“. Heidelberg 2013.

PRMagazin: Aus dem Staub gemacht. In: PRMagazin. Jahrgang 50, Ausgabe 12/2019, S. 6-8.

Resch, J.: Erfolg durch zugespitzte Kampagnen. Vortrag zur Festveranstaltung 30 Jahre Ökoinstitut – Nachhaltig in die Zukunft. 2007. [https://www.oeko.de/uploads/oeko/aktuelles/30\\_jahre\\_oeko-institut/070622\\_praes\\_jresch.pdf](https://www.oeko.de/uploads/oeko/aktuelles/30_jahre_oeko-institut/070622_praes_jresch.pdf), 30.01.2021.

Rössler, P.: Inhaltsanalyse. 3., völlig überarbeitete Auflage. Konstanz/München 2017.

Rolke, L.: Public Relations – die Lizenz zur Mitgestaltung öffentlicher Meinung. In: Röttger, U. (Hrsg.): Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR Forschung. Wiesbaden 2004, S. 117-147.

Rosa, H.: Beschleunigung und Entfremdung. Entwurf einer Kritischen Theorie spätmodernen Zeitlichkeit. Frankfurt a. M. 2013.

Rucht, D.: Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Sonderheft 34 der KZfSS. Wiesbaden 1994, S. 337-358.

Sarcinelli, U.: Politische Kommunikation in Deutschland. Wiesbaden 2011.

Saxer, U.: Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive. Wiesbaden 2012.

Schimank, U.: „Feindliche Übernahmen“: Typen intersystemischer Autonomiebedrohung in der modernen Gesellschaft. In: Schimank, U. (Hrsg.): Teilsystemische Autonomie und politische Gesellschaftssteuerung. Beiträge zur akteurszentrierten Differenzierungstheorie 2. Wiesbaden 2016, S. 71-83.

Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH: Sinus-Milieus Deutschland. 2020. <https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/>, 30.01.2021.

Spiegel: Das sind die weltgrößten Autohersteller. 2015. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/toyota-bleibt-vor-vw-weltgroesster-autohersteller-a-1014169.html>, 21.01.2021.

Stahl, M.: Fiat-Chrysler und Bosch zahlen offenbar Millionenbetrag im Abgasstreit mit den USA. 2019. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/autobauer-fiat-chrysler-und-bosch-zahlen-offenbar-millionenbetrag-im-abgasstreit-mit-den-usa/23842478.html>, 12.08.2020.



Statista: Welcher Partei trauen Sie am ehesten zu, eine gute Umwelt- und Klimapolitik zu betreiben?. 2016. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742/umfrage/partei-mit-der-groessten-kompetenz-im-bereich-umweltpolitik/>. 21.01.2021.

Statista: Welche Umweltorganisation kennen Sie?. 2017. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742179/umfrage/kennntnis-einer-umwelt-organisation-in-deutschland/>, 21.01.2021.

Statista: Umfrage zum Vertrauen in die deutsche Automobilindustrie in Deutschland zum Zeitpunkt Februar 2018. 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/730361/umfrage/umfrage-zum-vertrauen-in-die-deutsche-automobilindustrie/>, 30.07.2020.

Statista: Umgang der Politik mit den deutschen Autobauern nach Skandalen 2018. 2018. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/735211/umfrage/umgang-der-politik-mit-den-deutschen-autobauern-nach-dem-manipulationsskandal/>, 30.07.2020.

Statista: Beeinflusst die Diesel-Diskussion Ihre Kaufentscheidung?. 2019. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/582886/umfrage/auswirkungen-der-diesel-diskussion-auf-die-kaufentscheidung-in-deutschland/>, 15.10.2020.

Statista: Welche Aspekte sind Ihnen bei der Diskussion um Grenzwerte und Diesel-Fahrverbote am wichtigsten?. 2019. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/983898/umfrage/umfrage-zu-wichtigen-aspekten-in-der-diskussion-um-diesel-fahrverbote/>, 15.10.2020.

Statista: Anzahl der exportierten Pkw aus Deutschland von Januar 2010 bis September 2020. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/158068/umfrage/export-von-pkw-monatszahlen/>, 14.10.2020.

Statista: Reichweite der Tagesschau in den Jahren 1992 bis 2019 nach der durchschnittlichen Anzahl der Fernsehzuschauer. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182978/umfrage/reichweite-der-tagesschau-seit-1992/>, 30.09.2020.

Statista: Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2020. 2020. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>, 30.09.2020.

Statista: Anteil der Wirtschaftszweige an der Bruttowertschöpfung in Deutschland im Jahr 2020. 2021. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36846/umfrage/anteil-der-wirtschaftsbereiche-am-bruttoinlandsprodukt/>, 26.02.2021.

Transport and Environment: Mind the Gap! Why official car fuel economy figures don't mach up to reality. Brüssel 2013.

Umweltbundesamt: Sieben Fragen und Antworten zum Diesel. 2020. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/sieben-fragen-antworten-diesel/>, 30.07.2020.

United States Environmental Protection Agency: Notice of Violation. 2015. <https://www.epa.gov/sites/production/files/2015-10/documents/vw-nov-cao-09-18-15.pdf>, 21.07.2020.

van Gorp, B.: The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. In: Journal of Communication. Jahrgang 57, Ausgabe 1/2007, S. 60-78.

Verwaltungsgericht Stuttgart: Klage der Deutschen Umwelthilfe e.V. gegen das Land Baden-Württemberg wegen Fortschreibung des Luftreinhalteplanes/Teilplan Landeshauptstadt Stuttgart erfolgreich. 2017. <https://verwaltungsgericht-stuttgart.justiz-bw.de/pb/,Lde/4988506/?LISTPAGE=4988256>, 02.08.2020.

Vester, H.-G.: Soziologie der Postmoderne. München 1993.

Volkswagen AG: Strategie 2018 – Qualitative und quantitative Werttreiber für einen globalen Automobilkonzern. Wolfsburg 2012.

von Aster, E.-L.: Von BUND bis DUH: Wie Umweltorganisationen Politik machen. 2018. <https://www.swr.de/swr2/wissen/broadcastcontrib-sw-16204.html>, 21.01.2021.

Voss, K.: Compact & Co. Wie Hybridorganisationen das Grassroots-campaigning verändern. In: Speth, R. (Hrsg): Grassroots-Campaigning. Wiesbaden 2013, S. 213-224.

Wallis, E.: Ein Autohersteller ist kein Schulkind. Framing-Begriff „Schummelsoftware“. 2019. <https://taz.de/Framing-Begriff-Schummelsoftware/!5583600/>, 28.01.2021.

Weber, S.: Wie journalistische Wirklichkeiten entstehen. Salzburg 1999.

Weiss, M./Bonnel, P./Hummel, R./Manfredi, U./Colombo, R./Lanappe, G./Le Lijour, P./Sculati, M.: Analyzing on-road emissions of light-duty vehicles with Portable Emission Measurement Systems (PEMS). Ispra 2011.

Werner, T.: Gewährleistung im VW-Abgasskandal. Zivilrechtliche Ansprüche deutscher Autokäufer. Sachmängel, Nacherfüllung, Rücktritt vom Vertrag und Schadensersatz. Schmalkalden: Hochschule Schmalkalden, Bachelorarbeit, 2017.

Wippermann, C.: Die soziokulturelle Karriere des Themas "Ökologie": Eine kurze Historie vor dem Hintergrund der Sinus-Lebensweltforschung. 2005. <https://www.sinus-institut.de/veroeffentlichungen/downloads/download/die-soziokulturelle-karriere-des-themas-oekologie/download-file/74/download-a/download/download-c/Category/>, 30.01.2021.

Wolff, S.: Ein Image in der Krise. Zum Einfluss der Volkswagen-Affäre auf das Unternehmensimage. Bielefeld: Fachhochschule des Mittelstands, Bachelorarbeit, 2016.

Wrobel-Leipold, A.: Schreiben um zu informieren – Journalistische Darstellungsformen im Überblick. In: Altendorfer, O./Hilmer, L. (Hrsg.): Medienmanagement. Band 1: Methodik - Journalistik und Publizistik - Medienrecht. Wiesbaden 2009, S. 83-114.

# Anlagen

- Codebuch
- Anhang Codebuch
- Eigenständigkeitserklärung
- Daten-CD

# Codebuch

# Anhang Codebuch

## **Thema 1: Abgasmanipulation / Unregelmäßigkeiten bei Modellen / Technische Veränderungen**

Das Thema wird codiert, wenn Abgasmanipulationen oder Unregelmäßigkeiten in den Messungen bei Modellen thematisiert werden. Dabei ist es unabhängig ob es um NOx- oder CO2-Werte geht. Ebenfalls mit eingeschlossen sind Abschaltanlagen oder andere technische Veränderungen im Abgassystem.

## **Thema 2: Personalentscheidungen**

Das Thema wird codiert, wenn es um Personalentscheidungen geht. So zum Beispiel bei Personalwechsel im Vorstand, im Aufsichtsrat oder bei Stellenbau innerhalb eines Unternehmens.

## **Thema 3: Ermittlungen von Staatsanwaltschaft / Ministerien / Behörden**

Das Thema wird immer dann codiert, wenn Ermittlungen einer Staatsanwaltschaft, einer Behörde oder eines Ministeriums thematisiert werden. Dabei sind sowohl Ermittlungen gegen Firmen, Institutionen als auch Einzelpersonen eingeschlossen.

## **Thema 4: Interne Ermittlungen**

Das Thema wird codiert, wenn interne Ermittlungen innerhalb eines Konzerns, einer Behörde oder eines Ministerium thematisiert werden.

## **Thema 5: Rückrufaktionen / Zulassungsverbote**

Das Thema ist immer dann zu codieren, wenn Rückrufaktionen und/oder Zulassungsverbote thematisiert werden. Dabei sind sowohl angeordnete Rückrufe durch Ministerien oder Behörden, als auch freiwillige Rückrufe durch Hersteller selbst eingeschlossen. Auch die Forderung von Akteuren nach Rückrufen wird mit Thema 5 codiert. Zulassungsverbote, die von Ministerien oder Behörden angeordnet werden, stehen immer im Zusammenhang mit Rückrufaktionen.

## **Thema 6: Wirtschaftliche Situation / Investitionen / Rückstellungen**

Thema 6 wird immer dann codiert, wenn die wirtschaftliche Situation eines Konzerns, Investitionen oder Rückstellungen thematisiert werden. Beispielsweise wenn ein Firma die Kürzung ihrer Investitionen für das Jahr ankündigt oder der Aktienkurs thematisiert wird.

## **Thema 7: Strategie Skandal**

Das Thema ist immer dann zu codieren, wenn die Strategie zur Bewältigung des Skandals erwähnt wird. Dabei sind sowohl Ankündigungen als auch Aktionen zum Beispiel eines Vorstands zu codieren sowie auch die Bewertung der Strategie von anderen Akteuren.

## **Thema 9: Nach- und Umrüstungen**

Thema 9 wird codiert, wenn Nach- und Umrüstungen in der Berichterstattung erwähnt werden. So zum Beispiel die technische Nachrüstung von Dieselfahrzeugen sowie deren Machbarkeit. Auch die Forderung von Akteuren nach Nach- und Umrüstungen wird mit 9 codiert.

## **Thema 10: Klagen vor Gericht**

Ist immer dann zu codieren, wenn Klagen vor Gerichten das Thema der Berichterstattung sind. Eingeschlossen dabei sind sowohl Klagen gegen Einzelpersonen, als auch gegen Konzerne, Städte, Bundesländer oder andere Akteure.

## **Thema 11: Untersuchungsausschuss**

Das Thema wird immer dann codiert, wenn der Untersuchungsausschuss des Bundestages Thema der Berichterstattung ist. Auch die Forderung nach Einsetzung eines solchen wird mit 11 codiert.

## **Thema 12: Gerichtsurteile**

Thema 12 wird immer dann codiert, wenn Urteile eines Gerichts Thema in der Berichterstattung sind. Dabei sind sowohl Urteile in den USA, als auch in Ländern der Europäischen Union zu codieren.

## **Thema 13: Straf- und Bußgeldzahlungen**

Das Thema wird immer dann codiert, wenn sich die Berichterstattung um Straf- oder Bußgeldzahlungen dreht. Dabei ist es unabhängig ob diese in den USA, in der Europäischen Union oder in Deutschland verhängt worden sind oder verhängt werden sollen.

## **Thema 14: Fahrverbote / Fahrverbotszonen**

Thema 14 wird immer dann codiert, wenn Fahrverbote oder Fahrverbotszonen das Thema der Berichterstattung sind. Dabei werden sowohl die Berichte über die Einführung oder das Bestehen von Fahrverboten codiert, wie auch die Forderung von Akteure nach solchen.

## **Thema 16: Musterfeststellungsklage**

Das Thema wird immer dann codiert, wenn Musterfeststellungsklagen thematisiert werden. Thema 16 unterscheidet sich zu Thema 10 in der Hinsicht, dass mit der Musterfeststellungsklage ein neues Rechtsinstrument geschaffen wurde, deren Auslöser der Abgasskandal war. Somit ist die Berichterstattung darüber extra zu codieren.

## **Thema 17: Schadstoffbelastung/Luftqualität/Grenzwerte**

Thema 17 ist immer dann zu codieren, wenn Schadstoffbelastungen, Luftqualität oder Grenzwerte in der Berichterstattung thematisiert werden. Die einzelnen Begriffe sind thematisch eng miteinander verwoben, sodass sie nicht trennscharf voneinander abgegrenzt werden können.

## **Thema 18: Alternative Antriebe**

Das Thema wird immer dann codiert, wenn Alternative Antriebe Thema der Berichterstattung sind. Als Alternative Antriebe gelten Elektro-, Wasserstoff- und Hybrid-Antriebe, die alle eine Alternative zum klassischen Verbrennungsmotor darstellen.

## **Thema 19: Kritik Lobbyarbeit / Verhältnis zwischen Politik und Industrie**

Thema 19 ist dann zu codieren, wenn das Verhältnis von Politik und Industrie Thema der Berichterstattung ist oder Lobbyarbeit kritisiert wird.

## **Thema 20: Verkehrswende**

Das Thema wird dann codiert, wenn Verkehrswende das Thema der Berichterstattung ist. Dabei muss der Begriff Verkehrswende nicht zwangsläufig verwendet werden. In Abgrenzung zu Thema 18 wird 20 immer dann codiert, wenn es explizit um Alternativen zum motorisierten Individualverkehr z.B. die Stärkung des ÖPNV oder den Ausbau von Radinfrastruktur geht.

## **Thema 21: Blaue Plakette**

Thema 21 ist immer dann zu codieren, wenn die Einführung einer Blauen Plakette in der Berichterstattung thematisiert wird. Auch die Forderung von Akteuren nach einer solchen, wird mit 21 codiert.

## **Thema 22: Umstiegsprämien / Flottenerneuerung**

Thema 22 wird immer dann codiert, wenn Umstiegsprämien oder Flottenerneuerung in der Berichterstattung thematisiert werden. Hierbei geht es vor allem um das Ersetzen von Euro 4 und 5 Fahrzeugen durch Automobile mit der Abgasnorm Euro 6 und die damit verbundenen Prämien.

## **Thema 23: Transformation Automobilindustrie**

Thema 23 wird immer dann codiert, wenn die Transformation der Automobilindustrie thematisiert wird. Hierbei handelt es sich um die strukturellen und finanziellen Herausforderungen der Automobilindustrie im Hinblick auf die alternativen Antriebsarten und die Auswirkungen auf die Regionen der Automobilhersteller.

## **Thema 24: Tempolimit Autobahn**

24 ist immer dann zu codieren, wenn die Einführung eines allgemeinen Tempolimits auf deutschen Autobahnen thematisiert wird.



# Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname

# Daten-CD