

Fachbereich Medien

Thor, Cynthia

Vergleich der Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika

– Bachelorarbeit –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Mittweida - 2009

Fachbereich Medien

Thor, Cynthia

Vergleich der Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika

– eingereicht als Bachelorarbeit –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)

Erstprüfer Zweitprüfer

Prof. Dr. Ludwig Hilmer Wadim Schreiner M. A.

Mittweida - 2009

Bibliografische Beschreibung

Thor, Cynthia:

Vergleich der Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. - 2009 - 75 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit

Referat

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Analyse der Vorberichterstattung zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland und der Vorberichterstattung zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Dafür werden die festgelegten auflagenstärksten Printmedien beider Länder jeweils zwei Jahre vor der WM im eigenen Land mithilfe der Methode der Medieninhaltsanalyse untersucht. Ziel der Arbeit ist es sowohl die deutsche als auch die südafrikanische Berichterstattung im untersuchten Zeitraum und in ausgewählten Printmedien zu analysieren, indem sie beschrieben, interpretiert sowie verglichen werden und somit Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufgezeigt werden. Sowohl der Umfang der Berichterstattung als auch die Themenbereiche spielen in der Ergebnisdarstellung u. a. eine wichtige Rolle. Zum Schluss der Arbeit zeigen sich deutliche Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung der Printmedien beider Länder.

Inhalt	
Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
Vorwort	VII
Einleitung	VIII
1 Medieninhaltsanalyse	9
1.1 Was ist Medieninhaltsanalyse?	9
1.2 Definitionen der Inhaltsanalyse	10
1.2.1 Definition nach Bernard Reuben Berelson	10
1.2.2 Definition nach Werner Früh	11
1.2.3 Definition nach Klaus Merten	12
1.3 Definition von Begriffen	12
1.4 Ziele der Medieninhaltsanalyse	15
1.5 Geschichte der Inhaltsanalyse	17
1.6 Von der Forschungsfrage bis zur Veröffentlichung der Studie	18
1.6.1 Der Ablauf der Medieninhaltsanalyse	18
1.6.2 Die Definition der Einheiten	21
1.6.3 Kategorienbildung	22
2 Der Forschungsprozess	25
2.1 Die Forschungsfrage	25
2.2 Repräsentation	26
2.3 Operationalisierung	33
2.3.1 Erhebungsmethode	33
2.3.2 Erhebungsinstrument	34
2.3.3 Konkrete Operationalisierung	34
2.3.4 Definition der Einheiten	35
2.3.5 Kategorienbildung	36
2.4 Codierung	38

3 Durchführung	39
3.1 Testvorbereitung	39
3.2 Pretest	39
3.3 Haupttest	40
3.3.1 Haupterhebung der Daten aus den untersuchten deutschen Printmedien des Jahres 2004	40
3.3.2 Haupterhebung der Daten aus den untersuchten südafrikanischen Printmedien des Jahres 2008	53
4 Vergleich	67
4.1 Unterschiede	67
4.2 Gemeinsamkeiten	68
Schluss	71
Literaturverzeichnis	72

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i> „Der Aufbau eines Codebuchs“.....	14
<i>Abbildung 2:</i> „Die Inhaltsanalyse im sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess (in Anlehnung an Früh 1998: 91)“	20
<i>Abbildung 3:</i> Anzahl der Berichte zur Fußball-WM 2006 im Jahr 2004	41
<i>Abbildung 4:</i> In welchen Medien wurde in Deutschland berichtet?.	47
<i>Abbildung 5:</i> Auflagenstärke und Leserschaft der untersuchten deutschen Printmedien	48
<i>Abbildung 6:</i> Thema der Berichte	49
<i>Abbildung 7:</i> Bewertung der berichteten Themen	51
<i>Abbildung 8:</i> Anzahl der Berichte zur Fußball-WM 2010 im Jahr 2008	54
<i>Abbildung 9:</i> In welchen Medien wurde in Südafrika berichtet?	59
<i>Abbildung 10:</i> Auflagenstärke und Leserschaft der untersuchten südafrikanischen Printmedien	61
<i>Abbildung 11:</i> Thema der Berichte	63
<i>Abbildung 12:</i> Bewertung der berichteten Themen	65

Abkürzungsverzeichnis

ANC	African National Congress
BDZV	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
DFB	Deutscher Fußball-Bund e. V.
EM	Europameisterschaft
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FR	Frankfurter Rundschau
FT	Financial Times
FTD	Financial Times Deutschland
IVW	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
Ltd.	Limited
o. g.	oben genannte
Safa	South African Football Association
sog.	sogenannte
SZ	Süddeutsche Zeitung
taz	die tageszeitung
WM	Weltmeisterschaft

Vorwort

Die Idee für die vorliegende Arbeit „Vergleich der Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika“ entstand während meines Unternehmenspraktikum bei Media Tenor Institute for Media Analysis in Pretoria/ Südafrika (Januar bis April 2009).

Da ich zum Einen die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland miterlebt habe und während meines Praktikums Anfang des Jahres einige Vorbereitungen zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 mitbekommen habe, interessierte mich der Vergleich beider nationaler Medienberichterstattungen.

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen recht herzlich bedanken, die mich bei dieser Arbeit mit ihren Ideen und kritischen Hinweisen unterstützt haben.

Meinen Betreuern Herr Professor Dr. Ludwig Hilmer und Herr Wadim Schreiner M. A. sowie Frau Irina Hristova danke ich besonders für ihre fachliche Unterstützung und Geduld.

Einleitung

Die nachfolgende Arbeit vergleicht die Vorberichterstattung ausgewählter deutscher Printmedien des Jahres 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung ausgewählter südafrikanischer Printmedien des Jahres 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Dazu wurden die acht auflagenstärksten deutschen Printmedien von 2004 sowie die zehn auflagenstärksten südafrikanischen Printmedien von 2008 analysiert. Von diesen Printmedien wurden jeweils von Januar bis Dezember die Artikel des politischen Teil, des Nachrichtenteil, des redaktionelle und des wirtschaftlichen Teil sowie der Meinungssektion zum Thema Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land untersucht.

Das Thema wurde mithilfe der empirischen Methode der Medieninhaltsanalyse bearbeitet. Die vorliegende Arbeit beschreibt die Methode der Inhaltsanalyse zunächst theoretisch und wird anschließend entsprechend dem gestellten Thema angewendet. Als erstes wird die Methode der Medieninhaltsanalyse theoretisch vorgestellt (Kapitel 1). Unter anderem werden die Ziele dieser Methode beschrieben und ein kurzer geschichtlicher Abriss zur Entstehung der Inhaltsanalyse als empirische Forschungsmethode dargestellt. Dabei wird ebenso auf den Ablauf, die Definition der Einheiten sowie der Kategorienbildung eingegangen. Im folgenden Kapitel 2 wird die Abfolge des Forschungsprozesses auf das zu bearbeitende Thema angewendet. Als nächstes erfolgt die Durchführung der Untersuchung (Kapitel 3), die aus den Testvorbereitungen, dem Pretest sowie dem Haupttest besteht. Dieser beinhaltet die Beschreibung der analysierten Daten und deren Interpretation. Die auffälligsten Unterschiede und Gemeinsamkeiten werden im letzten Kapitel (Kapitel 4) aufgezeigt.

1 Medieninhaltsanalyse

1.1 Was ist Medieninhaltsanalyse?

Die Medieninhaltsanalyse ist eine Methode der empirischen Sozialwissenschaften zur Untersuchung der Inhalte von Massenkommunikation, die als Texte und Bilder in Zeitungen und Zeitschriften, Radio, Fernsehen sowie Internet vorkommen.¹ Sie ist also ein Forschungsfeld der Kommunikationsforschung und Medienwissenschaft, welches die Darstellung der Wirklichkeit in den Massenmedien untersucht. Die Analyse befasst sich mit dem Medium aus verschiedenen Perspektiven, z. B. aus Sicht des Kommunikators oder aus Sicht des Rezipienten etc. Dabei wird bei den vorliegenden Medienbotschaften sowohl deren äußere Form als auch der Inhalt der Texte untersucht.² Dabei beeinflusst die Methode der Inhaltsanalyse ihr Untersuchungsmaterial nicht, sie ist also non-reaktiv. Das bedeutet, dass die Zeitungsartikel oder Fernsehbeiträge unberührt bleiben, sie sind somit auch nach der Untersuchung in dem gleichen Zustand wie zuvor und können noch einmal untersucht werden. Diese Analyse muss also wiederholbar sein, so dass jeder mit den gleichen Materialien, wenn er sie unter den gleichen Bedingungen analysiert, zu den gleichen Ergebnissen kommt.³ Um die Systematik der Inhaltsanalyse zu gewähren, ist es wichtig, dass das komplette Verfahren der Untersuchung auf das gesamte zu untersuchende Material einheitlich angewandt werden muss. Ebenso müssen die zu untersuchenden Medienbotschaften von vergleichbarer Natur sein, z. B. alle Artikel zum Thema Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland aus der Süddeutschen Zeitung aus dem Jahr 2004. Allerdings ist dabei darauf zu achten, dass die entstehenden Erkenntnisse auf einer umfassenden Untersuchung des bedeutsamen Materials basieren. Dies erhöht die Zuverlässigkeit der Daten, ist aber auch mit erhöhtem Aufwand verbunden.⁴

Für diese analytische Untersuchung werden die Medieninhalte nach vorher festgelegten Regeln in Kategorien einsortiert. In dem erstellten Kategoriensystem legt dann der Forscher fest, in welcher Einheit die zu untersuchenden Informationen analysiert werden, z. B. nach Aussagen, Themen etc.

¹ RÖSSLER, 2005, S. 17

² FRÜH, 2007, S. 50

³ BONFADELLI, 2002, S. 79

⁴ RÖSSLER, 2005, S. 16

Das vorrangige Ziel der Medieninhaltsanalyse ist, die vielen umfangreichen Medienbotschaften zusammenzufassen und verallgemeinerbare Aussagen zu treffen. Dabei kann aber nicht jeder Bericht vollkommen berücksichtigt werden. Dieser Kontrast wird in der empirischen Sozialforschung als Unterschied zwischen „quantitativer“ und „qualitativer“ Vorgehensweise bezeichnet. Patrick Rössler spricht in seinem Buch „Inhaltsanalyse“⁵ von der „standardisierten“ und „nicht standardisierten“ Methode. Bei der standardisierten oder quantitativen Methode geht es darum, die Inhalte der vorliegenden Berichterstattung auf die wesentlichen Aussagen zu verringern und somit die Realität verallgemeinert darzustellen. Diese Vorgehensweise erfolgt theoriegeleitet, denn gemäß sozialwissenschaftlicher Regeln werden ansprechende Botschaften aus den Medienberichten herausgefiltert und mithilfe empirischer Methoden der Inhaltsanalyse ausgewertet. Diese Methode wird auch in der sozialwissenschaftlichen Kommunikationsforschung bevorzugt verwendet. Die nicht standardisierte oder qualitative Methode untersucht bei den vorliegenden Medieninhalte die Betonung des Zusammenhangs, aber auch was zwischen den Zeilen gesagt wird sowie vereinzelte inhaltliche Erscheinungen.

Die Inhaltsanalyse dient dazu, die Informationen aus den Medien zu interpretieren und allgemeingültige Schlussfolgerungen zu ziehen.

1.2 Definitionen der Inhaltsanalyse

1.2.1 Definition nach Bernard Reuben Berelson

Bernard Reuben Berelson definiert die Inhaltsanalyse so: „Content analysis is a research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication.“⁶ („Inhaltsanalyse ist eine Forschungstechnik für die objektive, systematische und quantitative Beschreibung des manifesten Inhaltes von Kommunikation.“, Übersetzung des Autors). In dieser Definition wird die Inhaltsanalyse nur als Forschungstechnik bezeichnet. Bis heute hat sie sich aber zu einer eigenständigen Methode entwickelt. Laut Berelson hat die Inhaltsanalyse also zwei wesentliche Eigenschaften: Zum Einen geht sie quantitativ vor, d. h. dass die Menge der interessierenden Merkmale gemessen wird. Zum Anderen ist das Vorgehen der Inhaltsanalyse systematisch. Das bedeutet, die Messung wird nach vorher festgelegten Regeln gegliedert, die im Untersuchungsinstrument definiert sind.

⁵ RÖSSLER, 2005, S. 16 f.

⁶ BERELSON, 1952 in RÖSSLER, 2005, S. 18

Berelson fordert mit dem Verlangen nach Objektivität, dass nur Aussagen berücksichtigt werden, die „manifest“ sind, also tatsächlich dastehen. Demzufolge werden mehrdeutige Inhalte ausgeschlossen und mögliche interessante Botschaften, wie Bewertungen und Ironie ignoriert. Diese Forderung nach der „objektiven Beschreibung manifester Inhalte“ wurde von anderen Kommunikationsforschern nicht gestellt. Denn oft sind genau die Inhalte, die „zwischen den Zeilen“ stehen, am interessantesten und umso wertvoller, dass sie analysiert werden.

1.2.2 Definition nach Werner Früh

Nach Werner Früh wird die Inhaltsanalyse folgendermaßen definiert: „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.“⁷ Dieser Definition zufolge ist die Inhaltsanalyse als eigenständige Methode bezeichnet. Der Zusatz „empirisch“ bedeutet, dass diese Methode auf wissenschaftlichen Erkenntnissen beruht, die nachvollziehbar beschrieben werden sowie wiederholbar sind. Dabei geht die Inhaltsanalyse systematisch vor. Weiterhin fordert diese Definition nach einer „intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung“, da eine Objektivität nicht erreicht werden kann. Vielmehr geht es darum, dass eine Beobachtung bei mehreren Beobachtern zu einer ähnlichen Wahrnehmung führt. Das Ziel ist also, dass mehrere Forscher bei der Anwendung desselben Instruments, hier Codebuch, auf dasselbe Material zu denselben Ergebnissen kommen. Vorteilhaft dabei ist, dass sich die Medieninhalte, die zu untersuchen sind, nicht verändern: Selbst nach vielfacher Anwendung der Inhaltsanalyse bleibt es ein und derselbe Zeitungsartikel bzw. Nachrichtenbeitrag. Allerdings ist Vorsicht geboten, wenn der Codierer das Untersuchungsmaterial beurteilt. Dieses Vorgehen ist abhängig von der Persönlichkeit des Codierers, von seinen Kenntnissen zu dem Thema, seiner politischen Einstellung und seiner momentanen Stimmung. Diese Abhängigkeit sollte möglichst gering gehalten werden und zwar durch genau festgelegte Kategorien im Codebuch sowie einer umfangreichen Codierschulung. Dennoch sind die Erfahrungen der Codierer nötig. Denn nur sie können zweideutige Aussagen in Beiträgen verstehen, Bemerkungen zwischen den Zeilen erkennen und bildhafte Vergleiche in den Zusammenhang bringen.

⁷ FRÜH, 2007, S. 27

1.2.3 Definition nach Klaus Merten

Der Kommunikationswissenschaftler Klaus Merten definiert die Inhaltsanalyse so: „Inhaltsanalyse ist eine Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifestierten Textes auf Merkmale eines nichtmanifestierten Kontextes geschlossen wird.“⁸. Demnach liegt das Untersuchungsmaterial, die Zeitungsartikel oder Fernsehbeiträge, in unveränderlicher Form, also manifest, vor. Das bedeutet, dass z. B. der Zeitungsartikel in seiner Form fest besteht und archiviert auch einige Jahre später noch genauso existiert und untersucht werden kann. Die Inhalte dieser Texte sind hingegen nicht manifest. Das bedeutet wiederum, dass was in einem Zeitungsartikel steht von jedem Leser anders interpretiert werden kann. Besonders die versteckten Botschaften, wie Bewertungen und Ironie, können von jedem unterschiedlich entdeckt, aufgenommen und interpretiert werden. Diese interpretativen Schlussfolgerungen sind laut Mertens Definition auch das bevorzugte Ergebnis der Inhaltsanalyse, weniger die Beschreibungen der lesbaren Inhalte.

1.3 Definition von Begriffen

Code

Ein Code ist eine festgelegte Übersetzung von Informationen in ein Zeichensystem: Bei der medieninhaltsanalytischen Untersuchung bedeutet das, dass interessante Medienaussagen Zahlenwerten zugeordnet werden, die anschließend interpretiert werden. Ein Code ist also eine Umformulierung von Informationen. Diese Umformulierung setzt neben einem Sender, der die Information formuliert, auch einen Empfänger, der die Information erhält, voraus. Außerdem ist ein interessanter, verbreitungswürdiger Inhalt, die Information, nötig. Des Weiteren ist die Art und Weise der Inhaltsformulierung und deren Übermittlung geregelt. Unter anderem sind selbst Tierlaute und die menschliche Sprache Codes.⁹

Codierung

Der Prozess der inhaltsanalytischen Studie wird als Codierung bezeichnet. Das ist also der Vorgang, bei dem mithilfe eines Codes die Zeichen eines Zeichenvorrates, bspw. die Inhalte eines Zeitungsartikels, in die Zeichen eines anderen Zeichenvorrates, z. B. die Zahlencodes, die eine bestimmte

⁸ MERTEN, 1995, S. 15 in RÖSSLER, 2005, S. 22

⁹ FRÜH, 2007, S. 111 ff.

Medienbotschaft definieren, übersetzt werden. Der Vorgang des Codierens übersetzt also empirisch beobachtete Eigenschaften von z. B. Zeitungsartikeln gemäß vorher definierter Regeln in andere Zeichen, wie Zahlencodes.

Codierung bezeichnet den Vorgang der Analyse und Datenerhebung, der darin besteht, dass als erstes die Einheiten definiert und anschließend deren Merkmale registriert werden. Einheiten, wie Zeitungsartikel, Fernsehbeiträge, Sätze, Wörter werden auf ihre formalen, inhaltlichen und gestalterischen Eigenschaften untersucht. Die resultierenden Ausprägungen werden mit einem Zahlencode verschlüsselt und festgehalten.¹⁰

Codierer

Als Codierer wird die Person bezeichnet, die unter Verwendung des Codebuchs die inhaltsanalytische Untersuchung durchführt. Er liest sich die entsprechenden Zeitungsartikel durch und sieht sich die themenspezifischen Fernsehsendungen an und übersetzt die zu analysierenden Inhalte in die vorher festgelegten Codes.¹¹ Dieser Code-Umsetzer übersetzt unter Verwendung der im Codebuch zusammengefassten Anleitungen die zu analysierenden Medieninhalte.¹²

Codebuch

Das Codebuch ist das Regelwerk der Inhaltsanalyse - das Arbeitsinstrument der Forscher. Es beinhaltet die Übersetzungen der Medieninhalte in analysierbare Codes. In dem Codebuch sind alle wichtigen Vorgehensweisen für die Untersuchung des Medienmaterials für den Codierer definiert. Es muss so formuliert sein, dass bei einer erneuten Untersuchung desselben Materials auch dieselben Ergebnisse herauskommen. Es ist klar und übersichtlich gestaltet. Neben den Kategorien sind hier auch die definierten Auswahleinheiten und Analyseeinheiten festgehalten. Im Falle der Medieninhaltsanalyse wird das Codebuch dazu verwendet, die zu analysierenden Daten, nämlich die Medieninhalte, zu verringern und so auswertbar zu machen.

Die Bestandteile jedes Codebuches sind die allgemeinen Hinweise und Hintergrundinformationen, die Definitionen aller Kategorien, die

¹⁰ NOELLE-NEUMANN, SCHULZ, WILKE, 2009, S. 54 ff.

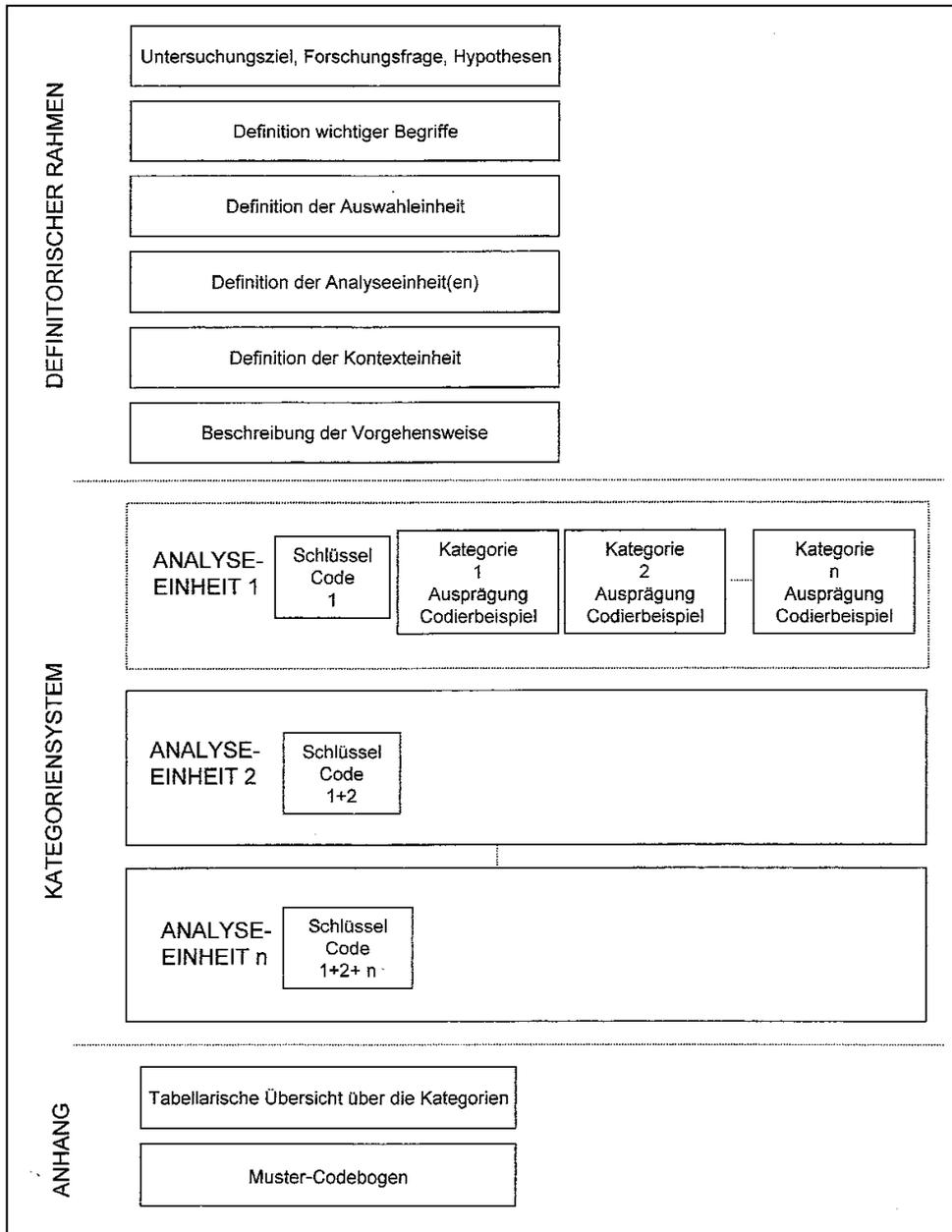
¹¹ http://hermes.ifkw.uni-muenchen.de/demo/clic/self/davirt-demo-public/glossar_2000074.html; 18. 09. 2009, 20:15 Uhr

¹² RÖSSLER, 2005, S. 19

Codieranweisungen, die mit Beispielen unterlegt sind sowie der Codebogen.

Unter Anwendung des Codebuchs setzt der Codierer die Codierung um.¹³

Abbildung 1: „Der Aufbau eines Codebuchs“¹⁴



¹³ http://hermes.ifkw.uni-muenchen.de/demo/clic/self/davirt-demo-public/glossar_2000163.html; 18. 09. 2009, 20:15 Uhr

¹⁴ RÖSSLER, 2005, S. 88

Codebogen

Die erfassten Codes werden vom Codierer in einem Codebogen festgehalten. Hier werden die interessierenden Ergebnisse der Messung, also die Ausprägungen der Merkmale notiert. Zur weiteren Verarbeitung werden die erhobenen Daten nun in ein computergestütztes Programm zur Auswertung übertragen, z. B. SPSS.¹⁵

Kategorien

Die Kategorien definieren das, was erhoben und analysiert werden soll, also welche Eigenschaften der Medienberichte untersucht werden und wie diese Untersuchung auszusehen hat. Sie greifen aus der veröffentlichten Medienrealität die interessanten Informationen heraus, die dann in analysierbare Daten umgewandelt werden. Die Kategorien einer Inhaltsanalyse sind vergleichbar mit den Fragen einer Befragung.

Der komplette Satz der verwendeten Kategorien und Kriterien wird als Kategoriensystem bezeichnet.¹⁶

1.4 Ziele der Medieninhaltsanalyse

Das grundlegende Ziel der Medieninhaltsanalyse ist es, die Menge an Medienbotschaften auf die wesentlichen Aussagen zu reduzieren. Medieninhaltsanalysen dienen also dem Beantworten der Fragen, ob und in welchem Umfang die Massenmedien die Meinung und Wahrnehmung der Öffentlichkeit beeinflussen oder ob sie die bestehende Realität darstellen. Weiterhin wird erforscht, nach welchen Auswahlprozessen die Medieninhalte erstellt werden. Also wie wird ein Geschehen zu einer Nachricht, die dann über die Massenmedien kommuniziert wird.

Die Medieninhaltsanalyse zielt darauf ab, die veröffentlichte Berichterstattung zu beschreiben. Dafür werden die medial kommunizierten Botschaften anhand der zuvor im Codebuch festgelegten Codierungen formuliert. Mit den somit gewonnenen Daten wird die Berichterstattung vom Forscher beschrieben. Anwendungen für diese einfachen Beschreibungen der Medienbotschaften sind das Vergleichen von zwei oder mehreren Medienquellen. Dabei werden inhaltsanalytische Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet.

Des Weiteren können Änderungen in der Berichterstattung über einen Zeitraum hinweg beobachtet werden. Es entstehen immer neue Inhalte in

¹⁵ http://hermes.ifkw.uni-muenchen.de/demo/clic/self/davirt-demo-public/glossar_2000059.html; 18. 09. 2009, 20:15 Uhr

¹⁶ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke, 2009, S. 54 ff.

der Berichterstattung und durch ihre manifeste Eigenschaft können diese auch noch später untersucht werden. Diese Entwicklung des medialen Zeitverlaufs lässt sich mit der beschreibenden Methode interessant differenzieren.

Eine weitere interessante Erkenntnis kann die Beschreibung von medialen Diskursen bringen: Bei der massenmedialen Abhandlung von wichtigen Themen kommt es oft vor, dass zu diesen Themen unterschiedliche Standpunkte von verschiedenen Akteuren veröffentlicht werden. Mit einer beschreibenden Untersuchung dieser Diskurse lässt sich dann erkennen, wie das untersuchte Medium die möglichen unterschiedlichen Auffassungen dargestellt hat.

Selbstverständlich ist auch eine Kombination aus den eben genannten Anwendungen möglich, wenn z. B. die Diskurse in verschiedenen Medien und im Zeitverlauf beschrieben werden.

„Beschreibende Medieninhaltsanalysen ohne weitergehende Kontextualisierung sind im wissenschaftlichen Bereich nur in Ausnahmefällen sinnvoll, werden aber in der angewandten Kommunikationsforschung gewinnbringend eingesetzt (z. B.: Medienresonanz von PR-Maßnahmen).“¹⁷

Zusätzlich zum einfachen Beschreiben von Medieninhalten, ist in der Inhaltsanalyse von besonderem Interesse, dass aus der untersuchten Berichterstattung auch Schlussfolgerungen gezogen werden. Dabei wird dann oft von der Realität, die in den Medien berichtet wird, auf die Wirklichkeit geschlossen. Wichtig ist, auf die Absichten des Kommunikators, also den Urheber der Botschaft, zu schließen. Er ist direkt verantwortlich für die veröffentlichte Nachricht und somit kann auf seine Kommunikationsabsichten geschlossen werden, z. B. seine politische Einstellung.

Weitere Rückschlüsse können auf den Rezipienten gezogen werden: Derjenige, der die Medienbotschaft konsumiert, wird in seiner Wahrnehmung beeinflusst, weniger in seinem Verhalten und seiner Einstellung. Rückschlüsse auf die Rezipienten sind mit der Medieninhaltsanalyse nur sehr schwer möglich, denn dafür müssten Daten in einer Rezipientenumfrage erhoben werden. Ein Selbstverständnis für die Journalisten ist es, wahrhaftig und umfassend über die Wirklichkeit zu berichten. Somit ist im Umkehrschluss zu sagen, dass mit den Medienberichten auf die historische, politische und soziale Situation geschlossen werden kann.¹⁸

¹⁷ RÖSSLER, 2005, S. 28

¹⁸ RÖSSLER, 2005, S. 24 ff.

1.5 Geschichte der Inhaltsanalyse

Frühe Formen der Inhaltsanalyse waren die Zeichendeutung und das Handlesen, dabei wurde das Schicksal als Kommunikator gedeutet. Weitere Formen der Inhaltsanalyse waren die Graphologie, die Psychodiagnostik sowie die Auszählung von Bibelversen.

In Schweden wurde eine Inhaltsanalyse mit dem Vergleich pietistischer¹⁹ und orthodoxer Schriften aus dem 18. Jahrhundert gefunden. Dafür untersuchten lutherische Gelehrte, ob die neue Lehre der Pietisten mit den traditionellen Glaubensgrundsätzen vereinbar ist. Hierfür verglichen sie religiöse Begriffe in pietistischen Kirchenliedern mit deren Vorkommen in der Bibel und dem offiziellen Gesangbuch.

Als sich im 19. Jahrhundert erstmals eine ansehnliche Presselandschaft entwickelte, gewann auch die Inhaltsanalyse besonders in den USA an Bedeutung. Sie half die umfangreichen Inhalte in der Presse überschaubar zu machen.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts erlebte das Medium Presse einen Aufschwung, daraufhin wurde die Inhaltsanalyse als Methode zur Analyse der Zeitungsartikel gebraucht. Als bei Wissenschaftlern erste Sorgen über die Qualität von Zeitungsinhalten aufkamen, wurden diese erstmals analysiert. Die erste deutsche Inhaltsanalyse wurde von Paul Stoklossa im Jahr 1910 verfasst. Darin wurden die Inhalte der Zeitungen auf ihren Nachrichtenwert untersucht. Auf dem ersten Deutschen Soziologentag 1910 in Frankfurt sprach Max Weber darüber, wie er die Veränderung der Medieninhalte in den Zeitungen analysieren wollte. Mit dem Aufkommen der Medien Film und Radio beschleunigte sich die weitere Entwicklung der Inhaltsanalyse bis in die 40er Jahre. Eine bedeutende Untersuchung dieser Zeit waren die „Payne Fund Studies“. Sie analysierten die Wirkung von Kinofilmen auf Kinder und erfassten dafür ca. 1500 Filme.

Vor allem durch die politischen Entwicklungen wurde die Methode der Inhaltsanalyse nun auch für politische Zwecke im Zweiten Weltkrieg eingesetzt: Unter der Leitung des amerikanischen Politikwissenschaftlers Harold Dwight Lasswell untersuchte die Projektgruppe „Experimental Division for the Study of War Time Communications“ die feindliche Kriegspropaganda auf ideologische Orientierungen und Rückschlüsse auf internationale Beziehungen.

1941 fand eine Konferenz statt, auf der Kommunikationsforscher die Methoden der Inhaltsanalyse als Forschungsform anerkannten und diskutierten. In diesem Jahr veröffentlichte Bernard Reuben Berelson eine

¹⁹ Pietismus = Reformbewegung des deutschen Protestantismus

Studie zum Wahlverfahren sowie eine methodologische Dissertation zur Inhaltsanalyse.

Mit ihren Arbeiten gelten Harold Dwight Lasswell und Bernard Reuben Berelson als Begründer der Inhaltsanalyse. Seitdem erfährt die Methode der Inhaltsanalyse einen stetigen Aufschwung in ihrer Verwendung.²⁰

1.6 Von der Forschungsfrage bis zur Veröffentlichung der Studie

1.6.1 Der Ablauf der Medieninhaltsanalyse

Die Durchführung einer Medieninhaltsanalyse ist eine umfangreiche Untersuchungsmethode: Dabei sind eine Reihe von Schritten zu bearbeiten, die vom Formulieren der zu untersuchenden Fragestellung bis zur Veröffentlichung des Forschungsergebnisses zu durchlaufen sind. Die nachfolgende Übersicht skizziert den Ablauf einer Medieninhaltsanalyse (siehe Abb. 2). Die Medieninhaltsanalyse beginnt also mit der Formulierung des Erkenntnisinteresses, also was soll mit der Analyse herausgefunden werden, was interessiert den Forscher. Damit ist der grobe inhaltliche Rahmen für die Inhaltsanalyse gesteckt. Im Folgenden werden im Begründungszusammenhang die zu untersuchenden Hypothesen formuliert, dabei sind bereits existierende Forschungsergebnisse sowie Theorien zu berücksichtigen. In der anschließenden Planungsphase werden konkrete Rahmenbedingungen für die Untersuchung definiert: Dabei werden Fragen nach der Problemstellung der Analyse sowie nach deren Methoden beantwortet. Das Ergebnis dieser Untersuchungsphase ist eine detaillierte Projektplanung, die den nötigen und verfügbaren Aufwand von Zeit, Geld und Arbeitskraft ins Verhältnis zu dem gewünschten Forschungsergebnis setzt. An dieser Stelle des Forschungsprozesses wird außerdem festgelegt, welches Material für die Untersuchung analysiert werden soll. Die eigentliche Entwicklung der Analyse beginnt mit der Ausarbeitung des Instrumentariums: Dafür werden die Analyseeinheiten definiert (näher erläutert unter Punkt 1.6.2) und anschließend werden die einzelnen Kategorien gebildet (siehe Punkt 1.6.3). Diese Kategorien werden anhand der bestehenden Forschungsergebnisse sowie nach der ersten Betrachtung der Untersuchungsmaterialien definiert. Die Erfahrungen einer Probecodierung werden in dem überarbeiteten Instrumentarium eingebracht und für die tatsächliche Anwendung am gesamten Untersuchungsmaterial eingesetzt. Nach dem Erheben der Daten können diese nun ausgewertet werden. Dazu werden die gesammelten Daten von Statistikprogrammen, wie SPSS, für die Analyse

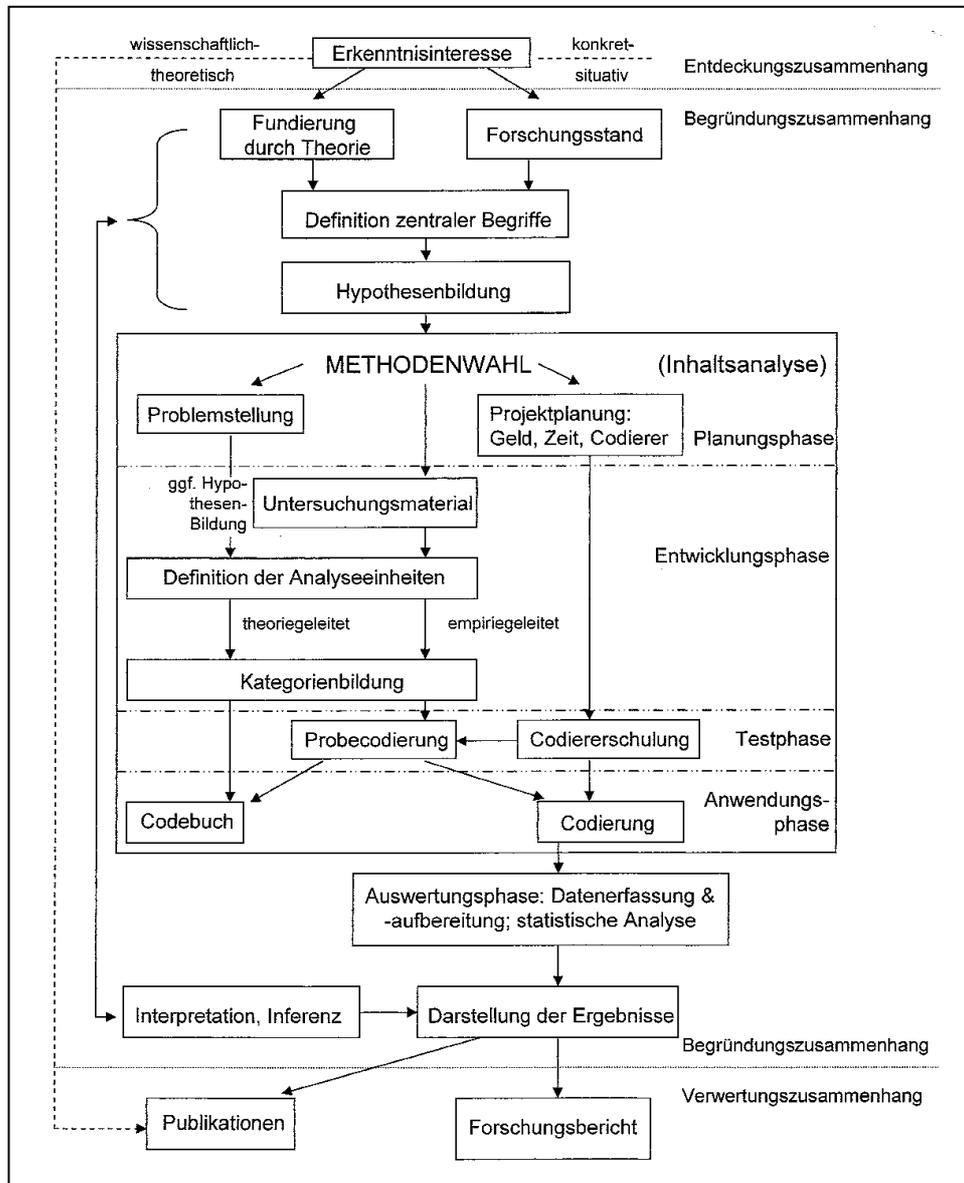
²⁰ NOELLE-NEUMANN, SCHULZ, WILKE, 2009, S. 43 ff.

aufbereitet. Um eine hohe Richtigkeit zu garantieren, werden die Daten bereinigt: mögliche Fehler in der Codierung werden korrigiert, unvollständige Datensätze werden aussortiert und Schreibfehler verbessert.

Mit dem Beschreiben des untersuchten Medienmaterials werden die Ergebnisse der Analyse präsentiert. Anschließend wird das Beschriebene mit Schlussfolgerungen analysiert, die dann die Antworten auf das gestellte Forschungsinteresse darstellen. Diese Ergebnisse können letztendlich auch mit früheren Forschungsergebnissen ergänzt und verglichen werden. Die erzielten Erkenntnisse werden im Zuge der Verwertung angemessen publiziert. Denn nur durch solche Bekanntmachungen können diese Forschungsergebnisse auch für zukünftige Untersuchungen anderer Forscher zur Verfügung stehen.²¹

²¹ RÖSSLER, 2005, S. 34 ff.

Abbildung 2: „Die Inhaltsanalyse im sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess (in Anlehnung an Früh 1998: 91)“²²



²² RÖSSLER, 2005, S. 35

1.6.2 Die Definition der Einheiten

Die Festlegung der Einheiten bestimmt, welche Aussagen der Berichterstattung interessieren, welche Inhalte erfasst werden und welche Aussagekraft die Ergebnisse haben.

Laut Rössler werden folgende Typen von Einheiten unterschieden: Die Auswahleinheit vereint die „physisch vorliegenden Materialien, die aus dem gesamten Spektrum verfügbaren Medienmaterials für die Untersuchung ausgewählt werden“²³. Das sind z. B. alle Ausgaben der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ aus dem Jahr 2004, alle Nachrichtensendung von RTL in einem definierten Zeitraum, etc. Diese Auswahl ist eine Stichprobe aus der Grundgesamtheit der Berichterstattung in den Medien. Diese Stichprobe ergibt sich in den meisten Fällen aus der formulierten Fragestellung: z. B. alle Artikel der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ zum Thema „Fußball Weltmeisterschaft 2006“ aus dem Jahr 2004. Diese Einheit bestimmt also die Auswahl, des zu untersuchenden Medienmaterials. Diese Auswahl wiederum muss die Eingangs gestellte Untersuchungsfrage beantworten können.

Die Analyseeinheit besteht aus physikalisch definierten Elementen, wie z. B. ein einzelner Artikel oder ein Beitrag in einer Nachrichtensendung. Diese Elemente der vorher definierten Auswahleinheit werden nun weiter klassifiziert. Das bedeutet, ein Artikel beginnt mit einer Überschrift und endet mit dem Namen des Autors, eine Nachrichtensendung beginnt mit einem Vorspann und endet mit einem Abspann. Somit ist diese Einheit eindeutig zu identifizieren. Für jede Analyseeinheit werden dann in einem weiteren Schritt jeweils die Kategorien gebildet (siehe Punkt 1.6.3).

Die Codiereinheit stellt die, für das Forschungsinteresse, bedeutsamen Inhalte des vorliegenden Medienmaterials dar: Bspw. kann ein und derselbe Artikel über ein Fußball-Weltmeisterschaftsspiel in der einen Studie wegen des sportlichen Erfolges interessieren, in einer anderen Untersuchung wegen der übertragenen Zuschauerbegeisterung. Dabei erfolgt eine Unterteilung in formale Codiereinheiten, wie Länge, Umfang, Erscheinungsdatum und Platzierung des Beitrages sowie inhaltliche Codiereinheiten, wie akteurbezogene (Personen, Orte, Ereignisse, Objekte), themenbezogene (Themen, Diskurse) und meinungsbezogene (Argumente, Meinungen, Kommentare) Einheiten. Die formalen Codiereinheiten lassen sich durch Messen, Zählen etc. erheben und erfordern für die Analyse keine Interpretation des Forschers. Die inhaltlichen Codiereinheiten sind dann solche Sachverhalte, die eine

²³ RÖSSLER, 2005, S. 39

Schlussfolgerung vom Codierer erfordern. Dafür ist es allerdings wichtig, dass diese Einheiten klar definiert und zur Unterstützung des Forschers mit Beispielen unterlegt sind.

„Die Kontexteinheit hilft dem Codierer, den korrekten Zusammenhang der Analyseeinheit zu erfassen, indem sie in Zweifelsfällen den Rückgriff auf einen größeren Berichtskontext erlaubt.“²⁴ Das bedeutet, wenn zu einer Aussage, deren Verfasser sowie deren inhaltlicher Zusammenhang zusätzlich in Erfahrung gebracht wird. „Beispielsweise ist es für die korrekte Erfassung der Aussage: „Er besuchte anschließend den Soldatenfriedhof in Washington“ erforderlich, dass ein weiterer Kontext herangezogen wird – in diesem Fall die Tatsache, dass der Satz in einem Artikel über Bundeskanzler Schröders USA-Reise stand.“²⁵ Nur mit der zusätzlichen Information aus dem textlichen Umfeld des Satzes im Artikel ist es möglich, den korrekten Akteur der Handlung zu erkennen. Somit erlaubt die Kontexteinheit Informationen zu nutzen, die benötigt werden, um den korrekten und vollständigen Inhalt einer Medienbotschaft zu analysieren.

1.6.3 Kategorienbildung

Für die bereits definierten Analyseeinheiten werden nun die einzelnen Kategorien detailliert festgelegt. Dabei werden zuerst alle Kategorien für die erste Analyseeinheit definiert, danach für die zweite und dann für die folgenden. Diese Spezifizierung erfolgt meist in hierarchischer Abfolge, von der höchsten zur niedrigeren Ebene, also vom Allgemeinen zum Speziellen oder vom Zentralen zum Untergeordneten.

Bei der Anlage von Kategorien ist zu beachten, dass diese vollständig sowie trennscharf angelegt sind und keine Fehlmessungen verursachen. Um die statistische Verarbeitung der Analyse zu vereinfachen, werden die verschiedenen Ausprägungen der Kategorien mit Zahlenwerten codiert. Die Daten werden auf Nominalniveau codiert, wenn nur festgehalten werden soll, ob eine Ausprägung existiert oder nicht. Wenn z. B. die Länge von Artikeln oder die Dauer von Beiträgen erhoben werden soll, werden diese mit ihren exakten Werten auf Intervallniveau codiert. Soll der Codierer die vorliegenden Botschaften einschätzen, werden diese Bewertungen, nach positiv, neutral, negativ etc. dargestellt, auf Ordinalniveau erhoben.

„Die Codieranweisungen sollten spezifischeren Kategorien und Ausprägungen den Vorrang geben vor allgemeineren, höherwertigen vor geringerwertigen und wichtigeren Codiereinheiten den Vorrang vor

²⁴ RÖSSLER, 2005; S. 42

²⁵ RÖSSLER, 2005; S. 42

unwichtigeren.“²⁶ Die spezifische vor der allgemeinen Codierung bedeutet, dass das Artikelthema z. B. unter „Fußball-Weltmeisterschaft“ codiert wird und nicht unter „Sport allgemein“. Die Platzierung eines mehrspaltigen Artikels auf dem Titel der Zeitung beispielsweise, wird nicht als „Mehrspalter“, sondern als „Aufmacher“ codiert²⁷. Dabei ist der Aufmacher höherwertiger als der Mehrspalter. Die Codierung der wichtigsten vor der unwichtigsten Einheit bedeutet, wenn z. B. in einem Zeitungsartikel mehrere Akteure vorkommen, es soll aber nur der wichtigste codiert werden, dann wird der Akteur für relevant erklärt, auf den sich der Text hauptsächlich bezieht oder derjenige, der in dem Artikel als erstes genannt wird.²⁸

Bei der Kategorienbildung wird unterschieden in formale, inhaltliche und wertende Kategorien. Die formalen Kategorien beinhalten physische Sachverhalte, wie Medium, Umfang, Platzierung im Medium und Erscheinungsdatum eines Artikels oder Beitrages. Deren Auswertung ist meist nur zu beschreiben und erwartet keine Interpretationen und Schlussfolgerungen. Die Erhebung dieser formalen Kategorien ist besonders für das weitere Vorgehen in der Kategorienbildung wichtig: z. B. wird bei den inhaltlichen Kategorien unterschieden, in welchem Umfang ein betreffendes Thema in welchen Medien wie oft vorkommt. Auch die folgende Interpretation der inhaltlichen Kategorien betrachtet unter anderem die Platzierung eines Sachverhaltes in dem Medium, um dessen Wichtigkeit zu analysieren. Somit sind die formalen Kategorien indirekt sehr wichtig für den Interpretationsprozess der Untersuchung. Das größte Augenmerk in der Medieninhaltsanalyse liegt aber auf den inhaltlichen Kategorien. Dabei ist von Interesse über welche Personen, Objekte, Orte oder Ereignisse berichtet wird. Somit beantworten die inhaltlichen Kategorien die wichtigen W-Fragen: Wer?, Was?, Wann?, Wo? und Wie?. Die Erhebung dieser Informationen erfordert letztendlich auch die Bildung von Schlussfolgerungen vom Codierer. Das bedeutet, dass der Forscher die Fakten zu Personen, Objekten, Orten und Themen nicht nur erhebt, sondern diese auch einschätzt und die Ergebnisse interpretiert. Damit ist die Trennung von inhaltlichen und wertenden Kategorien nicht scharf, sondern verschwimmt. Die wertenden Kategorien werden durch die in der Medienberichterstattung vorkommenden Argumente, Meinungen und Kommentare definiert. Es werden also wertende Feststellungen über Personen, Tatsachen oder Vorgänge erfasst. Diese Form der

²⁶ RÖSSLER, 2005, S. 99

²⁷ RÖSSLER, 2005, S. 98

²⁸ RÖSSLER, 2005, S. 98 f.

Datenerfassung ist die höchste Disziplin in der Medieninhaltsanalyse, da diese Wertungen in den Medienbotschaften erkannt und richtig verstanden werden müssen. Solche Botschaften stehen meist nicht „schwarz auf weiß“ in dem Zeitungsartikel, sondern sind durch Ironie oder bildhafte Beschreibungen versteckt. Nach der Erfassung dieser Bewertungen kann nun der Codierer Schlussfolgerungen erstellen, z. B. wie bestimmte Entwicklungen eingeschätzt werden oder über welche Themen wie berichtet wird.²⁹

²⁹ RÖSSLER, 2005, S. 92 ff.

2 Der Forschungsprozess

2.1 Die Forschungsfrage

Mit dieser Untersuchung möchte ich die Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika vergleichen.

Dafür codierte Media Tenor Institute for Media Analysis (Media Tenor) Lugano/ Schweiz die acht meinungsstärksten Printmedien in Deutschland aus dem Jahr 2004 und Media Tenor Pretoria/ Südafrika die zehn meinungsstärksten Printmedien in Südafrika aus dem Jahr 2008. (siehe 2.2) Media Tenor stellte mir für die Bearbeitung meiner Forschungsfrage diese Daten zur Verfügung. Aus den Printmedien wurden die Artikel aus dem politischen Teil, Nachrichtenteil, redaktionellen und wirtschaftlichen Teil sowie der Meinungssektion untersucht. Es wurden alle Berichte der Jahre 2004 und 2008 von Januar bis Dezember in die Untersuchung einbezogen.

Hypothesenbildung

Für die Bearbeitung der Forschungsfrage wurde die Medienberichterstattung auf die folgenden Fragen untersucht:

- a) Wie hoch war die Anzahl der Berichte zur Fußball-WM in Deutschland bzw. Südafrika in den acht bzw. zehn auflagenstärksten Printmedien?
- b) In welchen Medien wurde in Deutschland bzw. Südafrika berichtet?
- c) Was thematisierten die Berichte?
- d) Wie wurden die Themen in den Artikeln bewertet?

Daraus ergeben sich für mich folgende Hypothesen, die bestätigt oder widerlegt werden sollen.

- 1) Die Menge der Berichterstattung ist in beiden Ländern annähernd gleich, da die Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land jeweils ein bedeutsames Ereignis darstellt.
- 2) Es ist ein Anstieg der Berichterstattung in den Monaten der Jahre 2004 und 2008 zu verzeichnen, in denen zwei Jahre später die eigentliche WM stattfindet (Juni und Juli).
- 3) Die Berichterstattung ist im Verlauf des Jahres schwankend z. B. aufgrund von anderen sportlichen Ereignissen.
- 4) Die Medienberichterstattung in den auflagenstärksten Medien ist am größten.

- 5) Es wird vorrangig über organisatorische Themen im Zusammenhang mit dem Ablauf der bevorstehenden Fußball-WM berichtet.
- 6) Wenn die Medien über die sportlichen Vorbereitungen im Zusammenhang mit der WM berichten, dann hauptsächlich über die der eigenen Nationalmannschaft.
- 7) Berichtete Themen werden eher positiv bewertet.

2.2 Repräsentation

Deutschland

Im 14. Jahrhundert erschien der Begriff Zeitung zum ersten Mal in Köln als Bedeutung für die Kunde oder Nachricht. Bis heute hat sich seine Bedeutung zu einem periodisch erscheinenden Druckerzeugnis mit einem aktuellen Inhalt weiterentwickelt.

Laut Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) ist der deutsche Zeitungsmarkt der fünftgrößte weltweit hinter denen der Länder China, Japan, USA und Indien. Mit einer Auflage von mehr als 21 Millionen Exemplaren hat Deutschland den größten Zeitungsmarkt in Westeuropa.³⁰ Deutschlandweit erscheinen 359 Tageszeitungen, davon sind nur zehn überregional erscheinende Zeitungen: Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt, Frankfurter Rundschau, die tageszeitung, Neues Deutschland, junge Welt, Börsen-Zeitung, Handelsblatt und Financial Times Deutschland. Der Großteil der Tageszeitungen sind regional und lokal publizierte Blätter. Die Bild ist eine Boulevardzeitung und zählt an dieser Stelle somit nicht in die Kategorie der Tageszeitungen mit hinein.

Für diese Untersuchung der Vorberichterstattung zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland wurden die folgenden acht deutschen Printmedien aus dem Jahr 2004 analysiert.

Bild

Die Bild ist eine deutsche Boulevardzeitung, die 1952 erstmals erschienen ist. Sie erscheint heute im Verlag Axel Springer AG täglich mit einer Auflage von rund drei Millionen Exemplaren³¹ und erreicht damit mehr als elf Millionen Leser³². Die Hauptredaktion sitzt in Berlin und Chefredakteur

³⁰ <http://www.finanzen.net/nachricht/BDVZ-Deutscher-Zeitungsmarkt-ist-der-groesste-in-Westeuropa-36065>; 08. 09. 2009, 15:15 Uhr

³¹ <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>; 03. 09. 2009, 16:30 Uhr

³² <http://www.blogspan.net/presse/media-analyse-2009-bild-baut-reichweite-auf-1163-millionen-leser-aus/mitteilung/91525/>; 11. 09. 2009, 10:30 Uhr

ist Kai Diekmann. Sie ist die meistzitierte deutsche Zeitung und die auflagenstärkste Zeitung in Deutschland und Europa.³³

Süddeutsche Zeitung

Die Süddeutsche Zeitung (SZ) ist nach eigenen Angaben Deutschlands „größte überregionale Abonnement-Zeitung“.³⁴ Die tägliche Auflage der SZ beziffert sich auf mehr als 442 000 Exemplare, bei einer Leserschaft von 1,16 Millionen Lesern.³⁵ Die Zeitung wird im Süddeutschen Verlag in München verlegt. Ihre erste Ausgabe erschien 1945. Momentan ist Hans Werner Kilz Chefredakteur der SZ.

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) ist eine deutsche überregional erscheinende Abonnement-Tageszeitung. Ihre Erstausgabe erschien 1949 und seitdem erscheint sie täglich. Sie wird von fünf Herausgebern bestimmt: Werner D'Inka, Berthold Kohler, Günther Nonnenmacher, Frank Schirmacher und Holger Steltzner. Nach Angaben der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) beträgt die Auflage mehr als 369 000 Exemplare³⁶. Damit erreicht die FAZ 885 000 Leser³⁷.

die tageszeitung

Das Printmedium die tageszeitung (taz) ist eine deutsche Tageszeitung, die täglich montags bis samstags erscheint. Sie erschien erstmals 1979 als „linkes, lautes Projekt“.³⁸ Herausgeber der Zeitung ist taz, die tageszeitung Verlagsgenossenschaft e. G. Seit Juli 2009 ist Ines Pohl die neue Chefredakteurin. Die taz hat eine Auflage von mehr als 56 000 Exemplaren und einer Leserschaft von etwa 270 000 Lesern.³⁹

³³ <http://presstext.de/news/060223037/bild-ist-meistzitierte-tageszeitung-im-online-bereich/>; 03. 09. 2009, 10:50 Uhr

³⁴ <http://mediadaten.sueddeutsche.de/home/>; 03. 09. 2009, 16:55 Uhr

³⁵ PDF: <http://mediadaten.sueddeutsche.de/home/> „Profil der Süddeutschen Zeitung“; 03. 09. 2009, 17:00 Uhr

³⁶ <http://www.faz.net/s/RubEA6F83B943A04C4688E5C0F0969371C9/Doc~EB5F4EE7FF9C04B149123F88DB8CDEE75~ATpl~Ecommon~Scontent.html>; 10. 09. 2009, 10:25 Uhr

³⁷ <http://www.faz.net/s/RubAB28B94CEBA9408A9DB061E67E5EC217/Doc~E7A9DC549DDF6452797689168DE29BB80~ATpl~Ecommon~Scontent.html>; 10. 09. 2009, 10:15 Uhr

³⁸ <http://www.taz.de/zeitung/ueberuns-verlag/>; 04. 09. 2009, 10:30 Uhr

³⁹ <http://www.taz.de/zeitung/ueberuns-verlag/>; 04. 09. 2009, 10:35 Uhr

Frankfurter Rundschau

Die Frankfurter Rundschau (FR) ist eine überregional erscheinende deutsche Abonnement-Tageszeitung. Die erste Ausgabe der Zeitung erschien 1945 als zweite Nachkriegszeitung. Die Zeitung gehört mehrheitlich dem Verlagshaus M. DuMont Schauberg. Laut IVW beträgt die Auflage mehr als 150 000 Exemplare bei einer Leserschaft von 280 000 Lesern⁴⁰.

Wirtschaftswoche

Die Wirtschaftswoche ist ein deutsches Wirtschaftsmagazin und wurde 1926 als „Deutscher Volkswirt“ gegründet. Heute erscheint das Blatt wöchentlich am Montag. Das Magazin gehört zur Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Chefredakteur ist Roland Tichy. Die Auflage beziffert sich auf über 182 000 Exemplare⁴¹. Damit werden nach Verlagsangaben 979 000 Leser erreicht.⁴²

Handelsblatt

Das Handelsblatt ist eine deutsche Abonnement-Tageszeitung, die von der Verlagsgruppe Handelsblatt veröffentlicht wird. Dabei liegt ihr Hauptthema im Wirtschaftssektor. Chefredakteur ist Bernd Ziesemer und Sitz der Zeitung ist Düsseldorf. Das Blatt erschien erstmals 1946 und seitdem immer bösentätlich von Montag bis Freitag. Die Zeitung hat eine Auflage von über 138 000 Exemplaren⁴³. Die Reichweite beziffert sich dabei auf 464 000 Leser.⁴⁴

Financial Times Deutschland

Die Financial Times Deutschland (FTD) ist eine täglich wochentags erscheinende Wirtschaftszeitung. Verlegt wird die Zeitung von der Financial Times Deutschland GmbH & Co. KG, die zur Verlagsgruppe Gruner + Jahr gehört. Der Sitz der Hauptredaktion ist in Hamburg. Chefredakteur ist Steffen Klusmann. Die erste Ausgabe der FTD erschien 2000 nach dem Vorbild des britischen Mutterblattes Financial Times (FT): Ebenso wie die FT wird die FTD auf orangefarbenem Papier gedruckt und unterscheidet

⁴⁰ <http://30jahre.taz.de/2009/07/taz-hat-fast-so-viele-leser-wie-die-frankfurter-rundschau/>; 04. 09. 2009, 11:30 Uhr

⁴¹ <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>; 11. 09. 2009, 11:00 Uhr

⁴² http://www.vhb.de/VHBContent/Portfolio/WirtschaftsWoche/default_41.aspx; 11. 09. 2009, 11:10 Uhr

⁴³ <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true>; 04. 09. 2009, 11:45 Uhr

⁴⁴ http://www.vhb.de/VHBContent/Portfolio/Handelsblatt/default_11.aspx; 11. 09. 2009, 11:10 Uhr

sich somit schon äußerlich von anderen deutschen Tageszeitungen.⁴⁵ Die Auflage der FTD beziffert sich auf über 104 000 Exemplare⁴⁶ und die Leserschaft auf 313 000 Leser⁴⁷.

Südafrika

Seit dem Ende der Apartheid, Mitte der 1990er Jahre, herrscht Pressefreiheit in Südafrika und dies war der Startschuss für die Entwicklung des Zeitungsmarktes. Momentan erscheinen über 50 Tageszeitungen, Wochen- und Sonntagsblätter, davon nur wenige überregional. Der Großteil wird regional in bestimmten südafrikanischen Provinzen veröffentlicht. Dabei wird der südafrikanische Pressemarkt von vier Medienkonzernen und Verlagen beherrscht: Avusa, Caxton and CTP Publishers and Printers Limited (Caxton/ CTP), Independent Newspaper und Naspers.⁴⁸

Für die Untersuchung der Vorberichterstattung zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika wurden die im folgenden kurz vorgestellten zehn südafrikanischen Printmedien aus dem Jahr 2008 analysiert.

Beeld

Beeld (= Bild; afrikaans; Anm. d. Autors) ist eine südafrikanische Tageszeitung, die in der Sprache Afrikaans veröffentlicht wird. Sie erscheint seit 1974 in den Provinzen Gauteng, KwaZulu-Natal, Limpopo, Northwest Province und Mpumalanga. Der Redaktionssitz befindet sich in Johannesburg. Herausgeber ist der südafrikanische Medienkonzern Naspers⁴⁹, der seinen Sitz in Kapstadt hat. Die Auflage liegt bei über 100 000 Exemplaren⁵⁰ und die Zahl der Leser beläuft sich auf 575 000.⁵¹ Die Zeitung trägt den Untertitel „Jouwêreld, joukoerant“ (= „Deine Welt, Deine Zeitung“; afrikaans; Anm. d. Autors).

⁴⁵ <http://www.gujmedia.de/portfolio/zeitungen/ftd/?nv=rdir#>; 04. 09. 2009; 12:00 Uhr

⁴⁶ http://www.gujmedia.de/portfolio/zeitungen/ftd/?card=auflage_reichweite; 04. 09. 2009; 12:00 Uhr

⁴⁷ <http://www.gujmedia.de/portfolio/zeitungen/ftd/?card=leserschaft>; 04. 09. 2009, 12:00 Uhr

⁴⁸ <http://www.suedafrikatour.de/allgemeines/medien.htm#Zeitungen>; 08. 09. 2009, 14:50 Uhr

⁴⁹ Südafrikanischer Medienkonzern; Bereich Printmedien, Fernsehen und Internet; Tochterunternehmen *Media24* hält Monopol im Bereich der afrikaanssprachigen Zeitungen und Zeitschriften

⁵⁰ http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&i_CategoryID=4&lang=Eng; 02. 09. 2009, 16:30 Uhr

⁵¹ <http://www.bizcommunity.com/PressOffice/AboutUs.aspx?i=344>; 20. 09. 2009, 14:20 Uhr

Die Burger

Die Burger (= die Bürger, afrikaans; Anm. d. Autors) ist eine afrikaanssprachige Tageszeitung in Südafrika, die in den Provinzen Western Cape und Eastern Cape erscheint. Ihr Hauptredaktionssitz ist in Kapstadt und sie wird von dem südafrikanischen Medienkonzern Naspers herausgegeben. Die Zeitung wurde 1915 als niederländischsprachige Zeitung gegründet. Der Untertitel „onsnuwekoerantvir 'n nuwewêreld“ (= „Unsere neue Zeitung für eine neue Welt“; afrikaans; Anm. d. Autors) betont die Veränderung von einem politisch nahen Blatt zur Zeit der Apartheid zu einem heutzutage politisch bindungslosen. Mit mehr als 102 000 Exemplaren ist Die Burger die größte Zeitung an der Westküste Südafrikas.⁵²

The Star

The Star, ansässig in der südafrikanischen Provinz Gauteng mit Hauptsitz in Johannesburg, ist nach eigenen Angaben die einflussreichste Tageszeitung in Südafrika. Die Auflage bezifferte sich im Jahr 2008 auf über 168 000 Exemplare und die Leserschaft auf 840 000 Leser.⁵³ Eigentümer dieser Zeitung ist das irische Medienunternehmen Independent News and Media⁵⁴. The Star ist eine kleinformatige Zeitung mit einer boulevardesken Aufmachung. Herausgeber der Tageszeitung ist Moegsien Williams.

Cape Times

Die Cape Times ist eine englischsprachige Tageszeitung, die dem Medienunternehmen Independent News and Media gehört und in Kapstadt erscheint. Das Blatt ist eine großformatige Tageszeitung mit einem seriösen Journalismus. Die Zeitung hat eine Auflage von mehr als 47 000 Exemplaren mit 272 000 Lesern.⁵⁵ Herausgegeben wird die Zeitung von Tyrone Weaver. Das erste Zeitungsexemplar wurde 1876 vom Herausgeber Frederick York St Leger veröffentlicht.

Business Day

Business Day ist Südafrikas einzige täglich erscheinende Wirtschaftszeitung. Sie berichtet über Unternehmen, Politik, Arbeiterschaft

⁵² <http://www.biz-community.com/Article/196/90/7614.html>; 10. 09. 2009, 13:20 Uhr

⁵³ <http://www.thestar.co.za/index.php?fSectionId=2498>; 10. 09. 2009, 13:25 Uhr)

⁵⁴ Independent News and Media: irisches Medienunternehmen, dem weltweit Zeitungen, Radiostationen, gewerbliche Internetseiten und Werbetafeln gehören; CEO ist Tony O'Reilly

⁵⁵ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fSectionId=3234>; 10. 09. 2009, 13:25 Uhr

und aktuelle Nachrichten. Die Zeitung gehört zu gleichen Teilen der Avusa Limited und dem britischen Konzern Pearson und wird von der Firma BDFM Publishers (Pty) Ltd. verlegt. Die Auflage beziffert sich auf über 41 000 Exemplare (Stand: März 2008) mit einer Leserschaft von 168 000 Lesern.⁵⁶

Sowetan

Die Sowetan ist eine südafrikanische Tageszeitung in englischer Sprache. Sie wurde 1981 in dem Township Soweto in Johannesburg gegründet und kostenlos an die schwarze Bevölkerung verteilt und unterstützte deren Kampf gegen die Apartheid. Die Zeitung schreibt in einem politisch links orientierten redaktionellen Ton und ist dem ANC (African National Congress)⁵⁷ nahestehend. Die Sowetan ist eine kleinformatische Tageszeitung mit einem eher boulevardesken Journalismus. Eigentümer und Herausgeber der Zeitung ist das südafrikanische Medienunternehmen Avusa. Der Sitz der Hauptredaktion ist in Johannesburg. Im Jahr 2006 hatte die *Sowetan* eine Auflage von 124 000 Exemplaren und eine Leserschaft von 1,6 Millionen Lesern.⁵⁸

Daily Sun

Die Daily Sun ist Südafrikas größte Tageszeitung. Bislang wird die Zeitung in den Provinzen Gauteng, Limpopo, Mpumalanga und Northwest Province veröffentlicht, soll aber in die Provinzen KwaZulu-Natal, Free State und Eastern Cape erweitert werden. Das südafrikanische Medienunternehmen Naspers ist Eigentümer und Herausgeber der Daily Sun. Deren Printabteilung Media24 zufolge hat die Daily Sun eine Auflage von 500 000 Exemplaren⁵⁹. Dabei beträgt die Reichweite mehr als fünf Millionen Leser.⁶⁰

The Citizen

The Citizen ist eine kleinformatische südafrikanische Tageszeitung. Sie war die einzige englischsprachige Tageszeitung, die sich gegenüber der National Party⁶¹ in der Zeit der Apartheid unterstützend geäußert hat. Das

⁵⁶ <http://www.businessday.co.za/AboutUs/Home.aspx>; 02. 09. 2009, 16:00 Uhr

⁵⁷ ANC: südafrikanische Partei; seit dem Ende des Apartheid-Regimes 1994 stellt sie die Regierung Südafrikas. Die Partei versteht sich als Interessenvertretung der schwarzen Bevölkerung in Südafrika.

⁵⁸ <http://www.bizcommunity.com/Account/196/23/1812.html>; 10. 09. 2009, 13:30 Uhr

⁵⁹ http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&lang=Eng&i_CategoryID=5; 02. 09. 2009, 15:00 Uhr

⁶⁰ <http://www.saarf.co.za/amps/Readership%20Summary2008a.pdf>; 11. 09. 2009, 11:40 Uhr

⁶¹ Die National Party war die Regierungspartei in Südafrika zur Zeit der Apartheid von 1948 bis 1994. Sie wurde 2005 aufgelöst.

Blatt wurde 1976 gegründet und erscheint jetzt sechs Tage pro Woche vorrangig in der Provinz Gauteng. Die Zeitung ist Eigentum und wird herausgegeben von der südafrikanischen Verlagsgesellschaft CTP/Caxton. Der Sitz der Redaktion ist Johannesburg und Redakteur der Zeitung ist Martin Williams. The Citizen hat eine Auflage von mehr als 90 000 Exemplaren und eine Leserschaft von über 460 000 Leser.⁶²

City Press

City Press ist eine südafrikanische Sonntagszeitung, die sich speziell an die schwarzen Leser richtet. Sie ist die am vierthäufigsten gelesene Zeitung in Südafrika. Das Blatt wird landesweit und in den Nachbarstaaten Botswana, Lesotho, Namibia und Swaziland verkauft. Ihre Leserschaft beziffert sich auf über 2,3 Millionen Leser bei einer Auflage von mehr als 181 000 Exemplaren.⁶³ City Press wurde 1982 gegründet und ist heute Eigentum des südafrikanischen Medienunternehmens Naspers.

Financial Mail

Die Financial Mail gehört zu den führenden englischsprachigen Wirtschaftsmagazinen in Südafrika. Ihre Auflage beziffert sich auf knapp 30 000 Exemplare bei einer Leserschaft von 215 000 Lesern. Das Magazin wurde 1959 gegründet. Die Redaktion sitzt in Johannesburg. Die Financial Mail wird verlegt von der Firma BDFM Publishers (Pty) Ltd.⁶⁴

Für die Wahl von Printmedien als Untersuchungsmaterial spricht, dass sie leicht zugänglich sind, da sie einfach zu archivieren und jederzeit zu beschaffen sind. Selbstverständlich repräsentiert diese Auswahl nur einen bestimmten Ausschnitt aus der medialen Vielfalt.

Die Artikel in den Zeitungen sind „einzelne, physisch überschaubare Einheiten, die nebeneinander gelegt, mitgenommen und archiviert werden können“⁶⁵. Sie sind noch nach langer Zeit für eine Forschung zugänglich, da sie z. B. von Bibliotheken oder anderen Archiven aufbewahrt werden. Die Zeitungsartikel enthalten eine umfangreiche und gründlich recherchierte Berichterstattung, die dennoch immer aktuell ist und auch Hintergründe ermittelt. Trotz der immer größer werdenden Nutzung der Funkmedien, wie Radio und Fernsehen sowie der Neuen Medien, wie

⁶² http://www.southafrica.info/ess_info/sa_glance/constitution/news.htm; 11. 09. 2009, 11:50 Uhr

⁶³ http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&lang=Eng&i_CategoryID=11; 02. 09. 2009, 16:20 Uhr

⁶⁴ <http://free.financialmail.co.za/aboutus/aboutusfm.html>; 02. 09. 2009, 17:00 Uhr

⁶⁵ RÖSSLER, 2005, S. 61

Internet, besteht für die Printmedien weiterhin eine hohe Reichweite in der Bevölkerung. Aufgrund dieses umfangreichen und tiefgründigen Inhalts, ihrer hohen Verbreitung und der einfachen Bearbeitung erweisen sich die Printmedien somit als dankbares Untersuchungsmaterial.

Eine Analyse aller deutschen sowie südafrikanischen Printmedien würde den Umfang dieser Arbeit sprengen, deshalb wurde die Auswahl auf die jeweils acht bzw. zehn auflagenstärksten Printmedien konzentriert.

2.3 Operationalisierung

„Unter ‚Operationalisierung‘ wird der Vorgang der Umsetzung von Fragestellungen, Begriffen und Hypothesen in eine konkrete Untersuchung verstanden“⁶⁶. Das bedeutet, dass die vorliegenden Ausprägungen aus den Zeitungsartikeln in Auswahlseinheiten und Kategorien integriert wurden und somit verarbeitbar für die Messung und Codierung gemacht wurden. Im Folgenden wird beschrieben, in welcher Form und nach welcher Art und Weise die vorliegenden Daten – die Zeitungsartikel – untersucht und ausgewertet wurden.

2.3.1 Erhebungsmethode

Es gibt drei Methoden, wie eine Datenerhebung durchgeführt werden kann: mithilfe der Beobachtung, der Befragung oder der Inhaltsanalyse. Im vorliegenden Fall wird die Methode der Inhaltsanalyse verwendet. Für die Analyse wurde von Media Tenor eine Datenerhebung bzw. Codierung vorgenommen. Dafür wurden die Inhalte der zu untersuchenden Texte, in diesem Fall der Zeitungsartikel, analysiert. Die von Media Tenor erhobenen Daten basieren auf einer umfangreichen täglichen Analyse der definierten deutschen und südafrikanischen Printmedien. Die Ergebnisse dieser Datenerhebung beschreibe und interpretiere ich in dieser Untersuchung.

Die Erhebungsmethode der Inhaltsanalyse ist in diesem Fall der Untersuchung von Zeitungsbeiträgen eine nicht reaktive Form der Erhebung. „Auch bei mehrfacher Anwendung der Inhaltsanalyse bleibt ein Zeitungsartikel derselbe Artikel“⁶⁷.

Dabei ist noch weiter zu unterscheiden in qualitative und quantitative Inhaltsanalyse. Gemäß RÖSSLER wird in ‚standardisierte‘ und ‚nicht standardisierte‘ Methode unterschieden⁶⁸. Die Untersuchung durch Media Tenor beruht auf der standardisierten Inhaltsanalyse. Dafür wird eine computergestützte Methodik angewandt. In der vorliegenden Arbeit wird

⁶⁶ BONFADELLI, 2002, S. 87

⁶⁷ RÖSSLER, 2005, S. 21

⁶⁸ RÖSSLER, 2005, S. 16 f.

dies mit eigenen Interpretationen erweitert und somit zu einer qualitativen Inhaltsanalyse ergänzt. Dafür wurde die Berichterstattung in den jeweiligen Printmedien Deutschlands und Südafrikas jeweils zwei Jahre vor dem Ereignis „Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land“ zu dem Thema durchsucht und analysiert. Dies ermöglicht, „allgemeine und verallgemeinerbare Aussagen“⁶⁹ aus den zahlreichen medialen Botschaften zu ziehen.

2.3.2 Erhebungsinstrument

Das Erhebungsinstrument der Inhaltsanalyse ist das Kategoriensystem, also das Codebuch. Bei der Bildung des Kategoriensystems beziehen sich die Kategorien immer auf die Kommunikationsinhalte, die zur Lösung oder Beantwortung der Forschungsfrage wichtig sind.

2.3.3 Konkrete Operationalisierung

Im Fall der vorliegenden Untersuchung sah die Operationalisierung wie folgt aus: Die Aufgabe: Vergleich der Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Um diesen Vergleich durchzuführen, war eine Erläuterung der in der Aufgabenstellung enthaltenen Begriffe vorzunehmen: Was bedeutet „Vorberichterstattung“ und „Fußball-Weltmeisterschaft“? Die Operationalisierung dieser Begriffe fand wie folgt statt: „Vorberichterstattung“: Welche Medien sind zu untersuchen? Welcher Zeitraum soll untersucht werden? Der zu untersuchende Zeitraum auf den sich die Vorberichterstattung bezog, wurde in der Forschungsfrage bereits definiert: Berichte jeweils zwei Jahre vor der Großveranstaltung im eigenen Land wurden für die Untersuchung analysiert, also die Berichte der deutschen Medien aus dem Jahr 2004 für die WM 2006 und die Artikel der südafrikanischen Medien aus dem Jahr 2008 für die WM 2010. „Fußball-Weltmeisterschaft“: Für die Messung auf Artikelebene wurden alle Artikel im Nachrichtenteil, im politischen und wirtschaftlichen Teil sowie in der Meinungssektion der Zeitungen daraufhin untersucht, ob sie genau den Begriff „Fußball-Weltmeisterschaft“ beinhalten. In den südafrikanischen Printmedien entsprechend der englische Begriff „Soccer World Cup“. Das Thema „Fußball-Weltmeisterschaft“ wurde außerdem mit einem Kategorienschema differenzierter gemessen, indem diese Themen codiert wurden und dann zusammengenommen als „Fußball-Weltmeisterschaft“

⁶⁹ RÖSSLER, 2005, S. 16

verstanden wurden: Kategorienschema für den Begriff „Fußball-Weltmeisterschaft“ bzw. „Soccer World Cup“:

1. FIFA⁷⁰
2. Weltmeisterschaft 2006/ World Cup 2010
3. WM 2006/ WC 2010
4. Fußball-Nationalmannschaft/ Soccer National Team
5. Deutsche Elf/ Bafana Bafana⁷¹

2.3.4 Definition der Einheiten

Im Folgenden wird beschrieben, wie die Einheiten festgelegt wurden, die bestimmen, welche Aussagen der Berichterstattung interessieren und die eingangs gestellte Forschungsfrage beantworten.

Als erstes wurden die Auswahlinheiten definiert: das sind die gegenständlich existierenden Materialien, die aus dem umfassenden verfügbaren Medienmaterial für die vorliegende Analyse ausgesucht wurden. Also die von Media Tenor festgelegten acht meinungsstärksten Printmedien in Deutschland: Bild, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, die tageszeitung, Frankfurter Rundschau, Wirtschaftswoche, Handelsblatt und die Financial Times Deutschland sowie die zehn meinungsstärksten Printmedien in Südafrika: Beeld, Die Burger, The Star, Cape Times, Business Day, Sowetan, Daily Sun, The Citizen, City Press und Financial Mail. Dabei wurden alle Ausgaben der genannten deutschen Printmedien aus dem Jahr 2004 und alle Ausgaben der genannten südafrikanischen Printmedien aus dem Jahr 2006 durchsucht. Die Auswahl dieses Zeitraums erfolgte entsprechend der Forschungsfrage über die Berichterstattung jeweils zwei Jahre vor der Fußball-WM im eigenen Land.

Als Elemente der Auswahlinheit wurden anschließend die Analyseeinheiten definiert. Das waren die einzelnen Beiträge der o. g. Printmedien – die Artikel. Dabei waren die Artikel physikalisch definiert durch ihren Anfang, der Überschrift und ihrem Ende, dem Name des Autors. Dabei war zu beachten, dass Artikel, die auf einer Seite beginnen und auf einer anderen fortgesetzt werden, als ein Artikel codiert wurden. Für die inhaltliche Definition der Analyseeinheiten wurden im folgenden Schritt (siehe Punkt 2.3.5) die Kategorien gebildet.

⁷⁰ Fédération Internationale de Football Association, dt. Internationale Föderation des Verbandsfußballs

⁷¹ = „unsere Jungs“, in einer der südafrikanischen Stammessprache isiZulu; Südafrikanische Fußballnationalmannschaft wird so von ihren Anhängern bezeichnet

Mit der Codiereinheit wurden die für die Beantwortung der Forschungsfrage interessanten Inhalte der zu untersuchenden Materialien dargestellt. Jeder zu analysierende Artikel ist auf das Thema „Fußball-Weltmeisterschaft“ hin untersucht worden. Dabei erfolgte die Unterteilung in formale und inhaltliche Codiereinheiten. Der Artikel wurde zum Einen bezüglich seiner Platzierung in dem Printmedium untersucht und zum Anderen der genannten Akteure, Themen und Meinungen. Die Prüfung erfolgte hinsichtlich Personen, Orte, Ereignisse und Objekte, die im Zusammenhang mit dem Forschungsthema stehen: für Deutschland z. B. Jürgen Klinsmann⁷², Olympiastadion Berlin, Confederations Cup 2005, deutsche Fußballnationalmannschaft etc.; für Südafrika z. B. Joel Santana⁷³, Loftus-Versfeld-Stadion Pretoria, Confederations Cup 2009, Bafana Bafana etc. Im Zuge der Themenanalyse wurden die Beiträge auf Unterthemen wie z. B. Infrastruktur, Stadionbau sowie deren Erneuerungen, Mannschaftsvorbereitungen u. a. analysiert. Für die Meinungsprüfung wurden die Artikel auf Argumente, Meinungsäußerungen und Kommentare hin durchsucht.

Die Kontexteinheit wurde so definiert, dass die zu untersuchenden Aussagen eines Artikels nicht alleinstehend geprüft wurden, sondern im Zusammenhang mit dem gesamten Artikel standen und somit im Zweifelsfall ein Rückgriff auf den größeren Berichtskontext erfolgen konnte. Also wurden z. B. Zitate von interviewten Personen der FIFA nicht als alleinstehende Information analysiert, sondern zusätzlich deren Zusammenhang im Artikel hinzugefügt. Sonst wäre es sicher in einigen Fällen nicht möglich gewesen, die zitierte Person, deren Meinung sowie den genauen thematischen Zusammenhang richtig zuzuordnen. Folglich diente die Kontexteinheit der Nutzung von Informationen, die zum richtigen und kompletten Verständnis des Medieninhalts nötig waren.

2.3.5 Kategorienbildung

Für die o. g. Analyseeinheiten wurden die einzelnen Kategorien detailliert festgelegt. Diese Kategorien mussten für die Beantwortung der Forschungsfrage und der Unterfragen relevant und theoretisch überprüfbar sowie voneinander unabhängig sein. Weiterhin mussten die Ausprägungen des Kategoriensystems vollständig sein, also alle nur möglichen Fälle abdecken können. Außerdem sollte jeder zu untersuchende Fall eindeutig zu einer Kategorie zugeordnet werden können.

⁷² 2004 – 2006 Trainer der deutschen Fußball-Nationalmannschaft

⁷³ seit Mai 2008 Trainer der südafrikanischen Fußball-Nationalmannschaft

Für die Definition der formalen Kategorien wurde als erstes die Auswahl der zu untersuchenden Printmedien vorgenommen. Dies erfolgte wie bereits beschrieben für die acht deutschen Printmedien und die zehn südafrikanischen Printmedien. Danach wurde das Datum der veröffentlichten Artikel festgestellt. Die Veröffentlichung musste in dem zu untersuchenden Zeitraum liegen: 2004 für die deutschen Medien bzw. 2008 für die südafrikanischen Medien. Anschließend wurden die Seite sowie die Position des Artikels auf der Seite erfasst. Damit wäre es möglich, die Wichtigkeit bestimmter Themen in den Zusammenhang zu der Position des Artikels aufzuzeigen. Dieser Zusammenhang wird aber in dieser Arbeit nicht betrachtet.

Es folgte die Festlegung der inhaltlichen Kategorien. Hier wurde als erstes die geografische Region, in der das im Artikel beschriebene Ereignis stattfand, codiert. Dafür gab es neben den spezifischen Ländernamen auch Codieralternativen wie ‚weltweit‘, ‚mehrere Länder‘ aber auch ‚unbekanntes Land‘. Waren hingegen internationale Organisationen wie die Vereinten Nationen, die Europäische Union oder auch FIFA zu codieren, wurde als geografische Region ‚internationale Organisation‘ bestimmt. Für die folgende Codierung der Themen wurden die Codierer dahingehend geschult, dass sie nur das vorherrschende Thema des Artikels codiert haben. Bei der Codierung der Themen wurde als erstes die Hauptkategorie codiert: ‚Sport‘. Anschließend erfolgte die Codierung des Unterthemas ‚Fußball-Weltmeisterschaft‘. Letztendlich wurden die individuellen Themen der jeweiligen Artikel codiert: ‚Vorbereitungen zur Fußball-WM‘, ‚Infrastruktur‘, ‚Mannschaftsvorbereitungen‘ und ‚Förderung‘. Weitere Themen, die in keine der bisher genannten Alternativen passen, wurden als ‚sonstiges‘ codiert. Für die südafrikanischen Medien galten die entsprechenden englischen Begriffe für die Erstellung und Anwendung des Kategoriensystems.

Für die Bestimmung der wertenden Kategorien wurden die Artikel auf Meinungen und Kommentare untersucht. Die Bewertung eines Themas konnte sowohl explizit im Artikel ausgeschrieben sein, in Form von eindeutigen positiven oder negativen Beurteilungen, als auch implizit, wenn ein dargelegter Inhalt in einen positiven oder negativen Kontext eingebettet wurde. Dem entsprechend wurden die Themen als ‚positiv‘ oder ‚negativ‘ codiert. War jedoch keine Tendenz hinsichtlich der Bewertung zu erkennen, wurde das Thema als ‚neutral‘ codiert.

2.4 Codierung

Die Codierung erfolgte durch die Codierer in den Büros des Unternehmens Media Tenor Institute for Media Analysis in Pretoria, Südafrika sowie Lugano, Schweiz. Dabei erfolgte die Codierung gemäß dem vom Unternehmen Media Tenor angelegten Codebuch. Die erhobenen Daten wurden in das Analyseprogramm SPSS eingespeist und darin für die Analyse weiter bearbeitet. Dies hat den Vorteil, dass alle Daten fertig für die Weiterverarbeitung vorliegen und ohne weitere, fehleranfällige Dateneingabe der jeweiligen Analyse zur Verfügung stehen.

3 Durchführung

3.1 Testvorbereitung

Die Testvorbereitung bestand einerseits aus der Schulung der Codierer und andererseits aus der Erstellung des Codebogens. Alle Codierer wurden nach den Kriterien des Codierens gleichermaßen von Media Tenor trainiert. Ihre Arbeit wurde alle zwei Monate einer Datenüberprüfung unterzogen und außerdem wöchentlich in Form von Stichproben überprüft, um eine Intercoder-Reliabilität von mindestens 80 Prozent zu gewährleisten. Das bedeutet, dass eine Übereinstimmung von mindestens 80 Prozent bestehen soll, wenn zwei oder mehrere Codierer das gleiche Material codiert haben. Der erstellte Codebogen ist tägliches Arbeitsmaterial der Codierer von Media Tenor und wurde entsprechend der definierten Kategorien für die Beantwortung meiner Forschungsfrage angewandt.

3.2 Pretest

Ebenso wie die eigentliche Codierung wurde die Probecodierung, der sog. Pretest, ebenfalls von Media Tenor vorgenommen. Dieser Test erfordert Objektivität, Reliabilität und Validität. Diese Forderungen sind notwendig, damit für die eigentliche Untersuchung die höchstmögliche Zuverlässigkeit der Daten gewährleistet werden kann. Objektivität im Sinne der Medieninhaltsanalyse meint, dass der Codierer keine subjektiven Empfindungen in seine Codierung bringt. Erforderlich für die Inhaltsanalyse ist, dass die Untersuchung jederzeit wiederholbar wäre und dann die gleichen Ergebnisse erzielt werden könnten. Die Reliabilität ist also Voraussetzung für die Replizierbarkeit von Ergebnissen unter gleichen Bedingungen. Dabei wird zum Einen geprüft, ob das gleiche Codiererergebnis bei identischen Codierern in verschiedenen Codiervorgängen erzielt wird (Intracoder-Reliabilität) und zum anderen, ob das gleiche Codiererergebnis von verschiedenen Codierern bei identischem Material erreicht wird (Intercoder-Reliabilität).⁷⁴ Die Überprüfung der Validität der Codierung ist schwieriger als die der Reliabilität. Es wird geprüft, ob wirklich das gemessen wurde, was laut der Forschungsfrage und der Hypothesen auch gemessen werden sollte.⁷⁵ Im Zuge dieser

⁷⁴ <http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:ZP0JIZsO7DkJ:www.uni-leipzig.de/~jenderek/WS0607/referate/Albrecht.pdf+Intracoderreliabilit%C3%A4t&hl=de&gl=de>; 20. 09. 2009, 15:25 Uhr

⁷⁵ RÖSSLER, 2005, S. 197

Probecodierung werden Fehler, wie Ungenauigkeiten, Überschneidungen von Kategorien u. a. erkannt und behoben.

3.3 Haupttest

3.3.1 Haupterhebung der Daten aus den untersuchten deutschen Printmedien des Jahres 2004

Einleitend seien einige Hintergründe genannt, die die Berichterstattung mit beeinflusst haben können: In Deutschland leben über 82 Millionen Menschen.⁷⁶ Fußball ist die beliebteste Sportart in Deutschland. Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) zählt mittlerweile über 6,68 Millionen Mitglieder und mehr als 178 000 Mannschaften.⁷⁷ In Deutschland ist neben der Fußballnationalmannschaft der Männer auch die der Damen sehr erfolgreich. Sie wurden u. a. im Jahr 2007 Fußball-Weltmeister und 2009 Europameister.

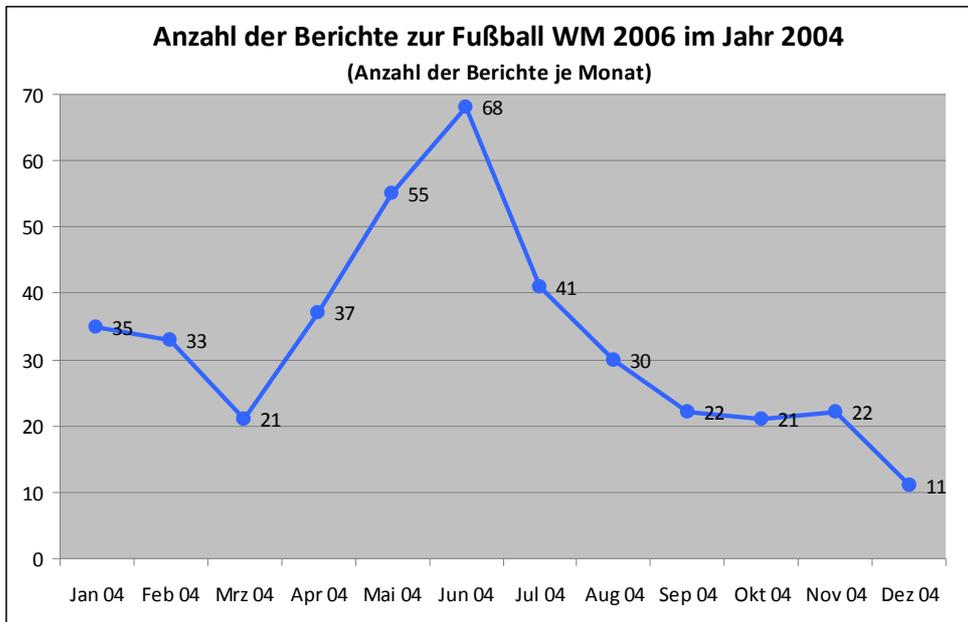
Des Weiteren können wirtschaftliche, politische und sportliche Ereignisse die im Jahr 2004 die Medien füllten und die Berichterstattung zur Fußball-WM 2006 beeinflusst haben: Im Januar und Februar 2004 fand die Handball-Europameisterschaft der Männer in Slowenien statt. Die deutsche Handballnationalmannschaft siegte im Finale gegen Gastgeber Slowenien und wurde zum ersten Mal Europameister. Einen Monat später trat Bundeskanzler Gerhard Schröder als Parteivorsitzender der SPD zurück. Im April demonstrierten etwa eine halbe Million Menschen in Deutschland gegen die Reformkurse der Bundesregierung. Im Mai wurde Horst Köhler zum neuen Bundespräsidenten gewählt und trat im Juli sein Amt an. Von August bis Oktober demonstrierten viele Deutsche gegen die neuen Hartz-IV-Gesetze. In den Medien wurde wieder der Begriff „Montagsdemonstration“ verwendet.

⁷⁶ http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de_zs01_bund.asp; 29. 09. 2009, 10:15 Uhr

⁷⁷ <http://www.dfb.de/index.php?id=11015>; 28. 09. 2009, 19:15 Uhr

a) Wie hoch war die Anzahl der Berichte zur Fußball-WM in Deutschland in den acht auflagenstärksten Printmedien?

Abbildung 3: Anzahl der Berichte zur Fußball-WM 2006 im Jahr 2004⁷⁸



Im Laufe des Jahres 2004 sind 396 Berichte in den deutschen Printmedien zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 erschienen. Zum Jahresbeginn erschienen im Januar 35 und im Februar 33 Artikel, die die bevorstehende Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land zum Thema hatten. Im März fiel die Berichterstattung leicht ab auf 21, stieg im April aber wieder auf 37 Artikel. Die meisten Berichte wurden dabei in den Monaten Mai, Juni und Juli veröffentlicht, mit 55, 68 und 41 Berichten. Im Monat Juni wurde somit der Jahreshöchstwert erreicht. Im August erschienen 30 Artikel in den deutsche Printmedien zur WM 2006. In den Herbstmonaten wurden im September 22 Artikel, im Oktober 21 und im November noch einmal 22 publiziert. Mit nur elf Berichten zur Fußball-WM ging der Dezember 2008 als der Monat mit der geringsten Berichterstattung zu diesem Thema in die Codierung ein.

Hintergrund:

Im Januar wurde über die Entscheidung berichtet, dass die offizielle Eröffnungsfeier der Fußball-WM 2006 in München stattfindet.⁷⁹ Außerdem

⁷⁸ erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

wurde darüber informiert, dass Fußballfans ihre WM-Tickets mit Kreditkarte im Internet kaufen müssen.⁸⁰ Ferner wurde auch über den bevorstehenden Afrika-Cup in Tunesien berichtet.⁸¹ Die Berichterstattung im Februar wurde von Artikeln über die Fernsehübertragung der Fußball-WM beherrscht.⁸² Im Zusammenhang mit den Problemen des Mautprojektes kamen in den Berichten im Februar Warnungen vor einem Verkehrschaos zur Fußball-WM 2006 zur Sprache.⁸³ Die wenigen Berichte im März bezogen sich auf die Überlegungen der deutschen Nationalmannschaft zur Wahl ihrer Unterkunft während der WM⁸⁴, brachten aber auch die Frage nach dem „richtigen“ Torwart für die deutsche Nationalmannschaft zur WM auf.⁸⁵ Außerdem geriet in diesem Monat der Korruptionsskandal um den Stadionneubau in München in die Medien.⁸⁶ Anfang April sorgten Artikel für Aufmerksamkeit, die über eine mögliche Einnahme von leistungssteigernden Mitteln durch die deutsche Fußball-Nationalmannschaft der WM 1954 berichteten.⁸⁷ Weitere Themen der Berichterstattung im April waren das Kulturprogramm, welches für die WM neben dem Fußballplatz stattfinden sollte⁸⁸ und die angekündigte „Bier-Zensur“, nach der in den Stadien zur WM kein heimisches Bier ausgeschenkt werden sollte.⁸⁹ Außerdem wurden in den Berichten Bedenken zum zeitlich engen Plan für den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur in den Austragungsorten der Weltmeisterschaft

⁷⁹ http://archiv.sueddeutsche.apa.at/sueddz/index.php?id=A23905079_OGTPOGWPPRPOORGRETHSGEOCOGWETPSPCT; 21. 09. 2009, 10:15 Uhr)

⁸⁰ <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2004/01/23/a0099>; 21. 09. 2009, 10:45 Uhr

⁸¹ <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2004/01/24/a0204>; 21. 09. 2009, 11:00 Uhr

⁸² http://www.faz.net/s/Rub8A25A66CA9514B9892E0074EDE4E5AFA/Doc~EAE58F90A8174EEF8E54B30F59CED6D8~ATpl~Ecommon~Scontent.html?rss_googlefeed_sport; 21. 09. 2009

⁸³ http://www.faz.net/s/Rub594835B672714A1DB1A121534F010EE1/Doc~EF320399C24F144C7BA10A9C252955E69~ATpl~Ecommon~Scontent.html?rss_googlefeed_politik; 21. 09. 2009, 11:15 Uhr

⁸⁴ <http://www.handelsblatt.com/archiv/drei-sterne-koch-fuer-den-vierten-stern;725550>; 21. 09. 2009, 11:20 Uhr

⁸⁵ <http://www.taz.de/nc/1/archiv/archiv-start/?ressort=zm&dig=2004%2F03%2F12%2Fa0212&cHash=603c7934a6>; 21. 09. 2009, 11:30 Uhr

⁸⁶ <http://www.handelsblatt.com/archiv/bauskandal-bringt-wm-macher-in-erklarungszwang;719588>; 21. 09. 2009, 11:25 Uhr

⁸⁷ <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2004/04/01/a0202>; 21. 09. 2009, 13:00 Uhr

⁸⁸ <http://www.handelsblatt.com/archiv/kultur-pur-bei-der-wm-2006;732630>; 21. 09. 2009, 12:45 Uhr

⁸⁹ <http://www.faz.net/s/RubCD175863466D41BB9A6A93D460B81174/Doc~EEE220626A83349519C3C407DF2618522~ATpl~Ecommon~Scontent.html>; 21. 09. 2009, 12:45 Uhr

geäußert.⁹⁰ Im Mai wurden u. a. Berichte über Zusammenarbeiten von Hotelbetreibern⁹¹, zum Confederations Cup 2005⁹² und zur offiziellen Vergabe der Fußball-WM 2010 an Südafrika⁹³ publiziert. Außerdem wurden die Vorbereitungen in der Nationalmannschaft in Form von voraussichtlichen Neuzugängen beschrieben.⁹⁴ Weitere Berichte hatten die Auszeichnung von Franz Beckenbauer und Günter Netzer mit dem „Jahrhundert-Verdienstorden“ zum Thema.⁹⁵ Anfang Juni bestimmten Berichte über Sponsorenverträge für die WM die deutschen Medien.⁹⁶ Aber DAS große Thema in der Berichterstattung in den deutschen Medien diesen Monat war der Rücktritt von Rudi Völler als Bundestrainer.⁹⁷ Daneben rückte noch ein anderes personelles Thema ins Zentrum der Berichterstattung: Die Frage nach dem richtigen Torwart für die deutsche Nationalmannschaft.⁹⁸ Im darauf folgenden Monat wurde die Frage nach einem neuen Trainer für die deutsche Fußball-Nationalmannschaft mit Jürgen Klinsmann beantwortet.⁹⁹ Allerdings wurden auch die ersten Stimmen laut, die der deutschen Nationalmannschaft keinen Erfolg für die WM vorhersagten.¹⁰⁰ Mitte Juli wurde der Spielplan für den Confederations Cup veröffentlicht.¹⁰¹ Im August erschienen Artikel zu den Themen Bauprojekte und Infrastruktur.¹⁰² In Sachen Mannschaftsvorbereitungen wurden über Personalplanungen im Allgemeinen¹⁰³ aber auch im

⁹⁰ <http://www.handelsblatt.com/archiv/verkehrsprojekte-fuer-fussball-wm-gefaehrdet;728935>, 21. 09. 2009, 12:55 Uhr

⁹¹ <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-dienstleister/hotelkonzerne-verbunden-sich-fuer-die-fussball-wm-2006%3B736557>; 21. 09. 2009, 13:15 Uhr

⁹² http://www.faz.net/s/Rub6CA0075ACD054684B48CD743621C3DEB/Doc~E526006FB193B40AC9062CFAE50CE984A~ATpl~Ecommon~Scontent.html?rss_googlefeed_rhein-main-zeitung; 21. 09. 2009, 13:20 Uhr

⁹³ <http://www.handelsblatt.com/archiv/volksfest-am-kap-suedafrika-bejubelt-wm-2010%3B738491>; 21. 09. 2009, 13:20 Uhr

⁹⁴ <http://www.handelsblatt.com/archiv/deisler-faehrt-nicht-zur-em-podolski-empfehltsich%3B740575>; 21. 09. 2009, 13:30 Uhr

⁹⁵ <http://www.handelsblatt.com/archiv/kaiser-mit-jahrhundert-orden-ausgezeichnet;740091>; 21. 09. 2009, 13:35 Uhr

⁹⁶ <http://www.handelsblatt.com/archiv/koreanische-automarken-draengen-in-deutschen-markt%3B746437>; 21. 09. 2009, 13:45 Uhr

⁹⁷ <http://www.handelsblatt.com/archiv/reaktionen-zum-ruecktritt-von-rudi-voeller%3B753397>; 21. 09. 2009, 13:40 Uhr

⁹⁸ <http://www.handelsblatt.com/archiv/nur-noch-zwei-jahre;753837>; 21. 09. 2009, 13:45 Uhr

⁹⁹ <http://www.handelsblatt.com/archiv/klinsmann-will-nur-bis-zur-wm-2006-teamchef-sein%3B767729>; 19. 09. 2009, 20:35 Uhr

¹⁰⁰ <http://www.handelsblatt.com/archiv/basler-fuerchtet-um-nationalmannschaft-br-dpa-datum-2004-07-13-13-23-12%3B761742>; 21. 09. 2009, 14:00 Uhr

¹⁰¹ <http://www.handelsblatt.com/archiv/spielplan-fuer-konfoederationen-cup-steht-br-dpa-datum-2004-07-20-12-46-30%3B765005>; 21. 09. 2009, 14:10 Uhr

¹⁰² <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2004/08/31/a0049>; 21. 09. 2009, 14:20 Uhr

¹⁰³ <http://www.handelsblatt.com/archiv/klinsmann-plant-weiter-mit-em-spielern%3B774190>; 21. 09. 2009, 14:25 Uhr

Speziellen, der Ablöse von Oliver Kahn als Mannschaftskapitän,¹⁰⁴ berichtet. Aber auch die neuen Trainingsmethoden und Fitness-Übungen, die Jürgen Klinsmann anwandte, fanden Einzug in die deutschen Medien.¹⁰⁵ Im September wurde über den Streit zwischen Jürgen Klinsmann und dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) berichtet.¹⁰⁶ Über die Vorbereitungen des bevorstehenden Freundschaftsspiels der deutschen Elf gegen Brasilien wurde ebenso geschrieben¹⁰⁷, wie auch über dessen Ergebnis.¹⁰⁸ Im Oktober wurde um freiwilliges Engagement in Form von sog. „Volunteers“, für die Weltmeisterschaft gebeten.¹⁰⁹ Außerdem berichteten die Medien darüber, dass Jens Lehmann im Tor der deutschen Elf stehen will.¹¹⁰ Es wurde über die Neuerung berichtet, dass zum ersten Mal zwei Präsidenten den DFB führen: Theo Zwanziger und Gerhard Mayer-Vorfelder.¹¹¹ In der Berichterstattung vom November wird das offizielle WM-Maskottchen „Goleo VI“ vorgestellt.¹¹² Außerdem wurde weiterhin über die Mannschaftsvorbereitungen z. B. in Form des Testspiels gegen Kamerun berichtet.¹¹³ Neben dem sportlichen Aspekt wurde im November auch über den politischen und wirtschaftlichen Nutzen der Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land berichtet.¹¹⁴ Im Dezember wurden weitere Sponsoren für die WM veröffentlicht.¹¹⁵ Außerdem wurde der Öffentlichkeit eine Lösung im

¹⁰⁴ <http://www.handelsblatt.com/archiv/kahn-nicht-mehr-dfb-kapitaen%3B777575>; 21. 09. 2009, 14:25 Uhr

¹⁰⁵ <http://www.handelsblatt.com/archiv/us-fitness-hilfe-imponiert-lehmann-und-co%3B786596>; 21. 09. 2009, 14: 30 Uhr

¹⁰⁶ <http://www.handelsblatt.com/archiv/zwanziger-droht-im-streit-mit-klinsmann-mit-ruecktritt%3B795694>; 21. 09. 2009, 14:40 Uhr

¹⁰⁷ <http://www.handelsblatt.com/archiv/brasilianer-kaempferisch-vor-treffen-unter-freunden%3B787671>; 21. 09. 2009, 14:45 Uhr

¹⁰⁸ <http://www.handelsblatt.com/archiv/klinsmann-gewinnt-punkte-gegen-skeptiker%3B788695>; 21. 09. 2009, 14:55 Uhr

¹⁰⁹ <http://www.handelsblatt.com/archiv/15-000-freiwillige-helfer-fuer-wm-2006-gesucht%3B805696>; 21. 09. 2009, 14:55 Uhr

¹¹⁰ <http://www.handelsblatt.com/archiv/lehmann-ich-will-bei-der-wm-2006-spielen%3B799566>; 21. 09. 2009, 14:55 Uhr

¹¹¹ <http://www.handelsblatt.com/archiv/mayer-vorfelder-und-zwanziger-fuehren-dfb-zur-wm-2006%3B808433>; 21. 09. 2009, 15:00 Uhr

¹¹² <http://www.handelsblatt.com/archiv/ein-sprechender-loewe-wirbt-fuer-die-wm-2006;819613>; 21. 09. 2009, 16:15 Uhr

¹¹³ <http://www.handelsblatt.com/archiv/klinsmann-nominiert-aufgebot-gegen-kamerun%3B818922>; 21. 09. 2009, 16:20 Uhr

¹¹⁴ http://www.faz.net/s/RubEC1ACFE1EE274C81BCD3621EF555C83C/Doc~E6B01B97945A743A6B260E98A2F9A5FD5~ATpl~Ecommon~Scontent.html?rss_googlefeed_wirtschaft; 21. 09. 2009, 16:30 Uhr

¹¹⁵ <http://www.handelsblatt.com/archiv/deutsche-bahn-sponsert-fussball-wm-2006%3B831238>; 21. 09. 2009, 16:40 Uhr

sog. Bier-Streit eröffnet.¹¹⁶ Weiterhin wurden in diesem Monat die Namen für die Stadien der Austragungsorte während der WM bekannt gegeben.¹¹⁷

Interpretation:

Mit einer jahresdurchschnittlichen Menge an Berichten im Januar und Februar wurden allgemein organisatorische Themen veröffentlicht. Dies war scheinbar für die breite Leserschaft von eher geringem Interesse, da sich das Ereignis für den Leser noch in einiger zeitlicher Entfernung befand. Im März ließ die Berichterstattung zum Thema WM 2006 nach. Dies lässt sich mit der jetzt sicherlich vordergründig erfolgten Berichterstattung über die Fußball-Europameisterschaft, die im Juni stattfand, erklären. In den folgenden Monaten gab es zahlreiche Veröffentlichungen zu Spekulationen zum angeblichen Gebrauch leistungssteigernder Mittel der deutschen Nationalmannschaft von 1954. Diese Annahmen konnten aber nicht bestätigt werden, so dass sie wieder aus der Medienberichterstattung verschwanden. Dies ließ natürlich auch zunehmend die Spekulationen aufkommen, ob die heutige Nationalmannschaft möglicherweise leistungssteigernde Mittel nehmen würde. Als die sog. „Bier-Zensur“ im April in den Medien veröffentlicht wurde, herrschte fast revolutionäre Stimmung in Deutschland. Die Zensur besagte, dass während der WM 2006 nur der amerikanische Brauereikonzern Anheuser-Busch seine Biermarke Budweiser in den Stadien ausschenken dürfe. Dieser sei vertraglich dazu berechtigt, einziger Bieranbieter für die WM zu sein. Amerikanisches Bier während der WM in Deutschland, dem Land mit dem höchsten Bierkonsum Europas¹¹⁸ und dem sog. „deutschen Reinheitsgebot“? Das sorgte vor allem in Bayern für aufschäumende Diskussionen und füllte die Zeitungen. Die Aufregung beruhigte sich schließlich wieder, als im Dezember ein Kompromiss bekannt wurde, dass die deutsche Privatbrauerei Bitburger zusätzlich ihr Bier während der WM in den Stadien ausschenken dürfe. Der größte Ausschlag an Berichten war im Juni 2004 zu erkennen. Nachdem die deutsche Nationalmannschaft bei der Fußball-Europameisterschaft Mitte Juni bereits in der Vorrunde ausgeschieden war, trat Rudi Völler als Teamchef zurück. Nach diesem Rücktritt nahm die Berichterstattung zur Fußball-WM 2006 in den deutschen Medien deutlich zu. Es folgten Spekulationen über die Neubesetzung des Trainerpostens. In den

¹¹⁶ <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/bit-und-bud-beenden-streit-um-wm-bier;837837>; 21. 09. 2009, 16:40 Uhr

¹¹⁷ <http://www.handelsblatt.com/archiv/fifa-legt-namen-fuer-wm-stadien-fest%3B839074>; 21. 09. 2009, 16:50 Uhr

¹¹⁸ <http://www.bier-report.de/>; 26. 09. 2009, 20:00 Uhr

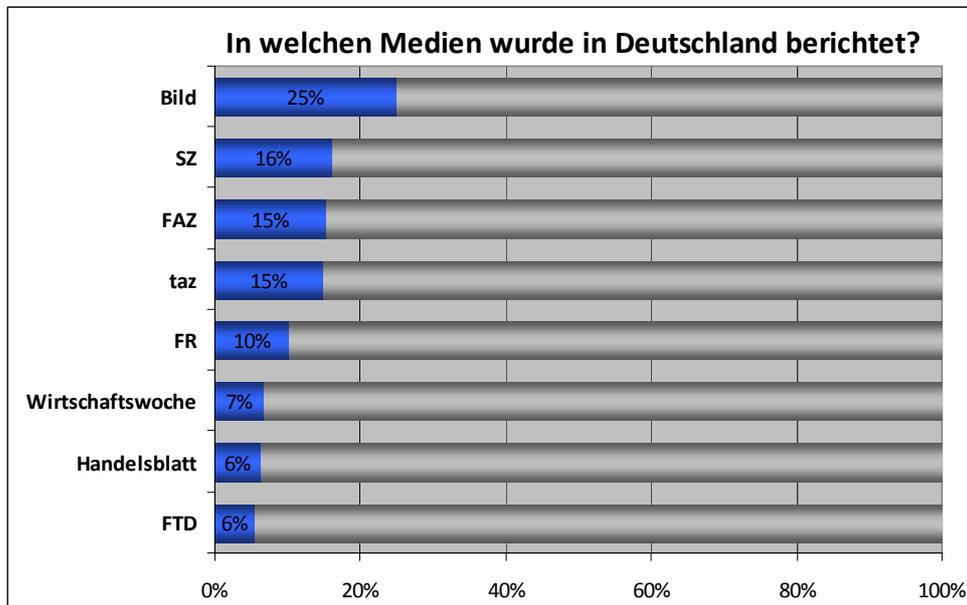
Printmedien wurden fast täglich neue Kandidaten für das Amt des Trainers vorgestellt, dem aber auch viele Absagen folgten. Genau zwei Jahre vor der WM im eigenen Land war es schon kritisch für den Erfolg der deutschen Fußball-Elf auf einmal ohne Trainer dazustehen. Nach wochenlanger Suche übernahm schließlich Jürgen Klinsmann diese Aufgabe. Auf der einen Seite glücklich einen neuen Trainer zu haben, wurde auf der anderen Seite von Beginn an seine Trainingsarbeit kritisch bewertet. Zwei Jahre später würde die WM stattfinden und bis dahin musste die Mannschaft fit sein. Die Medienöffentlichkeit war skeptisch, ob diese neuen Methoden, die oft vollkommen anders waren als alle bisherigen, nicht eher an das schlechte Abschneiden bei der EM 2004 anknüpfen als einen Erfolg für 2006 bedeuten. Erstaunlich ist, dass diese Frage nach dem neuen Trainer das Medieninteresse besonders beschäftigte. Und somit die Berichterstattung im Juni und Juli genau zwei Jahre vor der WM deutlich erhöht war und sogar die größte Berichterstattung des Jahres zählte. Nach dem „Nachrichten-Hammer“ vom Rücktritt Rudi Völlers als Trainer und die Neubesetzung mit Jürgen Klinsmann wurde es in den Medien schlagartig ruhiger in Sachen Vorberichterstattung zur WM 2006. Im August fiel die Berichterstattung zur WM ab, da ein anderes sportliches Großereignis stattfand und die Medien füllte: die Olympischen Spiele in Athen. Selbst die Vorstellung des WM-Maskottchens konnte keine neue Medienaufmerksamkeit erreichen. Zwar blieb die Zahl der Berichte im Herbst annähernd gleich, fiel aber im Dezember noch mal stark ab.

Das gesamte Jahr über bestimmten immer wieder Personalentwicklungen in der Nationalmannschaft die Medien. Insbesondere die Frage nach dem richtigen Torwart. Nachdem Oliver Kahn im August bereits seine Position als Mannschaftskapitän abgeben musste, war die Entscheidung des Trainers gegen ihn, auch als Torwart, eine nahezu logische Konsequenz.

Die endgültige Antwort auf diese Frage wurde aber erst Anfang des Jahres 2006 geklärt.

b) In welchen Medien wurde in Deutschland berichtet?

Abbildung 4: In welchen Medien wurde in Deutschland berichtet?¹¹⁹



In Deutschland gilt die Bild als DAS meinungsbildende Medium schlechthin. Demzufolge ist es offensichtlich, dass darin auch die meisten Berichte zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 veröffentlicht wurden. Immerhin knapp ein Viertel (25 Prozent) der Vorberichterstattung in den deutschen Printmedien 2004 zur WM 2006 sind in der Bild veröffentlicht worden. Gefolgt von der Süddeutsche Zeitung, die 16 Prozent der Berichte druckte und der Frankfurter Allgemeine Zeitung und tageszeitung, mit jeweils 15 Prozent. Die Frankfurter Rundschau veröffentlichte zehn Prozent der Berichterstattung. In der Wirtschaftswoche erschienen sieben Prozent, im Handelsblatt und der Financial Times Deutschland wurden je sechs Prozent der Berichte gedruckt.

Hintergrund:

Diese Rangfolge der Printmedien nach ihrer Anzahl der Berichte zur Fußball-Weltmeisterschaft ist annähernd so gegliedert, wie auch ihre Reihenfolge in Bezug auf ihre jeweilige Auflagenstärke. Die Bild, SZ und FAZ haben die größte Auflagenstärke. Die taz steht zwar in Bezug auf die Auflagenstärke an letzter Stelle der untersuchten acht Printmedien, jedoch veröffentlichte sie gleich viele Berichte zur WM wie die FAZ und nur

¹¹⁹ erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

geringfügig weniger als die SZ. Der Platz der FR an der fünften Stelle entspricht auch ihrem Platz im Zusammenhang mit ihrer Auflagenstärke. Die Wirtschaftszeitungen Wirtschaftswoche, Handelsblatt und FTD haben zwar eine teilweise höhere Auflage, dennoch ist ihre Anzahl an publizierten Berichten zur Fußball-WM geringer als die der anderen Zeitungen. Immerhin liegt die Wirtschaftswoche im Ranking nach der Auflagenstärke an vierter Stelle, das Handelsblatt auf dem sechsten und die FTD auf dem siebenten Platz.

Abbildung 5: Auflagenstärke und Leserschaft der untersuchten deutschen Printmedien¹²⁰

Rang	Medium	Auflage	Leserschaft
1.	Bild	3 Mio.	11 Mio.
2.	SZ	442 000	1,16 Mio.
3.	FAZ	369 000	885 000
4.	Wirtschaftswoche	182 000	979 000
5.	FR	150 000	280 000
6.	Handelsblatt	138 000	464 000
7.	FTD	104 000	313 000
8.	taz	56 000	270 000

Interpretation:

Wie bereits erwähnt, ist die Bild Deutschlands und auch Europas meinungsstärkstes Printmedium. Außerdem ist sie mit rund drei Millionen Exemplaren pro Erscheinungstag das auflagenstärkste Printmedium in Deutschland und erreicht damit über elf Millionen Leser. Durch diese große Leserschaft ist es nahe liegend, dass dieses Medium auch die meisten Berichte zum Thema Fußball-Weltmeisterschaft 2006 veröffentlicht hat. Die SZ und die FAZ veröffentlichten nach der Bild die meisten Artikel zum Thema Fußball-Weltmeisterschaft 2006, weil sie auch nach der Bild die größten Auflagen haben. Dies bestätigt die Hypothese 4) (siehe 2.1), nachdem die Medienberichterstattung in den auflagenstärksten Medien am größten ist. Das trifft sogar für die drei auflagenstärksten Printmedien zu, die auch diejenigen sind, die die meisten Berichte zur Fußball-WM 2006 veröffentlicht haben.

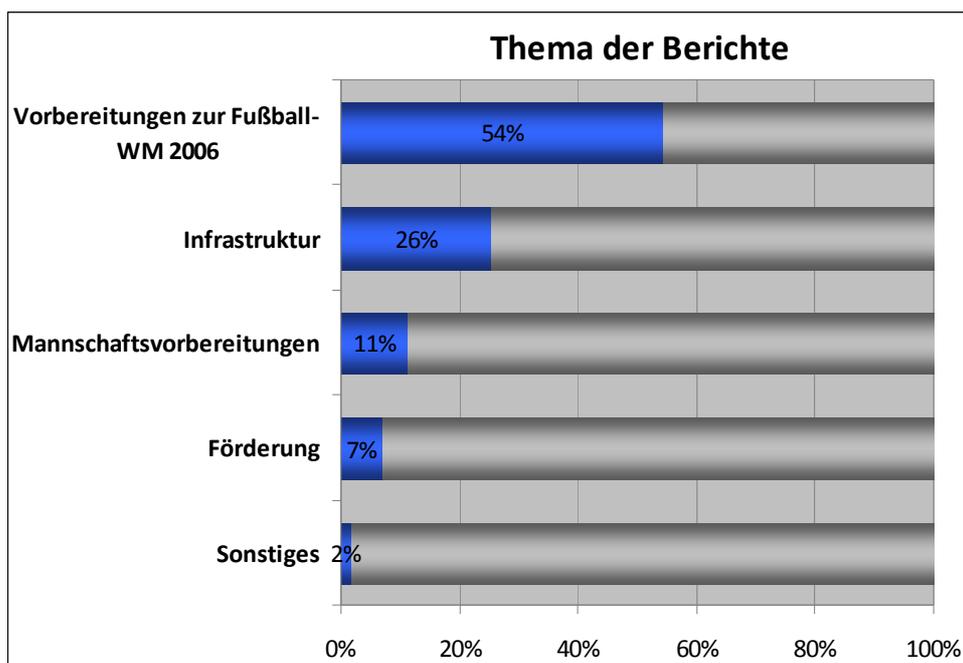
Die tageszeitung druckte ähnlich viele Berichte zum Thema, trotz wesentlich geringerer Auflage. Dies erklärt sich u. a. damit, dass die taz mit ihrer geringeren Auflage dennoch knapp fünfmal so viele Leser erreicht.

¹²⁰ Übersicht erstellt in Anlehnung an Daten siehe 2.2

Die Frankfurter Rundschau veröffentlichte weniger Artikel, trotz höherer Auflage. Aber sie erreicht mit der höheren Auflage nur knapp doppelt so viele Leser. Also erreicht die taz pro Zeitungsexemplar wesentlich mehr Leser als die FR. Dies könnte ein Grund für die höhere Berichterstattung sein. Die Wirtschaftszeitungen und Magazine, Wirtschaftswoche, Handelsblatt und Financial Times Deutschland, veröffentlichten im Verhältnis zu ihrer Auflage eher wenige Artikel zur WM 2006. Dies mag daran liegen, dass diese Publikationen ihre Hauptberichterstattung auf wirtschaftliche Themen konzentrieren und weniger auf sportliche Themen, wie die WM 2006. Vermutlich wurden in diesen Printmedien oft nur dann etwas zur Fußball-WM 2006 berichtet, wenn es direkt oder indirekt mit dem Thema Wirtschaft im Zusammenhang stand.

c) Was thematisierten die Berichte?

Abbildung 6: Thema der Berichte¹²¹



Mehr als die Hälfte (54 Prozent) der untersuchten Berichte zum Thema Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im eigenen Land behandelte die „Vorbereitungen zur Fußball-WM 2006“. Dies beinhaltet Artikel, die z. B. über die Bauprojekte an den Stadien, über die Fußball-WM im Allgemeinen oder auch über Deutschland als Gastgeber berichteten. Zum Thema

¹²¹ erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

„Infrastruktur“ wurden 26 Prozent der veröffentlichten Artikel verfasst. Dies waren Berichte über Entwicklungen im Straßenbau aber auch über Transportmöglichkeiten während der WM. Weitere elf Prozent der Berichte erschienen zu den „Mannschaftsvorbereitungen“. Also Artikel über Gesundheitsfürsorge der Fußballspieler, aber auch Termine, die von der Mannschaft wahrgenommen werden mussten, wie Pressekonferenzen, Meetings etc. Sieben Prozent der Berichterstattung erfolgte zum Thema „Förderung“. Das bezog Artikel ein, die z. B. Sponsoren vorstellten oder über deren Form der Unterstützung informierten.

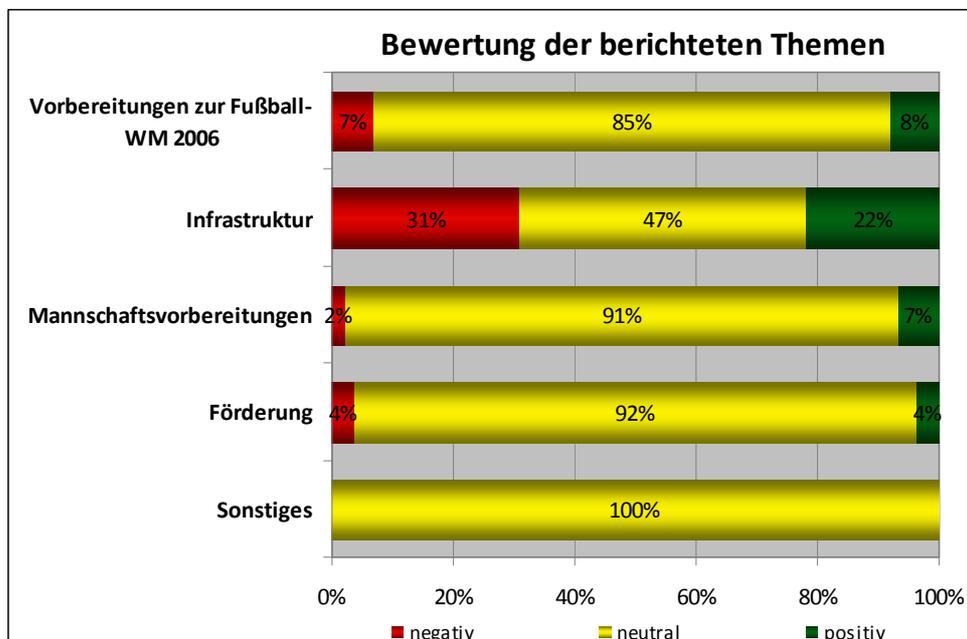
Interpretation:

Die Themen „Vorbereitungen zur Fußball-WM 2006“ und die „Infrastruktur“ sorgten für ein höheres Medieninteresse als die sportlichen „Mannschaftsvorbereitungen“. Dies kann zum Einen damit zu erklären sein, dass diese organisatorischen Vorarbeiten um einiges umfangreicher waren, als die sportliche Ausbildung der Mannschaft und somit häufiger in den Medien erschienen, auch mit kleinen Fortschritten. Zum Anderen war es für Deutschland als Ausrichter zwei Jahre vor dem Event wichtiger, z. B. die Stadien und Straßen fertig zu bauen und diese Erfolge in den Medien aufzuzeigen als über die sportliche Vorbereitungen der Mannschaft zu berichten. Die Artikel zum Thema „Förderung“ erschienen ebenfalls nicht so zahlenstark, da einerseits die internationalen Hauptsponsoren des Weltverbandes FIFA bereits feststanden und andererseits die nationalen Sponsoren sich im Laufe des ganzen Jahres 2004 verpflichten ließen. D. h. die Auswahl und Bekanntgabe der deutschen Sponsoren erschien über das ganze Jahr verteilt, beherrschte aber nie die Berichterstattung.

Diese Verteilung der Themen verdeutlicht, dass die organisatorische Arbeit im Vorfeld der WM im eigenen Land in den Medien stärker behandelt wurde, als die sportliche Vorbereitung, wie Tests und Qualifikationsspiele der deutschen Nationalmannschaft. Somit scheint es für die Medienwelt am wichtigsten gewesen zu sein, dass zum Thema Organisation der WM alles optimal eingestellt ist und dies auch veröffentlicht wurde. Die so gerichtete Aufmerksamkeit auf Deutschland war so stark, da das eigene Land Gastgeber für die Fußball-WM war. Bei einer „einfachen“ Teilnahme der deutschen Fußballnationalmannschaft an einer Fußball-WM, die in einem anderen Land stattgefunden hätte, wäre die Medienaufmerksamkeit möglicherweise nicht so hoch und wohl mehr auf die Leistungsfähigkeit der deutschen Nationalmannschaft ausgerichtet.

d) *Wie wurden die Themen in den Artikeln bewertet?*

Abbildung 7: Bewertung der berichteten Themen¹²²



Bei der Betrachtung der Übersicht zur „Bewertung der berichteten Themen“ fällt auf, dass die Mehrzahl der Themen in den Artikeln neutral bewertet wurde. Die Artikel, die über die „Vorbereitungen zur Fußball-WM 2006“ berichteten, sind hauptsächlich neutral verfasst. Nur sieben Prozent wurden eher negativ geschrieben und acht Prozent positiv. Die Bewertungen zum Thema „Infrastruktur“ sind zwar annähernd gleich verteilt, dennoch überwiegen auch hier die neutral verfassten Artikel. Es wurden 31 Prozent negativ bewertet und 22 Prozent positiv. Die Nachrichten zu den „Mannschaftsvorbereitungen“ wurden vorrangig neutral in den Medien behandelt. Zwei Prozent waren eher negativ und sieben Prozent positiv. Die Berichterstattung über die Sponsoren und andere „Förderungen“ fiel ebenso hauptsächlich neutral aus. Es erschienen sowohl vier Prozent negative Berichte, als auch vier Prozent positive Artikel.

Interpretation:

Auffallend ist, dass alle Themen in den untersuchten Berichten überwiegend neutral verfasst wurden. Ein möglicher Grund dafür ist, dass die deutschen Medien nur sehr geringe negative Bewertungen zum Thema

¹²² erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

„Vorbereitungen zur Fußball-WM 2006“ vorgenommen haben, um die Umsetzung des Projekts „Fußball-WM 2006 im eigenen Land“ im Sinne des Lokalpatriotismus zu unterstützen. Denkbar wäre, dass die Medien anderer europäischer Länder kritischer über die Organisation der Deutschen berichteten. Ein weiterer Grund könnte sein, dass die deutschen Medien möglicherweise die Vorbereitungsarbeiten im eigenen Land nicht zu hoch loben wollten, indem über sie positiv berichtet wurde, um somit eine Art Bescheidenheit zu äußern. Demzufolge wurde eben hauptsächlich neutral berichtet und dem Leser war es selbst überlassen worden, ob er den Artikel positiv oder negativ versteht. Nur zum Thema „Infrastruktur“ wurde annähernd verteilt negativ, neutral und positiv berichtet. Vermutlich sorgte das als „Maut-Debakel“⁴² in den Medien im Februar beschriebene Problem zur Einführung der LKW-Maut in Deutschland für die negativ bewerteten Artikel zur Infrastruktur. Infolge dessen wurden ebenso die Berichte über die Warnungen vor einem Verkehrschaos zur Fußball-WM 2006 eher negativ gewertet. Die positiv codierten Artikel bezogen sich u. a. auf Berichte über das voraussichtlich rechtzeitige Beenden von Straßenbauarbeiten. Sicherlich behandelte ein Teil der negativ bewerteten Berichte die anhaltenden Diskussionen um den Trainerwechsel. Einige Erfolge in der Vorbereitung der Mannschaft, wie Tests und Qualifikationsspiele sorgten für eine positive Bewertung der Artikel. Die große Menge an neutral bewerteten Artikeln deute ich ähnlich wie zum Thema „Vorbereitungen zur Fußball-WM 2006“. Zum Einen stellen sie eine Form der Unterstützung für die eigene Mannschaft dar, indem nicht viel negativ berichtet wurde. Zum Anderen sind sie eine Art Bescheidenheit, um die Fortschritte und Erfolge der Mannschaft nicht übermäßig in den Vordergrund zu stellen. Die neutrale Berichterstattung zum Thema „Förderung“ erkläre ich so, dass z. B. Sponsoren für das Event in einer neutralen Darstellung präsentiert wurden. Die wenigen negativen Artikel hatten möglicherweise den Korruptionsskandal um den Stadionneubau in München und die sog. „Bier-Zensur“ zum Thema. Die Findung eines Kompromisses zum Problem der „Bier-Zensur“ sorgte dann sicherlich wieder für die positiv bewerteten Berichte.

3.3.2 *Haupterhebung der Daten aus den untersuchten südafrikanischen Printmedien des Jahres 2008*

Einige Hintergründe seien eingangs genannt, die die Berichterstattung mit beeinflusst haben können: In Südafrika leben Menschen aller Hautfarben, dabei ist die schwarze Bevölkerung die Mehrheit im Land. Zwischen dieser und der Minderheit der weißen Bevölkerung gab es in der Vergangenheit ethnische Konflikte und Unruhen. Bis in die 1990er Jahre wurde das Land vom System der Apartheid regiert, bei dem die schwarze Bevölkerung durch die weiße unterdrückt wurde. Die Apartheid wurde nach jahrelangen Kämpfen der schwarzen Bevölkerung zu Fall gebracht und 1994 wurde Nelson Mandela zum ersten schwarzen Präsident von Südafrika gewählt. Der Anteil der schwarzen Bevölkerung in Südafrika beträgt 79,5 Prozent und der weißen Bevölkerung 9,2 Prozent (Asiaten: 2,5 Prozent, „Farbige“¹²³: 8,9 Prozent).¹²⁴ Diese Einteilung ist heute nicht mehr gesetzlich verankert, dennoch zählen sich viele Südafrikaner zu einer dieser Gruppen und auch offizielle Statistiken werden noch nach dieser Einteilung veröffentlicht.¹²⁵ In Südafrika gibt es elf amtliche Landessprachen. Die beiden meistgesprochenen sind Afrikaans und Englisch. Diese werden hauptsächlich von der weißen Bevölkerung gesprochen. Die schwarzen Südafrikaner haben ihre Stammsprache als Muttersprache. Die populärsten Sportarten in Südafrika sind mit Abstand Rugby und Cricket – zumindest in der weißen Bevölkerung. Diese werden auch in den Schulen unterrichtet. In der schwarzen Bevölkerung ist dagegen der Fußball die populärste Sportart in Südafrika. Die südafrikanische Fußball-Nationalmannschaft gewann 1996 den Africa Cup. Die erfolgreichsten Lokalmannschaften sind die Kaiser Chiefs und die Orlando Pirates, beide aus Johannesburg. Von der weißen Bevölkerung wird Fußball allerdings nur langsam angenommen.

Weiterhin können wirtschaftliche, politische und sportliche Ereignisse, die im Jahr 2008 die Medien füllten und die Berichterstattung zur Fußball-WM 2010 beeinflusst haben: In den Monaten Januar und Februar 2008 wurde verstärkt über die aktuelle Elektrizitätskrise berichtet. In diesem Zusammenhang wurde natürlich auch spekuliert, wie die elektrische Versorgung zur Fußball-Weltmeisterschaft gesichert werden könnte. Im Mai sind schwere ausländerfeindliche Anschläge begangen worden.¹²⁶ Die Berichterstattung über xenophobe Attentate zieht sich bis zum Ende des

¹²³ Als „Farbige“ wurden früher die Nachfahren des Buschvolkes der Khoisan, der früheren Sklaven oder Menschen, die gemischte Vorfahren haben, bezeichnet.

¹²⁴ <http://www.statssa.gov.za/publications/P0302/P03022006.pdf>; 13. 09. 2009, 20:45 Uhr

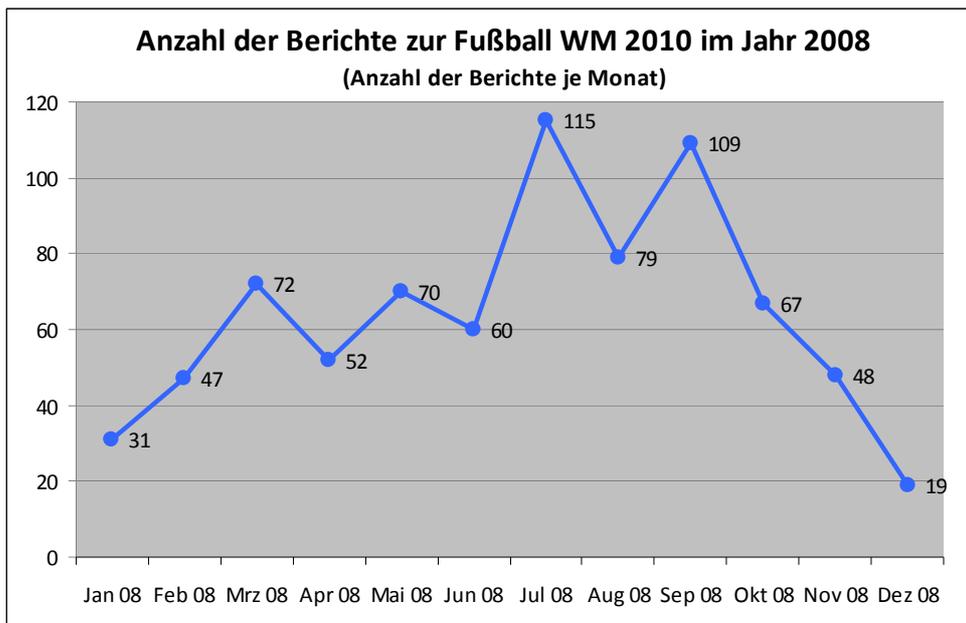
¹²⁵ <http://www.info.gov.za/otherdocs/2003/census01brief.pdf>; 13. 09. 2009, 20:50 Uhr

¹²⁶ <http://www.hsrc.ac.za/Document-2994.phtml>; 19. 09. 2009, 18:30 Uhr

Jahres 2008 durch die südafrikanische Berichterstattung.¹²⁷ Ab Juli 2008 ist außerdem eine politische Instabilität im Land zu verzeichnen. Der südafrikanische Präsident Thabo Mbeki „war nach einem Machtkampf mit seinem Rivalen, dem ANC-Vorsitzenden Jacob Zuma, auf Druck seiner Partei zurückgetreten. Der Schritt hatte Südafrika in eine politische Krise gestürzt. Vizepräsidentin Phumzile Mlambo-Ngcuka sowie zehn Minister folgten dem Beispiel Mbekis und traten ebenfalls zurück.“¹²⁸ Diese Krise endete mit einem beispiellosen Rücktritt des Präsidenten Thabo Mbeki am 24. September 2008. Nachfolger wurde übergangsweise, bis zur Wahl im Frühjahr 2009, Kgalema Motlanthe.

a) *Wie hoch war die Anzahl der Berichte zur Fußball-WM in Südafrika in den zehn auflagenstärksten Printmedien?*

Abbildung 8: Anzahl der Berichte zur Fußball-WM 2010 im Jahr 2008¹²⁹



In den untersuchten südafrikanischen Printmedien sind im Laufe des Jahres 2008 769 Artikel zum Thema Fußball-Weltmeisterschaft 2010 erschienen. Anfang des Jahres begann die Berichterstattung mit 31 Berichten im Januar und 47 im Februar. Im März stieg die Zahl der relevanten Artikel auf 72 und fiel im April auf 52 ab. Im Mai erschienen 70 und im Juni 60 Berichte. Fast doppelt so hoch war die Berichterstattung im

¹²⁷ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4409767>; 19. 09.2009, 18:20 Uhr

¹²⁸ <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3670547,00.html>; 19. 09. 2009, 20:00 Uhr

¹²⁹ erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

Juli, 115 Artikel zum Thema Fußball-WM 2010. Im August sank die Zahl der Berichte auf 79 und stieg im September erneut auf 109. In den folgenden Monaten sank die Zahl der Artikel stetig ab: im Oktober erschienen 67, im November 48 und im Dezember 19 Berichte.

Hintergrund:

Im Januar wurde über die sportliche Herausforderung berichtet, die Südafrika mit der Teilnahme an der Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land bevorsteht.¹³⁰ Ein weiteres Thema war die unmittelbar bevorstehende Fußball-Afrikameisterschaft (Africa Cup of Nations) in Ghana, die in Vorbereitung auf die WM eine Leistungsübersicht der afrikanischen Fußballmannschaften darstellte.¹³¹ Einige Berichte im Februar bezogen sich auf politische und wirtschaftliche Entwicklungen, die sich im Vorfeld der WM in Südafrika ereigneten.¹³² Außerdem wurde diesen Monat über Machtkämpfe innerhalb des lokalen Organisationskomitees der FIFA berichtet.¹³³ Im März wurde über den Stand der Entwicklungen zum Thema Infrastruktur und Bauprojekte berichtet.¹³⁴ Weitere Artikel erschienen, in denen berichtet wurde, dass die FIFA die Pläne für den Confederations Cup 2009 genehmigt habe.¹³⁵ Berichte über Südafrikas Budget für die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 erschienen ebenso in diesem Monat.¹³⁶ Im April trat der bisherige Trainer der Nationalmannschaft Carlos Alberto Parreira vorzeitig zurück.¹³⁷ Bereits wenige Tage später wurde der neue Trainer Joel Santana vorgestellt.¹³⁸ Zur Freude aller Schüler wurde im April berichtet, dass für die Zeit der WM schulfrei sein wird.¹³⁹ Die Berichterstattung im Mai war gekennzeichnet von Berichten zum Straßenbau und Ausbau der Infrastruktur.¹⁴⁰ Außerdem erschienen Artikel mit dem Thema der Vergabe von Namensrechten für die neuen Stadien.¹⁴¹ Im Zuge der schweren ausländergefeindlichen Angriffe in diesem Monat, wurde auch das Thema Fußball-WM in diesem Sinne in den Medien behandelt.¹⁴² Weiterhin wurden über wirtschaftsfördernde Chancen, die zur

¹³⁰ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4207455>; 22. 09. 2009, 14:10 Uhr

¹³¹ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4214930>; 22. 09. 2009, 14:25 Uhr

¹³² <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4255112>; 22. 09. 2009, 14:35 Uhr

¹³³ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4261269>; 22. 09. 2009, 14:40 Uhr

¹³⁴ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4289197>; 22. 09. 2009, 14:50 Uhr

¹³⁵ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4303745>; 22. 09. 2009, 14:55 Uhr

¹³⁶ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4310306>; 22. 09. 2009, 15:00 Uhr

¹³⁷ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4366515>; 22. 09. 2009, 15:10 Uhr

¹³⁸ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4367818>; 20. 09. 2009, 21:00 Uhr

¹³⁹ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4333318>; 22. 09. 2009, 15:15 Uhr

¹⁴⁰ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4400661>; 22. 09. 2009, 19:40 Uhr

¹⁴¹ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4408813>; 22. 09. 2009, 19:40 Uhr

¹⁴² <http://secure.financialmail.co.za/08/0523/front/aedop.htm>; 22. 09. 2009, 20:00 Uhr

Zeit der WM für Südafrika eintreten könnten, berichtet.¹⁴³ Im Juni wurde über Qualifikationsspiele der südafrikanischen Nationalmannschaft berichtet.¹⁴⁴ Außerdem wurde über die Krise von Fluggesellschaften geschrieben, die sich auch in Südafrika bemerkbar machte.¹⁴⁵ Ende dieses Monats starb Charles Dempsey, Präsident des Ozeanischen Fußballverbandes.¹⁴⁶ Er war Mitglied des FIFA-Exekutivkomitees und enthielt sich im Jahr 2000 der Stimme, die er nach Anweisung des Verbandes für den südafrikanischen Bewerber abgeben sollte. Daraufhin wurde er vor allem aus Afrika hart kritisiert und er trat kurz darauf zurück.¹⁴⁷ Anfang Juli informierten die Zeitungen noch über das Ergebnis der beendeten Fußball-Europameisterschaft.¹⁴⁸ Die weiteren Artikel berichteten über den Beginn und das System des Ticketverkaufs¹⁴⁹ und Vorbereitungen im Rahmen der Sicherheit zur WM¹⁵⁰. Außerdem erschienen Artikel, die darüber berichteten, dass sich die FIFA vorsorglich nach anderen möglichen Ausrichtern für die WM 2010 umsah, falls Südafrika die Vorbereitungen für diese Veranstaltung nicht rechtzeitig beenden würde.¹⁵¹ Die Berichte über die WM-Vorbereitungen und Gedanken zur rechtzeitigen erfolgreichen Beendigung dieser, füllten die Printmedien auch im August.¹⁵² Weitere Themen diesen Monat waren die Unterbringungsmöglichkeiten für die Fußballfans¹⁵³, die Sicherheit der WM-Besucher¹⁵⁴, aber auch die Mehrausgaben, die für die Stadienbaustellen entstehen werden.¹⁵⁵ Im September erschienen Berichte zum Thema Mannschaftsvorbereitungen der südafrikanischen aber auch anderer afrikanischer Nationalmannschaften.¹⁵⁶ Die Installation der von der FIFA geforderten Kommunikationstechnik¹⁵⁷ wurde ebenso in den Printmedien dieses Monats behandelt, wie erneute Berichte zum Thema Ticketverkauf, die genauere Beschreibungen zum System und Art der Verkäufe beinhalteten.¹⁵⁸ Der

¹⁴³ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4402504>; 22. 09. 2009, 20:05 Uhr

¹⁴⁴ <http://secure.financialmail.co.za/08/0613/life/ilife.htm>; 22. 09. 2009, 20:20 Uhr

¹⁴⁵ <http://secure.financialmail.co.za/08/0627/cover/coverstory.htm>; 22. 09. 20:25 Uhr

¹⁴⁶ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4474618>; 22. 09. 2009, 20:30 Uhr

¹⁴⁷ http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/in_depth/2000/2006_world_cup_decision/822941.stm; 22. 09. 2009, 20:30 Uhr

¹⁴⁸ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4481820>; 23. 09. 2009, 11:00 Uhr

¹⁴⁹ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4498361>; 23. 09. 2009, 10:10 Uhr

¹⁵⁰ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4510365>; 23. 09. 2009, 10:30 Uhr

¹⁵¹ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4499847>; 23. 09. 2009, 11:20 Uhr

¹⁵² <http://secure.financialmail.co.za/08/0808/cover/coverstory.htm>; 23. 09. 2009, 13:45 Uhr

¹⁵³ <http://secure.financialmail.co.za/08/0808/cover/coverstorye.htm>; 23. 09. 2009, 13:50 Uhr

¹⁵⁴ <http://secure.financialmail.co.za/08/0808/cover/coverstoryd.htm>; 23. 09. 2009, 13:55 Uhr

¹⁵⁵ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4557733>; 23. 09. 2009, 14:05 Uhr

¹⁵⁶ <http://secure.financialmail.co.za/08/0905/life/eliflife.htm>; 23. 09. 2009, 14:30 Uhr

¹⁵⁷ <http://secure.financialmail.co.za/08/0912/features/mfeat.htm>; 23. 09. 2009, 14:30 Uhr

¹⁵⁸ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4594435>; 23. 09. 2009, 14:45 Uhr

Besuch von Joseph Blatter war ebenso Thema¹⁵⁹, wie auch die möglichen Auswirkungen der politischen Veränderungen in Südafrika.¹⁶⁰ DIE Nachricht in den südafrikanischen Medien im September war die Vorstellung des WM-Maskottchens *Zakumi*.¹⁶¹ Im Oktober stand ein Vorhaben des südafrikanischen Fußballbundes (Safa)¹⁶² im Mittelpunkt des Medieninteresses, der ein sechsmonatiges Trainingslager der südafrikanischen Fußballnationalmannschaft anstrebte.¹⁶³ Außerdem füllten Berichte über die Qualifikationsspiele der afrikanischen Nationalmannschaften die Blätter.¹⁶⁴ Im November kam auch in Südafrika das Thema des Bierverkaufs in den Stadien während der WM-Spiele auf.¹⁶⁵ Ebenso standen die Mannschaftsvorbereitungen und die Aussicht auf den baldigen Confederations Cup im Mittelpunkt der Berichterstattung.¹⁶⁶ Weiterhin blieb auch der Tourismus Gegenstand der Berichterstattung im November.¹⁶⁷ Der Großteil der Südafrikaner glaubte daran, dass das Land bereit wäre, die Fußball-WM 2010 auszurichten, aber weniger als die Hälfte der Südafrikaner glaubten an einen Erfolg der Bafana Bafana.¹⁶⁸ Außerdem wurde über Mehrausgaben für den Stadionbau¹⁶⁹ sowie über die Erhöhung der Sicherheit während der WM berichtet.¹⁷⁰ Im Dezember war das Thema nach einem Ausweichplan für die Ausrichtung der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 vom Tisch. Dafür wurde nun die Frage laut: Wie viel Fans, besonders aus Europa, würden ihren Mannschaften nach Südafrika folgen?¹⁷¹ Außerdem wurden Berichte veröffentlicht, die über das vereinfachte Einreisensystem während der WM schrieben.¹⁷²

Interpretation:

Die Berichterstattung zum Thema „Fußball-Weltmeisterschaft 2010“ in den südafrikanischen Printmedien ist über das ganze Jahr 2008 eher schwankend.

Aufgrund dessen, dass zu dieser Zeit der Africa Cup stattfand, wurde im Januar und Februar über die Vorbereitungen und den sportlichen Zustand

¹⁵⁹ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4616140>; 23. 09. 2009, 14:55 Uhr

¹⁶⁰ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4611091>; 23. 09. 14:50 Uhr

¹⁶¹ <http://www.timeslive.co.za/thetimes/article33249.ece>; 23. 09. 2009, 15:10 Uhr

¹⁶² South African Football Association

¹⁶³ <http://secure.financialmail.co.za/08/1003/life/hlife.htm>; 23. 09. 2009, 15:50 Uhr

¹⁶⁴ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4658936>; 23. 09. 2009, 16:30 Uhr

¹⁶⁵ <http://secure.financialmail.co.za/08/1128/features/efeat.htm>; 23. 09. 2009, 17:15 Uhr

¹⁶⁶ <http://secure.financialmail.co.za/08/1128/life/hlife.htm>; 23. 09. 2009, 17:30 Uhr

¹⁶⁷ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4696072>; 23. 09. 2009, 17:30 Uhr

¹⁶⁸ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4719106>; 23. 09. 2009, 17:45 Uhr

¹⁶⁹ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4723086>; 23. 09. 2009, 17:50 Uhr

¹⁷⁰ <http://www.capetimes.co.za/index.php?fArticleId=4727414>; 23. 09. 2009, 17:55 Uhr

¹⁷¹ <http://secure.financialmail.co.za/08/1219/features/cfeat.htm>; 23. 09. 2009, 18:00 Uhr

¹⁷² <http://secure.financialmail.co.za/08/1219/features/dfeat.htm>; 23. 09. 2009, 18:15 Uhr

der südafrikanischen Nationalmannschaft in Bezug auf die sportliche Herausforderung, die für das Team zur WM im eigenen Land entstehen würde, berichtet. Die ansteigende Berichterstattung in den Monaten Januar bis März behandelte ebenso die organisatorischen Themen zur Vorbereitung auf das Event im eigenen Land. Für das Land war es wichtig, dass die Veranstaltung erfolgreich organisiert werden würde. Im April sank die Berichterstattung ab. Dies scheint verwunderlich, da in diesem Monat der bisherige Trainer der südafrikanischen Mannschaft zurückgetreten war. Diese Nachricht hätte doch eigentlich die Medien füllen müssen. Allerdings könnte die geringe Berichterstattung damit erklärt werden, dass bereits wenige Tage später ein neuer Trainer eingestellt wurde. Somit entfiel die wochenlange Suche nach einem Nachfolger, über die die Printmedien hätten berichten können. Die leicht ansteigende Berichterstattung im Mai diskutierte ausführlich über die Auswirkungen von ausländischerfeindlichen Angriffen zur Zeit der WM 2010. Da in diesem Monat einige heftige Angriffe dieser Art passiert waren, wurden in den Medien nun Ängste laut, dass ähnliche Angriffe zur WM ein schlechtes Bild auf Südafrika werfen könnten, da so viele Ausländer im Land sein würden und die Welt ihr Interesse auf Südafrika konzentrieren würde. Selbst in den südafrikanischen Medien wurde im Juni¹⁷³ und Anfang Juli über die aktuell laufende Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz berichtet.¹⁷⁴ Jedoch stellten nur wenige Berichte zur EM ebenfalls einen inhaltlichen Zusammenhang zur bevorstehenden WM 2010 her. Das lag wahrscheinlich daran, dass die Ergebnisse der EM zwar Interesse bei den Südafrikanern auslöste, jedoch in nur sehr geringer Beziehung zur WM 2010 standen. Die beiden auffälligsten Ausreißer nach oben im Juli und September lassen sich wie folgt erklären. Im Juli sorgte besonders die Nachricht über einen Ausweichplan für die Durchführung der Fußball-Weltmeisterschaft 2010, den FIFA Präsident Joseph Blatter bereits in Erwägung zog, für verstärkte Medienaufmerksamkeit.¹⁷⁵ Dies wurde von den Südafrikanern als Vertrauensbruch empfunden. Daraufhin besuchte FIFA Präsident Joseph Blatter Südafrika im September, um sich ein Bild über die Vorbereitungen zur WM zu machen. Über diesen Besuch wurde in den Medien umfangreich berichtet, da sich mit einem zufriedengestellten Joseph Blatter auch die Idee mit dem Ausweichplan erledigen würde. Dieser Plan war letztendlich im Dezember vom Tisch. Mit der Vorstellung des WM-Maskottchens Zakumi gewann das Projekt „WM 2010 im eigenen Land“ für

¹⁷³ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4457944>; 16. 10. 2009, 20:35 Uhr

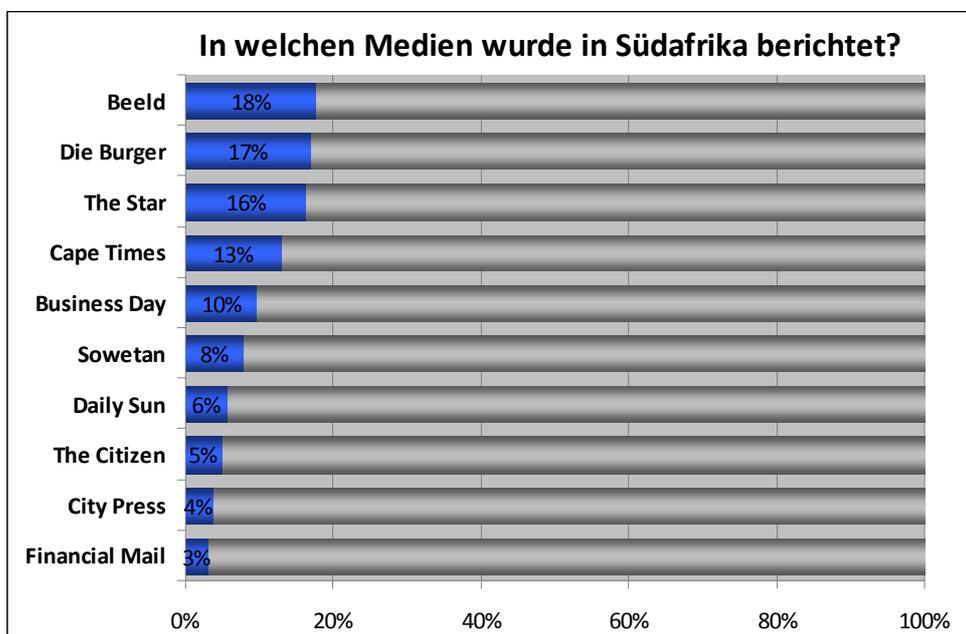
¹⁷⁴ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4482336>; 16. 10. 2009, 20:30 Uhr

¹⁷⁵ <http://www.thestar.co.za/index.php?fArticleId=4499847>; 23. 09. 2009,

die Südafrikaner erheblich an Bedeutung. Sie hatten endlich ein sichtbares Ergebnis der fortwährenden Vorbereitungen für das Event erhalten. Außerdem wurde mit dem Rücktritt des bisherigen Präsidenten Thabo Mbeki und seinem Übergangsnachfolger Kgalema Motlanthe über mögliche Auswirkungen politischer Veränderungen während der WM spekuliert. Die geringere Berichterstattung zur Fußball-WM im August begründet sich mit den in diesem Monat stattgefundenen Olympischen Spielen in Peking und dem daraufgerichteten Medieninteresse. Im Oktober wurde vorrangig über die sportlichen Vorbereitungen der südafrikanischen Nationalmannschaft berichtet. Diese Berichte sorgten allerdings nur für durchschnittliches Medieninteresse, da keine bedeutenden Erfolge oder Fortschritte erreicht wurden. Das Bekanntwerden der „Bier-Zensur“ löste im November zwar Medienaufmerksamkeit aus, sorgte aber nicht für ungewöhnliche Empörung. Die geringe Berichterstattung im Dezember informierte nur darüber, dass der Ausweichplan für die Ausrichtung der WM nicht mehr im Gespräch wäre. Dies beruhigte die südafrikanischen Gemüter und sorgte für keine weiteren Medienberichte.

b) In welchen Medien wurde in Südafrika berichtet?

Abbildung 9: In welchen Medien wurde in Südafrika berichtet?¹⁷⁶



¹⁷⁶ erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

Die größte Berichterstattung zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 erfolgte in den beiden untersuchten afrikaanssprachigen Tageszeitungen Beeld und Die Burger mit 18 sowie 17 Prozent. Gefolgt von dem eher boulevardesk berichtenden The Star, der 16 Prozent der Gesamtberichterstattung veröffentlichte. In der vorrangig im Westen des Landes publizierten Tageszeitung Cape Times erschienen 13 Prozent der untersuchten südafrikanischen Berichterstattung zur bevorstehenden Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land. Die täglich erscheinende Wirtschaftszeitung Business Day veröffentlichte zehn Prozent der Artikel zu dem Thema. In der Tageszeitung Sowetan erschienen acht Prozent der Gesamtberichterstattung. Geringer war die Menge an Berichten zur Fußball-WM 2010 in der Daily Sun mit sechs Prozent, der The Citizen mit fünf, der City Press mit vier und in der Financial Mail mit drei Prozent.

Hintergrund:

Die auflagenstärksten Printmedien, wie Daily Sun und City Press, veröffentlichten eine auffallend geringe Menge an Berichten zur Fußball-WM. Nur The Star und Sowetan publizierten entsprechend bzw. ähnlich ihrer Auflagenstärke auch die Anzahl der Artikel zum Thema. Die wesentlich geringer aufgelegten afrikaanssprachigen Zeitungen Beeld und Die Burger hatten die größte Berichterstattung zur WM 2010. The Citizen veröffentlichte entsprechend ihrer Auflage wenig Artikel zur WM. Jedoch berichtete die Cape Times, anders als ihre Auflage es vermuten ließe, umfangreich über dieses Thema. Ebenso war es bei der Wirtschaftszeitung Business Day zu beobachten, die trotz geringer Auflage doch umfassend zur Weltmeisterschaft berichtete. Das wöchentlich erscheinende Wirtschaftsmagazin Financial Mail berichtete am wenigsten über die Fußball-WM.

Abbildung 10: Auflagenstärke und Leserschaft der untersuchten südafrikanischen Printmedien¹⁷⁷

Rang	Medium	Auflage	Leserschaft
1.	Daily Sun	500 000	5 Mio.
2.	City Press	181 000	2,3 Mio.
3.	The Star	168 000	840 000
4.	Sowetan	124 000	1,6 Mio.
5.	Die Burger	102 000	k. A.
6.	Beeld	100 000	575 000
7.	The Citizen	90 000	460 000
8.	Cape Times	47 000	272 000
9.	Business Day	41 000	168 000
10.	Financial Mail	30 000	215 000

Interpretation:

Dass die beiden auflagenstärksten afrikaanssprachigen Tageszeitungen Beeld und Die Burger im Landesvergleich auch die meisten Berichte zur Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land brachten, liegt möglicherweise daran, dass einerseits die afrikaanssprachige Bevölkerung der wohlhabende Teil der Bevölkerung ist und somit eher in der Lage ist, sich die Tickets für die Weltmeisterschaftsspiele leisten zu können. Andererseits ist ein möglicher Grund, dass die weiße afrikaanssprachige Bevölkerung eher über die WM-Vorbereitungen informiert werden sollte, da diese weniger an Fußball interessiert ist. Dadurch soll möglicherweise eine Erhöhung der Begeisterung für Fußball erreicht werden. Die fußballbegeisterte schwarze Bevölkerung informierte sich eher aus den englischsprachigen Blättern, wie The Star, der auch ähnlich viele Berichte veröffentlichte oder Cape Times, die nur geringfügig weniger veröffentlichte. Da The Star vorrangig in den nördlichen sowie östlichen Provinzen und Cape Times in den südlichen sowie westlichen Provinzen Südafrikas publiziert wird, ist die Informationsverteilung beider Blätter gut ausgeglichen. Die täglich erscheinende Wirtschaftszeitung Business Day beteiligte sich weniger an der WM-Berichterstattung. Dies ist nicht ungewöhnlich, da Sportthemen nicht unbedingt in das Portfolio einer Wirtschaftszeitung gehören. Dennoch publizierte sie mehr Artikel zum Thema als das wöchentlich erscheinende Wirtschaftsmagazin Financial Mail. Die auflagenstärkste Tageszeitung Daily Sun hat mit sechs Prozent eher wenig über die Fußball-WM im eigenen Land berichtet. Ebenso hat

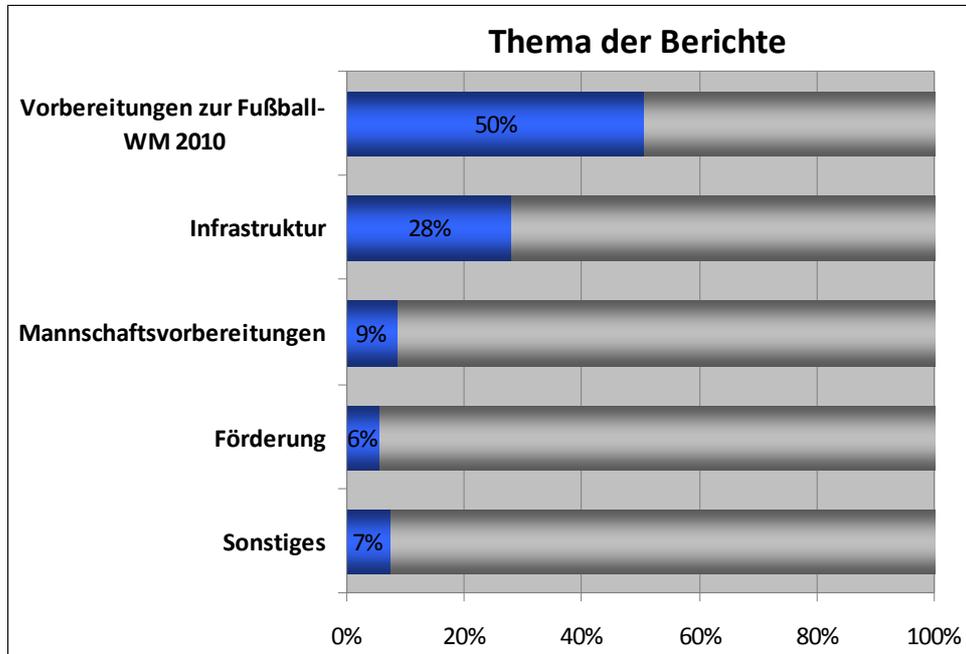
¹⁷⁷ Übersicht erstellt in Anlehnung an Daten siehe 2.2

das Blatt Sowetan im Vergleich zu den afrikaanssprachigen Zeitungen wenig zu diesem Thema veröffentlicht. Obwohl beide Zeitungen jeweils ca. fünf Millionen bzw. 1,6 Millionen vorrangig schwarze Leser erreichen, ist ihre Berichterstattung eher gering. Allerdings könnte diese geringe Zahl der Berichte damit zu erklären sein, dass es in Südafrika einige spezielle Sportzeitungen und Zeitschriften gibt, die sich vollkommen der Sportberichterstattung verpflichtet fühlen: Soccer Laduma, Sports Illustrated South Africa, Soccer Life, Football Arena und Kick Off. Dabei ist Soccer Laduma die erfolgreichste und die, die ausschließlich über Fußball berichtet. Sie erscheint wöchentlich und wird vorrangig von gering verdienenden schwarzen Männern gelesen – deren Anteil in der Leserschaft beträgt 87 Prozent. Sie wird vom Medienkonzern Media24 herausgegeben und ist mit über 209 000 wöchentlichen Verkäufen und mehr als zwei Millionen Lesern die größte Sportzeitung in Südafrika.¹⁷⁸ Die geringe Zahl an WM-Berichten in der Sowetan und auch der Daily Sun steht sicherlich im Zusammenhang damit, dass die fußballbegeisterte vorrangig schwarze Bevölkerung ihre Informationen eher aus den reinen Sportzeitungen wie der Soccer Laduma zieht und weniger aus einer Tageszeitung. The Citizen berichtete entsprechend ihrer geringen Auflage auch nur gering über die WM. Die City Press hat zwar die zweitgrößte Auflage sowie Leserschaft, berichtete aber dennoch mit vier Prozent eher wenig über die Fußball-WM 2010. Da das Blatt eine Sonntagszeitung ist, wird sich die vornehmend schwarze Leserschaft während der Woche in Tageszeitungen und in den Sportpublikationen über die WM informieren. Somit werden in der City Press vorrangig Hintergrundartikel erscheinen und weniger aktuelle Entwicklungen zur WM-Vorbereitung. Als wöchentlich erscheinendes Wirtschaftsmagazin ist es für die Financial Mail wahrscheinlich eher eine Ausnahme, einen Artikel zum Thema Sport im Allgemeinen und Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Speziellen zu veröffentlichen. Außerdem wird sie als Wochenmagazin ebenso wie die City Press mehr Hintergrundberichte drucken als aktuelle Nachrichten. Die Rangfolge der Medien in denen zum Thema Fußball-WM 2010 berichtet wurde ist nicht entsprechend der Rangfolge der Medien nach ihrer Auflagenstärke. Die auflagenstärksten Zeitungen Daily Sun und City Press veröffentlichten also nicht die meisten Berichte zur WM. Somit trifft meine Hypothese 4) (siehe 2.1), wonach die Medienberichterstattung in den auflagenstärksten Medien am größten ist, für die südafrikanischen Printmedien nicht zu und wurde widerlegt.

¹⁷⁸ http://www.southafrica.info/ess_info/sa_glance/constitution/news.htm; 14. 09. 2009, 15:50 Uhr

c) Was thematisierten die Berichte?

Abbildung 11: Thema der Berichte¹⁷⁹



Die Hälfte der Berichte zur WM 2010, die 2008 in den ausgewählten südafrikanischen Printmedien veröffentlicht wurden, thematisierte hauptsächlich die „Vorbereitung zur Fußball-WM 2010“. Dazu zählten Inhalte, die sich allgemein mit der Weltmeisterschaft als südafrikanische Großveranstaltung beschäftigten, aber auch mit dem Land Südafrika als Gastgeber. Außerdem waren diesem Themenblock die Artikel über die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft im Allgemeinen, das heißt Berichte über vorangegangene Weltmeisterschaft in Bezug auf die WM in Südafrika, zuzuordnen. Zu dem Themenbereich „Vorbereitung zur Fußball-WM 2010“ wurde neben den Berichten zu geplanten, momentanen und abgeschlossenen Bauprojekten, wie Stadionbau u. a. auch Berichte über Maßnahmen zur Kriminalitätsbekämpfung mitgerechnet und bewertet. 28 Prozent der publizierten WM-Artikel 2008 berichtete über das Vorgehen und die Fortschritte im Straßenbau, aber auch über die Transportmöglichkeiten, die während der Weltmeisterschaft den Besuchern aber auch Sportlern ausreichend zur Verfügung stehen sollen. Zusammen gefasst wurden somit alle Inhalte zur Entwicklung des öffentlichen Verkehrs mit dem Oberbegriff „Infrastruktur“ überschrieben. Der sportliche Aspekt

¹⁷⁹ erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

der Vorberichterstattung zwei Jahre vor der Großveranstaltung wurde mit neun Prozent eher gering in den untersuchten Medien behandelt. In den Berichten zur „Mannschaftsvorbereitung“ fanden sich Inhalte, die über die gesundheitliche Verfassung und Behandlungen der Fußballmannschaften berichten, aber auch Veranstaltungen und Ausschüsse, die im Zuge der WM-Vorbereitungen von den Mannschaftsmitgliedern aber auch deren Verantwortlichen wahrgenommen werden müssen. Sechs Prozent der veröffentlichten Artikel befassten sich mit der „Förderung“, also der finanziellen Seite der Veranstaltung, der Budget-Politik. Hierzu zählte auch die Vorstellung und Beschreibung von Unternehmen, die für die WM als Sponsor fungieren würden.

Interpretation:

In den Artikeln über die „Vorbereitungen zur Fußball-WM 2010“ wurde über die WM als südafrikanisches Event berichtet, Südafrika als Gastgeber vorgestellt, die Maßnahmen zur Kriminalitätsbekämpfung aber auch die Bauprojekte für Stadien u. a. beschrieben. Diese organisatorischen Vorbereitungen wurden von den Medien als wichtig erachtet und erhielten demnach am meisten Einzug in die Medienberichterstattung. Artikel, die über die „Infrastruktur“ für die Zeit der WM 2010 in Südafrika berichteten, informierten über generelle Entwicklungen in diesem Bereich, wie z. B. das Einführen eines speziellen Schnellbussystem BRT¹⁸⁰, wofür in den größeren Städten eine eigene Fahrspur auf den Straßen gebaut wurde, aber auch über das Voranschreiten im Straßenbau. Es wurde in diesem Bereich ebenfalls über die Entwicklung von Kommunikationsnetzen berichtet. Dies erfolgte auch vor dem Hintergrund der in Südafrika wenig ausgebauten Verkehrswege, wie Überlandstraßen sowie Autobahnen und Möglichkeiten der Nachrichtenübermittlung und Kommunikationstechniken, wie z. B. ICT¹⁸¹. Der sportliche und gesundheitliche Zustand der südafrikanischen Fußballmannschaft sowie Berichte über Testspiele und Qualifikationsspiele fanden ebenso Einzug in die südafrikanischen Medien. Dabei war zu beobachten, dass die „Mannschaftsvorbereitungen“ nur vereinzelt codiert wurden, denn die eigentlichen Sportnachrichten mit Ergebnissen zu Spielen, Einsatz von Spielern und deren Wechsel fanden sich sicher eher im Sportteil der Zeitungen, der nicht untersucht wurde. In den untersuchten Ressorts der Zeitungen fanden sich somit wichtige oder

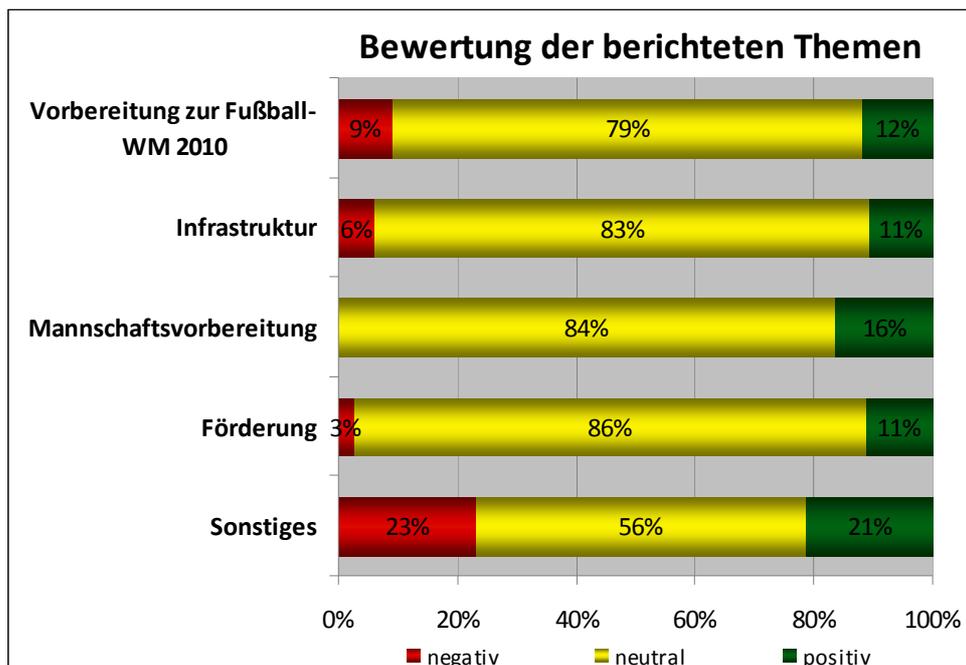
¹⁸⁰ Rea Vaya Bus Rapid Transit System; im September 2009 in Johannesburg bereits eingeführtes Schnellbussystem, welches eine Voraussetzung für die WM ist

¹⁸¹ Informations- und Kommunikationstechnologie, die von der FIFA für die WM 2010 in Südafrika gefordert wurde

sensationelle Nachrichten über die WM-Vorbereitungen der südafrikanischen Nationalmannschaft, wie z. B. der Rücktritt des Trainers Carlos Alberto Parreira und der Vorstellung dessen Nachfolgers Joel Santana. Die geringe Berichterstattung zur finanziellen „Förderung“ ist möglicherweise wie folgt zu verstehen: Über die Budget-Politik, d. h. wie viel Geld für die Vorbereitung und Umsetzung der WM 2010 zur Verfügung steht, wurde nicht im Detail berichtet. Die Berichterstattung über die WM-Sponsoren ging über eine einfache Präsentation nicht hinaus. Neben den Hauptsponsoren der FIFA standen ebenso weitere internationale Sponsoren von Beginn an fest. Als nationale Sponsoren sind bisher nur zwei bekannt gegeben worden. Dem Anschein nach halten es die Verantwortlichen in der Budget-Politik entsprechend dem Ausspruch von John Paul Getty: „Über Geld spricht man nicht, man hat es!“

d) *Wie wurden die Themen in den Artikeln bewertet?*

Abbildung 12: Bewertung der berichteten Themen¹⁸²



Betrachten wir alle analysierten vorliegenden Themengruppen, so ist zu erkennen, dass die Bewertung in den einzelnen Artikeln hauptsächlich neutral war. Nur vereinzelt traten eher positive oder eher negative Äußerungen in den Berichten auf. Von den Artikeln, die über die

¹⁸² erstellt anhand der von Media Tenor erhaltenen Daten

„Vorbereitungen zur Fußball-WM 2010“ berichteten, ließen zwölf Prozent eine eher positive Beurteilung der Inhalte erkennen und neun Prozent eine negative. Zum Thema „Infrastruktur“ wurden elf Prozent der publizierten Berichte positiv bewertet und sechs Prozent negativ. In 16 Prozent der Artikel zum Thema „Mannschaftsvorbereitungen“ war eine positive Bewertung zu finden. Der überwiegende Teil der Artikel wies eine neutrale Bewertung auf. Auch zum Thema „Förderung“, also der Finanzpolitik der Fußball-Weltmeisterschaft 2010, wurde überwiegend neutral und nur zu elf Prozent positiv berichtet. Lediglich drei Prozent der Aussagen zur finanziellen Situation der WM waren negativ behaftet.

Interpretation:

Auf den ersten Blick ist ersichtlich, dass die veröffentlichten Themen hauptsächlich neutral bewertet worden sind.

Das Thema „Vorbereitungen zur Fußball-WM 2010“ wurde von den Medien ebenfalls überwiegend neutral bewertet. Dies deutet ich als Unterstützung des eigenen Landes im Hinblick auf die Organisation. In internationalen Medien wurden wahrscheinlich kritischere Bedenken geäußert, ob die Vorbereitungen Südafrikas rechtzeitig und erfolgreich beendet werden. Ebenso wie negativ wurde auch nur vereinzelt positiv über die Themen geschrieben. Damit wollten die Medien verhindern, dass in der Informationswelt für die Leser ein zu positives Bild der Vorbereitungen angesichts der noch bestehenden Unzulänglichkeiten aufgezeigt wird. Denn tatsächlich gab es einige Probleme und Schwierigkeiten, die die Organisatoren in der Planung wiederholt zurück geworfen haben. Etwas aus der Reihe sticht das Thema „Mannschaftsvorbereitungen“. Hierfür wurden keine Artikel als negativ codiert sondern nur als positiv und neutral. Einerseits wurde vermutlich u. a. das schnelle Einstellen des neuen Trainers nach dem Rücktritt des alten als positiv bewertet. Andererseits wurde das eher ernüchternde Ergebnis der südafrikanischen Nationalmannschaft im Africa Cup 2008 nicht im Zusammenhang mit der WM 2010 erwähnt.

4 Vergleich

Im Vergleich der Analyse der deutschen und südafrikanischen Printmedien zum Thema Fußball-WM im eigenen Land sind folgende Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Berichterstattung zu beobachten.

4.1 Unterschiede

Für die Frage nach der Anzahl der Berichte zur Fußball-WM in Deutschland bzw. Südafrika in den acht bzw. zehn auflagenstärksten Printmedien ergibt sich ein Unterschied in Bezug auf die Menge der Berichterstattung: In Deutschland wurden zwei Jahre vor der Fußball-WM im eigenen Land 396 veröffentlichte Berichte codiert. In Südafrika wurden hingegen zwei Jahre vor der WM im eigenen Land 769 Artikel analysiert. Also sind in Südafrika fast doppelt so viele Berichte zum Thema WM im eigenen Land erschienen, als in Deutschland. Wenn man berücksichtigt, dass aus Deutschland nur acht Medien analysiert wurden und das Ergebnis auf zehn hochrechnen würde, ergäbe sich immer noch ein Vorteil für Südafrika von etwa einem Drittel mehr Berichten. Somit ist meine Hypothese 1) (siehe 2.1), dass die Menge der Berichterstattung in beiden Ländern annähernd gleich ist, widerlegt.

Zum Thema Trainerwechsel tritt ein weiterer Unterschied in der Berichterstattung der untersuchten Printmedien beider Länder auf: Die deutschen Printmedien füllte der Rücktritt des Trainers der deutschen Nationalmannschaft Rudi Völler sowie die Suche nach seinem Nachfolger. Die Berichterstattung stieg an, da es einige potentielle Nachfolger gab, z. B. Christoph Daum, Otto Rehhagel u. a., die sich allerdings nicht verpflichten lassen konnten oder wollten. Erst einige Wochen später wurde der Nachfolger Jürgen Klinsmann gefunden. In Südafrika blieb die Berichterstattung zum Trainerwechsel eher gering. Im April trat der bisherige Trainer der südafrikanischen Nationalmannschaft zurück und bereits wenige Tage später wurde mit Joel Santana der neue vorgestellt. Somit war es für die Medien nicht erforderlich bzw. auch nicht möglich diesen Prozess medienseitig über Tage und Wochen öffentlich zu diskutieren, da sich sehr schnell eine Lösung ergeben hat.

Die Untersuchung der Medien auf die Menge der Berichte, die sie veröffentlicht hatten, wies einen Unterschied zu der Reihenfolge gemäß ihrer Auflagenstärke auf: Die Rangordnung der deutschen Medien nach Menge der veröffentlichten Berichte zum Thema Fußball-WM 2006 ist annähernd gleich mit der Reihenfolge ihrer Auflagenstärke. Im Gegensatz dazu sind die südafrikanischen Medien entsprechend der Menge der

veröffentlichten Artikel zum Thema WM 2010 hingegen vollkommen anders sortiert als nach ihrer Auflagenstärke.

Ein weiterer Unterschied ergibt sich bei der Betrachtung der deutschen und südafrikanischen Wirtschaftspublikationen oder ihrer Berichterstattung zum Thema Fußball-WM im eigenen Land. Alle untersuchten deutschen Wirtschaftspublikationen veröffentlichten nur wenige Artikel zur WM im eigenen Land. Da der Sport nicht unbedingt zum Portfolio einer Wirtschaftszeitung gehört. Dies trifft ebenso für das südafrikanische Wirtschaftsmagazin Financial Mail zu. Allerdings veröffentlichte die täglich erscheinende Business Day für eine Wirtschaftszeitung auffallend viele umfassende Artikel zum Thema Fußball-WM 2010.

Für die analysierten Themen der Berichte ergibt sich ein auffallender Unterschied bei dem Thema der „Bier-Zensur“. In Deutschland sorgte das Thema „Bier-Zensur“ für erhebliche Empörung und Aufregung in den Medien und auch der Bevölkerung. Als Ergebnis wurde im Dezember 2004 ein Kompromiss geschlossen, wonach eine deutsche Brauerei, zusätzlich zur amerikanischen, ihr Bier ausschenken dürfe. Das Bekanntwerden der „Bier-Zensur“ in Südafrika führte zwar zu erhöhtem Medieninteresse. Allerdings blieb die Empörung der Bevölkerung, wie sie in Deutschland sich in den Medien widerspiegelte, aus. Ebenso wurde auch keine Kompromisslösung zu Gunsten einer südafrikanischen Brauerei getroffen.

In der Untersuchung der Bewertungen der Themen ist ein Unterschied zu erkennen, wonach die größtenteils neutrale Bewertung der Themen nicht für die Berichterstattung beider Länder gleich zutreffend ist. Der Großteil der Themen in den Berichten der deutschen Medien wurde als neutral bewertet codiert. Nur das Thema „Infrastruktur“ wurde annähernd zu je einem Drittel negativ, neutral und positiv bewertet. Ebenso ist die Mehrzahl der Artikel aus den südafrikanischen Printmedien als neutral bewertet codiert worden. Es fällt jedoch hier auf, dass beim Thema „Mannschaftsvorbereitungen“ keine negativ bewertete Codierung erfolgt ist. Das Thema wurde ausschließlich neutral und positiv bewertet.

4.2 Gemeinsamkeiten

Die Analyse nach der Anzahl der Berichte zur Fußball-WM in Deutschland bzw. Südafrika in den acht bzw. zehn auflagenstärksten Printmedien ergibt folgende Gemeinsamkeit zum beobachteten Anstieg der Berichterstattung in den beiden Monaten, Juni und Juli, genau zwei Jahre vor der Fußball-WM im eigenen Land. In Deutschland füllten in diesen zwei Monaten der Rücktritt des ehemaligen Bundestrainers Rudi Völler sowie die Suche nach seinem Nachfolger die Printmedien. Auch in Südafrika stieg ab Ende Juni

2008 die Berichterstattung erheblich an und erreichte im Juli ihren Jahreshöchststand. Dieser Stand wurde vorrangig durch die aufkommende Skepsis der FIFA gegenüber Südafrika und an dessen rechtzeitigem Beenden der WM-Vorbereitungen ausgelöst. Folglich wurde die Hypothese 2) (siehe 2.1) bestätigt: Die Berichterstattung verzeichnet in den Monaten Juni und Juli genau zwei Jahre vor der WM im eigenen Land einen erheblichen Anstieg. Eine weitere Gemeinsamkeit war mit der schwankenden Anzahl der Berichte zu beobachten. Die Berichterstattung in Deutschland und Südafrika ist jeweils zwei Jahre vor der WM sehr schwankend und wurde durch andere sportliche aber auch wirtschaftliche und politische Ereignisse beeinflusst. Dies bestätigt Hypothese 3) (siehe 2.1), nachdem die Berichterstattung im Verlauf des Jahres schwankend aufgrund anderer sportlicher, politischer und wirtschaftlicher Ereignisse ist.

Bei der Untersuchung der Medien beider Länder, in denen die Berichterstattung veröffentlicht wurde, ergab sich im Ergebnis die Gemeinsamkeit, dass in den Wirtschaftspublikationen, mit Ausnahme der Business Day, wenig über die Fußball-WM im eigenen Land berichtet wurde. Diese Tatsache könnte damit zu erklären sein, dass das Thema Sport wenig bis gar nicht zum Portfolio einer Wirtschaftszeitung gehört.

Bei der Betrachtung der Namen der Publikationen fiel auf, dass sowohl in den deutschen als auch in den südafrikanischen Medien die Zeitung mit der größten Berichterstattung die Bild und die Beeld (=Bild, Afrikaans; Anm. d. Autors) war.

Die Reihenfolge der untersuchten Themenbereiche war in den untersuchten deutschen und südafrikanischen Printmedien gleich. Ebenso war auch deren Verteilung der Menge annähernd gleich.

Eine weitere Gemeinsamkeit ergab sich dahingehend, dass sowohl in den deutschen als auch in den südafrikanischen Medien die Mannschaftsvorbereitungen der Fußball-Teams weniger im Medieninteresse standen im Vergleich zu den organisatorischen Vorbereitungen im Allgemeinen und zur Infrastruktur. Diese Tatsache widerlegt die Hypothese 6) (siehe 2.1), nachdem die Medien an erster Stelle über die sportliche Vorbereitung der eigenen Nationalmannschaft berichteten.

Gemeinsam in der Berichterstattung beider Länder ist weiterhin, dass die Medien vorrangig über die organisatorischen Themen zur Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land berichteten, wie z. B. zu Bauprojekten, zur Infrastruktur, etc. Dies bestätigt die Hypothese 5) (siehe 2.1).

Die Analyse der Themenbewertungen in den untersuchten Artikeln ergab die Gemeinsamkeit zwischen den beiden Ländern, wonach die

Berichterstattung in den Artikeln hauptsächlich neutral bewertet wurde. Somit ist die geringe negative Bewertung möglicherweise als Form der Unterstützung, im Sinne eines gedanklichen Hinweises, des eigenen Landes in der Vorbereitung zur WM zu verstehen. Die geringe positive Bewertung könnte mit einer Art Bescheidenheit erklärt werden.

Dies widerlegt die eingangs gestellte Hypothese 7) (siehe 2.1), dass die Themen der veröffentlichten Artikel vorwiegend positiv bewertet wurden.

Schluss

Der „Vergleich der Vorberichterstattung im Jahr 2004 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland mit der Vorberichterstattung im Jahr 2008 zur Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika“ wurde mithilfe der empirischen Methode der Medieninhaltsanalyse gezogen. Dafür wurde die Medienberichterstattung von Media Tenor codiert. Die codierten Daten wurden von mir analysiert, indem ich sie beschrieb und interpretiert und anschließend verglichen habe.

Als Ergebnis ist festzuhalten, dass die Untersuchung neben vielen Gemeinsamkeiten auch interessante Differenzierungen im Detail aufgezeigt hat. Differenzierungen dahingehend, dass bspw. das Thema „Trainerwechsel“ oder „Bier-Zensur“ einen deutlichen Unterschied in der Berichterstattung zwischen beiden Ländern aufweist. Auffallend ist dabei, dass die Berichterstattung sowohl in den untersuchten deutschen Medien als auch in den südafrikanischen Medien im Zusammenhang mit anderen politischen, wirtschaftlichen und auch sportlichen Ereignissen steht. Dadurch war der Umfang der Berichterstattung zur WM positiv oder negativ beeinflusst. Differenzierend zwischen beiden Ländern ist der Umfang der Berichterstattung über den gesamten Zeitraum in den Printmedien zu dem Ereignis. Es fällt auf, dass in den südafrikanischen Medien - trotz kleinerer Auflagen - in dem Nachrichtenteil, politischen und wirtschaftlichen Teil in größerem Umfang über das Ereignis berichtet wurde. Insgesamt, über alle Themenbereiche, zeigt sich die annähernd ausgeglichene Bewertung, dies sowohl in den deutschen als auch den südafrikanischen Medien. Die Themenwahl ähnelt sich in der jeweiligen Häufigkeit und auch in der Rangfolge der Themenbereiche. Somit sind gewisse Parallelen der Medienarbeit in beiden Ländern festzustellen, das zumindest für den betrachteten Zeitabschnitt zu sagen ist.

Sicherlich wären gleiche Analysen der Printmedien in einem engeren Zeitraum zum bzw. um das Ereignis ebenso interessant. Man könnte dann die Intensität der Berichterstattung mit Zeiträumen vorher vergleichen. Da in dieser Untersuchung der Nachrichtenteil, der politische und wirtschaftliche Teil sowie die Meinungssektion analysiert wurden, könnte eine solche Analyse auch unter Einbeziehung des Sportteils der Zeitungen bzw. unter Einbeziehung reiner Sportpublikationen durchgeführt werden. Ebenso wären Untersuchungen dieser Art auch für die Rundfunkmedien von Interesse.

Literaturverzeichnis

Bücher

- BONFADELLI, Heinz: Medieninhaltsforschung. 1. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2002. – ISBN 3-8252-2354-X
- BROSIUS, Hans-Bernd; KOSCHEL, Friederike: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung – Eine Einführung. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005. – ISBN 3-5314-3365-2
- FRÜH, Werner: Inhaltsanalyse. 6. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2007. – ISBN 3-8252-2501-1
- GIRTLE, Roland: Methoden der Feldforschung. 4. Auflage. Wien u. a.: Böhlau Verlag GmbH & Co. KG, 2001. – ISBN 3-8252-2257-8
- MAYRING, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, Beltz, Weinheim 2002, ISBN 3-407-25252-8
- MERTEN, Klaus: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis, Westdeutscher Verlag, Opladen 1983, ISBN 3-531-11442-5
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth; SCHULTZ, Winfried; WILKE, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon – Publizistik – Massenkommunikation. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 2009. – ISBN 978-3-596-18192-6
- RÖSSLER, Patrick: Inhaltsanalyse. 1. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2005. – ISBN 3-8252-2671-9
- TOP, Jasmin: Konsensanalyse: Ein neues Instrument der Inhaltsanalyse. 1. Auflage. Norderstedt: Books on Demand GmbH, 2006. – ISBN 3-8334-5290-0

Internet

Afrika-auf-einen-blick.de:

<http://www.afrika-auf-einen-blick.de/suedafrika/politik.php>
19. 09. 2009

BBC Sport

<http://news.bbc.co.uk/sport2>
22. 09. 2009

Beeld & Die Burger: Mediadaten:

<http://www.biz-community.com/Article/196/90/7614.html>
10. 09. 2009

Biz-community.com:

<http://www.biz-community.com/196/90.html>
10. 09. 2009

Business Day: Mediadaten

<http://www.businessday.co.za/AboutUs/Home.aspx>
01. 09. 2009

Cape Times: Mediadaten

<http://www.capetimes.co.za/index.php?fSectionId=3234>
01. 09. 2009

Daily Sun: Mediadaten

http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&lang=Eng&i_CategoryID=5

02. 09. 2009

Deutscher Fußball Bund:

<http://www.dfb.de/index.php?id=11015>

28. 09. 2009

Deutsche Welle

<http://www.dw-world.de/>

19. 09. 2009

Die Burger: Mediadaten

http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&lang=Eng&i_CategoryID=6

02. 09. 2009

Financial Mail: Mediadaten

<http://free.financialmail.co.za/aboutus/aboutusfm.html>

02. 09. 2009

Financial Times Deutschland: Mediadaten

<http://www.gujmedia.de/portfolio/zeitungen/ftd/?nv=rdir#>

04. 09. 2009

Frankfurter Allgemeine Zeitung: Mediadaten

<http://www.faz.net/s/RubEA6F83B943A04C4688E5C0F0969371C9/Doc~EB5F4EE7FF9C04B149123F88DB8CDEE75~ATpl~Ecommon~Scontent.html>

10. 09. 2009

Frankfurter Rundschau: Mediadaten

http://www.fr-online.de/verlagsservice/ueber_die_fr/

04. 09. 2009

Handelsblatt: Mediadaten

http://www.vhb.de/VHBCContent/Portfolio/Handelsblatt/default_11.aspx

11. 09. 2009

Human Sciences Research Council

<http://www.hsrc.ac.za/Document-2994.phtml>

19. 09. 2009

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.

(ivw): Mediadaten deutscher Printmedien:

<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true;>

03. 09. 2009

Intercoder reliability:

<http://astro.temple.edu/~lombard/reliability/>

25. 09. 2009

IT-Wissen:

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Codierung-coding.html>

03. 07. 2009

Media24.com:

http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&lang=Eng&i_CategoryID=2&nodeid=node2

02. 09. 2009

Media Tenor Institute for Media Analysis:

http://www.mediatenor.de/mca_content_analysis.php

23. 06. 2009

Presstext Nachrichtenagentur:

<http://presstext.de/>

03. 09. 2009

Southafrica.info:

http://www.southafrica.info/ess_info/sa_glance/constitution/news.htm

11. 09. 2009

South African Government Information

<http://www.info.gov.za/otherdocs/2003/census01brief.pdf>

13. 09. 2009

Sowetan: Mediadaten

<http://www.bizcommunity.com/Account/196/23/1812.html>

01. 09. 2009

Statistics South Africa:

<http://www.statssa.gov.za/publications/P0302/P03022006.pdf>

13. 09. 2009

Statistikportal.de:

<http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/>

29. 09. 2009

Suedafrikatour.de:

<http://www.suedafrikatour.de/allgemeines/medien.htm#Zeitungen>

01. 09. 2009

Süddeutsche Zeitung: Mediadaten

[http://mediadaten.sueddeutsche.de/home/;](http://mediadaten.sueddeutsche.de/home/)

03. 09. 2009

tageszeitung: Mediadaten

<http://www.taz.de/zeitung/ueberuns-verlag>

04. 09. 2009

The Star: Mediadaten

<http://www.thestar.co.za/index.php?fSectionId=2498>

01. 09. 2009

The Times

<http://www.timeslive.co.za/thetimes/>

23. 09. 2009

Uni Frankfurt:

http://www.uni-frankfurt.de/fb/fb04/personen/weyerss/SoSe08_MeS/8Erhebungsmethoden.pdf

16. 09. 2009

Uni Jena:

[http://dtserv3.compsy.uni-jena.de/ws2006/allgpaed_uj/77859673/content.nsf/Pages/46D6596D25C27F9CC125722F003CD6EF/\\$FILE/Pr%C3%A4sentation%20Inhaltsanalyse.ppt](http://dtserv3.compsy.uni-jena.de/ws2006/allgpaed_uj/77859673/content.nsf/Pages/46D6596D25C27F9CC125722F003CD6EF/$FILE/Pr%C3%A4sentation%20Inhaltsanalyse.ppt)
19. 09. 2009

Uni Leipzig:

<http://www.uni-leipzig.de/~jenderek/WS0607/referate/Albrecht.pdf>
20. 09. 2009, 15:25 Uhr

Uni München:

http://hermes.ifkw.uni-muenchen.de/demo/clic/self/davirt-demo-public/glossar_2000162.html
03. 07. 2009

Uni-Taschenbücher GmbH (UTB):

http://www.utb-stuttgart.com/upload/2501_Einleitung.pdf
24. 06. 2009

Wirtschaftswoche: Mediadaten

http://www.vhb.de/VHBCContent/Portfolio/WirtschaftsWoche/default_41.aspx
11. 09. 2009

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Cynthia Thor

Kamenz, den 23. Oktober 2009