



BACHELORARBEIT

Frau
Christina Isabella Büscher

Zwischen Urlaubsidylle und Überlebenskampf

**Eine qualitative Inhaltsanalyse der Berichter-
stattung über die Flüchtlingssituation auf Kos**

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Zwischen Urlaubsidylle und Überlebenskampf

Eine qualitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos

Autorin:
Frau Christina Isabella Büscher

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM13sT1-B

Erstprüfer:
Herr Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.

Zweitprüfer:
Herr Michael Roslon M.A.

Einreichung:
Overath, 08.01.2016

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

Between holiday idyll and struggle for survival

A qualitative content analysis of the coverage about the refugee situation on Kos

author:
Ms. Christina Isabella Büscher

course of studies:
Business Management

seminar group:
BM13sT1-B

first examiner:
Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.

second examiner:
Michael Roslon M.A.

submission:
Overath, 08.01.2016

Bibliografische Angaben

Büscher, Christina Isabella:

Zwischen Urlaubsidylle und Überlebenskampf

Eine qualitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos

Between holiday idyll and struggle for survival

A qualitative content analysis of the coverage about the refugee situation on Kos

65 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

Abstract

Diese Bachelorarbeit geht der Frage nach, wie deutsche Tageszeitungen die Flüchtlingssituation auf Kos darstellen und welches Bild der Insel Kos in den Zeitungen erzeugt wird. Ziel der Untersuchung ist es aufzuzeigen, auf welche Art und Weise deutsche Tageszeitungen über diese Thematik berichten und wie sich diese Berichterstattung womöglich auf das touristische Image der Destination Kos auswirkt. Zu diesem Zweck wurde eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt. Den Gegenstand der Inhaltsanalyse bildeten drei Tageszeitungen (die *tageszeitung*, die *Welt* sowie die *Bild-Zeitung*). Im theoretischen Teil der Arbeit wird zunächst die Krisenberichterstattung in deutschen Medien beschrieben. Anschließend wird der Einfluss der Medien auf das Image und die touristische Nachfrage einer Urlaubsdestination sowie die Darstellung von Migranten in den Medien aufgezeigt. Nachdem die theoretischen Grundlagen erarbeitet wurden, beschäftigt sich der praktische Teil dieser Arbeit mit der Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos in den zuvor genannten Tageszeitungen. Im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse wurden Zeitungsartikel, die sich inhaltlich mit dem Thema der Flüchtlingssituation auf Kos befassen, analysiert und auf der Basis einer Vielzahl an qualitativen Kriterien verglichen.

I	Inhaltsverzeichnis	
II	Abbildungsverzeichnis	7
III	Tabellenverzeichnis	8
IV	Abkürzungsverzeichnis	9
1	Einleitung	10
2	Krisenberichterstattung in deutschen Medien	13
2.1	Das Mediensystem in Deutschland	13
2.2	Bedeutung der Medien in der Krisenberichterstattung	17
2.3	Zwischenfazit	19
3	Einfluss der Medien auf das Image und die touristische Nachfrage einer Urlaubsdestination	20
3.1	Begriffsbestimmung des Images, der touristischen Nachfrage und der Destination	20
3.2	Korrelation von Image und touristischer Nachfrage	23
3.3	Einfluss der Medien auf das Image einer Destination	27
3.4	Einfluss der Medien auf die touristische Nachfrage einer Destination	29
3.5	Destination Kos	31
3.6	Zwischenfazit	32
4	Migranten in den Medien	33
4.1	Begriffsbestimmung des Migranten und des Flüchtlings	33
4.2	Globale Fluchtbewegungen - Zahlen, Daten und Fakten	36
4.3	Berichterstattung über Migranten	38
4.4	Zwischenfazit	40
5	Empirischer Forschungsprozess	42
5.1	Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	42
5.2	Auswertung des Untersuchungsmaterials orientiert an der Methode der inhaltlichen Strukturierung	49

5.3	Zwischenfazit	52
6	Analyse	53
6.1	Darstellung der Ergebnisse	53
6.2	Ergebnisse bezogen auf die theoretischen Erkenntnisse der Arbeit	67
6.3	Zwischenfazit	71
7	Fazit und Schlussfolgerung	73
V	Literaturverzeichnis	76
VI	Anhang	87
VII	Eigenständigkeitserklärung	97

II Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage	25
Abb. 2: Einflussfaktoren auf die Reiseentscheidung	26
Abb. 3: Travel Decision Process Model	27
Abb. 4: Flüchtlinge nach Hauptankunftsland in Mill.	37
Abb. 5: Allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell	45
Abb. 6: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse (allgemein)	47
Abb. 7: Ablaufmodell inhaltlicher Strukturierung	49

III Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Touristische Ankünfte in Griechenland	87
Tab. 2: Kodierleitfaden	88
Tab. 3: Häufigkeitsverteilung: Akteure	93
Tab. 4: Häufigkeitsverteilung: Themen	93
Tab. 5: Häufigkeitsverteilung: Länder bzw. Regionen	94
Tab. 6: Häufigkeitsverteilung: Wertungen und Tendenzen der Artikel	94
Tab. 7: Häufigkeitsverteilung: Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel	94

IV Abkürzungsverzeichnis

BAMF	Bundesamt für Migration und Flüchtlinge
BRD	Bundesrepublik Deutschland
EU	Europäische Union
GFK	Genfer Flüchtlingskonvention
IOM	Internationale Organisation für Migration
rtf	Rich Text Format
taz	Tageszeitung
UN	United Nations ¹
UNHCR	United Nations High Commissioner for Refugees ²
WWW	World Wide Web

¹ Vereinten Nationen

² Hochkommissar der Vereinten Nationen für Flüchtlinge

1 Einleitung

Zur Zeit bestimmen Flüchtlingsdebatten den aktuellen Mediendiskurs und angesichts der Tatsache, dass kein Ende der Wanderung absehbar ist, wird sich daran zunächst vermutlich auch nichts ändern. Grund dafür ist, dass die Zahl der Menschen, die sich weltweit auf der Flucht befinden, in den letzten Jahren drastisch gestiegen ist. Betrug sie im Jahr 2005 laut UNHCR noch 37,5 Millionen Menschen, stieg sie 2014 auf 59,5 Millionen.³ Die Mehrheit der geflohenen Personen stammt aus Syrien, gefolgt von Afghanistan und Somalia. Sie fliehen vor Krieg, Konflikten und Verfolgung. Nun stellen die steigenden Flüchtlingszahlen vor allem die Aufnahmeländer wie bspw. die Türkei vor erhebliche Herausforderungen bezüglich der räumlichen Verteilung der Schutzsuchenden und ihrer darauffolgenden Unterbringung. Das Beispiel zeigt bereits, dass auch in touristischen Destinationen Flüchtlinge anzutreffen sind.

In dieser Bachelorarbeit wird das Thema Flüchtlinge am Beispiel der Insel Kos als Teil der globalen Fluchtbewegungen beleuchtet. Das Beispiel Kos ist hierbei besonders relevant, da die Situation auf der Insel seit Mai letzten Jahres außergewöhnlich intensiv medial behandelt wird. Zudem besteht hier eine besondere Brisanz aufgrund des Konfliktes zwischen der traditionell vorherrschenden Darstellung des Urlaubsparadieses Kos einerseits und der aktuellen Berichterstattung über das überproportionale Flüchtlingsaufkommen andererseits.

Für die allgemeine Wahrnehmung dieser Thematik kommt der Berichterstattung der Medien eine besondere Bedeutung zu. Als zentrale Instanz bei der Vermittlung von Informationen spielen die Medien eine wesentliche Rolle.⁴ Denn gerade in Bereichen, bei denen persönliche Erfahrungen und Wahrnehmungen fehlen, sind die Rezipienten besonders stark auf deren Informationen angewiesen. Dies gilt in besonderem Maße für die Berichterstattung über die Flüchtlinge auf Kos. Die meisten Menschen in Deutschland haben kein persönlich erfahrenes Bild der Flüchtlingssituation auf Kos, sodass ihr Meinungsbild durch Informationen der Medien geprägt wird.⁵ Daher spielen Medien in gesellschaftlichen Diskursen gerade in Bezug auf Migrationsthemen eine

³ Vgl. UNHCR [2015], o. S.

⁴ Vgl. Gräf [2007], S. 10.

⁵ Vgl. Gilliam/Valentino/Beckmann [2002], S. 755 ff.

wichtige Rolle, welche hier genauer betrachtet werden soll. Das erkenntnisleitende Interesse der Studie gründet sich auf die Frage, wie deutsche Tageszeitungen die Flüchtlingssituation auf Kos darstellen und welches Bild der Destination Kos in den Zeitungen erzeugt wird.

Dieser Frage soll in der vorliegenden Arbeit theoretisch und empirisch nachgegangen werden. Ziel der Untersuchung ist es aufzuzeigen, auf welche Art und Weise deutsche Tageszeitungen über diese Thematik berichten und wie sich diese Berichterstattung womöglich auf das touristische Image der Destination Kos auswirkt. Von Interesse sind dabei die Medieninhalte und ihre Darstellungen, denn diese formen das Meinungsbild der Menschen. Mittels ihrer Berichterstattung konstruieren Medien das Wissen der Menschen über Kos maßgeblich mit und prägen damit ihr Bild von Kos. Somit tragen die Medien im Rahmen der Berichterstattung eine große Verantwortung. Eine positive oder negative Berichterstattung über Kos, hat Einfluss auf die Wahrnehmung und damit auf die Akzeptanz bei den Rezipienten.

Im Rahmen dieser Studie wird die Berichterstattung in deutschen Tageszeitungen in Betracht gezogen. Diese sind von besonderem Forschungsinteresse, da sie sich im Vergleich zu den elektronischen Medien durch eine fundierte Hintergrundberichterstattung auszeichnen.⁶ Diese ist im Meinungsbildungsprozess über Migranten (z.B. Gründe von Vertreibung und Flucht aus dem eigenen Land) besonders elementar.

Zur Beantwortung der Fragestellung gliedert sich diese Arbeit in Theorie und Empirie. Der erste Abschnitt widmet sich schwerpunktmäßig der Krisenberichterstattung in deutschen Medien. Der folgende Themenkomplex behandelt den Einfluss der Medien auf das Image und die touristische Nachfrage einer Urlaubsdestination. Schließlich beschäftigt sich der dritte Bereich mit der Darstellung von Migranten in den Medien. Aufbauend auf dem theoretischen Hintergrund beginnt mit Kapitel 5 die Empirie, die sich zunächst mit der angewandten Methode der qualitativen Inhaltsanalyse und der Auswertung des Untersuchungsmaterials befasst. In Kapitel 6 erfolgt eine ausführliche Analyse der Berichterstattung in deutschen Tageszeitungen anhand der methodischen und theoretischen Grundlagen. Daran schließt die Beantwortung der Forschungsfrage

⁶ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 135.

an, indem die Befunde der verschiedenen Kategorien ausgewertet und interpretiert werden. Hierbei wird die Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos in inhaltlicher und wertender Hinsicht untersucht. So kann das vermittelte Bild der Destination Kos aufgezeigt werden. Anschließend sollen die Ergebnisse der Untersuchung in bisherige Forschungsergebnisse eingeordnet werden. Im Gesamtfazit werden die vorliegenden Ergebnisse in einem groben Überblick zusammengefasst und mit einem Ausblick auf weitere Forschungsmöglichkeiten beendet.

2 Krisenberichterstattung in deutschen Medien

Zentrales Anliegen der vorliegenden Arbeit ist es, im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung (vgl. Kap. 5 und 6) zu erarbeiten, auf welche Art und Weise deutsche Tageszeitungen über die Flüchtlingssituation auf Kos berichten und wie sich diese Berichterstattung womöglich auf das touristische Image der Destination Kos auswirkt. Bei der Auseinandersetzung mit der medialen Berichterstattung ist es jedoch unvermeidlich zunächst das deutsche Mediensystem näher in den Blick zu nehmen (vgl. Kap. 2.1). Als Basis für die Konzeption der Untersuchung und die Analyse der Untersuchungsergebnisse werden an dieser Stelle zunächst Medien im Sinne einer wissenschaftlichen Betrachtung definiert und im Speziellen die Struktur und Aufgaben des deutschen Mediensystems erläutert. Darauf aufbauend wird die Bedeutung der Medien in der Krisenberichterstattung dargelegt (vgl. Kap. 2.2).

2.1 Das Mediensystem in Deutschland

*„Was wir über unsere Gesellschaft,
ja über die Welt, in der wir leben, wissen,
wissen wir durch die Massenmedien.“⁷*

(Niklas Luhmann)

Das Mediensystem in Deutschland zu kennzeichnen ist schwierig, da viele verschiedene Ansichten existieren, was unter einem Mediensystem zu verstehen ist. Aus diesem Grunde werden vorab folgende Begrifflichkeiten, wie *Medien*, *System* und *Mediensystem* geklärt. Sie alle spielen für das weitere Verständnis der Arbeit eine zentrale Rolle. Anfangs wird auf die Begriffe getrennt voneinander eingegangen, um dann ihre gemeinsame Bedeutung herauszuarbeiten.

Der Begriff *Medien* leitet sich von dem lateinischen Wort *Medium* ab.⁸ Hierbei handelt es sich um einen mehrdimensionalen Begriff, der in verschiedenen Disziplinen unterschiedlich eingesetzt werden kann. Ursprünglich stammt *Medium* von dem lateinischen

⁷ Luhmann [2004], S. 9.

⁸ Vgl. Wende [2004], S. 97.

Wort *medius* und bedeutet so viel wie in der Mitte stehend und vermittelnd.⁹ Die vorliegende Arbeit folgt der Definition von Saxer. Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler definierte den Plural *Medien* 1999 wie folgt: „Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“¹⁰ Diese Definition lässt drei unterschiedliche Begriffsbestandteile erkennen. Erstens sind Medien Kommunikationskanäle, die bestimmte Zeichensysteme (visuelle, auditive, audiovisuelle) transportieren bzw. vermitteln. Zweitens sind Medien komplexe Organisationen, die Leistungen für die Gesellschaft erbringen (Unterhaltung, Integration, politische Sozialisation etc.). Drittens sind Medien Institutionen, die in das gesellschaftliche Normen- und Regelsystem integriert sind.¹¹ Die letzten beiden Aspekte erklären, dass Medien systemisch zusammenhängen. Aber was genau wird unter einem System verstanden?

Originär kommt der Fachausdruck System aus dem griechischen und ist zurückzuführen auf das Wort *sistema*, welches Gebilde, Zusammengestellte oder Verbundene bedeutet.¹² In der Literatur existieren verschiedene Definitionen des Systems. An dieser Stelle soll exemplarisch die Definition von Hörz und Wessel angeführt werden, welche den Begriff *System* wie folgt definieren: „Ein System ist eine relativ stabile, geordnete Gesamtheit von Elementen und Beziehungen, die durch die Existenz bestimmter Gesetze, d.h. allgemein-notwendiger und wesentlicher Zusammenhänge, charakterisiert ist.“¹³ Demzufolge wird unter einem System eine Einheit verstanden, welche als Ganzes funktioniert und bei der ein Zusammenwirken der Einzelelemente stattfindet.

In Bezug auf die Bezeichnung *Mediensystem* wird im Rahmen dieser Arbeit der Definition von Thomaß gefolgt: „Medien können nun selbst als »organisierte soziale Handlungssysteme« aufgefasst werden, und sie bilden in ihrer Gesamtheit wiederum ein System, das Mediensystem.“¹⁴ Somit ist das Mediensystem als eine Einheit zu begreifen, welche aus komplexen Strukturen und Entwicklungslogiken besteht.¹⁵ Dieses Sys-

⁹ Vgl. Frederking/Krommer/Maiwald [2008], S. 12.

¹⁰ Maletzke [1998], S. 52.

¹¹ Vgl. Schanze/Schwering/Groscurth [2009], S. 13.

¹² Vgl. Burkhardt [2009], S. 22.

¹³ Hörz/Wessel [1983], S. 45.

¹⁴ Thomaß [2007], S. 17.

¹⁵ Vgl. Thomaß [2007], S. 15.

tem beinhaltet alle Strukturen und Ordnungen, welche die Medien in einem festgelegten Umfeld charakterisieren. Das Umfeld setzt sich dabei aus dem Staat und der Gesellschaft zusammen. So kann der Staat bspw. durch politische Maßnahmen auf das Mediensystem gezielt einwirken.¹⁶

Anhand der vorherigen Ausführungen ist zu erkennen, dass das Mediensystem in Deutschland komplex organisiert ist. Dies bestätigt auch ein Blick auf die verschiedenen Segmente, in welche die Medien eingeteilt sind: „Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften), Elektronische Medien (Fernsehen und Hörfunk), Multimedia/ Neue Medien (Internet, Online- und Datendienste), Satellitendienste sowie Nachrichtenagenturen, Produzenten, Zulieferer und Medienkooperationen.“¹⁷ Sie können als Subsysteme betrachtet werden, die durch ihr Zusammenwirken das Mediensystem formen.

Die folgende Vorstellung der Einzelmedien konzentriert sich auf die drei Medientypen *Printmedien*, *Elektronische Medien* und *Multimedia/Neue Medien*, weil sie in der öffentlichen Meinungsbildung eine zentrale Stellung einnehmen.¹⁸ Für die künftigen Betrachtungen stehen vor allem Zeitungen im Vordergrund, da sie sich im Vergleich zu den elektronischen Medien durch eine fundierte Hintergrundberichterstattung auszeichnen.¹⁹

Das Mediensystem in Deutschland wird wesentlich durch eine Vielzahl von *Printmedien* geprägt, welche als ältestes Medium gelten. Die Kategorie *Printmedien* setzt sich aus den PresseGattungen Zeitung und Zeitschrift zusammen. Die Zeitungen werden nach ihrer Erscheinungsweise in Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen, nach ihrer geografischen Ausrichtung in lokale/regionale und überregionale Zeitungen sowie nach ihrer Vertriebsart in Abonnement- oder Straßenverkaufszeitungen unterschieden.²⁰

Auch der Zeitschriftenmarkt in Deutschland präsentiert sich vielfältig. Insgesamt werden drei Zeitschriftenarten differenziert: Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften und

¹⁶ Vgl. Burkhardt [2009], S. 21.

¹⁷ Altendorfer [2001], S. 56.

¹⁸ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 135.

¹⁹ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 135.

²⁰ Vgl. Altendorfer [2001], S. 77.

Kundenzeitschriften.²¹ Die zahlreich, etablierten Publikumszeitschriften richten sich i.d.R. an ein breites Publikum. Die Fachzeitschriften dagegen befassen sich primär mit Spezialthemen und richten sich somit nur an eine kleine Gruppe von Interessierten

Die Reichhaltigkeit der Medienlandschaft zeigt sich besonders im dualen Rundfunksystem, welches die *elektronischen Medien* Hörfunk und Fernsehen umfasst. Dieses System unterteilt den Rundfunk in einen öffentlich-rechtlichen und einen privaten. Zudem sieht es eine Gleichberechtigung und Gleichrangigkeit der beiden Segmente vor.²²

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird durch die öffentliche Hand finanziert, indem Gebühren erhoben werden. Daher hat er neben einem Grundversorgungsauftrag auch einen gesetzlichen Informations- und Bildungsauftrag. Werbung wird hier nur in begrenztem Umfang betrieben. Zu den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gehören z.B. die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD), das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) und der Westdeutsche Rundfunk (WDR).²³

Der private Rundfunk hingegen erhält keine Gebühren, sondern wird ausschließlich durch Werbeeinnahmen finanziert.²⁴ Deshalb liegt der Schwerpunkt hier auf dem Unterhaltungsprogramm. Zu den privaten TV-Anbietern zählen bspw. SAT.1, RTL und ProSieben. Aber auch im Hörfunkbereich gibt es einige private Anbieter, wie z.B. Radio Schleswig-Holstein (RSH), bigFM und Antenne Bayern.²⁵

Durch den technologischen Fortschritt sind neben den klassischen Medien (Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Fernsehen) so genannte *Multimedia/Neue Medien* entstanden. Hierunter fallen insbesondere technische Geräte wie Computer oder Handy aber auch Systeme, Kommunikationsmodalitäten, Anwendungen und Dienste.²⁶ Große Bedeutung kommt in diesem Bereich dem Internet zu. Zu den wichtigsten Internet-Diensten gehö-

²¹ Vgl. Altendorfer [2001], S. 77.

²² Vgl. Altendorfer [2001], S. 56.

²³ Vgl. Altendorfer [2001], S. 59 ff.

²⁴ Vgl. Altendorfer [2001], S. 60.

²⁵ Vgl. Altendorfer [2001], S. 71 ff.

²⁶ Vgl. Pürer [2003], S. 266 ff.

ren bspw. der Abruf gespeicherter Informationen (z.B. im WWW), das Versenden von Nachrichten auf elektronischem Weg (z.B. E-Mail) und Suchmaschinen (z.B. Google).²⁷

Nach Rühl besteht die zentrale Aufgabe der Medien in der Vermittlung von Informationen über das Geschehen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, sodass sich jeder eine freie, individuelle Meinung bilden kann.²⁸ Bei der Vermittlung von Inhalten unterstehen Medien grundsätzlich dem Anspruch, vollständig, objektiv und verständlich zu informieren.²⁹ Darüber hinaus haben Medien die Aufgabe, ihre Kritik- und Kontrollfunktion gegenüber politischen Funktionsträgern wahrzunehmen. Diese sieht vor, dass Medien, die politisch und gesellschaftlich Verantwortlichen kontrollieren und Missstände aufdecken.³⁰ Zudem sind Medien Kulturgut, da sie die Wahrnehmung von Wirklichkeit über vermittelte Werte, Einstellungen, Gefühle, Welt- und Vorbilder prägen, indem sie entsprechend ihrer gesellschaftlichen Funktion Informationen übermitteln. Sie stellen Öffentlichkeit her und bieten auf diese Weise Hilfe zur gesellschaftlichen Orientierung und Integration, indem sie Geschehnisse bewerten und in einen Kontext einordnen. Darauf basiert auch ihre besondere Bedeutung für Individuum und Gesellschaft.³¹

2.2 Bedeutung der Medien in der Krisenberichterstattung

Noch nie hat es so viele Krisen unterschiedlicher Art an so vielen Orten in der Welt gegeben. Im neuesten *Conflict Barometer 2014* des Heidelberger Instituts für Internationale Konfliktforschung (HIK) zählen die Wissenschaftler weltweit 424 Konflikte – sechs mehr als im Jahr 2013.³² Die Brennpunkte reichen vom Nahost-Konflikt, dem Bürgerkrieg in Syrien bis hin zum Oppositionskonflikt in der Ukraine sowie der Finanzkrise in Griechenland. Die Zahlen sind beunruhigend, doch den Medien kommen sie gelegen, „denn Krisenzeiten sind Quotenzeiten.“³³ Negative Ereignisse erfahren aufgrund ihrer Abweichung vom Alltag eine schnelle Verbreitung in den Medien und haben einen hohen Grad an öffentlichem Interesse. Sie bringen ein

²⁷ Vgl. Altendorfer [2001], S. 81.

²⁸ Vgl. Rühl [1980], S. 322.

²⁹ Vgl. Pürer/Raabe [1996], S. 306 f.

³⁰ Vgl. Meyn [2001], S. 37.

³¹ Vgl. Branahl/Donges [2011], S. 1 f.

³² Vgl. Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung [2014], S. 15.

³³ Buth [2015], o. S.

erhöhtes Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit mit sich, welches befriedigt werden will. Aber auch den Betroffenen vor Ort soll Gehör verschafft und eine weltweite Verbreitung gewährleistet werden.³⁴

Immer dann, wenn sich irgendwo auf der Welt eine Krise anbahnt, sind die Krisenberichterstatter³⁵ zur Stelle. Die Korrespondenten reisen an, um über die aktuellen Geschehnisse und Entwicklungen, sowie Hintergründe und Zusammenhänge vor Ort zu berichten. Nicht selten begeben sie sich bei dieser Aufgabe selbst in Gefahr. Doch wann spricht man von einer Krise? Eine in der Wissenschaft oft genannte Definition bietet Luhmann:

„Krisen sind unerwartete (thematisch nicht vorbereitete) Bedrohungen nicht nur einzelner Werte, sondern des Systembestandes in seinem eingelebten Anspruchsniveau. Sie stimulieren und sammeln Aufmerksamkeit dadurch, dass sie den Erfüllungsstand zahlreicher Werte diffus, unbestimmt und unter Zeitdruck gefährden.“³⁶

Dem geht hervor, dass eine Krise ein „plötzliches Auftreten von in der Regel nicht vorhersehbaren Ereignissen oder Entwicklungen“³⁷ mit ungewissem Ausgang ist. Da es sich bei einer Krise um einen gesellschaftlichen Ausnahmezustand handelt, steigt das Publikumsinteresse und dementsprechend die Nachfrage nach verlässlichen und wahrheitsgemäßen Informationen.³⁸ Für die Medien bedeutet dies unmittelbaren Handlungsbedarf: Schnelle Berichterstattung ist gefragt. Denn das Publikum möchte alles Wichtige möglichst schnell erfahren. Zusätzlich werden die Medien mit der Herausforderung konfrontiert, über Krisen und Konflikte so zu berichten, dass die Leser, Hörer und Zuschauer sich ein möglichst genaues Bild zu den komplizierten und häufig dramatischen Ereignissen machen können. Denn oftmals beziehen die Rezipienten die Informationen über Krisen, die sie nicht persönlich erfahren, ausschließlich über die Medien.

³⁴ Vgl. Burkhardt [2009], S. 90.

³⁵ Die nachstehend verwendeten Personen- und Funktionsbezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen. Auf die durchgängige Verwendung der weiblichen und männlichen Form wird aus stilistischen Gründen verzichtet.

³⁶ Luhmann [1971], S. 12.

³⁷ Meyers [1994], S. 33.

³⁸ Vgl. Bilke [2008], S. 139 f.

2.3 Zwischenfazit

Innerhalb der Medienordnung in Deutschland kommt den klassischen Medien (Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Fernsehen) eine besondere Verantwortung zu. Es wird erwartet, dass sie die Leser informieren und durch Kritik und Kontrolle zur Meinungsbildung beitragen. Zudem sollen sie den Rezipienten zur Aufklärung und Orientierung in der Gesellschaft dienen. Besonders in Krisenzeiten werden die Medien gefordert. Informationen über Kriege, terroristische Anschläge und Naturkatastrophen beziehen die meisten Menschen vorwiegend aus den Medien und bauen ihr *Wissen* darauf auf. Daher besitzen Medien eine kommunikative Macht. Durch die mediale Darstellung von Krisenereignissen in Radio, Fernsehen oder Printmedien können sie auf die Wahrnehmung der Empfänger und Interpretation des Geschehens Einfluss nehmen. Im Hinblick auf die Forschungsfrage ist es in diesem Zusammenhang von Interesse, welche Bedeutung Medien im Tourismus zukommt.

3 Einfluss der Medien auf das Image und die touristische Nachfrage einer Urlaubsdestination

Auch das Thema Tourismus kann zum Gegenstand von Berichterstattung werden. Im folgenden Kapitel wird diskutiert, wie Medien die Wahrnehmung einer Destination beeinflussen. Für ein besseres Verständnis und als Grundlage für die weiteren Ausführungen werden zu Beginn des Kapitels folgende Begriffe definiert: *Image*, *touristische Nachfrage* und *Destination* (vgl. Kap. 3.1). Ist die Begriffsbestimmung abgeschlossen erfolgt eine Beschreibung des Zusammenhangs zwischen Image und touristischer Nachfrage (vgl. Kap. 3.2). Diese notwendigen Vorüberlegungen werden ergänzt um die Frage, wie die Medien sowohl auf das Image als auch die touristische Nachfrage einwirken (vgl. Kap. 3.3 und Kap. 3.4). Abschließend wird die griechische Insel Kos kurz porträtiert (vgl. Kap. 3.5). Ziel dieser Beschreibung ist es, Hintergrundwissen zu vermitteln, durch welches die spätere Analyse nachvollziehbarer wird.

3.1 Begriffsbestimmung des Images, der touristischen Nachfrage und der Destination

Der Begriff *Image* wird sowohl im alltäglichen Sprachgebrauch als auch in der wissenschaftlichen Literatur häufig und in sehr unterschiedlichen Zusammenhängen verwendet. Trotz seines vielseitigen Gebrauchs (Image von Personen, Unternehmensimage, Markenimage etc.) ist der Begriff weder in der Alltagssprache, noch in seiner wissenschaftlichen Verwendung eindeutig bestimmt.³⁹ Daher ist es notwendig, näher auf das dieser Arbeit zugrunde liegende Verständnis von *Image* einzugehen.

Der Begriff *Image* stammt aus dem Englischen und leitet sich von dem lateinischen Wort *imago* ab. Dieses bedeutet übersetzt so viel wie Bildnis, Abbild, Wertbild, Erscheinung und Vorstellung. Für das Verständnis des Begriffs *Image* wird im Folgenden eine wissenschaftliche Definition vorgestellt. Nach Uwe Johannsen wird das *Image* als die Ganzheit aller Vorstellungen, Einstellungen, Erfahrungen etc. die mit einem bestimmten Meinungsgegenstand (z.B. Marke, Firma, Destination) verbunden sind, ver-

³⁹ Vgl. Rothe [2001], S. 104.

standen.⁴⁰ Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass das *Image* eine Gesamtheit, ein allumfassendes Abbild eines Originals ist, das gleichzeitig aus vielen Einzelelementen besteht, welche miteinander in Beziehung stehen.

In dieser Arbeit bezieht sich der Imagebegriff auf das *Image* einer Urlaubsregion. In diesem Zusammenhang beschreibt das *Image* das gesamthafte Vorstellungsbild bzw. die gesamthafte Vorstellung, die sich eine Person von dieser Region macht. Es entwickelt sich „aus der Kombination von objektiven und subjektiven Faktoren“⁴¹, die für den potenziellen Urlauber ein Gesamtbild ergeben. Unter den objektiven Faktoren wird bspw. das Wissen über diese Region verstanden, während als subjektive Faktoren bspw. die persönlichen Meinungen und Erwartungen fungieren. Laut Wohlmann hilft das *Image* einer Urlaubsregion dem Käufer bei seinen Reiseüberlegungen und spielt bei der Reisewahl in Bezug auf das Ziel, die Art und Gestaltung seiner Urlaubsreise eine wesentliche Rolle.⁴² Wichtig sei hierbei, vor allem welche Vorstellungen, Meinungen und Erwartungen der einzelne mit dieser Destination assoziiert. „Insofern ist das Image Ausdruck der subjektiv empfundenen Realität, an der der einzelne seine Entscheidungen orientiert.“⁴³

Gemäß Gunn werden *Images* auf zwei verschiedenen Ebenen gebildet. Er differenziert eine *organische* und eine *induzierte Ebene*.⁴⁴ Das *organische Image* entwickelt sich innerlich aufgrund tatsächlicher Erfahrung oder Besichtigung, wogegen sich das *induzierte Image* aufgrund äußerlich empfangener und verarbeiteter Information wie Öffentlichkeit, Werbung, Nachrichten oder Mundpropaganda bildet. Der touristische Imagebildungsprozess unterteilt sich nach Gunn in die folgenden Stufen: (1) Ansammlung geistiger Images eines Reiseziels – *organisches Image*; (2) Anpassung des anfänglichen Images nach mehr Informationen – *induziertes Image*; (3) Entscheidung das Reiseziel zu bereisen; (4) Anreise; (5) Aufenthalt am Reiseziel; (6) Rückkehr und (7) Anpassung des Images an die eigene Erfahrung. Dieses Konzept macht deutlich, dass

⁴⁰ Vgl. Johannsen [1971], S. 19.

⁴¹ Salcher [1995], S. 131.

⁴² Vgl. Haedrich/Kaspar/Klemm/Kreilkamp [1998], S. 219.

⁴³ Haedrich/Kaspar/Klemm/Kreilkamp [1998], S. 219.

⁴⁴ Vgl. Echtner/Ritchie [2003], S. 38.

der Imagebildungsprozess nie endgültig abgeschlossen sein wird, sondern dass es im Laufe des Reiseentscheidungsprozesses aufgrund neuer Informationen zu Imageveränderungen kommen kann.

Folgt man der Auffassung Wohlmanns, dass das Image einer Urlaubsregion dem potenziellen Reisenden hilft, sich am Markt bei seinen Reiseüberlegungen leichter zu orientieren, kann das Image für die *touristische Nachfrage* entscheidend sein. Hierbei definierte Kaspar die *touristische Nachfrage* 1996 wie folgt: „Die touristische Nachfrage stellt die Bereitschaft des Touristen dar, verschiedene bestimmte Mengen touristischer Güter zu verschiedenen bestimmten Geldmengen einzutauschen, d.h. zu erwerben.“⁴⁵ Die *touristische Nachfrage* umfasst im Wesentlichen die Nachfrage nach Beherbergungs-, Beförderungs-, Verpflegungs-, Betreuungs-, Vermittlungs-, und Informationsleistung sowie nach ergänzenden Produkten und Leistungen wie bspw. Kurbehandlungen.⁴⁶ Hervorgerufen wird die Nachfrage durch Personen, die sich außerhalb ihres alltäglichen Arbeits- und Wohnumfeldes bewegen bzw. begeben wollen.⁴⁷ Doch was bewegt Menschen zum Reisen? Die Motivation aus Sicht des Nachfragers kann differieren. So unterscheidet der schweizer Tourismusökonom Kaspar z.B. folgende wichtige touristische Nachfragegruppen: Erholungstourismus, kulturorientierter Tourismus, gesellschaftsorientierter Tourismus, Sporttourismus, wirtschaftsorientierter Tourismus und politikorientierter Tourismus.⁴⁸

Da sich die *touristische Nachfrage* laut Fuchs immer nach einem Zielgebiet (*Destination*) richtet, erscheint es aus diesem Grund sinnvoll, auch diesen Begriff vorab zu bestimmen.⁴⁹ Das Wort *Destination* stammt aus dem Englischen und kann mit Bestimmung(sort), Zweck, Ziel übersetzt werden.⁵⁰ Aber auch in Deutschland findet diese Bezeichnung immer mehr Anwendung. Bieger hat sich z.B. intensiv mit dem Des-

⁴⁵ Freyer [2006], S. 67.

⁴⁶ Vgl. Berg [2012], S. 527.

⁴⁷ Vgl. Bieger [2010], S. 89.

⁴⁸ Vgl. Bieger [2010], S. 89 f.

⁴⁹ Vgl. Fuchs/Mundt/Zollondz [2008], S. 179.

⁵⁰ Vgl. Freyer [2009], S. 258.

tinationsbegriff auseinandergesetzt und eine der am meisten anerkannten Definition im deutschen Sprachraum entwickelt.⁵¹ Ihm zufolge ist eine *Destination* ein

„geographischer Raum (z.B. Ort, Region, Weiler), den der jeweilige Gast (oder Gästesegmente) als Reiseziel auswählt. Sie enthält sämtliche für einen Aufenthalt notwendige Einrichtungen für Beherbergung, Verpflegung, Unterhaltung/Beschäftigung. Sie ist somit die Wettbewerbseinheit im Incoming-Tourismus⁵², die als strategische Geschäftseinheit geführt werden muss.“⁵³

Aus dieser Definition gehen zwei verschiedene Aspekte hervor. Erstens ist eine *Destination* als Wettbewerbseinheit im Tourismus zu verstehen und zweitens impliziert dieser Destinationsbegriff, dass *Destinations* immer aus der Sicht der Nachfrager zu sehen sind.⁵⁴ „Wie andere Produkte stehen auch Destinationen zueinander in Konkurrenz.“⁵⁵ Daher müssen sie für ihre Kunden besondere, möglichst einzigartige Anreize schaffen, um sich von den Wettbewerbern zu differenzieren.

3.2 Korrelation von Image und touristischer Nachfrage

Wie bereits in dem vorherigen Abschnitt beschrieben, wird in der tourismuswissenschaftlichen Diskussion davon ausgegangen, dass das Image dem potenziellen Gast hilft, sich bei seinen individuellen Reiseüberlegungen zu orientieren. Somit hat es einen erheblichen Einfluss auf die Reiseentscheidung bzw. Kaufabsicht eines Konsumenten. Das Image kann dazu beitragen, dass sich ein Urlauber für eine bestimmte Destination entscheidet. Dabei ist es naheliegend, dass die Mehrzahl der Menschen keine Destination besuchen wird, deren Image negativ ist.⁵⁶ Aus diesem Grunde genießen Destinationen mit einem positiven Image einen klaren Wettbewerbsvorteil bei den Urlaubern. Treten bspw. Probleme, die nicht von längerer Dauer sind auf, wird darüber hinweggesehen. Während dieselben Probleme bei Destinationen mit negativen Image zu einem sichtbaren Rückgang der Nachfrage führen würden.⁵⁷ Hierbei ist zu berücksichtigen,

⁵¹ Vgl. Schulz/Berg/Gardini/Kirstges/Eisenstein [2014], S. 12.

⁵² Bei dem Begriff Incoming Tourismus handelt es sich um den „Empfang und Aufenthalt von Touristen (Reisenden/Gästen) in einer Destination“ (Althof [2001], S. 11).

⁵³ Schulz/Berg/Gardini/Kirstges/Eisenstein [2010], S. 33.

⁵⁴ Vgl. Steinecke [2013], S. 14 f.

⁵⁵ Glaeßer [2005], S. 94.

⁵⁶ Vgl. Echtner/Richie [2003], S. 37.

⁵⁷ Vgl. Althof [2001], S. 31.

dass der potenzielle Urlauber seine Kaufentscheidung nicht danach richtet, wie die Destination in Wirklichkeit ist, sondern danach, wie er meint, dass sie wäre.⁵⁸ Ein attraktives Image ist also von zentraler, wirtschaftlicher Bedeutung. Es sollte auch nicht unbeachtet bleiben, dass neben dem Image auch das typische Reiseverhalten, die Reiseerfahrung und damit einhergehend die Zufriedenheit mit einer bestimmten Destination, Reiseform oder Leistung bei der Reiseentscheidung eine Rolle spielen.⁵⁹ Daher werden im Folgenden verschiedene Ansätze aufgeführt.

Dem Preis kommt laut Freyer in Bezug auf die Kaufentscheidung keine wichtige Bedeutung zu.⁶⁰ Stattdessen haben seiner Meinung nach andere Einflussgrößen wie z.B. das Image, die Reiseart- und form sowie generelle Umweltbedingungen eine übergeordnete Rolle. Freyer unterscheidet insgesamt sechs Einflussbereiche, die das Reiseverhalten und somit auch die Nachfrage im Tourismus beeinflussen: individuelle, gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Einflüsse sowie Anbieter und staatliche Einflüsse. Zur Veranschaulichung werden in Abbildung eins noch einmal die bedeutendsten Einflussfaktoren auf die touristische Nachfrage zusammenfassend dargestellt.

⁵⁸ Vgl. Spiegel [1961], S. 29.

⁵⁹ Vgl. Rulle/Hoffmann/Kraft [2010], S. 26.

⁶⁰ Vgl. Freyer [2009], S.67.

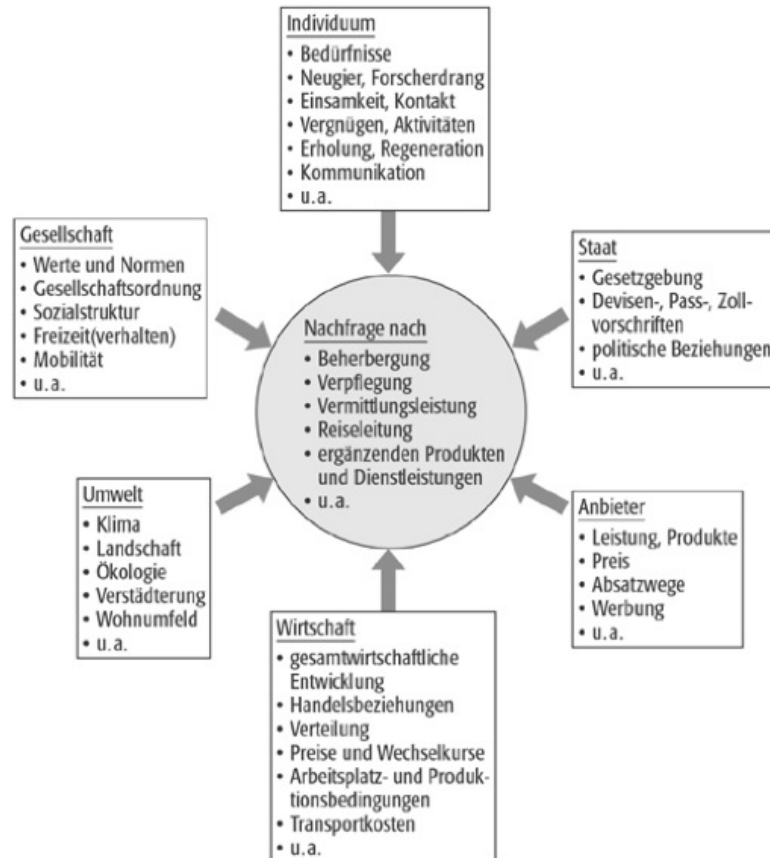


Abb. 1: Einflussfaktoren auf die Tourismusnachfrage
(Quelle: Freyer [2009], S. 68)

Kreilkamp hingegen verfolgt einen anderen Ansatz (vgl. Abb. 2). Er unterteilt die Einflussfaktoren im Hinblick auf die Reiseentscheidung in gesellschaftliche Rahmenbedingungen, Umwelt und Angebot, Bezugsgruppen und Person. Das Image weist Kreilkamp dabei der Sparte Umwelt und Angebot zu. Dementsprechend steht das Image im Zusammenhang mit der touristischen Nachfrage, dadurch dass es die Nachfrage im Tourismus beeinflusst.⁶¹

⁶¹ Vgl. Schulz/Berg/Gardini/Kirstges/Eisenstein [2014], S. 27.

gesellschaftliche Rahmenbedingungen	Einkommens- und Besitzmerkmale; konjunkturelle Situation; kulturelle Normen und Werte
Umwelt und Angebot	Attraktivität der Reiseziele und Reiseformen; touristische Infrastruktur; Freizeitmöglichkeiten; Images des Angebotes und der Destination; Preis- und Leistungsverhältnis; Verfügbarkeit.
Bezugsgruppen	Freundeskreis; Bekannte und Verwandte; Familie.
Person	Persönlichkeit; Lebensstil; Reiseerfahrung; Reisemotive; Reisebedürfnisse; Erwartungen; Interessen; physische und psychische Einflüsse.

*Abb. 2: Einflussfaktoren auf die Reiseentscheidung
(Quelle: Schulz [2010], S. 35)*

Auch Schmoll sieht zwischen dem Image und der touristischen Nachfrage eine Wechselwirkung. Er fertigte bereits 1977 ein Nachfragemodell an, das die Einflussfaktoren auf die persönliche Reiseentscheidung widerspiegelt (vgl. Abb. 2). Darin lassen sich vier große Einflussgebiete auf den Reiseentschluss festmachen. Der erste Einflussbereich ist durch Reigestimuli gekennzeichnet. Den zweiten Einflussbereich charakterisieren individuelle und soziale Determinanten des Reiseverhaltens. Der dritte Einflussbereich umfasst die externen Variablen. Hier ist das Image der Reisedestination bzw. des Leistungsangebots angesiedelt und übt somit direkten Einfluss auf die Tourismusnachfrage aus. Den vierten und letzten Bereich der einflussnehmenden Faktoren bilden die Eigenschaften und Merkmale der Reisedestination.⁶²

⁶² Vgl. Cooper/Fletcher/Fyall/Gilbert/Wanhill [2008], S. 57.

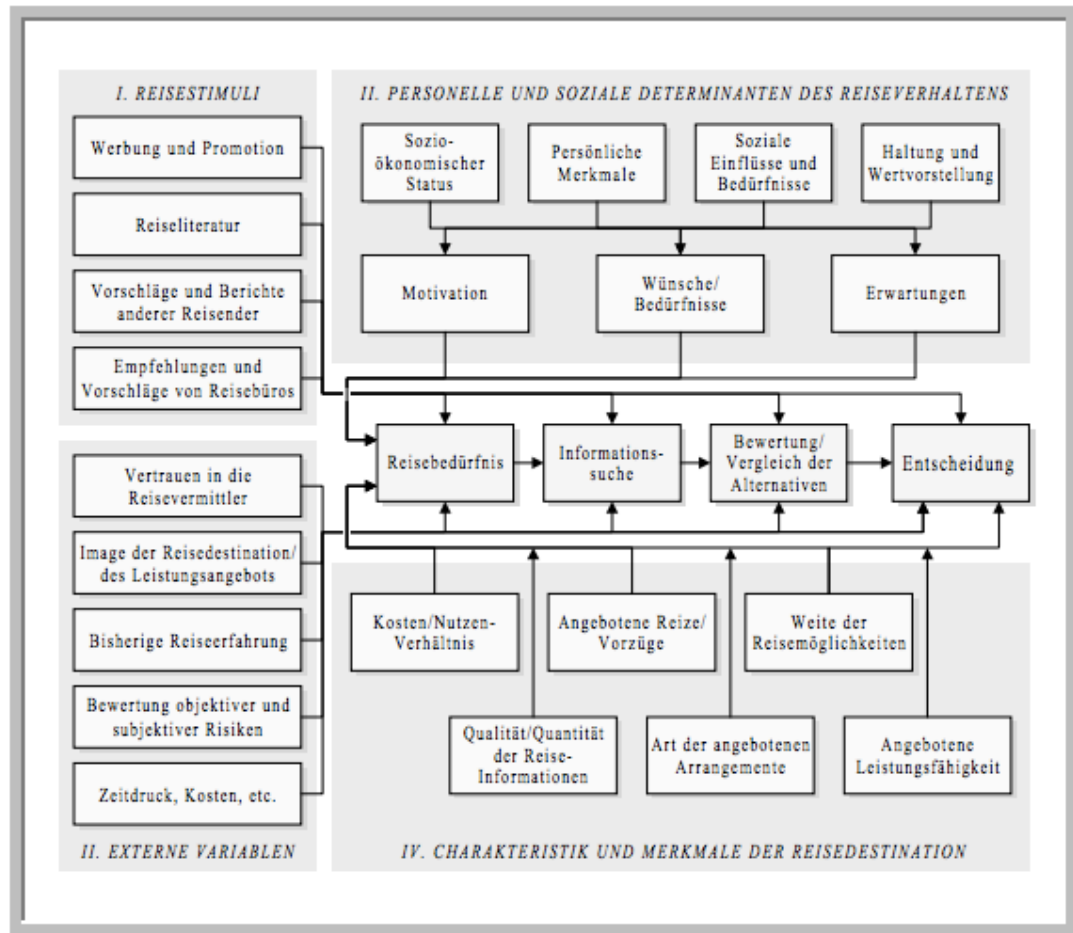


Abb. 3: Travel Decision Process Model
(Quelle: Müller [1999], S. 27)

Alle drei diskutierte Autoren sind sich somit einig, dass das Image und die touristische Nachfrage zusammenhängen. „Inwieweit letztlich Imagedimensionen zu mehr (oder weniger) Käufen führen, ist in der Literatur [allerdings] umstritten.“⁶³ Gerne wird die hohe Bedeutung von Image für den Kaufentscheidungsprozess betont, jedoch konnte der konkrete Einfluss von Imagedimensionen nur selten empirisch belegt werden.⁶⁴

3.3 Einfluss der Medien auf das Image einer Destination

Steiner ist der Meinung, dass Medien sowohl generell die öffentliche Meinung der Gesellschaft beeinflussen als auch bei der Bildung des Images, das sich potenzielle Urlaub-

⁶³ Freyer [2007], S. 544.
⁶⁴ Vgl. Freyer [2007], S. 544.

ber von einer Destination machen, wesentlich mitwirken.⁶⁵ Somit kann davon ausgegangen werden, dass die Wahrnehmung des Destinationsimages in starkem Maße durch Art und Ausmaß der Medienberichterstattung über die Destination geprägt wird. Nach Steiner ist davon auszugehen, dass eine anhaltend negative Berichterstattung bspw. über eine Krise durchaus dazu führen kann, dass Image einer Destination nachhaltig negativ zu beeinflussen, was eine Verschiebung der Tourismusnachfrage zufolge hat.⁶⁶ Denn es wird als wahrscheinlich angenommen, dass potenzielle Urlauber im Falle einer Imageverschlechterung auf andere Destinationen ausweichen. Daher ist es gerade bei touristischen Informationen besonders wichtig, dass das vermittelte Image durch die Medien positiv ist, um die Reisebereitschaft der Menschen zu fördern und ein Ausweichen zu verhindern.

Da die Medien laut Steiner oftmals die einzige Informationsquelle für die meisten potenziellen Urlauber darstellen, um an Informationen über Krisenereignisse und ihre Hintergründe zu gelangen, kommt den Medien eine Schlüsselfunktion in der Imageformation zu.⁶⁷ Dies hat zur Folge, dass die öffentliche Wahrnehmung eines Themas in beträchtlichem Maß durch die Medien beeinflusst wird. Insbesondere wenn es den Menschen an Kenntnissen über Destinationen und deren Bevölkerung mangelt, sind die Rezipienten von den medial verbreiteten Darstellungen abhängig, um ihre Destinationsimages bilden zu können.⁶⁸ Ferner legt Steiner dar, dass die Medien Ereignisse interpretieren und ihnen durch die Art und das Ausmaß der Berichterstattung mehr oder weniger Bedeutung zuweisen.⁶⁹

Neben den Medien können aber auch Reiseveranstalter das Image sowie die Tourismuseinkünfte einer Destination beeinflussen, indem sie auf Krisen reagieren und Maßnahmen ergreifen.⁷⁰ Sie versorgen ihre Kunden mit Informationen über das Zielgebiet. Damit wird ihnen in Krisenzeiten laut Steiner eine Schlüsselfunktion zugesprochen, die

⁶⁵ Vgl. Steiner [2009], S. 89.

⁶⁶ Vgl. Steiner [2009], S. 89.

⁶⁷ Vgl. Steiner [2009], S. 89.

⁶⁸ Vgl. Steiner [2009], S. 89.

⁶⁹ Vgl. Steiner [2009], S. 89.

⁷⁰ Vgl. Steiner [2009], S. 156.

es ihnen erheblich erleichtert, das Image betroffener Destinationen aufzubessern.⁷¹ Lokale Anbieter haben es dagegen deutlich schwieriger und sind auf die Unterstützung ausländischer Medien und Unternehmen angewiesen, um ebenfalls Einfluss auf das Destinationsimage nehmen zu können. Demnach ist der Tourismus in der Destination auf eine positive Berichterstattung in den ausländischen Medien sowie Empfehlungen durch die Veranstalter angewiesen. Eine positives Destinationsimage ist auch im Interesse der Veranstalter selbst, um keine Umsatzeinbußen zu verzeichnen.⁷²

3.4 Einfluss der Medien auf die touristische Nachfrage einer Destination

Wie das vorherige Kapitel bereits angedeutet hat, üben die Medien ebenfalls Einfluss auf die touristische Nachfrage aus, indem sie durch ihre Berichterstattung bei der Imagebildung mitwirken. In diesem Kapitel soll daher noch einmal explizit verdeutlicht werden, wie sich der Einfluss der Medien auf die touristische Nachfrage auswirkt.

„Das Reiseverhalten entsteht in erster Linie aus dem Zusammenwirken der Systeme Mensch, Massenmedien und Tourismus (Betriebe und Destinationen). Von der Tourismusindustrie bzw. den Medien werden Stimuli (Reize) ausgesendet, die vom Menschen in einem komplexen Prozess verarbeitet werden und zu bestimmten Reaktionen (z.B. Reise buchen oder stornieren) führen.“⁷³

Dementsprechend ist davon auszugehen, dass die Berichterstattung in den Medien die subjektive Wahrnehmung erheblich bestimmt. Nach Dreyer et al. wirken sich Medienberichte über Krisen und Katastrophen negativ auf das Nachfrageverhalten im Tourismus aus.⁷⁴ Als Grund nennen sie, dass die Menschen die Krisenereignisse aufgrund mangelnder Erfahrung selbst nicht bewerten können. Beeinflusst werden die Rezipienten durch eine oft emotional angelegte Informationsbereitstellung der Medien, die zusätzlich durch den Einsatz von Bildern und Symbolen forciert wird. Die emotionale Darstellung der Berichterstattung unterstützt, dass rationale Motive in den Hintergrund gedrängt werden.

⁷¹ Vgl. Steiner [2009], S. 156.

⁷² Vgl. Steiner [2009], S. 156.

⁷³ Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 16.

⁷⁴ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 17.

Zudem machen Dreyer et al. darauf aufmerksam, dass Krisenereignisse von potenziellen Urlaubern und Reisenden vor Ort unterschiedlich wahrgenommen und beurteilt werden.⁷⁵ Reiseveranstalter stellten oftmals fest, dass Reisende, die sich bereits in einer von der Krise betroffenen Destination befinden, keine Absichten haben den Urlaub abzubrechen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Gäste vor Ort die Krisensituation nicht durch die Medien vermittelt wahrnahmen, sondern sie selbst erlebten. Daher beurteilten sie die Geschehnisse häufig anders als bspw. ihre Angehörigen in der Heimat. Diese unterschiedliche Wahrnehmung und Bewertung der Ereignisse, erschwert eine Prognose über ein denkbares Ausmaß von Nachfragerückgängen nach einer Krisensituation.

Im Falle eines Nachfrageeinbruchs ist gemäß Dreyer et al. zu beobachten, dass die Nachfrage sich nach einer Abnahme des Medieninteresses an der krisenbetroffenen Destination wieder erholt.⁷⁶ Die negative Berichterstattung wird vergessen und die Nachfrage verzeichnet wieder Zuwachs, vorausgesetzt die auslösenden Ereignisse wiederholen sich nicht. Als Beispiel führt Dreyer et al. das Massaker auf dem Platz des Himmlischen Friedens in Peking an, das zu rückläufigen Buchungszahlen führte. Hier zeigte sich, umso mehr Zeit verging, desto mehr stieg die Nachfrage wieder an.

Es sollte nicht unerwähnt bleiben, dass auch andere Faktoren als die Medien Einfluss auf die touristische Nachfrage nehmen. Nach Steiner in Anlehnung an Cavlek wird das Nachfrageverhalten auch

„(...) von der räumlichen Dimension der krisenauslösenden Ereignisse (lokal, regional, national, international), dem Schadensausmaß (Anzahl der Toten und Verletzten, Grad der Zerstörungen der touristischen Infrastruktur), der zu erwartenden Dauer bis zur Stabilisierung der Lage (kurz- oder langfristig anhaltende Störung; Einzel- oder sich wiederholende Ereignisse), der Reaktion der Regierungen in den Quellmärkten⁷⁷ (Reisewarnungen, Sicherheitshinweise) sowie der Interessenlage und den Reaktionen der großen Reiseveranstalter (z.B. Angebot von Umbuchungen)“⁷⁸

beeinflusst.

⁷⁵ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 17.

⁷⁶ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 17.

⁷⁷ Bei dem Begriff Quellmarkt handelt es sich um das Land, in dem die Buchung durchgeführt wurde (i.d.R. auch Land der Abreise) (vgl. Körber [2005], S. 15).

⁷⁸ Steiner [2009], S. 88.

3.5 Destination Kos

In dieser Arbeit soll speziell die Berichterstattung über die Flüchtlingsereignisse auf Kos in deutschen Tageszeitungen untersucht werden, um zu prognostizieren, wie sich diese Medienberichte auf das Destinationsimage sowie die touristische Nachfrage auswirken werden.

Die griechische Insel Kos liegt in der südöstlichen Ägais. Sie hat eine Fläche von etwa 290 Quadratkilometern und ist damit die drittgrößte Insel in der Dodekanes.⁷⁹ Die schmale, langgezogene Insel hat ca. 31.000 Einwohner. Zusätzlich zieht die Insel jährlich rund eine halbe Million Urlauber an, die in zahlreichen Hotelanlagen sowie Ferienhäusern und -wohnungen ihre Reise verbringen. Der Tourismus stellt den Hauptwirtschaftszweig dar und ist somit besonders für die griechische Wirtschaft und Gesellschaft wichtig. Die Existenz der meisten Einwohner Griechenlands hängt am Fremdenverkehr. Die Reisebranche steuert rund 16,4 Prozent zum griechischen Bruttoinlandsprodukt bei und sichert jeden fünften Arbeitsplatz.⁸⁰ Die Besucherzahlen stiegen 2014 auf über 22 Millionen. Deutschland stellt mit 2,5 Millionen Gästen das größte Kontingent an Urlaubern. Gefolgt von Großbritannien mit 2,1 Millionen Gästen.

Kos wird von der Reiseindustrie systematisch vermarktet. Die meisten Urlauber verbinden mit Kos eine Urlaubsdestination im klassischen Sinne, sprich *Sonne, Sand und Meer*, denn die Insel ist reich an Sandstränden und Wassersportmöglichkeiten. Darüber hinaus hat die Insel auch eine lange geschichtliche Vergangenheit. Hippokrates, der bedeutendste Arzt des Altertums, wurde auf Kos geboren.⁸¹ Er gilt als Begründer der Medizin als Wissenschaft. Des Weiteren prägt eine Vielzahl an Denkmälern und archäologischen Stätten, die bis zum Mittelalter zurückgehen, das Bild der Insel Kos.⁸² Dieses breite Angebot führt zu einem ständig wachsenden Interesse an der touristischen Destination Kos, was sich auch in den Besucherzahlen Griechenlands der letzten Jahre

⁷⁹ Vgl. Greek National Tourism Organization [o. J.], o. S.

⁸⁰ Vgl. Auswärtiges Amt [2015a], o. S.

⁸¹ Vgl. Glaser [1967], S. 24.

⁸² Vgl. Kos Info [o. J.], o. S.

widerspiegelt. Diese sind von 2005 mit 14.388.200 Millionen internationalen Besucher bis 2014 auf 22.033.463 Millionen Besucher gestiegen.⁸³

3.6 Zwischenfazit

Der Aufbau eines attraktiven Images ist von zentraler Bedeutung für eine Urlaubsdestination, denn Zielgebiete mit einem positiven Image besitzen einen klaren Wettbewerbsvorteil bei potenziellen Reisenden. Es ist davon auszugehen, dass Medien sowohl auf das Image als auch die touristische Nachfrage einer Urlaubsdestination großen Einfluss ausüben. Ein Großteil von dem, was Menschen zu wissen und zu kennen glauben, haben sie lediglich im Radio gehört, in der Zeitung gelesen oder auf dem Bildschirm gesehen. Insbesondere wenn sich eine Krise in einem Zielgebiet ereignet, die außerhalb der Erfahrungswelt der Rezipienten liegt, sind die Konsumenten auf die von den Medien verbreiteten Darstellungen und Informationen angewiesen. Hier ist zu bemerken: je länger eine negative Medienberichterstattung anhält, desto nachhaltiger setzt sich ein negatives Image fest. Es kann zu einem Absinken der Nachfrage kommen und es besteht die Gefahr, dass Reisende auf andere Urlaubsdestinationen ausweichen.

Die Destination Kos bietet als traditionelles, klassisches Touristenziel mit ihrer historischen Vergangenheit und zahlreichen historischen Denkmälern ein ausreichend gutes Image. Seit dem Frühjahr letzten Jahres ist Kos jedoch zum Haupteinreisepunkt für Flüchtlinge geworden, die aus Sicht der Tourismusunternehmen das Bild einer Urlaubsinsel trüben.⁸⁴ Dies könnte dazu führen, dass sich wesentliche Parameter der touristischen Destination verändern, wie z.B. das Image. Indikatoren hierfür gilt es anhand der qualitativen Inhaltsanalyse aufzuzeigen.

⁸³ Die touristischen Ankünfte in Griechenland können bei Bedarf im Anhang auf S. 87 eingesehen werden.

⁸⁴ Vgl. Auswärtiges Amt [2015b], o. S.

4 Migranten in den Medien

In diesem Kapitel werden die weltweiten Fluchtbewegungen näher in den Blick genommen, um zu veranschaulichen, wie es zu der erheblichen Zunahme an Flüchtlingen auf Kos kommt. Als Basis für die weiteren Ausarbeitungen wird zunächst herausgearbeitet, was im Sinne verschiedener Institutionen unter den Begriffen *Migrant* und *Flüchtling* verstanden wird und wie sie voneinander abgegrenzt werden (vgl. Kap. 4.1). Daran anschließend können die zentralen Zahlen, Daten und Fakten zu den globalen Fluchtbewegungen thematisiert werden (vgl. Kap. 4.2). Abschließend werden die Befunde bisheriger Inhaltsanalysen zum Thema Migranten in den Medien vorgestellt und anhand von Merkmalen systematisiert (vgl. Kap. 4.3).

4.1 Begriffsbestimmung des Migranten und des Flüchtlings

Aus völkerrechtlicher Sicht wird zwischen Flüchtlingen und Migranten unterschieden. Erstere Personengruppe wandert, weil sie sich zur Flucht gezwungen sieht, während die zweite wandert, weil sie selbst diese Möglichkeit gewählt hat. Doch ist es nicht immer einfach eine klare Abgrenzung zwischen beiden Personengruppen vorzunehmen. Oftmals sind die Grenzen zwischen Flucht und Migration fließend.⁸⁵ So kann z.B. „individuelle politische Verfolgung mit einer Zerstörung der wirtschaftlichen Lebensgrundlagen der Betroffenen einher [gehen]“⁸⁶. Die Abgrenzung der beiden Personengruppen wird im Folgenden näher erläutert.

Abgeleitet wird das Wort *Migrant* von dem Begriff der *Migration*, der aus dem Lateinischen kommt und Wanderung bedeutet. Allgemein wird unter diesem Begriff also verstanden, dass Menschen wandern bzw. sich bewegen.⁸⁷ Generell existiert bis heute keine einheitliche Definition des Begriffs *Migration*, denn je nach wissenschaftlicher Disziplin ist der Begriff mal breiter und mal enger gefasst.⁸⁸ Eine mögliche Definition stammt von dem Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF): „Von Migration spricht man, wenn eine Person ihren Lebensmittelpunkt räumlich verlegt. Von interna-

⁸⁵ Vgl. Angenendt [2000], S. 22.

⁸⁶ Angenendt [2000], S. 22.

⁸⁷ Vgl. Six-Hohenbalken/Tosic [2009], S. 17.

⁸⁸ Vgl. Six-Hohenbalken/Tosic [2009], S. 17.

tionaler Migration spricht man dann, wenn dies über Staatsgrenzen hinweg geschieht.⁸⁹ Dieser Definition ist zu entnehmen, dass Migration dann vorliegt, wenn eine Wanderungsbewegung eine politische Grenze überschreitet und eine mittel- oder längerfristige Verlegung des Heimatortes vorliegt.

Zur Differenzierung der verschiedenen Migrationsformen werden unterschiedliche Kriterien herangezogen.⁹⁰ Es gibt räumliche, zeitliche und kausale Kriterien. Die räumlichen Aspekte umfassen internationale, interne oder intranationale Migration bzw. Binnenmigration. Nach zeitlichen Kriterien wird dabei zwischen permanenter/dauerhafter und temporärer/begrenzter Migration unterschieden. Sie betrachten somit die Dauer und den Verlauf von Migrationen. Die kausalen Kriterien unterscheiden freiwillige und unfreiwillige Migration und nehmen damit Bezug auf die Migrationsentscheidung und Ursache der Migration. Nicht immer können die einzelnen Kriterien klar voneinander abgegrenzt werden, da es möglich ist, dass sie sich überlagern. Somit dienen sie lediglich der groben Orientierung.

Die UN definiert einen internationalen Migranten als eine Person, die in ein anderes Land als ihr Heimatland einreist und sich dort mindestens ein Jahr aufhält, sodass das Bestimmungsland praktisch zum neuen Heimatland wird.⁹¹ In Anlehnung an diese Definition sind Migranten somit Personen, die ihren Aufenthaltsort für eine bestimmte Dauer oder auf unbestimmte Zeit ins Ausland verlegen. Auch hier gilt es zwei Formen zu differenzieren. Zum einen gibt es legale Migranten und zum anderen illegale. Letztere sind Personen, die gesetzeswidrig in ein fremdes Land einreisen, d.h. Menschen die ohne gültige Aufenthaltspapiere in ein Land einwandern oder nach Ablauf der Gültigkeit der Papiere weiter in dem Land verweilen.⁹²

Im Rahmen dieser Arbeit wird Migration im Sinne der internationalen Migration betrachtet, d.h. die Auswanderung über Grenzen hinweg in einen anderen Staat. Die Migration innerhalb eines Landes (Binnenmigration) wird nicht berücksichtigt.

⁸⁹ Schnebel [2014], S. 122.

⁹⁰ Vgl. Six-Hohenbalken/Tosic [2009], S. 17 f.

⁹¹ „A person who moves to a country other than that of his or her usual residence for a period of at least a year (12 months), so that the country of destination effectively becomes his or her new country of usual residence.“ (United Nations [o. J.], o. S.)

⁹² Vgl. Six-Hohenbalken/Tosic [2009], S. 20.

Von dem Begriff des *Migranten* gilt der des *Flüchtlings* zu differenzieren. Nach den Völkervertreibungen im zweiten Weltkrieg entwickelten die neu gebildeten Vereinten Nationen eine internationale Richtlinie zum Umgang mit Flüchtlingen, um einer Wiederholung ähnlicher Szenarien entgegenzuwirken. Zunächst wurde im Jahr 1950 das Hochkommissariat für Flüchtlinge (UNHCR) gegründet, um die Einhaltung der Menschenrechte zu überwachen. Ein Jahr später, am 28. Juli 1951, wurde dann die Genfer Flüchtlingskonvention (GFK) verabschiedet, welche die internationale Rechtsstellung von Flüchtlingen regelt.⁹³ Sie beinhaltet die noch heute gültige Definition, wer demnach als *Flüchtling* anzusehen ist und einen Anspruch auf Schutz in einem fremden Staat besitzt. So ist gemäß Art. 1 A Abs. 2 der GFK jede Person ein Flüchtling, die

„(...) aus der begründeten Furcht vor Verfolgung wegen ihrer Rasse, Religion, Nationalität, Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe oder wegen ihrer politischen Überzeugung sich außerhalb des Landes befindet, dessen Staatsangehörigkeit sie besitzt, und den Schutz dieses Landes nicht in Anspruch nehmen kann oder wegen dieser Befürchtungen nicht in Anspruch nehmen will; oder die sich als staatenlose infolge solcher Ereignisse außerhalb des Landes befindet, in welchem sie ihren gewöhnlichen Aufenthalt hatte, und nicht dorthin zurückkehren kann oder wegen der erwähnten Befürchtungen nicht dorthin zurückkehren will“⁹⁴.

Diese Definition macht deutlich, dass allgemeine Notsituationen wie Armut, Bürgerkriege, Umweltkatastrophen oder Perspektivlosigkeit nicht als Fluchtgründe anerkannt werden.⁹⁵ Anspruch auf Anerkennung eines Flüchtlingsstatus⁹⁶ haben somit nur diejenigen, die politisch verfolgt werden. Menschen, die gezwungen sind ihr Heimatland zu verlassen, um im Ausland Schutz und Zuflucht zu suchen. Ob eine solche Verfolgung vorliegt, wird in einem Asylverfahren festgestellt, welches sich von Land zu Land unterscheidet.

Anzumerken ist, dass die GFK jedoch keine Vorgaben enthält, wie die Unterzeichnerstaaten diesen völkerrechtlichen Vertrag durchführen sollen. Sie dient lediglich zur Orientierung im internationalen Flüchtlingsrecht. Für diejenigen Länder, die der GFK

⁹³ Vgl. Six-Hohenbalken/Tosic [2009], S. 110.

⁹⁴ Grimm [2007], S. 2.

⁹⁵ Vgl. Bundesministerium des Innern [2014], S. 148.

⁹⁶ In Deutschland wird laut Art. 16A GG. eine Person dann als Flüchtling anerkannt, sobald es sich um eine Person handelt, die schon in ihrem Herkunftsland von staatlichen Stellen politisch verfolgt wurde und keine Einreise über einen sicheren Drittstaat erfolgte.

beigetreten sind, sind jedoch Regelungen, die das Verbot von Abschiebungen enthalten, verpflichtend. So darf z.B. nach Artikel 33, Nr. 1 der GFK keiner der vertragsschließenden Staaten

„[...] einen Flüchtling auf irgendeine Weise über die Grenzen von Gebieten ausweisen oder zurückweisen, in denen sein Leben oder seine Freiheit wegen seiner Rasse, Religion, Staatsangehörigkeit, seiner Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe oder wegen seiner politischen Überzeugung bedroht sein würde.“⁹⁷

4.2 Globale Fluchtbewegungen - Zahlen, Daten und Fakten

Gegenwärtig erlebt die Menschheit eine der größten Fluchtbewegungen seit dem zweiten Weltkrieg. Den Angaben des Flüchtlingshilfswerks der Vereinten Nationen (UNHCR) zufolge, waren Ende 2014 fast 60 Millionen Menschen weltweit auf der Flucht vor Kriegen, Konflikten und Verfolgung.⁹⁸ Betrachtet man die Entwicklung der letzten Jahre, ist dies ein absoluter Höchstwert. Jeden Tag machten sich durchschnittlich 42.500 Menschen auf den Weg auf der Suche nach Sicherheit und einem besseren Leben. Die Zahl der Flüchtlinge, sprich der Menschen, die unter Zwang oder aufgrund einer Existenzgefährdenden Notlage ihre Heimat vorübergehend oder auf Dauer verlassen mussten, betrug 19,5 Millionen und ist damit um 17 Prozent, im Vergleich zum Vorjahr, gestiegen. Der massive Anstieg ist im Wesentlichen durch politische oder wirtschaftliche Ursachen begründet. Zahlreiche Konflikte beherrschen das Weltgeschehen. Dazu gehören Konflikte in Afrika (z.B. Libyen), im Nahen Osten (z.B. Syrien), in Europa (Ukraine) und in Asien (z.B. Kirgisistan).

Die meisten grenzüberschreitenden Flüchtlinge kamen aus der arabischen Republik Syrien (vgl. Abb. 3), im Zuge des dort herrschenden Bürgerkrieges.⁹⁹ Dieser Krieg wird von UNHCR als einer der Hauptgründe für die enormen Fluchtbewegungen angesehen, denn er hat weltweit die meisten Menschen zur Flucht getrieben. So wurden laut dem UNHCR Global Trends Report knapp 3,9 Millionen Flüchtlinge außerhalb ihres Herkunftslandes gezählt. Dahinter folgt Afghanistan mit fast 2,6 Millionen geflohenen

⁹⁷ UNHCR [1951], S. 16.

⁹⁸ Vgl. UNHCR [2015], o. S.; Statistisches Bundesamt [2015], o. S.

⁹⁹ Vgl. UNHCR [2015], o. S.; Statistisches Bundesamt [2015], o. S.

Menschen und Somalia mit rund 1,1 Millionen. Damit kommen mehr als die Hälfte aller Flüchtlinge weltweit aus nur drei Ländern.

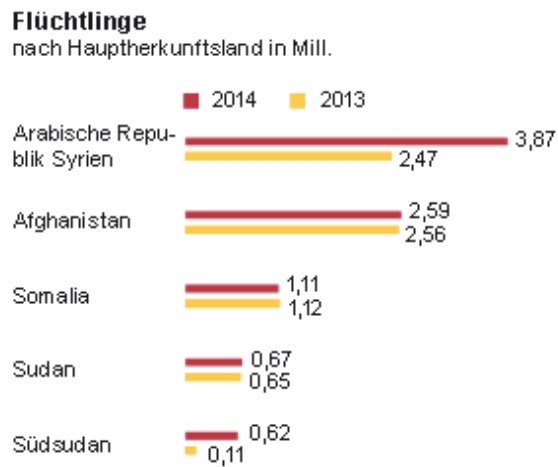


Abb. 4: Flüchtlinge nach Hauptherkunftsland in Mill.
(Quelle: Statistisches Bundesamt [2015], o. S.)

In dem UNHCR-Jahresbericht heißt es weiterhin, dass 2014 lediglich 126.800 Flüchtlinge in ihre eigentliche Heimat zurückkehren konnten.¹⁰⁰ Damit wurde die niedrigste Anzahl seit 31 Jahren verzeichnet. Der Grund dafür waren die anhaltenden Konflikte in Syrien, im Irak sowie die Instabilität in Afghanistan, Eritrea und anderswo, die den Betroffenen eine Rückkehr unmöglich machten.

Da besonders die Europa betreffenden Zahlen für die Forschungsfrage bedeutsam erscheinen, werden diese im Folgenden gesondert aufgeführt. Nach Informationen des UNHCR wurden im Jahr 2014 insgesamt 6,7 Millionen Menschen in Europa beziffert, die gezwungenermaßen ihren eigentlichen Wohnort verlassen mussten.¹⁰¹ Davon waren ein Viertel Flüchtlinge aus Syrien, die in die Türkei flüchteten. Im Vergleich dazu waren es ein Jahr zuvor 4,4 Millionen Menschen. Die Zahl verdeutlicht, dass nur ein Bruchteil der Menschen, die weltweit flüchten, nach Europa kommt. Mehr als die Hälfte dieser Menschen flohen nicht einmal über die Staatsgrenzen hinaus. Nach Griechenland sind insgesamt 10.304 Personen geflüchtet.

¹⁰⁰ Vgl. UNHCR [2015], o. S.

¹⁰¹ Vgl. UNHCR [2015], o. S.

4.3 Berichterstattung über Migranten

In der heutigen Informationsgesellschaft haben Medien eine zunehmende Bedeutung für die Wahrnehmung von Migranten. Daher wird in diesem Abschnitt die Darstellung von Migranten in den Medien näher in den Blick genommen. Als zentrale Instanz bei der Vermittlung von Informationen über Migranten spielen Medien eine wichtige Rolle. Denn das *Migrantenbild* vieler Menschen wird aufgrund mangelnder eigener Erfahrungen durch Informationen in den Medien geprägt. Insbesondere wenn keine persönlichen Kontakte zwischen Einheimischen und Migranten bestehen, ist die Darstellung der Migranten in den Medien für die Meinungsbildung entscheidend. Somit werden ihre Einstellungen über Einwanderer stark davon beeinflusst, wie die Medien diese Themen behandeln.

Im Folgenden werden die Ergebnisse bisheriger Inhaltsanalysen zum Thema *Migranten in den Medien* veranschaulicht und anhand von Merkmalen systematisiert. Die Befunde basieren auf Presse- und Fernsehanalysen und repräsentieren den aktuellen Forschungsstand.

Empirische Studien belegen, dass Migranten öfters in negativen als in positiven Kontexten präsentiert werden. „Die Kommunikationsforschung spricht daher vom „Negativismus“ bei der medialen Darstellung von Migranten.“¹⁰² Medien setzen das Auffällige aber vor allem das Negative in Szene. Ein Grund hierfür ist, dass Konflikt- oder schadenträchtige Vorfälle im Allgemeinen als *Quotenbringer* gelten und daher öfters in die Schlagzeilen geraten. Schönbach konstatiert: „Gewalt, Unglück, Schaden, düstere Gefahren sind der Stoff für spannende Berichte.“¹⁰³ Zudem stehen negative Geschehnisse im Vordergrund journalistischen Interesses, da hierbei vorrangig die Nachrichtenfaktoren *Negativismus*, *Schaden*, und *Aggression* zusammenkommen. Anhand dieser wird entschieden, ob ein Ereignis zur Nachricht wird. Die Thematisierung einer bestimmten Begebenheit in den Medien, ist abhängig von der Menge dieser Faktoren. Nach Frerichs gilt hierbei: Je größer die Vielzahl der Nachrichtenfaktoren, desto eher, vorrangiger und

¹⁰² Geißler [2014], S. 1.

¹⁰³ Schönbach [1993], S. 56.

umfassender wird über ein Geschehnis berichtet.¹⁰⁴ Sowohl in Berichterstattungen der Presse als auch in Hörfunk und Fernsehen kommen Einwanderer überproportional oft in negativen Kontexten vor. Saeys et al. resümieren: „The bulk of statements about ethnic minorities are implicitly negative“¹⁰⁵.

Bereits Mitte der 80er Jahre wurde in Deutschland die mediale Orientierung an Negativereignissen bei der Präsentation von Migranten nachgewiesen.¹⁰⁶ So haben Hömberg et al. in einer Analyse von Zeitungsartikeln in überregionalen, regionalen und Boulevardzeitungen bestätigt, dass Journalisten negative, sensationelle und konflikthaltige Themen bevorzugen.¹⁰⁷

Zudem weisen eine Vielzahl wissenschaftlicher Publikationen nach, dass Migranten *passive* Objekte der Berichterstattung sind.¹⁰⁸ Hinsichtlich der Rolle von Migranten in den Medien kommen Hömberg et al. zu folgender Erkenntnis. Auch wenn Migranten direkt betroffen sind, kommen sie kaum zu Wort.¹⁰⁹ Dagegen werden von den Medien diejenigen zitiert, die sich entweder mit den Problemen von Einwanderern oder mit Einwanderern als Problem beschäftigen. So stellt Pietikäinen fest, dass vor allem die Berichterstattung über Migranten „is [...] characterized by their voicelessness“¹¹⁰. Ein Beispiel hierfür ist die Berichterstattung über den Kopftuch-Streit in Dänemark. Es entstand eine Diskussion unter Regierungsabgeordneten, Prominenten und Wissenschaftlern, darüber, ob muslimische Frauen Kopftücher bei der Arbeit tragen dürfen. Den Betroffenen selber wurde dabei jedoch kein Gehör verschafft.¹¹¹ Neuere Studien zur Rolle der Migranten in den Medien bilanzieren eine positive Trendwende. So stellten u.a. Ruhrmann et al. fest, dass Migranten in den letzten Jahren zunehmend häufiger zitiert werden.¹¹²

¹⁰⁴ Vgl. Frerichs [2000], S. 132.

¹⁰⁵ Saeys/Coppens [2002], S. 98.

¹⁰⁶ Vgl. Ruhrmann/Kollmer [1987], S. 142; Kühne-Scholand [1987], S. 83.

¹⁰⁷ Vgl. Hömberg/Schlemmer [1995], S. 11.

¹⁰⁸ Vgl. Hussain [2002], S. 107 ff.; Ruhrmann/Sommer [2005], S. 123 ff.; Farrokhzad [2006], S. 53 ff.

¹⁰⁹ Vgl. Hömberg/Schlemmer [1995], S. 11 ff.; Charon/Giroud/Villain [1995]; ter Wal [2002], o. S.

¹¹⁰ Pietikäinen [2005], S. 20.

¹¹¹ Vgl. Hussain [2002], S. 116 f.

¹¹² Vgl. Ruhrmann/Sommer/Uhlemann [2006], S. 45 ff.

Ferner konnten empirische Studien belegen, dass die Berichterstattung über Migranten an Aktualität geknüpft ist. So werden Einwanderer insbesondere dann thematisiert, wenn sie im Zusammenhang mit einem aktuellen Ereignis stehen. In diesem Zusammenhang konstatieren Brosius et al., dass sich ein Nachrichtenjournalismus entwickelt hat, für den Aktualität wichtiger ist als sorgfältige Recherche.¹¹³ Diesen Befund nennen Ruhrmann et al. Aktualitätssyndrom.¹¹⁴ Sie vertreten die Meinung, dass Geschehnisse aktuell sind und dann zu Nachrichten bzw. Medienereignissen werden, wenn sie zum einen überraschend und zum anderen interessant bzw. wichtig sind. Ruhrmann et al. kommen zu der Erkenntnis, dass die Berichterstattung über Migranten sich ebenfalls an aktuellen Ereignissen orientiert. Somit stehen die Migranten im Scheinwerferlicht der öffentlichen Wahrnehmung und der publizierten Meinung.

4.4 Zwischenfazit

In diesem Kapitel hat sich deutlich gezeigt, dass die Zahl der Menschen, die auf der Flucht sind, einen absoluten Höchststand erreicht hat. Zum ersten Mal seit dem zweiten Weltkrieg befinden sich 60 Millionen Menschen auf der Flucht vor Kriegen, regionalen Konflikten oder politischer Verfolgung. Die enorme Zunahme wurde hauptsächlich durch den Bürgerkrieg in Syrien hervorgerufen. Fast 4 Millionen Menschen wurden durch ihn zu Flüchtlingen. Doch auch in anderen Regionen wie dem Südsudan oder der Zentralafrikanischen Republik steigt die Zahl der Flüchtlinge an. Anhaltende Instabilität und Konflikte bedingen, dass Millionen von Menschen nicht in ihre Heimat zurückkehren können. Stattdessen suchen sie woanders Zuflucht. Auch Urlaubshochburgen sind von dem Flüchtlingsandrang betroffen (vgl. Kap 3.6). Diese ansteigende Zahl an Flüchtlingen führt dazu, dass Migrationsthemen den medialen Diskurs bestimmen. Anhand der Medienberichterstattung über Migranten lassen sich u.a. die Merkmale *Negativität*, *Objekt der Berichterstattung* und *Aktualität* festmachen. Das Resultat verschiedener Studien ist, dass die Berichterstattung über Migranten insbesondere durch den Nachrichtenfaktor *Negativität* gekennzeichnet ist. Dies bedeutet, dass Einwanderer häufig in negativen Kontexten präsentiert werden. Ferner zeigen Studien auf, dass die Betroffenen selbst meist nicht Subjekt, sondern *Objekt der Berichterstattung* sind. Sie werden selten

¹¹³ Vgl. Brosius/Esser [1995], o. S.

¹¹⁴ Vgl. Ruhrmann/Demren [2000], S. 5.

zitiert und wenn, dann erst an zweiter oder dritter Stelle. Ein weiteres Merkmal ist das sogenannte *Aktualitätssyndrom*. Demnach orientiert sich die Berichterstattung über Migranten an aktuellen Ereignissen. Ob und inwieweit derartige Merkmale auch im Rahmen der vorliegenden Studie feststellbar sind, gilt es zu überprüfen.

5 Empirischer Forschungsprozess

In der vorliegenden Untersuchung besteht das Ziel der Analyse der Zeitungsartikel darin, anhand einzelner, klar strukturierter Themenblöcke, relevante Aspekte der medialen Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos herauszufiltern und zusammenzufassen. Um dieses Ziel zu erreichen und die Forschungsfrage zu beantworten ist eine systematische Auswertungsmethode erforderlich. Daher wurden die Zeitungsartikel in Anlehnung an das von Mayring beschriebene Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Dieses Verfahren erschien als geeignet, da es durch sein regelgeleitetes Vorgehen sowie die Zerlegung in einzelne Analyseschritte für andere nachvollziehbar, intersubjektiv überprüfbar und damit übertragbar ist. Somit wurde eine wissenschaftliche Fundierung erzielt. Im Folgenden wird zunächst auf die Spezifika der qualitativen Inhaltsanalyse, die für die Untersuchung relevant sind, näher eingegangen (vgl. Kap. 5.1), bevor das Vorgehen bei der Stichprobenauswahl und der Datenauswertung beschrieben wird (vgl. Kap. 5.2).

5.1 Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring stellt eine Methode dar, die regelgeleitet und nachvollziehbar Material auf eine Fragestellung hin interpretiert und auswertet. Mayring nennt als Grundgedanken der qualitativen Inhaltsanalyse: „Qualitative Inhaltsanalyse will Texte systematisch analysieren, indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet.“¹¹⁵

Die Inhaltsanalyse umfasst nach Mayring sechs Punkte, die sie charakterisieren.¹¹⁶ Der erste Punkt beinhaltet, dass *Kommunikation* Gegenstand der Inhaltsanalyse ist. Dabei handelt es sich zumeist um Sprache. Es können aber auch Musik, Bilder und Ähnliches Gegenstand der Analyse sein. Der zweite Punkt verdeutlicht, dass der Gegenstand sich durch *fixierte Kommunikation* auszeichnet. Das heißt, die Kommunikation liegt in niedergeschriebener Form vor. Der dritte Punkt impliziert, dass die Anwendung der Inhaltsanalyse durch ein *systematisches* Vorgehen gekennzeichnet ist. Freie Interpretation ist somit nicht im Sinne der Inhaltsanalyse. Der vierte Punkt legt fest, dass diese Systeme

¹¹⁵ Mayring [2002], S. 114.

¹¹⁶ Vgl. Mayring [2015], S. 12 f.

matik insbesondere durch eine *regelgeleitete* Vorgehensweise sichtbar wird. Dadurch wird gewährleistet, dass auch Außenstehende die Analyse besser nachvollziehen und ggf. nachprüfen können. Der fünfte Punkt bestimmt, dass in der Inhaltsanalyse *theoriegeleitet* vorgegangen wird. Das bedeutet, dass das Material auf eine theoretisch hergeleitete Fragestellung hin untersucht und interpretiert wird. Der letzte Punkt verfolgt das Ziel, *Schlussfolgerungen* auf die Art der Kommunikation zu ziehen, sowie Aussagen über den Sender und Empfänger zu ermöglichen.

Für die qualitative Inhaltsanalyse hat Mayring acht wesentliche Merkmale bestimmt, welche die zentralen Charakteristika der Methode verdeutlichen.¹¹⁷ Zunächst erfolgt die *Einbettung des Materials in den Kommunikationszusammenhang* (1). Das bedeutet, dass das Material immer innerhalb seines Kontextes interpretiert wird, sodass die äußeren Umstände (Textproduzent, Hintergrund etc.) deutlich werden. Die Interpretation der Ergebnisse muss dabei durch eine Kennzeichnung im Materialteil immer nachvollziehbar sein. Des Weiteren wird die qualitative Inhaltsanalyse durch ein *systematisches, regelgeleitetes Vorgehen* (2) bestimmt. Hierdurch soll das Verstehen, Nachvollziehen und Überprüfen der Analyse für andere gewährleistet werden. Daher ist vor der Analyse ein Ablaufmodell der Analyse zu erstellen, das als Orientierungshilfe genutzt werden kann. Dieses definiert die einzelnen Analyseschritte und legt gleichzeitig die Reihenfolge ihrer Bearbeitung fest. *Im Zentrum der Analyse steht das Kategoriensystem* (3), denn dieses legt diejenigen Aspekte fest, die für die Auswertung relevant erscheinen und aus dem Material herausgefiltert werden sollen. Dabei wird schrittweise mit theoriegeleiteten als auch am Material entwickelten Kategorien gearbeitet. Grundsätzlich bestehen zwei Möglichkeiten der Kategorienbildung, die deduktive und induktive Kategorienanwendung. Bei der deduktiven Vorgehensweise werden die Kategorien von außen an das zu analysierende Material herangetragen, während bei der induktiven Vorgehensweise die Kategorien direkt aus dem Material abgeleitet werden. Zudem gilt in der qualitativen Inhaltsanalyse *Gegenstandsbezug statt Technik* (4). Damit ist gemeint, dass die qualitative Inhaltsanalyse nicht beliebig eingesetzt werden kann, sondern gegenstandsbezogen angepasst werden muss. Die Auswahl der im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse möglichen Auswertungsverfahren

¹¹⁷ Vgl. Mayring [2015], S. 50 ff.

(Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung) ist anhand des zugrunde liegenden Materials zu treffen. Somit steht der Gegenstand im Vordergrund. Ein weiteres Merkmal beinhaltet die *Überprüfung der spezifischen Instrumente durch Pilotstudien* (5). Nachdem Ablaufmodell und Kategoriensystem gebildet wurden, muss ein Probendurchlauf erfolgen. Denn eventuell sind Kategorien zu revidieren. Das sechste Merkmal umfasst die *Theoriegeleitetheit der Analyse* (6). Der Begriff der Theoriegeleitetheit meint in diesem Kontext, dass bei allen Verfahrensentscheidungen immer das bisherige Wissen über den jeweiligen Gegenstand herangezogen wird. Im Falle, dass *quantitative Analyseschritte* (7) sinnvoll erscheinen, können sie in die qualitative Inhaltsanalyse integriert werden. Ihr Einbezug ist besonders für Verallgemeinerungen von erheblicher Bedeutung. Neben dem Einbezug quantitativer Analyseschritte sind *Gütekriterien* (8) ein weiteres Merkmal qualitativer Inhaltsanalyse. Zu den für die qualitative Forschung üblichen Gütekriterien zählen vor allem Objektivität (Unabhängigkeit), Reliabilität (Zuverlässigkeit) und Validität (Gültigkeit).¹¹⁸ Unter dem Gütekriterium Objektivität wird die Unabhängigkeit der Ergebnisse von der subjektiven Meinung des Forschers verstanden. Reliabilität bedeutet, dass die erhaltenen Informationen aus einer empirischen Analyse, zuverlässig und bei wiederholter Durchführung stabil sind. Validität soll die Gültigkeit von Forschungsergebnissen gewährleisten, d.h. eine Untersuchung ist valide, wenn sie tatsächlich das misst, was sie zu messen vorgibt.

Für ein systematisches und regelgeleitetes Vorgehen hat Mayring ein allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell entwickelt.¹¹⁹ Dieses besteht insgesamt aus zehn Phasen, die sukzessive bei jeder Inhaltsanalyse durchlaufen werden. An erster Stelle erfolgt die *Bestimmung des Ausgangsmaterials*, indem das Material festgelegt und die Entstehungssituation analysiert wird sowie die formalen Charakteristika bestimmt werden. In einem zweiten Schritt wird die *Fragestellung der Analyse* in Bezug auf die Richtung der Analyse und die theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung beschrieben. Es folgt die *Festlegung der konkreten Analysetechnik*, des konkreten Ablaufmusters und der Kategorien/des Kategoriensystems. Hierbei werden

¹¹⁸ Vgl. Mayring [2015], S. 52 ff., S. 123 f.

¹¹⁹ Vgl. Mayring [2015], S. 61 f.

Analyseeinheiten¹²⁰ (Kodier-, Kontext-, Auswertungseinheit) definiert. Im nächsten Schritt findet die *Durchführung der Analyse* anhand des gewählten Verfahrens statt. Während der Analyse werden die aufgestellten Kategorien überarbeitet und rücküberprüft. Daran anschließend werden die *Ergebnisse* dargelegt, im Hinblick auf die Forschungsfrage interpretiert und im letzten Schritt mittels der inhaltsanalytischen *Gütekriterien* bewertet. Als Schaubild lässt sich dieses Ablaufmodell folgendermaßen darstellen:

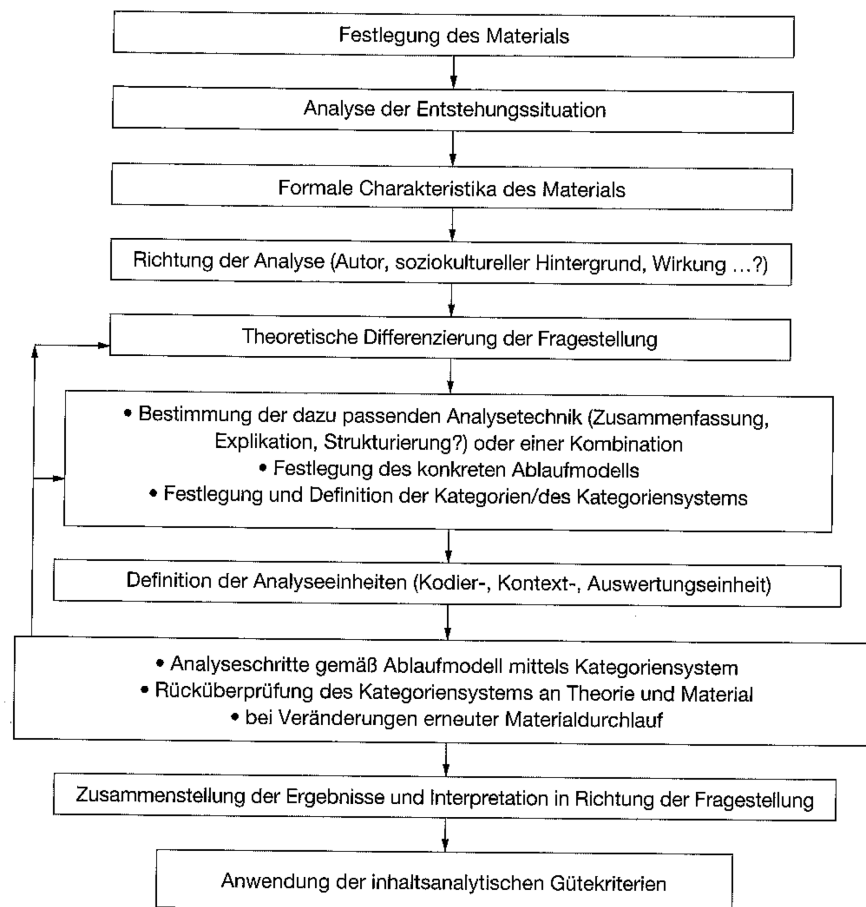


Abb. 5: Allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell
(Quelle: Mayring [2015], S. 62)

¹²⁰ Unter Analyseeinheiten sind die Texteinheiten zu verstehen, die zu einer Kategorie zugeordnet werden. Mayring unterscheidet hierzu zwischen der Auswertungseinheit, die die Abfolge bei der Bearbeitung der Textteile bestimmt, der Kontexteinheit, die angibt, welcher größtmöglicher Textbestandteil unter eine Kategorie fallen kann, sowie der Kodiereinheit, in welcher der kleinstmögliche einer Kategorie zuzuordnende Materialbestandteil definiert wird (vgl. Mayring [2015], S. 61.).

Die Abbildung zeigt, dass Mayring im eigentlichen Analyseprozess drei grundlegende Verfahren qualitativer Inhaltsanalyse unterscheidet: die *Zusammenfassung*, die *Explikation* und die *Strukturierung*.¹²¹ Diese zeichnen sich jeweils durch verschiedene Zielsetzungen und Auswertungsschwerpunkte aus. Im Rahmen dieser Arbeit orientiert sich die Auswertung an der Unterform der strukturierenden Analyse. Vor diesem Hintergrund beschränkt sich die Erläuterung der Analysetechniken auf diese eine Form.

Die *Strukturierung* im Allgemeinen bezeichnet Mayring als wichtigste inhaltsanalytische Technik.¹²² „Ziel der Analyse ist es, bestimmte Aspekte aus dem Material herauszufiltern, unter vorher festgelegten Ordnungskriterien einen Querschnitt durch das Material zu legen oder das Material aufgrund bestimmter Kriterien einzuschätzen.“¹²³ Grundlage hierfür ist ein vorab deduktiv entwickeltes Kategoriensystem, welches im Verlauf der Auswertung ausgehend vom analysierten Material modifiziert und ggf. revidiert und erweitert wird. Ein allgemeines Modell der *Strukturierung* als Auswertungsmethode sieht nach Mayring folgendermaßen aus:

¹²¹ Vgl. Mayring [2015], S. 67.

¹²² Vgl. Mayring [2015], S. 97.

¹²³ Mayring [2015], S. 67.

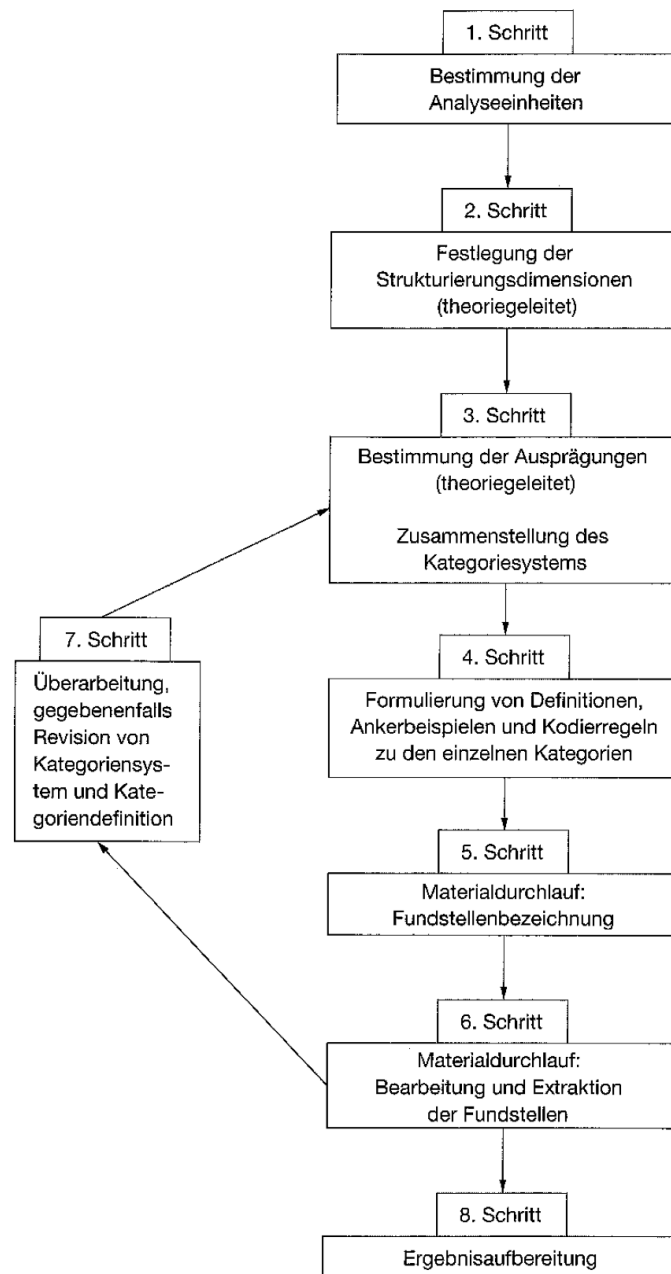


Abb. 6: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse (allgemein)
(Quelle: Mayring [2015], S. 98.)

Bei der *Strukturierung* kann noch einmal zwischen *formaler*, *inhaltlicher*, *typisierender* und *skalierender Strukturierung* differenziert werden.¹²⁴ Da sich die Auswertung in der vorliegenden Studie an der *inhaltlichen Strukturierung* orientiert, wird diese Unterform etwas näher beschrieben.

¹²⁴ Vgl. Mayring [2015], S. 99.

Betreffend der Zielstellung stellt Mayring fest: „Ziel inhaltlicher Strukturierungen ist es, bestimmte Themen, Inhalte, Aspekte aus dem Material herauszufiltern und zusammenzufassen.“¹²⁵ Welche Inhalte aus dem Material zu entnehmen sind, wird vor Beginn der Analyse zunächst mittels eines theoriegeleitet entwickelten Kategoriensystems bestimmt.¹²⁶ Dieses kann sowohl Ober- als auch Unterkategorien enthalten. Anschließend wird dieses System, nachdem die Analyseeinheiten festgelegt wurden, auf das Material angewendet. Zunächst in einem Testdurchlauf durch einen Teil des Materials und daran angrenzend in einem Hauptdurchlauf durch das gesamte Material. Hierbei werden alle Textsegmente, die einer Kategorie entsprechen, als Fundstellen gekennzeichnet. Bei Bedarf wird das Kategoriensystem in diesem Durchgang revidiert, modifiziert oder induktiv erweitert, um es dem vorliegenden Material anzugleichen. Damit die Kategorienzuordnung auch für andere nachvollziehbar und intersubjektiv überprüfbar ist, wird im Analyseprozess ein Kodierleitfaden angelegt. Dieser beinhaltet für jede Kategorie sowohl eine Definition der Kategorie als auch eine aus dem Material herausgefilterte Sammlung an Ankerbeispielen. Letzere repräsentieren die Kategorien jeweils in besonderer Weise. Bestehen Abgrenzungsprobleme zwischen Kategorien, empfiehlt Mayring zudem die Formulierung von Kodierregeln, die ebenso in den Kodierleitfaden mit aufgenommen werden. Nach Abschluss der Kodierung des Materials werden im Rahmen der *inhaltlichen Strukturierung* die Fundstellen zu den einzelnen Kategorien jeweils herausgefiltert, umschrieben und letztlich zunächst pro Unterkategorie und dann pro Oberkategorie zusammengefasst. Daraus ergibt sich nun folgendes Ablaufmodell, dass das allgemeine Modell einer *Strukturierung* um nachfolgende Punkte ergänzt:

¹²⁵ Mayring [2015], S. 103.

¹²⁶ Vgl. Mayring [2015], S. 103 f.

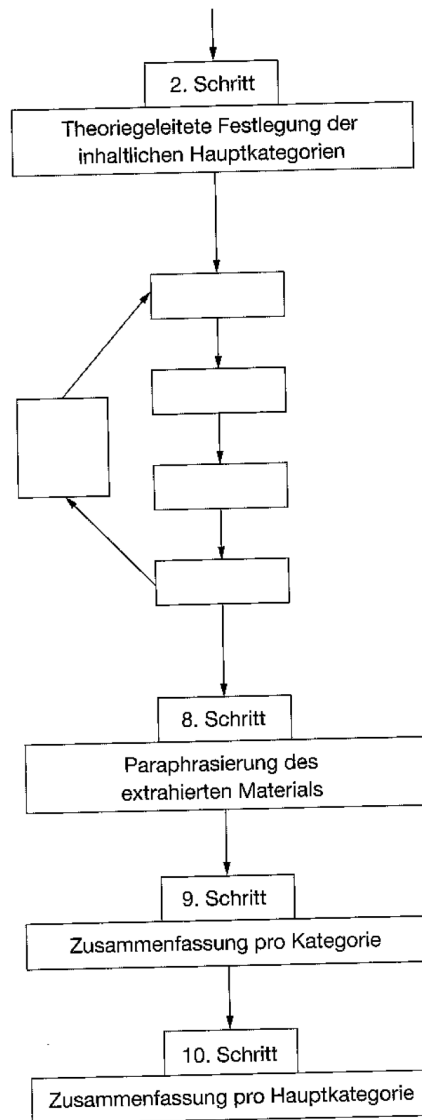


Abb. 7: Ablaufmodell inhaltlicher Strukturierung
(Quelle: Mayring [2015], S. 104.)

5.2 Auswertung des Untersuchungsmaterials orientiert an der Methode der inhaltlichen Strukturierung

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden Zeitungsartikel, orientiert an der Auswertungsmethode der inhaltlichen Strukturierung, analysiert. Ziel der Analyse war es dabei, entsprechend der zentralen Fragestellung der Untersuchung und im Sinne von Grundlagenforschung Erkenntnisse darüber zu gewinnen, auf welche Art und Weise deutsche Tageszeitungen über die Flüchtlingssituation auf Kos berichten und wie sich diese Berichterstattung womöglich auf das touristische Image der Destination Kos auswirkt. Dies dient dazu, die theoretisch aufgezeigte Macht der Medien kritisch zu reflektieren.

In das Sample aufgenommen wurden alle Zeitungsberichte, die in dem Zeitraum von Anfang Januar bis Ende Oktober 2015 veröffentlicht wurden. Sie entstanden im Rahmen des öffentlichen Diskurses der weltweiten Fluchtbewegungen. Der Analyse liegen hierzu insgesamt 55 Zeitungsartikel zugrunde, die sich inhaltlich mit dem Thema der Flüchtlingssituation auf Kos befassen. 15 Artikel stammen von der *tageszeitung (taz)*, 22 von der *Welt* und 18 von der *Bild-Zeitung*. Diese drei deutschen Tageszeitungen wurden aufgrund ihres unterschiedlichen Meinungsspektrums ausgewählt – von konservativ (*Die Welt* und *Bild*) bis linksliberal (*tageszeitung*).¹²⁷ Es handelt sich also bewusst um drei Druckmedien mit unterschiedlicher, politischer Orientierung. Um einen Vergleich möglich zu machen, wurden drei Zeitungen ausgewählt, die die gleiche Erscheinungsweise und das gleiche Vertriebsgebiet aufweisen. Sie erscheinen montags bis samstags, überregional und sind alle als Kaufzeitungen erhältlich.¹²⁸ Bei allen drei analysierten Printmedien wurden die Bundesausgaben untersucht. Die Regional- und Lokalseiten wurden nicht berücksichtigt. Die ausgewählten Zeitungen sollen hinsichtlich ihrer Marktposition kurz beschrieben werden, um die Ergebnisse später besser einordnen zu können.

Die *Bild-Zeitung* steht, gemessen an ihrer Auflage, an der Spitze der sieben überregionalen deutschen Tageszeitungen. Sie ist mit einer verkauften Auflage von 2.101.633 Exemplaren die auflagenstärkste, bundesweite Tageszeitung.¹²⁹ Die *Bild* wird in ihrer politischen Haltung als konservatives Medium beschrieben. Ihre Berichterstattung ist allerdings oft tendenziös. Die *Bild* gehört dem Axel Springer Verlag an. *Die Welt* ist mit einer verkauften Auflage von 200.577 Exemplaren die viertgrößte überregionale Tageszeitung. Sie vertritt in ihrer Grundhaltung eine bürgerlich-konservative Linie. „Die Welt wurde 1953 vom Axel Springer Verlag als „publizistisches Flaggschiff“ im Bereich der überregionalen Tageszeitungen erworben.“¹³⁰ Die *tageszeitung (taz)* liegt mit einer verkauften Auflage von 53.040 Exemplaren auf Platz sechs der Überregionalen. Sie wurde 1978 in West-Berlin als selbstverwaltetes Zeitungsprojekt gegründet. Herausgeberin ist die *taz*, die *tageszeitung* Verlagsgenossenschaft eG..

¹²⁷ Vgl. Brocchi [2008], o. S.

¹²⁸ Vgl. dermerkur [2013], o. S.

¹²⁹ Vgl. Schröder [2015], o. S.

¹³⁰ Pointner [2010], S. 153 f.

Gegenstand der Studie sind alle Artikel der benannten Zeitungen, die sich inhaltlich mit der Flüchtlingssituation auf Kos beschäftigen, um ein vollständiges Bild der Berichterstattung zu generieren. Dadurch lassen sich eindeutige Aussagen über die Berichterstattung der Flüchtlingssituation auf Kos in allen drei Medien treffen. Es ist jedoch zu beachten, dass die Untersuchung nicht den Anspruch haben kann, einen gesamtgesellschaftlichen Diskurs, wie er in den Medien zum Thema Fluchtbewegungen dargestellt wird, repräsentativ abzubilden, da aufgrund des begrenzten Zeitrahmens dieser Arbeit eine Auswahl von nur drei Tageszeitungen vorgenommen wurde.

Die Artikel wurden über das Online-Archiv der jeweiligen Zeitung herangezogen und liegen alle in niedergeschriebener Form als Texte vor. Zur Textverarbeitung wurden alle Texte in ein rtf-Format gebracht. Jeder Artikel wurde einzeln und detailliert untersucht. Dabei wurden unwesentliche, ausschmückende oder vom Thema abweichende Textsegmente ausgeschlossen.

Als Analyseeinheiten wurden die Artikelpassagen bzw. Fundstellen gewählt, die sich inhaltlich mit der Themenstellung einer Ober- bzw. Unterkategorie befassen. Als kleinstmöglicher Textbestandteil (Kodiereinheit) wurden hierbei inhaltliche Absätze in die Analyse einbezogen, als größtmöglicher Textbestandteil (Kontexteinheit) ggf. auch mehrere aufeinander folgende Absätze. Im Rahmen der Auswertung wurden die Zeitungsartikel nacheinander in die Analyse einbezogen (Auswertungseinheit). Diese orientierte sich dabei an dem zuvor beschriebenen typischen Ablauf der inhaltlichen Strukturierung nach Mayring. So wurden zunächst, auf der Basis der zentralen Forschungsfrage, deduktiv die folgenden Hauptkategorien der Auswertung festgelegt: *Akteure, Themen, Länder bzw. Regionen, Wertungen und Tendenzen der Artikel, sowie Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel*. Danach erfolgte eine erste Ausdifferenzierung dieser Oberkategorien in verschiedene Unterkategorien. Dies geschah auf der Grundlage des theoretischen Vorwissens und des Forschungsgegenstandes. Die Oberkategorien und deduktiv abgeleiteten Unterkategorien wurden letztlich in ein vorläufiges Kategoriensystem der Auswertung zusammengestellt. Es folgte ein erster Test-Materialdurchlauf durch ca. die Hälfte des Materials und anschließend ein Haupt-Materialdurchlauf, in welchem alle vorliegenden Zeitungsartikel berücksichtigt wurden. In beiden Materialdurchgängen wurde dabei jeweils eine Zuordnung der verschiedenen Textstellen zu den Unterkategorien vorgenommen. Diese Fundstellenbezeichnung geschah mit Hilfe der Computer-Software MAXQDA12. Bei Bedarf wurden die bislang definierten Unter-

bzw. Oberkategorien an das vorliegende Material angepasst. Überdies wurde das Kategoriensystem durch induktiv entwickelte Kategorien erweitert, wenn Textpassagen den bereits bestehenden Kategorien nicht zugeordnet werden konnten, sondern neue Aspekte angeführt wurden. Im Verlauf des Probe- und Hauptdurchgangs wurde das Kategoriensystem schließlich zu einem Kodierleitfaden ausgebaut, indem ggf. Definitionen oder Kodierregeln der Kategorien hinzugefügt und Ankerbeispiele ergänzt wurden.¹³¹

5.3 Zwischenfazit

Zur Untersuchung der medialen Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos wurde das Verfahren der inhaltlichen Strukturierung nach Mayring als Form der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewählt. Dieses Verfahren bot sich als methodisches Vorgehen an, da beabsichtigt wurde eine Struktur aus den untersuchten Zeitungsartikeln herauszufiltern, um so Schlussfolgerungen auf inhaltliche Gesichtspunkte der Berichterstattung ziehen zu können. Dafür wurde ein Kategoriensystem aufgestellt, welches sich im Verlauf der Analyse aus einem Wechselspiel zwischen deduktiver (vor dem Hintergrund theoretischer Annahmen und der eigenen Forschungsfrage) sowie induktiver (am konkreten Material) Kategorienbildung ergab. Anhand dieses entwickelten Kategoriensystems werden im folgenden Kapitel nun Rückschlüsse zur Beantwortung der Forschungsfrage gezogen.

¹³¹ Der Kodierleitfaden kann bei Bedarf im Anhang auf S. 88 eingesehen werden.

6 Analyse

Nachfolgend werden zentrale Ergebnisse der Auswertung der ausgewählten Zeitungen präsentiert. Die Ergebnisdarstellung erfolgt hierbei entlang der zentralen Forschungsfrage: Wie stellen deutsche Tageszeitungen die Flüchtlingssituation auf Kos dar und welches Bild der Destination Kos wird in den Zeitungen erzeugt? Diese Fragestellung bildet zugleich die Grundlage für die Festlegung der inhaltlichen Hauptkategorien der Zeitungsartikelauswertung. Im Fokus stehen somit die *Akteure*, *Themen* und *Länder bzw. Regionen*, die im Zusammenhang mit der Flüchtlingssituation auf Kos stehen. Darüber hinaus werden *Wertungen und Tendenzen der Artikel* sowie die *Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel* in den Blick genommen (vgl. Kap. 6.1). Zusätzlich wurden induktiv aus dem Material gewonnene Unterkategorien ergänzt (vgl. Anhang S. 90 ff.). Im Anschluss an die Ergebnisdarstellung wird jeweils reflektiert, inwieweit sich die zuvor dargelegten theoretischen Grundlagen und Forschungsbefunde zum Thema (vgl. Kap. 2, 3 und 4) in den Fundstellen widerspiegeln bzw. inwieweit diese ggf. durch Befunde der Untersuchung zu erweitern sind (vgl. Kap. 6.2).

6.1 Darstellung der Ergebnisse

Die *Akteure* bilden eine Hauptkategorie. „Massenmedien sollten nicht nur ein breites Themenspektrum abdecken, sondern auch möglichst vielen Akteuren die Gelegenheit geben, Probleme oder Konflikte aus ihrer Sicht darzustellen.“¹³² Auf der Grundlage dieser Vorgabe wurde das Auftreten von verschiedenen Akteuren, bspw. Einzelpersonen, Personengruppen und Institutionen mit denen sich ein Artikel beschäftigt, untersucht. Entweder kommen sie im jeweiligen Beitrag zu Wort oder ihre Haltungen werden beschrieben. Dabei wurden ausschließlich jene Akteure berücksichtigt, deren Aussagen oder Sichtweisen im Artikel im Zusammenhang mit der Flüchtlingssituation auf Kos stehen.

Die Auswertung dieser Kategorie ergab, dass es verschiedene Akteure gibt, deren Aussagen oder Sichtweisen in die Beiträge eingebunden wurden. Daher wurden jeweils Gruppen von Akteuren zusammengefasst. So wurden bspw. die Polizei, die

¹³² Maurer/Reinemann [2006], S. 119.

griechischen Behörden, der Bürgermeister von Kos, die griechische Regierung und die Gemeinde Kos mit dem Oberbegriff *Verantwortungsträger* betitelt. Auf diese Weise entstanden sechs Unterkategorien: *Verantwortungsträger*, *Helfergruppen*, *Politiker*, *Tourismus*, *Medien* sowie *sonstige Akteure*. Am häufigsten treten im Untersuchungszeitraum Personen oder Institutionen mit Entscheidungsautorität als Akteure in Erscheinung, d.h. *Verantwortungsträger*, gefolgt von den Gruppen *sonstige Akteure* und *Helfergruppen* (vgl. Anhang S. 93). Weiterhin konnte festgestellt werden, dass die in den Artikeln erwähnten Akteure, die Flüchtlingssituation auf Kos größtenteils negativ bewerten. In einigen Artikeln wurde zudem signalisiert, dass Ereignisse und Entwicklungen auf der Insel Kos von bestimmten Entscheidern oder öffentlichen Institutionen und Behörden abhängig seien. Die nachfolgende Darstellung konzentriert sich auf den Bürgermeister von Kos (Kyritsis), da die Untersuchung zeigte, dass er als relevanter Entscheider eine wichtige Rolle in der Berichterstattung spielt. Besonders sein Handeln steht im Mittelpunkt der Berichte, was die folgenden Fundstellen verdeutlichen.

Die taz berichtet zum ersten Mal über den Bürgermeister, nach dem es zu einem Gewaltausbruch unter Flüchtlingen in einem Stadion kam. Daraufhin verfasste er wohl eine Erklärung an die griechische Regierung, in der er vor einem Blutvergießen warnte.¹³³ In der taz wird Kyritsis die Schuld an den prekären Zuständen für die Flüchtlinge auf Kos zugewiesen. So wird die stellvertretende Ministerin für Migration (Christodoulou) zitiert, die schwere Vorwürfe gegen den Bürgermeister erhebt. Nach ihr weigere er sich, die Situation der Geflüchteten verbessern zu wollen, da er den Bewohnern beweisen wolle, „dass die Flüchtlinge an der Situation schuld“¹³⁴ seien.

Schaut man sich die gleiche Thematik in der Welt an, wird auch hier dem Bürgermeister vorgeworfen, für die Situation auf Kos verantwortlich zu sein. Um seine Schuld zu bekräftigen, führt die Zeitung mehrere Zitate von verschiedenen Akteuren an. So wirft bspw. Theise ihm eine eindeutige Abschreckungspolitik vor: „Der Bürgermeister fürchtet, wenn er humane Zustände einrichtet, kommen noch mehr Menschen übers

¹³³ Vgl. taz6 [2015], Abs. 8. (Die Zeitungsartikel können bei Bedarf auf der CD eingesehen werden.)

¹³⁴ taz7 [2015], Abs. 21, Abs. 22.

Meer¹³⁵. Die Schuldzuweisung zieht sich durch die gesamte Berichterstattung der Welt. Immer wieder wird betont, dass die Regierung Maßnahmen vorschläge, die wieder für Ordnung sorgen sollen. Doch Kyritsis lehne jegliche Vorschläge ab, denn er befürchte, dass diese als Anziehungspunkt noch mehr Flüchtlinge verleiten würde nach Kos zu kommen und somit dem Tourismus schaden könnte. Die Berichterstattung der Welt geht soweit, dass dem Bürgermeister eine durchdachte Strategie unterstellt wird, um so die Aufmerksamkeit der Presse für Kos zu gewinnen. Auf diese Weise erhoffe er sich eine Lösung, die die Geflüchteten schnell von der Insel verschwinden lässt und den Tourismus schützt. Die Berichterstattung der Welt über den Bürgermeister endet mit der Bestätigung, dass seine Taktik aufgegangen sei.

„Und es hat funktioniert: Kurze Zeit später schickte die Regierung in Athen für 500.000 Euro eine Fähre mit Platz für 2.500 Menschen, auf der Syrer registriert werden und wohnen können. Eine mobile Erstaufnahmestelle, die viele Flüchtlinge aus dem Stadtbild entfernt und Unterkunft bietet. Außerdem kamen Polizisten aus Athen, die für eine schnellere Registrierung sorgten.“¹³⁶

In der Bild-Zeitung sind nur wenige Fundstellen bezogen auf den Bürgermeister enthalten. Zudem unterscheidet sie sich in der Berichterstattung von den anderen beiden Zeitungen, indem sie den Bürgermeister nicht für die Zustände auf Kos verantwortlich macht. Hier wird er lediglich als verzweifelt dargestellt: „Wir brauchen dringend Hilfe. Die Situation gerät außer Kontrolle.“¹³⁷ Neben Kyritsis seien jedoch auch die Behörden mit dem Flüchtlingsandrang überfordert und hätten die Lage nicht mehr im Griff.

Alles in allem gab die Analyse der *Akteure* Aufschluss über das Interesse der drei erforschten Tageszeitungen an unterschiedlichen Personen, Personengruppen oder Institutionen bei Themen, die die Flüchtlingskrise auf Kos betreffen. Die Redaktionen der taz und Welt setzen ihren Schwerpunkt auf die *Verantwortungsträger*, indem sie ihr jeweiliges Handeln besonders intensiv beschreiben. Die Bild setzt ihren Fokus hingegen auf *sonstige Akteure*. Dadurch wurde anderen Akteuren wie z.B. *Medien* weniger Aufmerksamkeit geschenkt. Vor diesem Hintergrund kann man die Vermutung anstellen, dass für Redaktionen vor allem die Personen bzw. Institutionen interessant

¹³⁵ Die_Welt19 [2015], Abs. 11.

¹³⁶ Die_Welt19 [2015], Abs. 28.

¹³⁷ BILD3 [2015], Abs. 12.

sind, die als Handelnde oder Betroffene unmittelbar Teil des Geschehens sind. Für *Akteure*, die das Geschehen von außerhalb einschätzen, würde dies bedeuten, dass ihnen weniger Bedeutung zukommt.

Neben dem Fokus der *Akteure* ist es für einen Einblick in die Berichterstattung der untersuchten Zeitungen auch von Interesse, das Themenspektrum näher in den Blick zu nehmen. Somit wurde auch hierfür eine Kategorie erstellt. Anhand dieser sollte festgestellt werden, auf welche Themengebiete sich die Redaktionen vorrangig konzentrieren, die die Flüchtlingssituation auf Kos betreffen. Diese Kategorie ist für die Erforschung des Gesamteindrucks der Insel Kos von wesentlicher Bedeutung. Denn die Themenstruktur unterliegt einer Auswahl durch die Redaktion und damit einer Gewichtung. Daraus ergibt sich ihr großer Einfluss auf das Bild, das die Berichterstattung beim Rezipienten hinterlässt.¹³⁸ Wenn die Berichterstattung z.B. negativ ist, kann sie wohl auch nur ein negatives Bild der Destination Kos beim Rezipienten verursachen.

Alle gefundenen *Themen* in den drei untersuchten deutschen überregionalen Tageszeitungen lassen sich grob in neun Hauptthemengebiete einteilen: *Flucht*, *Unterbringung der Flüchtlinge*, *Registrierung der Flüchtlinge*, *Lage der Flüchtlinge*, *Tourismus*, *Umgang mit Flüchtlingen*, *Versorgung der Flüchtlinge*, *Spannungen* und *Hilfe*. Das festgestellte Themenspektrum konzentriert sich vornehmlich auf das Thema *Flucht* (vgl. Anhang S. 93). An zweiter Stelle folgen Berichte über die *Unterbringung der Flüchtlinge*. Auf Platz drei der Themenliste liegt die *Registrierung der Flüchtlinge*. Nur ein minimaler Teil beschäftigt sich mit den Themen *Versorgung der Flüchtlinge*, *Spannungen* und *Hilfe*. Das Thema *Flucht* wird von den Printmedien besonders prominent behandelt. Hierbei handelt es sich insbesondere um die *Flüchtlingsszhalen*, *Fluchtrouten*, *Fluchtursachen*, *Fluchtziele*, die *Überfahrt* und die *Rettung*. Von Interesse ist nun, wie der Leseindruck im Hinblick auf die Artikel zu einem bestimmten Thema ausfiel. Die folgende Darstellung gibt für ausgewählte *Themen* Aufschluss darüber.

¹³⁸ Vgl. Pointner [2010], S. 207.

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass bestimmte Themenfelder von vornherein eher negativ besetzt sind und daher einen dementsprechenden Eindruck bei der Lektüre hinterlassen, was im Folgenden anhand von Fundstellen belegt wird. So heißt es in der taz zur *Unterbringung der Flüchtlinge*, dass ein Mangel an Unterkünften vorliege. Es gebe lediglich ein einziges Auffanglager, das Hotel Captain Elias. Doch das sei überfüllt, sodass die Neuankömmlinge auf öffentliche Parks und Plätze von Kos ausweichen würden.¹³⁹ Dort sei der Boden bereits voller Müll und aus den Parkecken rieche es nach Fäkalien, da die Migranten keinen Zugang zu sanitären Einrichtungen hätten.¹⁴⁰ Weiterhin berichtet die taz, dass hunderte Migranten auf der Erde im Hof der Polizei- und der Küstenwachstationen schliefen, sowie am Strand und auf den Straßen von Kos.¹⁴¹ Auch die Berichterstattung über die *Versorgung der Flüchtlinge* dürfte sich negativ auf das Image der Insel Kos auswirken. Die taz hebt mehrmals hervor, dass es neben Unterkünften auch an Essen mangelt. Trinkwasser und Nahrungsmittel seien knapp. Zum Beweis zitiert die taz das griechische Staatsradio, die berichten, dass ein junger Syrer an Dehydrierung (Wassermangel) gestorben sei.¹⁴²

Auch in der Welt sind die Themengebiete *Unterbringung und Versorgung der Flüchtlinge* eher negativ belastet. „Es gibt hungernde Flüchtlinge. Die Menschen leben zum Teil von trockenem Brot und Wasser. Mütter können ihre Babys nicht mehr stillen“¹⁴³, zitiert die Welt den Pro-Asyl-Geschäftsführer Günter Burkhardt. Um das Ausmaß des Mangels an Wasser zu verdeutlichen, macht auch sie in ihrer Berichterstattung auf den Tod des syrischen jungen Mannes aufmerksam. Darüber hinaus fehle es den Flüchtlingen an einer Unterkunft, einem Zugang zu medizinischer Versorgung und sie müssten mit unangenehmen hygienischen Verhältnissen auskommen. Dies wird durch angeführte Berichte der Bundestagsvizepräsidentin Claudia Roth gestützt, die bestätigt: „Es fehlt an allem.“¹⁴⁴

¹³⁹ Vgl. taz7 [2015], Abs. 13.

¹⁴⁰ Vgl. taz7 [2015], Abs. 5.

¹⁴¹ Vgl. taz1 [2015], Abs. 8.

¹⁴² Vgl. taz10 [2015], Abs. 8.

¹⁴³ Die_Welt3 [2015], Abs. 5.

¹⁴⁴ Die_Welt_7 [2015], Abs. 8.

Die Bild-Zeitung berichtet ebenfalls schlecht über die *Versorgung und Unterbringung der Flüchtlinge*. So heißt es auch in der Bild, es liege ein Mangel an ausreichend Essen, Trinkwasser und medizinischer Versorgung vor. Dabei würde die medizinische Versorgung nach Angaben der Sprecherin des UN-Flüchtlingshilfswerks UNHCR (Ruana), so dringend benötigt: „Es sind viele Flüchtlinge hier mit gesundheitlichen Problemen.“¹⁴⁵ Ebenso wie die beiden anderen Zeitungen, belegt Bild ihre Ausführungen, indem auch sie über den Tod des jungen Syrers berichtet, der an Wassermangel gestorben sei.¹⁴⁶ Auch die Berichterstattung über die *Unterbringung der Migranten* dürfte hier ebenfalls zu einem negativen Bild der Insel Kos führen. Laut Claudia Roth, würden in der Hotelruine Captain Elias in 20 Zimmern 400 Menschen ohne Elektrizität leben.¹⁴⁷ Ferner müssten die Migranten unter freiem Himmel schlafen.

Andere Themen wie z.B. die *Fähre* als Notunterkunft, die zur Registrierung und zeitweiligen Unterbringung von Flüchtlingen dient, dürften dagegen einen positiven Einfluss auf das Ansehen der Destination Kos haben. Denn sie vermitteln den Eindruck, dass eine positive Entwicklung möglich und wahrscheinlich ist. Diese *Themen* wurden in den Medien allerdings seltener thematisiert. Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass *Themen*, die die griechische Insel in ein negatives Licht rücken von besonderem Interesse für die Redaktionen sind, während *Themen*, die ein positives Bild von Kos vermitteln, weniger Bedeutung zugewiesen wird. Eine stärkere Berücksichtigung zweiterer *Themen* würde vermutlich ein anderes Licht auf die Insel Kos werfen. So könnte einem negativen Image entgegengewirkt werden.

Die dritte Hauptkategorie der Analyse formen *Länder bzw. Regionen*. Sie schließt jene *Länder bzw. Regionen* ein, über die im Zusammenhang mit der Flüchtlingssituation auf Kos berichtet wird bzw. deren aktuellen Entwicklungen das Geschehen im Beitrag bestimmen. Auf diese Weise werden die geografischen Schwerpunkte der redaktionellen Abdeckung ermittelt.

¹⁴⁵ BILD3 [2015], Abs. 13.

¹⁴⁶ Vgl. BILD9 [2015], Abs. 13.

¹⁴⁷ Vgl. BILD6 [2015], Abs. 9.

Während der Auswertung dieser Kategorie entstanden sieben Unterkategorien, die in Verbindung mit den Ereignissen auf Kos stehen. Diese setzen sich zusammen aus den *Herkunfts-, Ankunfts- und Zielländern der Flüchtlinge* sowie *Europa, Griechenland, Athen* und *Kos*. In der Gesamtzahl aller untersuchten Zeitungsartikel verzeichneten die Ereignisse auf der griechischen Insel *Kos* die meisten Nennungen, was darauf zurückzuführen ist, dass sich dort das Hauptgeschehen abspielt (vgl. Anhang S. 94). Am zweithäufigsten beziehen sich die Beiträge auf die *Herkunftsländer der Flüchtlinge*. An dritter Stelle folgt *Europa* als Gegenstand der Berichtserstattung. Die Verteilung der Häufigkeiten bestätigt, dass die überregionalen Tageszeitungen, im Gegensatz zu den regionalen Zeitungen, ihren Fokus eindeutig auf das Geschehen außerhalb Deutschlands richten. Die *Ankunfts- und Zielländer der Flüchtlinge* liegen bei der Berichterstattung im hinteren Bereich.

In der taz ist, wie in der Gesamtbetrachtung, der häufigste Berichtsgegenstand *Kos*. Am zweithäufigsten berichtet die taz über Geschehnisse in *Griechenland*, worauf globale Angelegenheiten folgen. Über die *Ankunfts- und Zielländer der Flüchtlinge* wird am wenigsten berichtet. Die taz deckt in Bezug auf die *Länder bzw. Regionen* eine größere Bandbreite als die Welt ab, jedoch eine geringere als die Bild (vgl. Anhang S. 95).

Auch die Welt berichtet am meisten über *Kos*. Am zweithäufigsten ist hier *Athen* Berichtsgegenstand. Hiernach folgt *Europa* zusammen mit den *Herkunftsländern der Flüchtlinge*. Die *Ankunfts- und Zielländer der Flüchtlinge* spielen, wie bei der taz, eine untergeordnete Rolle. Bei der Welt ist die geringste Abdeckung des weltweiten Geschehens zu finden (vgl. Anhang S. 95).

In der Bild konzentrieren sich die Autoren ebenfalls stark auf das Geschehen auf *Kos*. Als zweites folgen Berichte über die *Herkunftsländer der Flüchtlinge*. An dritter Stelle steht hier, wie dies in der Welt der Fall ist, *Europa*. In den Hintergrund treten die Themenbereiche *Ankunftsländer* und *Griechenland*. Die Bild bietet, im Hinblick auf die unterschiedlichen *Länder und Regionen* der Erde, die umfassendste Berichterstattung der drei Zeitungen (vgl. Anhang S. 95). Es wird über die größte Zahl an Ländern berichtet und die Anteile der einzelnen Regionen sind besser ausgeglichen als in der taz und der Welt.

Zudem ist bei der Analyse der Artikel aufgefallen, dass es in dieser Kategorie eine zeitliche Entwicklung gibt. Der zeitliche Verlauf ist zwar nicht Bestandteil der

Fragestellung, allerdings ist dessen Betrachtung interessant, weil hieran deutlich wird, dass Kos nicht immer im Zentrum der Berichterstattung der Zeitungen, im untersuchten Zeitraum, steht. Wendet man sich den *Ländern bzw. Regionen* pro Artikel im Zeitverlauf zu, so werden bei jeder Zeitung drei Phasen deutlich. Eine Anfangsphase, in der noch nicht näher auf die Insel *Kos* eingegangen wird, eine Fokusphase, in der das Hauptaugenmerk auf *Kos* liegt und eine Endphase, in der das Interesse an der griechischen Insel nachlässt. So berichtet die *taz* zunächst von Flüchtlingen in *Griechenland* im Allgemeinen. Es wird beschrieben, dass immer mehr Flüchtlinge von der Türkei nach *Griechenland* kommen und dass die Rettung von zahlreichen Bootsmigranten im Mittelmeer erfolgt sei.¹⁴⁸ Danach folgt die Fokusphase, in der sich die Berichterstattung hauptsächlich auf das Geschehen auf *Kos* konzentriert. Hier wird z.B. geschildert, dass Dutzende Schutzsuchende auf *Kos* ankommen und die Behörden auf der Insel mit dem starken Zustrom überfordert seien.¹⁴⁹ In der Endphase des untersuchten Zeitraumes rückt dann *Europa* in den Mittelpunkt der Berichterstattung der *taz*. In diesem Zusammenhang werden u.a. die Fluchtwege nach *Europa* aufgezeigt, indem über verschiedene Brennpunkte berichtet wird.¹⁵⁰

Bei der Betrachtung des zeitlichen Verlaufs der Artikel der *Welt* fallen ebenfalls die drei zuvor benannten Phasen auf. Auch hier wird zunächst von dem Flüchtlingsproblem in *Griechenland* im Allgemeinen gesprochen. So ist zu Beginn der Fokus ebenfalls auf die Rettung tausender Flüchtlinge im Mittelmeer und den Flüchtlingsandrang auf *Griechenland* gerichtet.¹⁵¹ Zudem handeln die Beiträge von der Wirtschaftskrise in *Griechenland* aber auch von der Integration der Flüchtlinge in Deutschland. Letzteres ist darauf zurückzuführen, dass es sich um eine deutsche Tageszeitung handelt. Anschließend folgt auch in der *Welt* die Konzentration auf *Kos*. Es wird ebenso wie in der *taz* dargelegt, dass hunderte Flüchtlinge täglich *Kos* erreichen und die Behörden überfordert seien.¹⁵² In der letzten Phase liegt der Schwerpunkt wie bei der *taz* auf den Ereignissen in *Europa*. Die Berichte handeln u.a. von den Flüchtlingsrouten nach *Euro-*

¹⁴⁸ Vgl. *taz*1 [2015], Abs. 6; *taz*2 [2015], Abs. 5.

¹⁴⁹ Vgl. *taz*4 [2015], Abs. 3; *taz*6 [2015], Abs. 3.

¹⁵⁰ Vgl. *taz*12 [2015], Abs. 1 ff.

¹⁵¹ Vgl. *Die_Welt*1 [2015], Abs. 5; *Die_Welt*5 [2015], Abs. 3.

¹⁵² Vgl. *Die_Welt*6 [2015], Abs. 4.

pa.¹⁵³ Das Ausmaß der Fluchtbewegungen wird anhand verschiedener Brennpunkte veranschaulicht. Anders als bei der taz und der Bild, tauchen in dieser Phase noch vereinzelt Berichte über *Kos* auf.

Beim Blick auf den Zeitverlauf in der Bild sind ebenfalls drei Phasen zu finden. Eingangs konzentriert sich die Berichterstattung auf die Flüchtlinge in *Europa* und die Wirtschaftskrise in *Griechenland*.¹⁵⁴ In der Fokusphase steht dann, wie bei den anderen beiden Zeitungen auch, die Insel *Kos* im Vordergrund der Berichterstattung. Auch hier wird deutlich gemacht, dass die Behörden mit dem Flüchtlingsansturm überfordert seien und eine Fähre die Ordnung wiederherstellen solle.¹⁵⁵ In der Endphase wird auch wie in den anderen beiden Zeitungen u.a. über den Flüchtlingszustrom nach *Europa* und seine Brennpunkte berichtet. Wie in der Welt wird auch hier ein Bezug zu Deutschland hergestellt, indem sich ein Artikel Merkels Flüchtlingspolitik widmet.¹⁵⁶

Eine weitere Hauptkategorie bilden *Wertungen und Tendenzen der Artikel*. Diese können vom Journalisten zum einen direkt erfolgen über wertende Stellungnahmen in Überschrift und Text und zum anderen indirekt über Zitate mittels Aussageträgern. Hier ist anzumerken, dass die Auswahl der Zitate jedoch ebenfalls auf der Entscheidung des Journalisten beruht, sodass auch diese Wertung indirekt dem Journalisten zugeschrieben werden kann. Anhand ihrer Herausarbeitung sollen Tendenzen der Artikel festgemacht werden, denn sie sind für das Gesamtbild der Destination *Kos* in den Medien von wesentlicher Bedeutung. Insbesondere für das Image ist es ausschlaggebender, wie die Insel dargestellt wird, als wie oft oder in welchem Umfang in den untersuchten Medien über sie berichtet wird: „Die stärkste Form einer Meinungsbeeinflussung in einem Beitrag kann durch Wertungen erfolgen.“¹⁵⁷ Oftmals übernehmen Leser die vermittelte Meinung bzw. den Eindruck, den ein Bericht beim Lesen hinterlässt, anstatt sich ihr eigenes Urteil zu bilden. Dies würde auch das Bild der Destination *Kos* deutlich beeinflussen. Daher soll hier untersucht werden, welche Tendenz die Artikel der drei

¹⁵³ Vgl. Die_Welt18 [2015], Abs. 5 ff.

¹⁵⁴ Vgl. BILD1 [2015], Abs. 1 ff.; BILD2 [2015], Abs. 1 ff.

¹⁵⁵ Vgl. BILD3 [2015], Abs. 10 ff.

¹⁵⁶ Vgl. BILD15 [2015], Abs. 1 ff.

¹⁵⁷ Pointner [2010], S. 335.

Zeitungen im untersuchten Zeitraum besitzen, d.h. ob ein Beitrag ein positives, neutrales oder negatives Bild der griechischen Insel fördert.

Korrespondierend zu den negativen Bewertungen der Flüchtlingssituation auf Kos im Leseindruck, hervorgerufen durch von vornherein schlecht besetzte Themen, ergibt auch die inhaltsanalytische Untersuchung der Artikel hinsichtlich *Wertungen und Tendenzen* ein negatives Bild der Destination Kos. Bei der Untersuchung aller Artikel, stellte sich heraus, dass die negativen Aussagen über die griechische Insel überwiegen (vgl. Anhang S. 94). Hierbei ist vor allem die dramatisierende Darstellungsweise, erzeugt durch die Verwendung von Superlativen und Adjektiven in den Beiträgen, die Bedrohungen und Gefahren verstärken, auffällig. Es folgen Textpassagen oder Zitate, die einen neutralen Unterton haben. Damit sind die positiven Tendenzen, die das Image der Destination Kos in der Bevölkerung verbessern könnten, in der Minderheit. Der große Anteil negativer Aussagen spricht für eine qualitativ geringe Berichterstattung, da es dem Leser in den meisten Fällen nicht selbst überlassen bleibt, sich ein Bild von Kos zu machen. Um dies zu verdeutlichen, werden im Folgenden Textbeispiele aus allen drei Zeitungen aufgezeigt.

Die taz enthält unter allen drei Zeitungen die meisten neutralen sowie die wenigsten negativen Tendenzen. Damit existiert hier, allerdings nur in Bezug auf diese Kategorie, die für die Destination Kos günstigste Berichterstattung. In den meisten Fällen wird dem Leser eine neutrale Sichtweise präsentiert, öfter als bei der Welt und der Bild, sodass sich dieser nach der Lektüre seine eigene Meinung bilden kann. Dies spricht für die Qualität der Zeitung. Es lässt sich also festhalten, dass die taz wohl den positivsten Einfluss auf das Image der griechischen Insel, das beim Rezipienten zurückbleibt, haben wird.

Positive Berichterstattung bezieht sich dabei in der taz auf verschiedenste Themen und Aussageträger. So wird z.B. berichtet, dass der Flüchtlingskommissar (Avramopoulos) sich in das Krisenmanagement eingeschaltet habe und sogenannte Hot Spot Teams auf die griechische Insel schicken würde.¹⁵⁸ Ein anderer Autor beschreibt, dass die Registrierung der Flüchtlinge auf einer Fähre im Hafen von Kos gestartet sei, sodass die

¹⁵⁸ Vgl. taz8 [2015], Abs. 5.

Zahl der Migranten auf der Urlaubsinsel gesunken sei. Zitate von einer Sprecherin des UN-Flüchtlingshilfswerks und der Polizei zeugen von dem Vorangehen der Registrierung der Flüchtlinge. Zudem wird über Hilfsorganisationen berichtet, die Lebensmittel und Kleidung sammeln und verteilen würden.¹⁵⁹

Negative Tendenzen gibt es in der Berichterstattung der taz in etwas geringerem Ausmaß, wobei sich auch diese auf verschiedene Themenkomplexe wie z.B. die *Unterbringung, Versorgung und Lage der Flüchtlinge* beziehen. Meist handeln negative Aussagen von der Überforderung der Behörden, Bewohner und Politiker auf der Insel. „Die Menschen hier, Einheimische und Flüchtlinge, sind völlig überfordert“¹⁶⁰, zitiert die Zeitung bspw. den Polizeidirektor. Weiterhin führt er an, dass die Lage in den Camps unmenschlich sei. Darüber hinaus wird ein Koordinator der Hilfsorganisation Ärzte ohne Grenzen mit den Worten zitiert, „die hygienischen Verhältnisse auf Kos seien dramatisch.“¹⁶¹ Es ist davon auszugehen, dass diese exemplarischen Fundstellen, aufgrund ihrer negativen Tendenzen, ein schlechtes Licht auf die Insel Kos werfen.

Die untersuchten Artikel in der Welt enthalten unter allen drei Zeitungen die meisten negativen Tendenzen, die womöglich einen extremen Imageverlust der Insel Kos beim Leser zur Folge haben. Der Anteil der positiven Tendenzen ist etwas größer als in der taz. Zusätzlich wurden in der Welt Artikel registriert, die neutrale Wertungen enthalten. Der Anteil der neutralen Tendenzen ist hier jedoch am kleinsten. Es lässt sich somit festhalten, dass die Welt wohl den negativsten Einfluss auf das Image der Destination Kos, das beim Rezipienten verbleibt, haben wird.

Im positiven Sinne wird zum einen über die Bewohner von Kos berichtet, die versuchen den notleidenden Einwanderern zu helfen, indem sie ihnen z.B. ein wenig Geld zustecken.¹⁶² Außerdem wird in mehreren Beiträgen hervorgehoben, dass zusätzliche Verwaltungsbeamte und Sicherheitskräfte sowie eine Fähre auf die Insel geschickt worden seien, um den Flüchtlingsansturm zu bewältigen. Letztere solle zur temporären Unterbringung und Registrierung syrischer Bürgerkriegsflüchtlinge dienen. Eine

¹⁵⁹ Vgl. taz15 [2015], Abs. 8.

¹⁶⁰ taz7 [2015], Abs. 9.

¹⁶¹ taz7 [2015], Abs. 15.

¹⁶² Vgl. Die_Welt2 [2015], Abs. 15.

Sprecherin des UN-Flüchtlingshilfswerks wird mit den Worten zitiert: „Vertreter der Behörden würden syrische Flüchtlinge registrieren, die bereits auf der Insel sind, sowie alle Neuankömmlinge, unabhängig von ihrer Nationalität“¹⁶³. Darüber hinaus betonen mehrere Artikel die Erfolge der Fähren-Mission, indem beschrieben wird, dass die Zahl der Migranten auf Kos gesunken sei und die Lage sich etwas beruhigt habe.¹⁶⁴

Eines der wichtigsten Themengebiete bei der negativen Berichterstattung ist auch in der Welt die *Unterbringung der Flüchtlinge* auf Kos. In diesem Zusammenhang wird z.B. der Europadirektor von UNHCR (Cochetel) mit den Worten zitiert: „Auf den meisten Inseln gebe es überhaupt keine Infrastruktur für die Aufnahme der Menschen. Es fehle an sanitären Einrichtungen, und die meisten Flüchtlinge müssten schutzlos unter freiem Himmel schlafen.“¹⁶⁵ Weiterhin wird berichtet, dass das Hotel, in dem viele Flüchtlinge zunächst unterkommen restlos überfüllt sei und die hygienischen Verhältnisse katastrophal seien. Oft enthält auch schon die Überschrift negative Tendenzen. So heißt es z.B. in einer Überschrift: „Urlaub auf Kos – mitten im Flüchtlingselend“¹⁶⁶ oder in einer anderen „Zustände, die sind Europas absolut unwürdig“¹⁶⁷. Hier gilt zu berücksichtigen, dass besonders Wertungen in der Überschrift einen großen Einfluss auf den ersten Eindruck beim Leser ausüben, da durch sie Aufmerksamkeit erzielt und über Wertungen die erste Meinung hervorgerufen wird.¹⁶⁸

Die Bild enthält unter allen drei Zeitungen die meisten positiven sowie die wenigsten neutralen Tendenzen. In den meisten Fällen wird dem Leser jedoch eine negative Sichtweise präsentiert, öfter als bei der taz, sodass es ihm oft nicht selbst überlassen bleibt, sich ein eigenes Bild von der Destination Kos zu machen. Insgesamt liegt die Bild, im Hinblick auf die positive bzw. negative Bewertung von Kos, im mittleren Bereich zwischen taz und Welt.

In der Bild finden sich positive Tendenzen, wie auch bei den anderen beiden Zeitungen, im Zusammenhang mit der Fähre, die nach Kos geschickt worden sei, um die schlechte

¹⁶³ Die_Welt17 [2015], Abs. 5.

¹⁶⁴ Vgl. Die_Welt17 [2015], Abs. 10; Die_Welt18 [2015], Abs. 8; Die_Welt19 [2015], Abs. 28.

¹⁶⁵ Die_Welt5 [2015], Abs. 14.

¹⁶⁶ Die_Welt2 [2015], Abs. 3.

¹⁶⁷ Die_Welt3 [2015], Abs. 3.

¹⁶⁸ Vgl. Pointner [2010], S. 335.

Versorgungslage auf Kos zu verbessern. Die Fähre solle der Aufnahme, Versorgung und Registrierung der Migranten dienen. Ein Zitat des UN-Flüchtlingshilfswerks unterstreicht die Aufnahme der Einwanderer: „Die ersten syrischen Flüchtlinge sind am frühen Sonntagmorgen auf der griechischen Ägais-Insel Kos an Bord des Schiffes „Eleftherios Venizelos“ gegangen.“¹⁶⁹ Weitere Artikel berichten über den erfolgreichen Fortschritt der Registrierung. Abgesehen von der Fähre, wird in den Artikeln von möglichen Maßnahmen gesprochen, die das Flüchtlingsproblem lösen sollen. So wird in einem Zitat gesagt, dass die EU-Grenzschutzagentur Frontex den griechischen Behörden Hilfe bei der Registrierung der Schutzsuchenden u.a. auf der Insel Kos angeboten habe. Zudem sei ein Hotspot auf der Insel geplant sowie die Erstaufnahme der Flüchtlinge auf das Festland zu verlagern.

Negative Tendenzen gibt es in der Berichterstattung der Bild in größerem Ausmaß. Wie in den beiden anderen Zeitungen wird auch hier besonders die *Unterbringung der Flüchtlinge* kritisiert. So wird u.a. hervorgehoben, dass Flüchtlinge in einem abbruchreifen Hotel, unter freiem Himmel oder in Zelten *hausen* würden. Die Bundestagsvizepräsidentin Claudia Roth bestätigt: „Jeder Baum, jedes bisschen Schatten, ist belegt. Die Menschen schlafen an Mauern und Straßenrändern. Manche haben sich kleine Zelte gekauft.“¹⁷⁰ Zudem wird in der Bild, im Vergleich zu taz und Welt, auf deutlich emotionalere und dramatischere Art und Weise über die Ereignisse auf Kos berichtet. So heißt es z.B. die Flüchtlinge müssten mit widrigsten hygienischen Verhältnissen auskommen oder unter widrigen Bedingungen auf eine Registrierung warten. Aber auch die Beschreibung der Gewaltszenen, die die Polizei nicht verhindern konnte, dürften sich negativ auf das Image der Insel Kos auswirken.¹⁷¹

Die letzte Kategorie enthält die *Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel*. In dieser Kategorie soll die Rolle der Insel Kos innerhalb eines Artikels untersucht werden. Die Flüchtlinge auf Kos können entweder der Anlass des Artikels sein oder nur im Verbund mit einem anderen Thema erwähnt werden. Hierdurch resultiert ebenfalls eine Gewichtung der Themen über das überproportionale Flüchtlingsaufkommen auf Kos. Diese Gewichtung

¹⁶⁹ BILD7 [2015], Abs. 5.

¹⁷⁰ BILD6 [2015], Abs. 7.

¹⁷¹ Vgl. BILD9 [2015], Abs. 12.

hat Einfluss auf die Gesamtintensität der Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos im untersuchten Zeitraum.

Die Auswertung aller drei Tageszeitungen ergab, dass die Welt am häufigsten das Hauptaugenmerk auf die Flüchtlingssituation auf Kos legt, gefolgt von der Bild. In der taz hat die verstärkte Flüchtlingszunahme auf Kos hingegen am seltensten die Hauptrolle. Somit lässt sich festhalten, dass die Welt am intensivsten über die Ereignisse auf Kos berichtet. In den meisten Fällen, lässt bereits die Überschrift erkennen, ob es sich um eine Haupt- oder Nebenrolle von Kos handelt (vgl. Anhang S. 94). Dies soll im Folgenden anhand von ausgewählten Fundstellen, unter Berücksichtigung des Zeitverlaufs, belegt werden, denn auch in dieser Kategorie ließen sich die drei Phasen (Anfangs-, Fokus- und Endphase) festmachen.

Zu Beginn des Untersuchungszeitraums spielt Kos in der Berichterstattung der taz nur eine Nebenrolle, da das Hauptaugenmerk auf anderen Themen liegt, was die ersten Überschriften verdeutlichen: „Zahl der Flüchtlinge vervierfacht“ oder „Tausende Bootsflüchtlinge gerettet“.¹⁷² In diesen Artikeln geht es primär um Flüchtlinge in Griechenland und Italien. Kos wird in beiden Artikeln nur kurz erwähnt. Ab Ende Mai wird der Fokus dann auf die Flüchtlingssituation auf Kos gelegt. So heißt es in der taz z.B. „Chaos auf Kos“.¹⁷³ In diesen Artikeln wird hauptsächlich die Lage auf Kos beschrieben. Ende August flacht das Interesse an der griechischen Insel ab. In den Vordergrund rücken wieder vermehrt Berichte über die Flüchtlinge in Griechenland im Allgemeinen sowie Berichte über Migranten in Europa. „Schludrige Asylbürokratie“¹⁷⁴, lautet z.B. eine Überschrift der taz in dieser Endphase.

Auch in der Berichterstattung der Welt nimmt die Flüchtlingssituation auf Kos verschiedene Rollen ein. Anfangs stehen hier ebenfalls andere Themen im Mittelpunkt der Berichterstattung, wie z.B. die griechische Wirtschaftskrise oder der enorme Flüchtlingsandrang auf Griechenland („Griechenland wird von Flüchtlingen überrannt“¹⁷⁵). Als es Anfang August zu einem Gewaltausbruch auf Kos kommt, wird der Schwerpunkt

¹⁷² taz1 [2015], Abs. 2; taz2 [2015], Abs. 2.

¹⁷³ taz6 [2015], Abs. 2

¹⁷⁴ taz11 [2015], Abs. 2.

¹⁷⁵ Die_Welt5 [2015], Abs. 3.

der Berichterstattung auf die griechische Insel verlegt. Dies macht vor allem die nachfolgende Fundstelle deutlich: „Chaotische Zustände auf Kos“¹⁷⁶. Ab Mitte August nimmt Kos, bis auf wenige Ausnahmen, wieder eine Nebenrolle in der Berichterstattung ein, weil andere Themen, wie z.B. die Balkanroute, an Bedeutung gewinnen.

In der Bild stehen zunächst verschiedene Brennpunkte der Flüchtlingskrise in Europa sowie die Wirtschaftskrise in Griechenland im Zentrum der Berichterstattung, wie die folgenden Fundstellen exemplarisch veranschaulichen. So heißt es: „EUROPAS FLÜCHTLINGS-DRAMA“ oder „GRIECHENLAND-KRISE“.¹⁷⁷ Ab Mitte August, sind die Flüchtlinge auf Kos Anlass des Artikels und nehmen in mehreren Artikeln die Hauptrolle ein, was die folgenden Fundstellen bestätigen. „Diese Fähre nimmt die Flüchtlinge von Kos auf“ oder „CLAUDIA ROTH BESUCHTE DIE FLÜCHTLINGE AUF KOS: Ich schäme mich, dass so etwas in Europa möglich ist“.¹⁷⁸ So wird während dieser Fokusphase, wie in den andere beiden Zeitungen auch, vor allem von den Ereignissen auf Kos berichtet. In der Bild beginnt die Endphase der Berichterstattung über Kos, identisch mit der in der Welt (Mitte August). Hier rücken zunehmend auch andere griechische Inseln in den Vordergrund der Berichterstattung, die von dem verstärkten Flüchtlingsaufkommen betroffen seien sowie andere Brennpunkte in Europa. So heißt es in der Bild z.B. „DRAMATISCHE SZENEN VOR LESBOS!“¹⁷⁹.

6.2 Ergebnisse bezogen auf die theoretischen Erkenntnisse der Arbeit

In der wissenschaftstheoretischen Diskussion wird die Vermittlung von Informationen als die zentrale Funktion der Medien angesehen. Pürer et al.¹⁸⁰ vertreten die Meinung, dass die qualitativen Ansprüche, welche an die Vermittlung von Informationen zu stellen sind, Vollständigkeit, Objektivität und Verständlichkeit lauten. Demnach sollen, Informationen so präsentiert werden, dass Rezipienten die Möglichkeit haben, sich unvoreingenommen eine Meinung zu bilden. So stellt Neuberger fest, dass objektive Be-

¹⁷⁶ Die_Welt9 [2015], Abs. 2.

¹⁷⁷ BILD1 [2015], Abs. 1; BILD2 [2015], Abs. 1.

¹⁷⁸ BILD5 [2015], Abs. 2; BILD6 [2015], Abs. 1.

¹⁷⁹ BILD14 [2015], Abs. 1.

¹⁸⁰ Vgl. Pürer/Raabe [1996], S. 306 f.

richterstattung vorurteilsfrei, sachlich, unparteiisch, frei von Gefühlen und Wirklichkeitstreu sein sollte.¹⁸¹

Die Berichterstattung während des überproportionalen Flüchtlingsaufkommens auf Kos entspricht allerdings nicht den wünschenswerten Anforderungen an eine neutrale und ungefärbte Nachrichtenberichterstattung. Aus den Tageszeitungen ist selten Positives über Migranten zu erfahren. Wenn über sie berichtet wird, dann häufig in einem negativ besetzten Zusammenhang. Insgesamt wurde bei 56 Prozent (23% neutral; 21% positiv) der Fundstellen aller Zeitungen eine negative Darstellungsweise festgestellt (vgl. Anhang S. 94). Somit nehmen negative Darstellungen den größten Raum in der Berichterstattung ein. Unbestritten ist, dass die Medien durch ihre Berichterstattung die öffentliche Wahrnehmung der Flüchtlinge prägen. Wiederholte Verweise auf „Chaos auf Kos“ oder „Eine erschöpfte Insel“ können dazu führen, das Image der Insel Kos zu verschlechtern, sodass womöglich die touristische Nachfrage einbricht.

Wissenschaftlich ist bereits bewiesen, dass Medien das Auffällige, vor allem das Negative in Szene setzen. Konflikt- oder schadenträchtige Vorfälle gelten im Allgemeinen als *Quotenbringer* und geraten somit häufiger in die Schlagzeilen. „Gewalt, Unglück, Schaden, düstere Gefahren sind [nach Schönbach] der Stoff für spannende Berichte.“¹⁸² Zusätzlich stehen negative Ereignisse im Vordergrund journalistischen Interesses, da hierbei vorrangig die Nachrichtenfaktoren *Negativismus*, *Schaden* und *Aggression* zusammentreffen, mittels derer festgemacht wird, ob ein Ereignis zur Nachricht wird. Die Thematisierung einer bestimmten Begebenheit in den Medien, ist abhängig von der Menge dieser Faktoren. Nach Frerichs gilt hierbei: Je größer die Vielzahl der Nachrichtenfaktoren, desto eher, vorrangiger und umfassender wird über ein Geschehnis berichtet.¹⁸³ Sowohl in Berichterstattungen der Presse als auch in Hörfunk und Fernsehen kommen Einwanderer überproportional oft in negativen Kontexten vor. Saeys et al. resümieren: „The bulk of statements about ethnic minorities are implicitly negative“¹⁸⁴.

¹⁸¹ Vgl. Neuberger [1998], S. 76.

¹⁸² Schönbach [1993], S. 56.

¹⁸³ Vgl. Frerichs [2000], S.132.

¹⁸⁴ Saeys/Coppens [2002], S. 98.

Im Rahmen dieser Arbeit kann belegt werden, dass Negativdarstellungen die Berichterstattung über Flüchtlinge bis heute anführen. Das Bild der Insel Kos, das die drei ausgewählten Tageszeitungen zeichnen, ist gekennzeichnet von einer überwiegend negativen Berichterstattung, die durch eine dramatisierende Darstellung der Flüchtlingssituation auf Kos hervorgerufen wird. Berichte, die ein normales Zusammenleben zwischen Einheimischen und Flüchtlingen zeigen oder einmal die positive Seite der Zuwanderung hervorheben, fehlen weitestgehend.

Die negative Darstellung der Flüchtlingssituation auf Kos könnte verheerende Auswirkungen auf den Tourismus der Insel haben. Bei Dreyer et al. ist nachzulesen, dass der Tourismus erfahrungsgemäß in unterschiedlichem Ausmaß Nachfragerückgänge erleidet, wenn Medien über Krisensituationen und Katastrophen berichten.¹⁸⁵ Als Ursache nennen sie die Tatsache, dass die meisten Krisen außerhalb der eigenen Erfahrungswelt der Rezipienten liegen. Im Hinblick auf die Flüchtlingssituation auf Kos fehlt den meisten Rezipienten in Deutschland ein persönlich erfahrenes Bild, sodass sie die Ereignisse selbst nur schwer bewerten können. Daher sind sie besonders stark auf Informationen und Interpretationshilfen der Medien angewiesen. Diese Lücke füllen Medien mit ihrer Berichterstattung und übernehmen damit eine wesentliche Rolle im Meinungsbildungsprozess. Es kann also davon ausgegangen werden, dass ein über längere Zeit konstantes Negativbild der Flüchtlingssituation auf Kos in den Medien durchaus einen Einfluss auf die Wahrnehmung dieser Situation in der Bevölkerung haben kann. Dieser Einfluss, so belegen bisherige Studien, ist umso größer, je geringer die eigenen Kenntnisse in einem touristischen Quellmarkt sind.¹⁸⁶

So kann vermutet werden, dass, wenn in der Berichterstattung zunehmend schlecht über die Flüchtlingssituation auf Kos berichtet wird, sich das negativ auf das Image der Destination Kos auswirkt, was sich wiederum in einem Nachfragerückgang manifestieren kann. Rückläufige Buchungszahlen würden für die Destination Kos, in der der Tourismus der einzige gewinnversprechende Wirtschaftszweig ist, schwere konjunkturelle Probleme bedeuten. Viele Menschen würden ihre Existenz verlieren, wenn die Touristen ausblieben. Aber auch die Reiseveranstalter in den Herkunftsländern würden große

¹⁸⁵ Vgl. Dreyer/Dreyer/Obieglo [2001], S. 17.

¹⁸⁶ Vgl. Fujioka [1999], S. 52 ff.; Scherler [1996], S. 150.

Umsatzeinbußen verzeichnen. Bislang kann jedoch nicht eindeutig beantwortet werden, ob sich die Berichterstattung auf das Image der Insel Kos auswirken wird. Anhand bisheriger Wirkungsstudien kann zumindest davon ausgegangen werden, dass die negative Darstellung der Flüchtlingssituation auf Kos in den Medien eine wesentliche Bedeutung für die Imagebildung einer Destination in der Mehrheitsgesellschaft hat.

Weiterhin belegen wissenschaftliche Studien, dass Migranten *passive* Objekte der Berichterstattung sind.¹⁸⁷ Hömberg et al. kommen zu der Erkenntnis: Migranten kommen selten zu Wort, vielmehr wird *über* sie geschrieben.¹⁸⁸ Ter Wal untermauert: Auch wenn Menschen mit Migrationshintergrund direkt betroffen sind, werden sie von den Medien kaum zitiert.¹⁸⁹ Neuere Studien zur Rolle der Migranten in den Medien bilanzieren eine positive Trendwende. So stellten u.a. Ruhrmann et al. fest, dass Migranten in den letzten Jahren zunehmend häufiger zitiert werden.¹⁹⁰

Die Datenauswertung der vorliegenden Arbeit demonstriert, dass Flüchtlinge auch in der Berichterstattung der deutschen Tageszeitungen weitestgehend eine *passive* Rolle zugewiesen bekommen. Somit können die theoretischen Befunde verifiziert werden. Eine *aktive* Rolle nehmen Flüchtlinge dagegen in sehr wenigen Berichten ein. In der Mehrzahl der Artikel werden andere Handlungsträger, wie bspw. die Polizei, die griechischen Behörden und der Bürgermeister von Kos (Kyritsis) zitiert. Im Sinne einer ausgewogenen Darstellung sollte jedoch versucht werden, auch Migranten zu Wort kommen zu lassen, insbesondere dann, wenn sie direkt betroffen sind. Dies wäre in Bezug auf ihre gesellschaftliche Partizipation von Vorteil.

Ein Merkmal der Berichterstattung über Migranten ist nach Ruhrmann et al. das *Aktualitätssyndrom*.¹⁹¹ Demnach sind Ereignisse aktuell und werden dann zu Nachrichten bzw. Medienereignissen, wenn sie zum einen überraschen und zum anderen interessant bzw. wichtig sind. Ruhrmann et al. kommen zu der Erkenntnis, dass die Berichterstattung über Migranten sich ebenfalls an aktuellen Ereignissen orientiert. Somit stehen die

¹⁸⁷ Vgl. Hussain [2002], S. 116 f.

¹⁸⁸ Vgl. Hömberg/Schlemmer [1995], S. 17.

¹⁸⁹ Vgl. ter Wal [2002], o. S.

¹⁹⁰ Vgl. Ruhrmann/Sommer/Uhlemann [2006], S. 45 ff.

¹⁹¹ Vgl. Ruhrmann/Demren [2000], S. 69 ff.

Migranten im Scheinwerferlicht der öffentlichen Wahrnehmung und der publizierten Meinung.

Dieser Befund deckt sich mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie. Durch die Analyse der Kategorie *Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel* kann bestätigt werden, dass sich die Berichterstattung über Migranten an aktuellen Ereignissen orientiert. So wurde intensiv über die Flüchtlingssituation auf Kos berichtet, als es zu einem vermehrten Aufkommen an Ereignissen kam, z.B. ist die Rede von einem Gewaltausbruch in einem Stadion, in das die Flüchtlinge gebracht wurden oder von einer Fähre, die zur Registrierung der Flüchtlinge entsandt wurde. Diese Schlüsselereignisse führten zu einer intensiveren Berichterstattung in den Medien.

6.3 Zwischenfazit

Fasst man die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung zur Darstellung der Flüchtlingssituation auf Kos zusammen, so zeichnet sich die Berichterstattung über Flüchtlinge vor allem durch eine negativ orientierte Darstellung aus. Größtenteils sind die Themen von vornherein negativ besetzt wie z.B. das Thema Flucht. Dieses Thema dominiert die Berichterstattung, Gefahr und Bedrohung stehen dabei im Vordergrund. Ein weiteres wesentliches Ergebnis ist, dass die Flüchtlinge als direkte Betroffene in den untersuchten Zeitungsartikeln meist *passive* Objekte der Berichterstattung sind. Sie kommen selten zu Wort, vielmehr wird *über* sie geschrieben. Dagegen wird denjenigen eine *Stimme* verliehen, die als Handlungsträger in die Flüchtlingssituation auf Kos involviert sind, wie bspw. die Polizei, die griechischen Behörden und der Bürgermeister von Kos. Letzterer nimmt als Akteur eine besondere Stellung in der Berichterstattung ein, da ihm die Schuld an der Flüchtlingssituation zugewiesen wird. Die Analyse der Kategorie *Länder bzw. Regionen* ergab, dass vor allem Kos im Zentrum der Berichterstattung steht, was darauf zurückzuführen ist, dass sich dort das Hauptgeschehen ereignet. Ein weiteres zentrales Ergebnis dieser Arbeit ist, dass infolge von Schlüsselereignissen eine intensivere Berichterstattung in den Medien erfolgte, was sich in der *Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel* der Berichte widerspiegelt. Im Bezug der Berichterstattung auf den Zeitverlauf können bei dieser Kategorie sowie bei der Kategorie *Länder bzw. Regionen* drei Phasen festgehalten werden: eine Anfangs-, eine Fokus- und eine Endphase. Die Fokusphase ist durch eine intensive Berichterstattung der Ereignisse auf Kos gekennzeichnet, während sich die Zeitungen in den anderen beiden Phasen

neben Kos auch mit anderen Brennpunkten der weltweiten Fluchtbewegung beschäftigen.

7 Fazit und Schlussfolgerung

Stellt man noch einmal zusammenfassend die Forschungsfrage in den Raum und versucht diese zu beantworten, so lässt sich folgendes festhalten.

Primäres Ziel der Arbeit war es aufzuzeigen, auf welche Art und Weise deutsche Tageszeitungen über die Flüchtlingssituation auf Kos berichten und wie sich diese Berichterstattung womöglich auf das touristische Image der Destination Kos auswirkt. Die Befunde der vorliegenden Untersuchung sind vergleichbar mit Ergebnissen anderer Studien sowohl aus der deutschsprachigen als auch der internationalen Forschungsliteratur.

Konsens besteht darüber, dass der generelle Trend zum *Negativismus* in besonderem Maße Gegenstand der Migrationsberichterstattung ist.¹⁹² Dieses Ergebnis zieht sich durch die gesamte Forschungsliteratur und kann auch im Rahmen der empirischen Analyse belegt werden. Negativ besetzte Themen bilden den Schwerpunkt der gesamten Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos. Warum dieses Negativbild der Flüchtlinge die Medien beherrscht, ist pauschal nicht zu beantworten. Möglicherweise versprechen sich Redaktionen entsprechend dem Motto *only bad news are good news* einen höheren Absatz, denn *Bad News* gelten im Allgemeinen als Quotenbringer. Dennoch sollte vor allem bei dieser Thematik auf eine sensationelle und dramatisierende Berichterstattung verzichtet werden. Wünschenswert wären stattdessen Berichte, die ein geordnetes und friedliches Bild der Flüchtlingssituation auf Kos vermitteln sowie Berichte, die über das alltägliche Zusammenleben von Einheimischen und Flüchtlingen berichten.

Auch hinsichtlich der Rolle der Flüchtlinge gibt es weitestgehend Konsens.¹⁹³ Pietikäinen ist der Ansicht, dass insbesondere die Nachrichtenberichterstattung über Migranten „is [...] characterized by their voicelessness“¹⁹⁴. In deutschen überregionalen Tageszeitungen wird Flüchtlingen ebenfalls kaum die Gelegenheit geboten, ihre eigene Meinung in den Medien zu kommunizieren. Sie sind in den Zeitungsartikeln häufig

¹⁹² Vgl. Geißler [2014], S. 1; Hargreaves/Perotti [1993], S. 251 ff.; Müller [2005], S. 83 ff.

¹⁹³ Vgl. Jäger [1998], o. S.; Van Dijk [2000], S. 33 ff.; Poindexter [2003], S. 524 ff.

¹⁹⁴ Pietikäinen [2005], S. 20.

nicht Subjekt, sondern *Objekt* der Berichterstattung. Diese Passivität bleibt im gesamten Untersuchungszeitraum nahezu unverändert. Der von hohem Zeitdruck geprägte journalistische Arbeitsalltag und die häufig kaum zu überwindende Sprachbarriere führen möglicherweise dazu, dass Flüchtlingen kaum eine Stimme verliehen wird. Im Sinne einer ausgewogenen Darstellung sollte jedoch versucht werden, auch Flüchtlinge zu Wort kommen zu lassen, vor allem dann, wenn sie direkt betroffen sind.

Die an Aktualität geknüpfte Berichterstattung, bei der Flüchtlinge vor allem dann thematisiert werden, wenn sie im Zusammenhang mit einem aktuellen Ereignis stehen, ist ebenso ein Befund, der sich mit den Ergebnissen anderer Studien deckt. Insbesondere die Analyse der Berichterstattung über die Unterbringung der Flüchtlinge auf Kos belegt die ereignisorientierte und aktualitätsbezogene Berichterstattung der Zeitungen. In diesem Kontext konstatieren Brosius und Esser, dass sich ein Nachrichtenjournalismus entwickelt hat, für den Aktualität wichtiger ist als sorgfältige Recherche.¹⁹⁵

Das erkenntnisleitende Interesse der vorliegenden Arbeit besteht nicht allein in der Frage, wie deutsche Tageszeitungen die Flüchtlingssituation auf Kos darstellen. Sekundäres Ziel der Bachelorarbeit ist es zudem, aufzuzeigen, wie sich diese Berichterstattung womöglich auf das touristische Image der Destination Kos auswirkt.

Obwohl anhand des vorliegenden Untersuchungsdesigns kein Nachweis über direkte Medienwirkungen auf das Image möglich ist, kann aufgrund verschiedener Theorien geschlussfolgert werden, dass ein über längere Zeit konstantes Negativbild von der Flüchtlingssituation auf Kos durchaus einen Einfluss auf die Wahrnehmung dieser Situation in der Bevölkerung hat.¹⁹⁶ So kann nach Steiner¹⁹⁷ davon ausgegangen werden, dass die Wahrnehmung des Images einer Destination in kräftigem Maße durch Art und Ausmaß der Medienberichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos geprägt wird, denn die Medien wirken nicht nur generell auf die öffentliche Meinung ein, sie spielen auch eine Schlüsselfigur in der Bildung des Images, das sich potenzielle Urlauber von einer Destination machen. Daher hat eine andauernde negative Berichterstat-

¹⁹⁵ Vgl. Brosius/Esser [1995], o. S.

¹⁹⁶ Vgl. Weber-Menges [2005], S. 153.

¹⁹⁷ Vgl. Steiner [2009], S.88 f.

tung das Potenzial, das Destinationsimage nachhaltig negativ zu beeinflussen. Da das Destinationsimage einen entscheidenden Faktor für die Reiseentscheidung darstellt kann davon ausgegangen werden, dass auch die touristische Nachfrage leidet, wenn das Image einer Destination nachhaltig beschädigt wird. Eine Verschlechterung des Destinationsimages kann daher eine Gefahr für den gesamten Entwicklungsprozess einer Destination enthalten.

Vor dem Hintergrund dieser Befunde erscheint es daher als hochgradig wahrscheinlich, dass das Destinationsimage von Kos durch die Berichterstattung über die Flüchtlingssituation auf Kos beschädigt und die touristische Nachfrage Rückgänge verzeichnen wird. Aus Sicht der Tourismusunternehmen ergibt sich die Notwendigkeit, mit Hilfe von Krisenmanagement negative Auswirkungen dieser Ereignisse im öffentlichen Erscheinungsbild, vor allem in den Medien, zu minimieren. Dies ist erforderlich, damit die Tourismuswirtschaft in der Destination Kos die Flüchtlingskrise effizient bewältigen kann. Durch ein strukturiertes Vorgehen können Reiseunternehmen Schlimmeres verhindern, die Schäden begrenzen und das Image der Insel Kos retten. Wünschenswert wäre eine offene, um Aufklärung bemühte Kommunikation, seitens der Tourismusunternehmen, mittels derer sich Vertrauen und Sympathien der potenziellen Urlauber zurückgewinnen lassen.

Die hier dargestellten Ergebnisse motivieren zukünftige Studien, die die mittel- und langfristigen Veränderungen des Tourismus auf Kos wirtschaftlich erfassen. Die in dieser Arbeit untersuchte mediale Darstellung der Flüchtlingssituation auf Kos kann es so ermöglichen, durch zukünftige Studien die hier diskutierten Theorien zum Zusammenhang zwischen negativer Berichterstattung, Image und touristischer Nachfrage empirisch zu überprüfen.

V Literaturverzeichnis

Altendorfer, O. [2001]

Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden 2001.

Althof, W. [2001]

Incoming-Tourismus. 2. Aufl., München 2001.

Angenendt, S. [2000]

Kinder auf der Flucht. Minderjährige Flüchtlinge in Deutschland, Opladen 2000.

Auswärtiges Amt [2015a]

Wirtschaft. Verfügbar unter: http://www.auswaertiges-amt.de/sid_1B585034F796104EFCF0B4EEC6468305/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Griechenland/Wirtschaft_node.html (22.11.2015).

Auswärtiges Amt [2015b]

http://www.auswaertiges-amt.de/sid_A8CB5BB25AC0D0AAF44EFA31F4CD854D/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Griechenland/Innenpolitik_node.html (22.11.2015).

Berg, W. [2012]

Tourismusmanagement. 3. Aufl., Herne 2012.

Bieger, T. [2010]

Tourismuslehre – Ein Grundriss. 3. Aufl., Stuttgart 2010.

Bilke, N. [2008]

Qualität der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus, Wiesbaden 2008.

Branahl, U./Donges, P. [2011]

Warum Medien wichtig sind: Funktionen in der Demokratie. Verfügbar unter: <http://www.bpb.de/izpb/7492/warum-medien-wichtig-sind-funktionen-in-der-demokratie?p=all> (30.10.2015).

Brocchi, D. [2008]

Die Presse in Deutschland. Verfügbar unter:

<http://magazin.cultura21.de/kultur/wissen/die-presse-in-deutschland.html>

(04.12.2015).

Brosius, H.-B./Esser, F. [1995]

Eskalation durch Berichterstattung. Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt, Opladen 1995.

Bundesministerium des Innern [2014]

Migration und Integration. Aufenthaltsrecht, Migrations- und Integrationspolitik in Deutschland, verfügbar unter:

https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/2014/migration_und_integration.pdf?__blob=publicationFile (18.11.2015).

Burkhardt, S. [2009]

Praktischer Journalismus. München 2009.

Buth, C. [2015]

Krisenberichterstattung. Verfügbar unter: [http://www.planet-](http://www.planet-wissen.de/kultur/medien/krisenberichterstattung/pwwbkrisenberichterstattung)

[wissen.de/kultur/medien/krisenberichterstattung/pwwbkrisenberichterstattung](http://www.planet-wissen.de/kultur/medien/krisenberichterstattung/pwwbkrisenberichterstattung)
100.html (30.10.2015).

Charon, J.-M./Giroud, E./Villain, C. [1995]

Les Immigrés dans la presse quotidienne régionale. Les Cahiers de l'Observatoire des Pratiques et des métiers de la presse. Paris: Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes, 1995.

Cooper, C./Fletcher, J./Fyall, A./Gilbert, D./Wanhill, S. [2008]

Tourism. Principles and Practice, 4. Aufl., Harlow 2008.

dermerkur [2013]

Die Top 10 Tageszeitungen. Verfügbar unter: <http://www.dermerkur.de/die-top-10-tageszeitungen/> (04.12.2015).

Dreyer, A./Dreyer, D./Obieglo, D. [2001]

Krisenmanagement im Tourismus. Grundlagen, Vorbeugung und kommunikative Bewältigung, München 2001.

Echtner, C. M./Ritchie, J. R. B. [2003]

The Meaning and Measurement of Destination Image. The Journal of Tourism Studies, Bd. 14, Nr. 1, o.O. 2003.

Farrokhzad, S. [2006]

Exotin, Unterdrückte und Fundamentalistin: „fremde Frauen“ in deutschen Medien. In: Butterwegge, C./Hentges, G. (Hrsg.): Massenmedien, Migranten und Integration, Wiesbaden 2006.

Frederking, V./Krommer, A./Maiwald, K. [2008]

Mediendidaktik Deutsch. Eine Einführung, Bd. 44, Berlin 2008.

Frerichs, S. [2000]

Bausteine einer systematischen Nachrichtentheorie. Konstruktives Chaos und chaotische Konstruktionen, Wiesbaden 2000.

Freyer, W. [2006]

Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 8. Aufl., München 2006.

Freyer, W. [2007]

Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 5. Aufl., München 2007.

Freyer, W. [2009]

Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Aufl., München 2009.

Fuchs, W./Mundt, J. W./Zollondz, H.-D. [2008]

Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München 2008.

Fujioka, Y. [1999]

Television portrayals and African American stereotypes: examination of television effects when direct contact is lacking. In: Journalism and Mass Communication Quarterly 76: 1, o. O. 1999.

Geißler, R. [2014]

Migration, Integration und Medien. Verfügbar unter:
<http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172752/migration-integration-und-medien?p=all> (23.12.2015).

Gilliam, F. D./Valentino, N. A./Beckmann, M. N. [2002]

Where you live and what you watch: the impact of racial proximity and local television news on attitudes about race and crime. In: Political Research Quarterly, Jg. 55. Nr. 4, o. O. 2002.

Glaeßer, D. [2005]

Handbuch Krisenmanagement im Tourismus. Erfolgreiches Entscheiden in schwierigen Situationen, Berlin 2005.

Glaser, H. [1967]

Das Denken in der Medizin. Eine Einführung, Berlin 1967.

Gräf, B. [2007]

Migranten in der öffentlichen Wahrnehmung. Zur Entwicklung der Berichterstattung über Migranten und Fremdenfeindlichkeit in Thüringer Tageszeitungen von 1995 bis 2005 unter Einbezug der Bevölkerungsmeinung, Jena, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Dissertation, 2007.

Greek National Tourism Organization [o. J.]

Kos. Verfügbar unter:
http://www.visitgreece.gr/en/greek_islands/dodecanese/kos (22.11.2015).

Grimm, S. [2007]

Die Rückführung von Flüchtlingen in Deutschland. Berlin 2007.

Haedrich, G./Kaspar, C./Klemm, K./Kreilkamp, E. [1998]

Tourismus-Management. Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung, 3. Aufl., Berlin 1998.

Hargreaves, A. G./Perotti A. [1993]

The Representation on french television of immigrants and ethnic minorities of third world origin. In: New Community, Jg. 19, Nr. 2, o. O. 1993.

Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung [2014]

Conflict Barometer 2014. disputes, non-violent crises, violent crises, limited wars, wars, verfügbar unter:

http://www.hiik.de/de/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer_2014.pdf

(27.10.2015).

Hömberg, W./Schlemmer, S. [1995]

Fremde als Objekt. Asylberichterstattung in deutschen Tageszeitungen. In: Media Perspektiven 1, o. O. 1995.

Hörz, H./Wessel, K.-F. [1983]

Philosophische Entwicklungstheorie. Weltanschauliche, erkenntnistheoretische und methodologische Probleme der Naturwissenschaften, Berlin 1983.

Hussain, M. [2002]

Denmark. In: ter Wal, J. (Hrsg.): Racism and cultural diversity in the mass media. An overview of research and examples of good practice in the EU Member States, 1995-2000. Vienna: European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, 2002.

Jäger, M./Cleve, G./Ruth, I./Jäger, S. [1998]

Von deutschen Einzeltätern und ausländischen Banden. Medien und Straftaten. Mit Vorschlägen zur Vermeidung diskriminierender Berichterstattung, Duisburg 1998.

Johannsen, U. [1971]

Das Marken- und Firmen-Image. Theorie, Methodik, Praxis, Berlin 1971.

Körper, B. [2005]

Buchungsfristigkeit bei Pauschalreisen. Einflussfaktoren und Steuerung,
Hannover 2005.

Kos Info [o. J.]

Antike Stätten am Hafen und Marktplatz. Verfügbar unter:

<http://www.kosinfo.gr/de/geschichte/denkm%C3%A4ler-kos-stadt> (22.11.2015).

Kühne-Scholand et al. [1987]

Die Darstellung der Ausländer im deutschen Fernsehen. In: Dallinger,
G./Schmidt-Sinns, D. (Hrsg.): Ausländer und Massenmedien. Bestandsaufnahme
und Perspektiven. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1987.

Luhmann, N. [1971]

Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung,
Opladen 1971.

Luhmann, N. [2004]

Die Realität der Massenmedien. 3. Aufl., Wiesbaden 2004.

Maletzke, G. [1998]

Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme,
Perspektiven, Opladen 1998.

Maurer, M./Reinemann, C. [2006]

Medieninhalte. Eine Einführung, Wiesbaden 2006.

Mayring, P. [2002]

Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem
Denken, 5. Aufl., Weinheim 2002.

Mayring, P. [2015]

Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken, 12. Aufl., Weinheim
2015.

Meyers, R. [1994]

Begriff und Probleme des Friedens. Opladen 1994.

Meyn, H. [2001]

Massenmedien in Deutschland. Konstanz 2001.

Müller, H. [1999]

Dienstleistungsqualität im touristischen Leistungsverbund. Ansatz zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit touristischer Destinationen, Zürich 1999.

Müller, D. [2005]

Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Medien. In: Geißler, R./Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland, Bielefeld 2005.

Neuberger, C. [1998]

Journalismus als Problembearbeitung. Objektivität und Relevanz in der öffentlichen Kommunikation, Konstanz 1998.

Pietikäinen, S. [2005]

Representation of ethnicity in journalism. Multiculturalist transitions on the pages of a finnish daily. In: Nordicom Review Nr. 2, o. O. 2005.

Poindexter, P. M./Smith, L./Heider, D. [2003]

Race and ethnicity in local television news: framing story assignment, and selection. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, Jg. 47, Nr. 4, o. O. 2003.

Pointner, N. [2010]

In den Fängen der Ökonomie? Ein kritischer Blick auf die Berichterstattung über Medienunternehmen in der deutschen Tagespresse, Wiesbaden 2010.

Pürer, H./Raabe, J. [1996]

Medien in Deutschland. Presse, 2. Aufl., Konstanz 1996.

Pürer, H. [2003]

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch, Konstanz 2003.

Rothe, C. [2001]

Kultursponsoring und Image-Konstruktion. Interdisziplinäre Analyse der rezeptionsspezifischen Faktoren des Kultursponsoring und Entwicklung eines kommunikationswissenschaftlichen Image-Approaches, Bochum, Ruhr-Universität Bochum, Doktorarbeit, 2001.

Ruhrmann, G./Kollmer, J. [1987]

Ausländerberichterstattung in der Kommune. Inhaltsanalyse Bielefelder Tageszeitungen unter besonderer Berücksichtigung ausländerfeindlicher Alltagstheorien, Opladen 1987.

Ruhrmann, G./Demren, S. [2000]

Wie Medien über Migranten berichten. In: Schatz, H./Holtz-Bacha, C./Niemand, J.-U. (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk, Wiesbaden 2000.

Ruhrmann, G./Sommer, D. [2005]

Migranten in den Medien- von der Ignoranz zum Kontakt? In: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik. Jg. 25, Nr. 3/4, o. O. 2005.

Ruhrmann, G./Sommer, D./Uhlemann, H. [2006]

TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten – Von der Politik zum Terror. In: Geißler, R./Pöttker, H. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migranten im internationalen Vergleich. Bielefeld: Transcript, 2006.

Rühl, M. [1980]

Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf, Mainz 1980.

Rulle, M./Hoffmann, W./Kraft, K. [2010]

Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus. Analyse zur Erwartung und Zufriedenheit von Gästen, Berlin 2010.

Saeys, F./Coppens, T. [2002]

Belgium. In: ter Wal, J. (Hrsg.): Racism and cultural diversity in the mass media. An overview of research and examples of good practice in the EU Member States, 1995-2000. Vienna: European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, 2002.

Salcher, E. F. [1995]

Psychologische Marktforschung. 2. Aufl., Berlin 1995.

Schanze, H./Schwering, G./Groscurth, H. [2009]

Grundkurs Medienwissenschaften. Stuttgart 2009.

Scherler, P. [1996]

Management der Krisenkommunikation. Theorie und Praxis zum Fall Brent Spar (Greenpeace gegen Royal Dutch/Shell), Basel 1996.

Schnebel, K. B., [2014]

Europäische Minderheiten. Im Dilemma zwischen Selbstbestimmung und Integration, Wiesbaden 2014.

Schönbach, K. [1993]

Ist „Bild“ schuld an Mölln? Öffentliche Meinung, Gewaltbereitschaft und Massenmedien. In: Agenda, Zeitschrift für Medien, Bildung, Kultur, Nr. 8, o. O. 1993.

Schröder, J. [2015]

IVW-Blitz-Analyse: Starke Verluste für Spiegel, Bild und Welt, Bravo schafft den Turnaround. Verfügbar unter: <http://meedia.de/2015/07/20/ivw-blitz-analyse-starke-verluste-fuer-spiegel-bild-und-welt-bravo-schafft-den-turnaround/> (21.12.2015).

Schulz, A./Berg, W./Gardini M. A./Kirstges, T./Eisenstein, B. [2010]

Grundlagen des Tourismus. Lehrbuch in 5 Modulen, München 2010.

Schulz, A./Berg, W./Gardini, M. A./Kirstges, T./Eisenstein, B. [2014]

Grundlagen des Tourismus. Lehrbuch in 5 Modulen, 2. Aufl., München 2014.

- Six-Hohenbalken, M./Tosic, J. [2009]
Anthropologie der Migration. Theoretische Grundlagen und interdisziplinäre Aspekte, Wien 2009.
- Spiegel, B. [1961]
Die Struktur der Meinungsverteilung im sozialen Feld. Das psychologische Marktmodell. Enzyklopädie der Psychologie in Einzeldarstellungen, Bd. 6, Bern 1961.
- Statistisches Bundesamt [2015]
UNHCR: 60 Millionen Menschen auf der Flucht. Verfügbar unter:
<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/ImFokus/Internationales/Fluechtlinge/2014Deutschland.html> (06.11.2015).
- Steinecke, A. [2013]
Destinationsmanagement. Konstanz 2013.
- Steiner, C. [2009]
Tourismuskrisen und organisationales Lernen. Akteursstrategien in der Hotelwirtschaft der Arabischen Welt; Eine Pragmatische Geographie, Bielefeld 2009.
- ter Wal, J. [2002]
Racism and cultural diversity in the mass media. An overview of research and examples of good practice in the EU Member States, 1995-2000. Vienna: European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, 2002.
- Thomaß, B. [2007]
Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz 2007.
- UNHCR [1951]
Abkommen über die Rechtsstellung der Flüchtlinge vom 28. Juli 1951 und Protokoll über die Rechtsstellung der Flüchtlinge vom 31. Januar 1967.
Verfügbar unter:
http://www.unhcr.de/fileadmin/user_upload/dokumente/03_profil_begriffe/genfer_fluechtlingskonvention/Genfer_Fluechtlingskonvention_und_New_Yorker_Protokoll.pdf (30.11.2015).

UNHCR [2015]

Weltweit fast 60 Millionen Menschen auf der Flucht. Verfügbar unter:

<http://www.unhcr.de/home/artikel/f31dce23af754ad07737a7806dfac4fc/weltweit-fast-60-millionen-menschen-auf-der-flucht.html> (30.11.2015).

United Nations [o. J.], o. S.

International migration. Verfügbar unter:

<http://unstats.un.org/unsd/demographic/sconcerns/migration/migrmethods.htm> (06.11.2015).

Van Dijk, T. A. [2000]

New(s) Racism. A discourse analytical approach. In: Simon Cottle (Hrsg.): Ethnic Minorities and the Media. Milton Keynes, UK: Open University Press, 2000.

Weber-Menges [2005]

Die Wirkungen der Präsentation ethnischer Minderheiten in deutschen Medien. In: Geißler, R./Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland, Bielefeld 2005.

Wende, W. [2004]

Kultur – Medien – Literatur. Literaturwissenschaft als Medienkulturwissenschaft, Würzburg 2004.

Wilke, J. [2012]

Struktur und Organisation der Medien. Verfügbar unter:

<http://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/139158/struktur-und-organisation> (15.11.2015).

VI Anhang

Anhang A: Touristische Ankünfte in Griechenland

Jahr	Touristische Ankünfte	Gesamtankünfte der Deutschen
2014	22.033.463	2.459.228
2013	17.919.580	2.267.546
2012	15.517.622	2.108.800
2011	16.427.247	2.240.500
2010	15.007.500	2.038.900
2009	14.914.500	2.364.500
2008	15.938.800	2.469.200
2007	16.165.300	2.711.700
2006	15.226.200	2.877.000
2005	14.388.200	2.782.300

*Tab. 1: Touristische Ankünfte in Griechenland
(Quelle: Griechische Zentrale für Fremdenverkehr [2015], o. S.)¹⁹⁸*

¹⁹⁸ Wurde der Verfasserin per E-Mail zugesandt. Die E-Mail kann bei Bedarf auf der CD eingesehen werden.

Anhang B: Kodierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
K1: Akteure	Personen und Institutionen, mit denen sich ein Artikel beschäftigt und die im jeweiligen Beitrag zu Wort kommen bzw. deren Haltungen beschrieben werden.	Es könnte zu einem Blutvergießen kommen, wenn nicht sofort Maßnahmen zur Wiederherstellung der Ordnung getroffen werden, schrieb der Bürgermeister von Kos, Giorgos Kyritsis, am Dienstag an die Regierung in Athen.	Es werden ausschließlich jene Akteure registriert, deren Aussagen oder Sichtweisen im Artikel im Zusammenhang mit der Flüchtlingssituation auf Kos stehen.
K2: Länder bzw. Regionen	Die Kategorie bezieht sich auf jene Länder, über die im Zusammenhang mit der Flüchtlingswelle auf Kos berichtet wird bzw. deren aktuelle Entwicklungen das Geschehen im Beitrag bestimmen.	Viele der Flüchtlinge stammen aus Krisengebieten wie Syrien oder Afghanistan.	Es werden lediglich jene Länder bzw. Regionen beachtet, die in Verbindung mit den Flüchtlingen auf Kos stehen.
K3: Themen	Die Kategorie beinhaltet wie häufig über Themen berichtet wird, die den Flüchtlingsandrang auf Kos betreffen und auf welche Themengebiete sich die Redaktionen dabei konzentrieren.	Thema: Unterbringung der Flüchtlinge Beispiel: Der Mangel an Unterkünften führt dazu, dass viele Flüchtlingsfamilien unter freiem Himmel oder in Zelten in öffentlichen Parks, am Strand oder in dem mittelalterlichen Fort der Hauptstadt über-	Es werden nur die Themen berücksichtigt, die sich auf den Flüchtlingsansturm auf Kos beziehen.

		nachten.	
K4: Wertungen und Tendenzen der Artikel	Die Kategorie umfasst die Darstellung von Zitaten verschiedener Akteure sowie die Verwendung von Adjektiven, Verben und Nomen, mittels derer Wertungen seitens der Journalisten erfolgen.	Die Regierung in Athen hatte am Mittwoch angekündigt, eine Fähre als Notunterkunft für Flüchtlinge zur Insel Kos schicken zu wollen, um die dramatische Versorgungslage dort zu verbessern.	
K5: Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel	Diese Kategorie analysiert die Rolle der Insel Kos innerhalb eines Artikels. Die griechische Insel kann entweder der Anlass des Artikels sein oder nur im Zusammenhang mit einem anderen Thema erwähnt werden.	Überschrift: Chaos auf Kos Untertitel: Flüchtlinge auf griechischer Insel	

*Tab. 2: Kodierleitfaden
(Eigene Darstellung)*

Anhang C: Codesystem

- Akteure

Verantwortungsträger

Polizei	45
Griechische Behörden.....	40
Bürgermeister von Kos (Georgios Kyritsis).....	25
Griechische Regierung.....	20
Gemeinde Kos	2

Sonstige Akteure

EU	14
EU-Kommission	9
EU-Binnenkommissar (Dimitris Avramopoulos)	14
EU-Grenzschutzagentur Frontex	5
Flüchtlinge	38
Schleuser.....	15
Griechisches Ex-Model (Sandra Tsiligeridu).....	7
Einheimischen.....	6
Bäcker (Dyonisis Arvanitakis).....	5
Rechtsanwalt (Christos Gkortselidis)	2
Taxifahrer.....	1
Soziologe (Skevos Papaioannou)	1

Helfergruppen

Hilfsorganisationen

UN (United Nations).....	9
UNHCR (United Nations High Commissioner of Refugees)	14
Pro Asyl	15
Ärzte ohne Grenzen	10
IOM (Internationale Organisation für Migration).....	6

Rettungskräfte

Griechische Küstenwache.....	20
Bundeswehr.....	4

Private Helfergruppen.....	1
----------------------------	---

<i>Politiker</i>	2
------------------------	---

Deutsche Politikerin (Claudia Roth).....	23
Griechenlands Ministerpräsident (Alexis Tsipras)	13
Stellv. Ministerin für Migration (Tasia Christodoulou)	6
Syriza-Parlamentarier (Ilias Kameteros)	2
Präfekt der Inseln Kos und Nisiro (Georgios Chalkidos).....	1
<i>Tourismus</i>	2
Hoteliers.....	9
Restaurantbesitzer.....	7
Touristen	3
Griechischer Tourismusverband.....	2
Reiseagentur Thisseas.....	1
Ladenbesitzer	1
<i>Medien</i>	
Zeitung Daily Mail	8
Griechische Zeitung Kathimerini	1
Spiegel Online	1
Focus Online.....	1
Griechisches Staatsradio	3
Staatlicher Rundfunk „ERT“	2
Reporter	2
Radioreporter des Senders Virma FM	1
Korrespondentin (Hannah Roberts).....	1
User.....	1
• Themen	
<i>Flucht</i>	
Flüchtlingszahlen	64
Fluchtroute.....	42
Fluchtursachen.....	38
Überfahrt.....	33
Rettung.....	24
Fluchtziele.....	18
<i>Unterbringung der Flüchtlinge</i>	13
Fähre „Eleftherios Venizelos“	56
Stadion	20

Zelte	8
Hotel „Captain Elias“	6
<i>Registrierung der Flüchtlinge</i>	76
Erlaubnis zur Weiterreise	23
<i>Lage der Flüchtlinge</i>	80
<i>Tourismus</i>	76
<i>Umgang mit Flüchtlingen</i>	11
Überforderung.....	42
<i>Versorgung der Flüchtlinge</i>	39
Hygienische Verhältnisse	11
<i>Spannungen</i>	38
<i>Hilfe</i>	34
• Länder bzw. Regionen	
<i>Herkunftsländer der Flüchtlinge</i>	56
<i>Ankunftsländer der Flüchtlinge</i>	15
<i>Zielländer der Flüchtlinge</i>	24
<i>Europa</i>	46
<i>Griechenland</i>	38
<i>Athen</i>	42
<i>Kos</i>	171
• Wertungen und Tendenzen der Artikel	
<i>Negativ</i>	152
<i>Neutral</i>	61
<i>Positiv</i>	58
• Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel	
<i>Hauptrolle</i>	28
<i>Nebenrolle</i>	27

*Codesystem
(Eigene Darstellung)*

Anhang D: Häufigkeitsverteilungen

1 Häufigkeitsverteilung: Akteure

Akteure in der Gesamtbetrachtung	Anzahl der Fundstellen
Verantwortungsträger	132
Sonstige Akteure	117
Helfergruppen	79
Politiker	47
Tourismus	25
Medien	21

*Tab. 3: Häufigkeitsverteilung: Akteure
(Eigene Darstellung)*

2 Häufigkeitsverteilung: Themen

Themen in der Gesamtbetrachtung	Anzahl der Fundstellen
Flucht	219
Unterbringung der Flüchtlinge	103
Registrierung der Flüchtlinge	99
Lage der Flüchtlinge	80
Tourismus	76
Umgang mit Flüchtlingen	53
Versorgung der Flüchtlinge	50
Spannungen	38
Hilfe	34

*Tab. 4: Häufigkeitsverteilung: Themen
(Eigene Darstellung)*

3 Häufigkeitsverteilung: Länder bzw. Regionen

Länder bzw. Regionen in der Gesamtbetrachtung	Anzahl der Fundstellen
Kos	171
Herkunftsländer der Flüchtlinge	56
Europa	46
Athen	42
Griechenland	38
Zielländer der Flüchtlinge	24
Ankunftsländer der Flüchtlinge	15

*Tab. 5: Häufigkeitsverteilung: Länder bzw. Regionen
(Eigene Darstellung)*

4 Häufigkeitsverteilung: Wertungen und Tendenzen der Artikel

Wertungen und Tendenzen der Artikel in der Gesamtbetrachtung	Anzahl der Fundstellen
Negativ	152
Neutral	61
Positiv	58

*Tab. 6: Häufigkeitsverteilung: Wertungen und Tendenzen der Artikel
(Eigene Darstellung)*

5 Häufigkeitsverteilung: Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel

Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel in der Gesamtbetrachtung	Anzahl der Fundstellen
Hauptrolle	28
Nebenrolle	27

*Tab. 7: Häufigkeitsverteilung: Haupt- bzw. Nebenrolle im Artikel
(Eigene Darstellung)*

Anhang E: Globale Abdeckung

1 taz - Länder/Regionen

- Afghanistan	- Deutschland	- Kos	- Samos
- Agathonisi	- England	- Leros	- Schweden
- Athen	- Europa	- Lesbos	- Serbien
- Ägais	- Farmakonisi	- Mazedonien	- Syrien
- Bodrum	- Frankreich	- Niederlande	- Thessaloniki
- Balkan	- Griechenland	- Pakistan	- Türkei
- Brüssel	- Idomeni	- Piräus	- Ukraine
- Chios	- Irak	- Rhodos	- Ungarn
- Damaskus	- Italien	- Russland	

*Länder bzw. Regionen in der taz
(Eigene Darstellung)*

2 Die Welt - Länder/Regionen

- Afghanistan	- Deutschland	- Kos	- Sizilien
- Aleppo	- Europa	- Lampedusa	- Somalia
- Athen	- Farmakonisi	- Lesbos	- Spanien
- Ägäis	- Griechenland	- Niederlande	- Syrien
- Balkan	- Irak	- Pakistan	- Türkei
- Bodrum	- Iran	- Piräus	- Ungarn
- Bulgarien	- Italien	- Rhodos	
- Chios	- Kobani	- Samos	

*Länder bzw. Regionen in der Welt
(Eigene Darstellung)*

3 Bild - Länder/Regionen

- Afghanistan	- Brüssel	- Finnland	- Kalymnos
- Agathonisi	- Calais	- Griechenland	- Kobane
- Aleppo	- Chios	- Irak	- Kos
- Amorgos	- Deutschland	- Iran	- Lampedusa
- Athen	- England	- Italien	- Leros
- Balkan	- Eritrea	- Jemen	- Lesbos
- Bodrum	- Europa	- Kalolimnos	- Megisti

-
- | | | | |
|------------|------------|------------|----------|
| - Pakistan | - Portugal | - Schweden | - Syrien |
| - Piräus | - Rhodos | - Sizilien | - Türkei |
| - Polen | - Samos | - Somalia | |

*Länder bzw. Regionen in der Bild
(Eigene Darstellung)*

VII Eigenständigkeitserklärung

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

Ort, Datum

Vorname Nachname