
BACHELORARBEIT

Herr/Frau
Jessica Saalfrank

**Mediale Berichterstattung
während der Covid-19-
Pandemie**

2020

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Mediale Berichterstattung während der Covid-19-Pandemie

Autor/in:
Frau Jessica Saalfrank

Studiengang:
Medienmanagement B.A.

Seminargruppe:
MM17wE-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Markus Heinker LL.M.

Zweitprüfer:
Christopher Markus Brinkmann M.A.

Einreichung:
Mittweida, 10.08.2020

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

Medial Reporting during Covid-19-Pandemic

author:

Ms. Jessica Saalfrank

course of studies:

Medienmanagement B.A.

seminar group:

MM17wE-B

first examiner:

Prof. Dr. Markus Heinker LL.M.

second examiner:

Christopher Markus Brinkmann M.A.

submission:

Mittweida, 10.08.2020

Bibliografische Angaben

Saalfrank, Jessica:

Mediale Berichterstattung während der Covid-19-Pandemie

Medial Reporting during Covid-19-Pandemic

38 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2020

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abkürzungsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
2 Die Covid-19-Pandemie	3
2.1 Krankheitsbild	3
2.2 Entstehung und Ausbreitung	4
2.3 Covid-19 in Deutschland	5
3 Entwicklung der Presse	7
3.1 Geschichtliche Aspekte	7
3.2 Online-Zeitungen	12
4 Mediale Berichterstattung	15
4.1 Funktionen der Massenmedien	15
4.2 Krisenberichterstattung	19
5 Empirischer Forschungsprozess	20
5.1 Theorie der qualitativen Inhaltsanalyse	20
5.2 Auswahl des Untersuchungsmaterials	26
5.2.1 Süddeutsche Zeitung	26
5.2.2 Die Rheinpfalz	28
6 Ergebnisse der Untersuchung	30
7 Fazit	38
Literaturverzeichnis	V
Anlagen	VI
Eigenständigkeitserklärung	VII

Abkürzungsverzeichnis

ACTA	Allensbacher Computer und Technik-Analyse
AGOF	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.
BayIfSMV	Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung
DDR	Deutsche Demokratische Republik
IVW	Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
MERS	Middle East Respiratory Syndrome
NSDAP	Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei
RNA	Ribonuclein Acid
SARS	Severe Acute Respiratory Syndrome
SED	Sozialistische Einheitspartei Deutschlands
SZ	Süddeutsche Zeitung
WHO	Welthandelsorganisation

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Titelseite der Straßburger "Relation".	8
Abbildung 2: Allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell	23
Abbildung 3: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse (allgemein)	24
Abbildung 4: Ablaufmodell inhaltlicher Strukturierung	25

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Top 10 der Online-Zeitungen und -Zeitschriften Juni 2020.....	14
Tabelle 2: Leistungsdaten sueddeutsche.de	27
Tabelle 3: Leistungsdaten rheinpfalz.de	29
Tabelle 4: Häufigkeitsverteilung Akteure	32
Tabelle 5: Häufigkeitsverteilung Themen	34
Tabelle 6: Häufigkeitsverteilung Wertung durch Zitate	35
Tabelle 7: Häufigkeitsverteilung Auswirkung der Covid-19-Pandemie	36

1 Einleitung

Das Jahr 2020 ist geprägt von der Covid-19-Pandemie. Neue Schlagzeilen und Eilmeldungen überschlugen sich spätestens seitdem das neuartige Coronavirus am 27. Januar 2020 Deutschland erreicht hat. Seither ist der Medienkonsum in Deutschland deutlich angestiegen. Auch Tageszeiten, die in den letzten Jahren vermehrt einen Rückgang in den Auflagenzahlen verzeichnen mussten, haben im März 2020 durchschnittlich zehn Prozent an Reichweite gewonnen.¹ Der Informationsbedarf der Bevölkerung über neue politische, wirtschaftliche und medizinische Erkenntnisse ist hoch, weshalb die Nachfrage nach glaubhafter, relevanter und gut recherchierter Medienberichterstattung ebenfalls steigt.²

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der medialen Berichterstattung in Krisensituationen am Beispiel der Covid-19-Pandemie. Dieses exemplarische Beispiel ist besonders relevant, da es sich um eine globale Krise handelt und bislang keine Schutzmöglichkeit mittels eines Impfstoffes erforscht ist.³ Zum einen erhält die Thematik eine gesellschaftlich hohe Aufmerksamkeit, da die Erkrankung mit Covid-19 schwere Krankheitsverläufe bis hin zum Tod annehmen kann. Zum anderen wurden die Grundrechte der Bevölkerung eingeschränkt, um die Ausbreitung des Virus einzudämmen. Ein solcher Eingriff in die Grundrechte gab es in Deutschland seit Ende des Zweiten Weltkrieges nicht mehr, weshalb die Sachlage für die Akteure des deutschen Systems sowie für die gesamte Gesellschaft neu war.

Für die Wahrnehmung und Verbreitung der Informationen dieser Ausnahmesituation kommt der medialen Berichterstattung eine große Bedeutung zu. Die Leser möchten jederzeit auf dem aktuellsten Stand der Erkenntnisse sein, was den Medien beispielsweise mittels Eilmeldungen auf den digitalen Plattformen eine geeignete Strategie bietet, um sich gegenüber den Mitbewerbern zu profilieren. Trotz Zeit- und Konkurrenzdruck müssen die Journalisten jedoch möglichst an ihren Verhaltensgrundsätzen festhalten, die im Pressekodex verankert sind. Dazu gehört eine „genaue und möglichst sorgfältige Recherche ebenso [...] wie

¹ Vgl. Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (2020).

² Vgl. Krätzig (2020).

³ Stand 23. Juli 2020.

die Richtigstellung von Fehlern oder Falschmeldungen sowie die Achtung der Menschenwürde oder das Verbot von Diskriminierung.“⁴ Die Aufarbeitung und die Themenselektion dieses komplexen Themas wird in jedem Verlag unterschiedlich gehandhabt. Deshalb soll in der vorliegenden Bachelorarbeit der forschungsleitenden Frage nachgegangen werden, wie sich die mediale Berichterstattung zur Covid-19-Pandemie der Online-Artikel vom Medium „Süddeutsche Zeitung“ zum Medium „Die Rheinpfalz“ unterscheidet. Dieser Frage soll in der vorliegenden Arbeit theoretisch und empirisch nachgegangen werden. Ziel der Untersuchung ist es aufzuzeigen, ob und welche inhaltlichen Unterschiede in der Berichterstattung zwischen einer regionalen und einer überregionalen Tageszeitung vorliegen.

Für die Bearbeitung der Forschungsfrage wurde zunächst ein theoretischer Rahmen gesetzt, der anschließend durch einen empirischen Forschungsprozess ergänzt wird. Die Arbeit umfasst sieben Kapitel. Der Theorieteil beschäftigt sich zunächst mit der Covid-19-Pandemie. Darin wird zunächst das Krankheitsbild (2.1) erläutert, woraufhin die Entstehung und Ausbreitung der Pandemie tiefergehend erklärt wird (2.2). Anschließend wird die Situation zur Covid-19-Pandemie in Deutschland und die Maßnahmen zur Bewältigung der Krise anhand des Beispiel Bayerns dargelegt. Im dritten Kapitel wird die Entwicklung der Presse beleuchtet. Nachdem die geschichtlichen Aspekte (3.1) in chronologischer Reihenfolge aufgeführt wurden, wird die Entstehung der Online-Zeitungen (3.2) näher erklärt. Zusätzlich werden im vierten Kapitel die Funktionen von Massenmedien (4.1) erläutert und im Anschluss die Besonderheiten in Krisenberichterstattungen (4.2) aufgeführt. Nachdem die theoretischen Grundlagen gesetzt wurden, wird zunächst die Theorie der qualitativen Inhaltsanalyse (5.1) erläutert, woraufhin im Anschluss die Auswahl des Untersuchungsmaterials folgt (5.2). Danach beginnt der eigentliche Forschungsprozess und die Ergebnisse werden im Kapitel 6 präsentiert. Am Ende erfolgt ein abschließendes Fazit (7).

⁴ Götz-Votteler/ Hespers (2019), S. 96.

2 Die Covid-19-Pandemie

Coronaviren sind den RNA-Viren zuzuordnen und können beim Menschen vor allem Atemwegserkrankungen auslösen. Der Name „Corona“ stammt aus dem Lateinischen und bedeutet „Kranz“ oder „Krone“ und steht für das kranzförmige Aussehen der Coronaviren. Diese Viren sind die Verursacher des „Severe Acute Respiratory Syndrome“ (SARS)⁵ sowie des „Middle East Respiratory Syndrome“ (MERS). In den Jahren 2002 und 2003 kam es zur ersten SARS-Epidemie (SARS-CoV-1), wobei es durch eine Zoonose zur Übertragung des Virus eines Tieres auf den Menschen kam. Das heißt, die Viren überschreiten eine Speziesbarriere und werden von Tieren auf Menschen übertragen. Dadurch starben weltweit 774 Menschen. Das neue Coronavirus SARS-CoV-2 wurde im Jahr 2019 erstmals in China nachgewiesen und kann zur Erkrankung von Covid-19 (coronavirus disease 2019) führen.⁶ Am 11. März 2020 erklärte der Generaldirektor der WHO, Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus den Ausbruch von Covid-19 offiziell zu einer Pandemie.⁷ Im Folgenden wird zunächst auf das Krankheitsbild eingegangen, bevor nähere Informationen zur Entstehung und Ausbreitung folgen. Um einen Eindruck von den Maßnahmen zur Eindämmung der Verbreitung von Covid-19 in Deutschland zu erhalten, werden diese im Anschluss am Beispiel vom Bundesland Bayern dargelegt.

2.1 Krankheitsbild

Durch die respiratorische Aufnahme virushaltiger Flüssigkeitspartikel, die beim Atmen, Husten, Sprechen und Niesen entstehen, wird SARS-CoV-2 hauptsächlich übertragen. Hierbei wird durch die Partikelgröße zwischen Tröpfchen und Aerosolen unterschieden. Tröpfchen liegen vor, wenn die Partikel größer als fünf Mikrometer groß sind. Die Tröpfchen sind so groß, dass schnell zu Boden sinken. Aerosole hingegen sind kleiner als fünf Mikrometer und können über längere Zeit in der Luft schweben und sich in geschlossenen Räumen verteilen. Ob und wie schnell die Partikel absinken, ist außerdem von weiteren Faktoren, wie

⁵ Vgl. Hörmansdorfer/ Ackermann (2020).

⁶ Vgl. Deutsches Zentrum für Infektionsforschung (2020).

⁷ Vgl. Weltgesundheitsorganisation (2020).

beispielsweise der Temperatur, Luftfeuchtigkeit und Belüftung abhängig. Es liegt eine erhöhte Wahrscheinlichkeit vor, mit Tröpfchen oder Aerosolen einer infizierten Person innerhalb eines Abstandes von ein bis zwei Metern in einem geschlossenen Raum in Berührung zu kommen. Die Übertragungswahrscheinlichkeit im Außenbereich ist aufgrund der Luftbewegung sehr gering. Die Zeit von der Ansteckung bis zum Beginn der Erkrankung wird Inkubationszeit genannt und beträgt durchschnittlich zwischen fünf und sechs Tagen. Die Spannweite liegt zwischen einem Tag und 14 Tagen. Die am meisten auftretenden Symptome sind Husten, Fieber, Schnupfen, Geruchs- und Geschmacksverlust. Allerdings sind die Krankheitsverläufe in ihrer Schwere und Symptomatik unspezifisch und variieren stark. Sie reichen von Symptomlosigkeit bis hin zu schwerem Lungenversagen und Tod. Die Vielfalt verschiedener Vorerkrankungen und anderen Einflussfaktoren, wie z.B. Alter, Geschlecht oder Gewicht, können Faktoren für eine Eingruppierung als Risikogruppe sein. Die individuellen Kombinationsmöglichkeiten machen die Komplexität der Risikoeinschätzung deutlich. Dadurch ist keine generelle Einstufung in eine Risikogruppe möglich. Jedoch können bei bestimmten Personengruppen häufiger ein schwerer Krankheitsverlauf beobachtet werden. Dazu zählen vor allem ältere Personen ab 50 bis 60 Jahren, Raucher, stark adipöse Menschen, Personen mit bestimmten Vorerkrankungen, wie z.B. Erkrankung des Herz-Kreislauf-Systems, chronische Lungen- und Lebererkrankungen, Krebserkrankungen und Patienten mit geschwächtem Immunsystem. Zum Zeitpunkt der Abgabe dieser Bachelorarbeit steht kein Impfstoff zum Schutz vor Covid-19 zur Verfügung. Zum Stand des 23. Juli 2020 befinden sich 166 Impfstoff-Kandidaten in der Entwicklung.⁸

2.2 Entstehung und Ausbreitung

Die WHO wurde am 31. Dezember 2019 über Fälle von Lungenentzündungen mit unbekannter Ursache in der chinesischen Stadt Wuhan informiert. Die chinesischen Behörden identifizierten daraufhin das neuartige Coronavirus, welches vorläufig als „2019-nCoV“ bezeichnet wurde. Die offizielle Bezeichnung lautet nach näheren wissenschaftlichen Erkenntnissen „SARS-CoV-2“. In- und

⁸ Vgl. Robert Koch Institut (2020).

außerhalb Chinas kam es zu einer rapiden Zunahme der Fallzahlen, weshalb der Generaldirektor der WHO, Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, den Ausbruch am 11. März 2020 offiziell zu einer Pandemie erklärte. In der Europäischen Region sind die ersten Fälle am 24. Januar 2020 in Frankreich gemeldet worden. Daraufhin wurde Europa Mitte März 2020 zum Epizentrum der Pandemie. Am 28. April 2020 entfielen 63 Prozent der weltweiten durch das Virus bedingten Sterberate auf die Europäische Region.⁹ Als Ausgangspunkt des Ausbruchs wird ein Fischmarkt in Wuhan vermutet. Dort wurden Fische, Geflügel, Fledermäuse und andere Wildtiere verkauft. Die genaue Quelle ist jedoch zum Stand der Abgabe dieser Bachelorarbeit noch ungeklärt. Der Markt musste nach Ausbruch des Virus am 1. Januar 2020 schließen.¹⁰

2.3 Covid-19 in Deutschland

SARS-CoV-2 hat Deutschland erstmals am 27. Januar 2020 erreicht. Ein Mann aus dem Landkreis Starnberg in Bayern hatte sich infiziert. Gesundheitsminister Jens Spahn schätzte das Risiko für eine Ausbreitung des Virus in Deutschland zu dieser Zeit dennoch zunächst gering ein. In den nachfolgenden Wochen breitete sich das Virus in Italien rapide aus, bis schließlich am 26. Februar 2020 die ersten Infektionen mit dem Virus auch in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen bestätigt wurden.¹¹ Die Fallzahlen mit dem Stand vom 8. August 2020 liegen bundesweit bei insgesamt 215.336 Fällen. Zudem wurden 9.195 Todesfälle aufgrund von Covid-19 gemeldet. Der Anteil der weiblich Erkrankten liegt in Deutschland bei 51 Prozent. Der Altersdurchschnitt bei männlichen sowie weiblichen Erkrankten wurde bei 49 Jahren festgestellt.

Innerhalb eines Krisenstabes des Bundes wird regelmäßig das weitere Vorgehen diskutiert und die Beschlüsse anschließend durch Pressekonferenzen an die Bevölkerung weitergegeben.¹² Durch den herrschenden Föderalismus in Deutschland liegt die Entscheidung zu Infektionsschutzmaßnahmen zur Bekämpfung von

⁹ Vgl. Weltgesundheitsorganisation (2020).

¹⁰ Vgl. Hörmansdorfer/ Ackermann (2020).

¹¹ Vgl. Bundesministerium für Gesundheit (2020).

¹² Vgl. Bundesministerium für Gesundheit (2020).

Covid-19 bei den Bundesländern. Deshalb beschränken sich die folgenden Ausführungen auf das Bundesland Bayern und auf die erste Infektionsschutzverordnung von insgesamt sechs Verordnungen. In der ersten Bayerischen Verordnung über Infektionsschutzmaßnahmen anlässlich der Corona-Pandemie (Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung – BayIfSMV) wurden die folgenden Beschlüsse zusammengefasst aufgeführt.¹³

Innerhalb des ersten Paragraphen wird das Veranstaltungs- und Versammlungsverbot geregelt. Dies beinhaltet auch Zusammenkünfte in Kirchen, Moscheen und Synagogen sowie anderer Glaubensgemeinschaften. In öffentlichen Parks und Grünanlagen werden Hinweisschilder aufgestellt, welche die Besucher auf die Notwendigkeit eines Mindestabstandes von 1,5 Metern hinweisen. Der zweite Paragraph legt die künftigen Betriebsuntersagungen fest. Betroffen davon sind zunächst alle nicht notwendigen Verrichtungen des täglichen Lebens zur Freizeitgestaltung. Beispiele hierfür sind Kinos, Diskotheken, Theater, Museen, Sporthallen, Spielplätze, Wellnesszentren, Vergnügungsstätten und Jugendhäuser. Weiterhin wird der Gastronomiebetrieb jeder Art untersagt. Ausgenommen sind lediglich die Abgabe und Lieferung von mitnahmefähigen Speisen. Der Betrieb von Hotels oder jegliche Zurverfügungstellung zu touristischen Zwecken wird ebenfalls untersagt. Auch der Einzelhandel muss seine Läden schließen. Ausgenommen sind jedoch der Lebensmittelhandel, Getränkemärkte, Banken, Apotheken, Drogerien, Sanitätshäuser, Optiker, Hörgeräteakustiker, Filialen der Deutschen Post AG, Tierbedarf, Tankstellen und Reinigungen. In allen Dienstleistungsbetrieben muss ein Mindestabstand von 1,5 Metern zwischen den Kunden eingehalten werden. Der dritte Paragraph regelt die Betreuungs- und Besuchsverbote. Darunter zählen Krankenhäuser, Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen, vollstationäre Einrichtungen der Pflege, Einrichtungen für Menschen mit Behinderungen, ambulant betreute Wohngemeinschaften sowie Altenheime. Diese erste Verordnung über die Infektionsschutzmaßnahmen anlässlich der Corona-Pandemie trat am 31. März 2020 in Bayern in Kraft. Die Maßnahmen der übrigen fünfzehn Bundesländern weichen marginal ab.

¹³ Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege (27. März 2020).

3 Entwicklung der Presse

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich vorrangig mit der digitalen Berichterstattung der Presse, weshalb sich der theoriebasierte Teil ausschließlich auf die historischen Aspekte der Mediengattungen Zeitungen und Zeitschriften bezieht. Um nachvollziehen zu können, wie sich die Online-Zeitungen etabliert haben und wie diese funktionieren, ist es von hoher Bedeutung die Entwicklung von der Erfindung des Buchdrucks, bis zur heutigen Nutzung der Online-Zeitungen darzustellen. Deshalb wird im folgenden Teil zuerst der geschichtliche Hintergrund der Presse beleuchtet und anschließend näher auf die Online-Zeitungen eingegangen.

3.1 Geschichtliche Aspekte

Im deutschen Sprachraum sind die Anfänge des Zeitungswesens eng verbunden mit der Erfindung des Buchdrucks. Johann Gensfleisch, bekannt unter dem Namen Johannes Gutenberg, erfand in Mainz im Jahr 1445 das Drucken mit beweglichen Lettern. Revolutionär an Gutenbergs Drucktechnik war die Reproduktion gleichförmiger Buchstaben für eine ebenmäßige Schrift. Die erste Papiermühle in Deutschland gab es Ende des 14. Jahrhunderts. Die Herstellung von Papier erfolgte zunächst aus Hanf, Flachs oder Lumpenschiefer. Später wurde Holzschliff verwendet. Flugblätter, Flugschriften und Bücher waren die ersten gedruckten Medien. Die ersten Werke wurden mittels des klassischen Hochdrucks, auch genannt Buchdruck, gedruckt. Bei diesem Verfahren sind die zu druckenden Buchstaben erhaben und spiegelverkehrt gegossen, sodass sie sich farbig bestrichen, seitenrichtig am Bedruckstoff abdrucken. Das Prinzip des Flächendrucks nach Gutenberg wurde erst in der erst um 1814 durch den Zylinderdruck ersetzt und 50 Jahre später führte dies zur Erfindung der Rotationspresse. Ebenfalls im 15. Jahrhundert wurde der Tiefdruck entwickelt. Dieses Verfahren eignet sich primär für die Wiedergabe von Bildern und hochwertigen Farbdruck. Anschließend wurde der Flachdruck, auf Basis der im Jahr 1796 von Alois Senefelder entdeckten Lithografie, erfunden. Dieser erfuhr seine Ausreifung zum Offsetdruck und wird heute als meistgenutztes Druckverfahren für die

Zeitungsproduktion genutzt.¹⁴ Ab Oktober 1605 erschien in Straßburg die erste periodisch erscheinende Zeitung „die Relation aller fürnemmen und gedenckwürdigen Historien“, kurz auch „Relation“ genannt (s. Abb. 1). Sie wurde im wöchentlichen Erscheinerrhythmus aufgelegt und hatte vier bedruckte Seiten, auf denen sie unter Angabe des Herkunftsorts und -datums sieben bis acht Korrespondenzen erschienen. Überwiegend wurde über militärische und politische Geschehnisse berichtet.

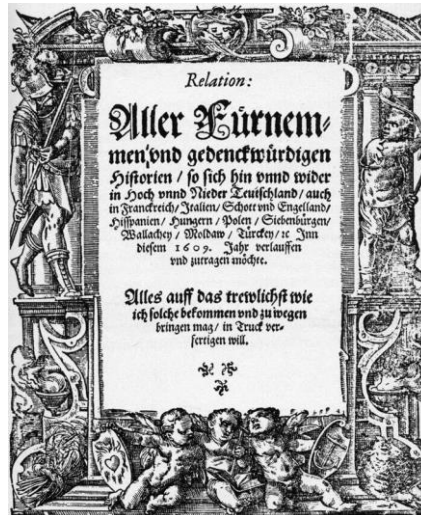


Abbildung 1: Titelseite der Straßburger "Relation" (Schöne, 1940).

Nach dem Erscheinen der ersten Zeitungen in Deutschland, breitete sich die Zeitungsindustrie in ganz Europa aus.¹⁵ Die erste Lokalzeitung „Ordentliche Post Zeitung“ erschien 1622 in Wien. Alle vorherigen Zeitungen berichteten überwiegend über Geschehnisse aus der Ferne.¹⁶ Das Anzeigenwesen etablierte sich gegen Ende des 17., Anfang des 18. Jahrhunderts. Die erste dokumentierte Zeitungsanzeige erschien 1622 in der „Relation“, die allerdings nicht vom restlichen Nachrichtenteil abgegrenzt wurde. Beworben wurde das Erscheinen eines Traktats. Reine Anzeigen- und Intelligenzblätter erschienen ab den 1670er Jahren. Die Anzeigen- und Intelligenzblätter tauchten daraufhin vermehrt mit staatlichen Monopolcharakter auf. Dies diente der Wirtschaftsförderung durch Überwindung

¹⁴ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), 37 f.

¹⁵ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 47.

¹⁶ Vgl. Straßner (1999), S. 79.

von Handelshemmnissen, dem finanziellen Nutzen zugunsten des Staates und einer Kampfansage an die mächtigen Zünfte und Gilden zum weiteren Machtaufbau eines absolutistischen Staates. Die Verbreitung politischer Berichterstattung war in den Anzeigen- und Intelligenzblättern untersagt. Mit der bürgerlichen Aufklärung gegen Ende des 18. Jahrhunderts ging ein Politisierungsprozess einher, der mit dem Wunsch nach mehr Pressefreiheit versehen war. Im Jahr 1814 kam es nach der napoleonischen Herrschaft in den Deutschen Ländern Nassau, Sachsen-Weimar-Eisenach, Württemberg und Bayern erstmals zur Einführung einer Pressefreiheit. Neben den Zeitungen entfaltete sich auch das Zeitschriftenwesen innerhalb periodisch erscheinender Presse in Deutschland. Zu den historischen Vorläufern zählt man „Meßrelationen“ und Flugschriften. Die Verwendung des Begriffs „Zeitschrift“ im heutigen Sinne gibt es erst seit Mitte des 18. Jahrhunderts. Frühere Zeitschriften wurden als Journal, Magazin, Monatsschrift oder Sammlung bezeichnet. Als erste Zeitschrift im engeren Sinne wurde das erstmals in Paris erschienene „Journal de Scavans“ dokumentiert. Im selben Jahr folgte in London die „Philosophical Transactions“. Die beiden Zeitschriften wurden in der Regel monatlich herausgegeben und beinhalteten wissenschaftliche Abhandlungen, kurze Berichte und Buchrezensionen. Die erste Zeitschrift in Deutschland war die Gelehrtenzeitschrift „Acta Eruditorum“, die in lateinischer Sprache verfasst war und von Otto Mencke im Jahr 1682 in Leipzig herausbrachte. Die erste Unterhaltungszeitschrift wurde ab 1676 in Hamburg herausgegeben und hatte den Titel „Erbauliche Ruh-Stunden“.¹⁷ Die Auflagen betragen im 17. Jahrhundert meist nicht mehr als 2000 Exemplare. Erst mit der Entwicklung der dampfbasierenden Druckmaschinen, Zeilensetz- und -gießautomaten und Papierrollen im 19. Jahrhundert ermöglichten die Herstellung von höheren Auflagen. Nach der Aufhebung der Zensur im Jahr 1848 bildete sich ein erhöhtes Zeitungs- und Zeitschriftenangebot aus und die ersten Großverlage wie Mosse, Ullstein, Scherl, Girardet entstanden.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts erlebte das Pressewesen einen rasanten Aufschwung und der Begriff „Massenmedien“ war entstanden.¹⁸ Mit Beginn des Nationalsozialismus wurde durch die Stilllegungs- und Konzentrationsmaßnahmen

¹⁷ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 51.

¹⁸ Vgl. Pürer (2015), 25 f.

die Pressebranche maßgeblich verändert. Vor allem sozialdemokratische, kommunistische und katholisch orientierte Presse war betroffen.¹⁹ Das nationalsozialistische Regime hat damit begonnen, die Presse teilweise aus- und gleichzuschalten. Die Medien waren von zentraler Bedeutung, um die nationalsozialistischen Machtansprüche zu verwirklichen. Die Presse war ein zentrales Instrument der Propaganda und sollte zur Massenbeeinflussung im Sinne der nationalsozialistischen Ideologien dienen. Zudem sollte die öffentliche Meinung hinsichtlich des Deutschlandbilds im Ausland beeinflusst werden.²⁰ Nach der Kapitulation der Deutschen gegenüber der Alliierten des Zweiten Weltkriegs am 7. Mai 1945 sollte ein dreimonatiger „Black-out“ für die Presse in Deutschland gelten. Die Alliierte Militärregierung hatten bereits im November 1944 für die Westzone das Gesetz Nr. 191, welches das Drucken, Erzeugen, Veröffentlichen, Vertreiben, Verkaufen und gewerbliche Verleihen von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern untersagte. Das Ziel davon war, das bestehende Mediensystem zu beseitigen und nach neuen Prinzipien zu entwickeln.²¹

Die Entwicklung der Presse nach dem Zweiten Weltkrieg und vor der Wiedervereinigung Deutschlands lässt sich in die drei Phasen Aufbauphase, Phase der Pressekonzentration und Phase der Konsolidierung einteilen. In der Aufbauphase war es jedem Deutschen, der im Rahmen der Entnazifizierung nicht als Beschuldigter oder Belasteter eingestuft wurde, eine Zeitung herauszugeben, ohne sich eine Genehmigung einholen zu müssen. Innerhalb weniger Wochen kam es, dass 1949 innerhalb weniger Wochen den 165 Lizenzzeitungen knapp 600 Altverlegerzeitungen gegenüberstanden. Der Wiederaufbau der deutschen Presse war 1954 abgeschlossen.²² Zu Beginn dieser Phase, gab es 501 Zeitungsverlage. Wirtschaftliche Gründe, wie beispielsweise Kostensteigerungen für Personal- und Investitionsausgaben oder medienspezifische Kosten bei der Herstellung und im Vertrieb, lassen die Zahl der Zeitungsverlage auf 345 im Jahr 1969 zurückgehen. Hervorzuheben sind hier die Zusammenschlüsse innerhalb der Heimatpresse, wobei der Mantel und Lokalteil zentralseitig erstellt wurde.²³

¹⁹ Vgl. Straßner (1999), S. 83.

²⁰ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 82.

²¹ Vgl. ebenda, S. 103.

²² Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 117.

²³ Vgl. Straßner (1999), S. 84.

In der Konsolidierungsphase zwischen 1976 und 1985 war ein Wiederanstieg der Zeitungseinheiten und -ausgaben bei anhaltendem Zuwachs der Gesamtauflage aller Tageszeitungen zu erkennen. Die Anzahl der Verlage ging in diesen Jahren zurück. Die Regionalzeitungen konnten ihre Position festigen und teilweise noch weiter ausbauen. Auch die Einführung der Redaktionselektronik hatte einen positiven Stellenwert für die wirtschaftliche Entwicklung der Presse.²⁴ Die elektronischen Produktionssysteme gewährleisteten eine schnellere Herstellung der Zeitung zur Wahrung der Aktualität, eine optisch ansprechendere Blattgestaltung und eine kostenminierte Produktion.²⁵

Die Zeit nach der Wiedervereinigung mit Ostdeutschland war geprägt von der Verkaufspolitik der Treuhand-Anstalt. Laut Einigungsvertrag war die Anstalt zuständig für die wettbewerbliche Neustrukturierung und Privatisierung ehemaligen DDR-Volkseigentums. Die 14 SED-Bezirkszeitungen mit ihren hohen Auflagen, großen Verbreitungsgebieten und ihrer Ausgabenvielfalt waren für die Westverlage besonders interessant. Die Vergabekriterien bei den Verkaufsverhandlungen waren die Höhe des gebotenen Kaufpreises, die vorgelegten Sanierungs- und Investitionskonzepte und die Zusicherung des Erhalts von Arbeitsplätzen.²⁶ Ab 1995 war das deutsche Pressewesen von vier Phasen geprägt: Stabilisierung, Aufschwung, Krise und Wege aus der Krise. In der Stabilisierung ist der deutsche Pressemarkt zur Ruhe gekommen. Die Auflagen waren zwar rückläufig, aber die Zahl der publizistischen Einheiten als redaktionell selbstständig erarbeiteten Tageszeitungen ist mit 135 für einige Jahre stabil geblieben. Innerhalb des Aufschwungs konnten die Tageszeitungen ein Umsatzwachstum feststellen, welches im Jahr 2000 von plus 6,65 Prozent den Höhepunkt erlangte. Dies war zurückzuführen auf die Börsengänge wirtschaftlicher Unternehmen, sowie Privatisierungen ehemals staatlicher Betriebe. Ab Mitte des Jahres 2001 wurde der deutsche Medienmarkt von einer schweren ökonomischen Krise erfasst. Gründe dafür waren die abflauende Wirtschaftslage sowie die steigende Interneteuphorie. Damit verbunden waren Rückgänge bei den Werbeerlösen der Tageszeitungen. Die Wege aus der Krise wurden durch neue Formate und Strategien

²⁴ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 141.

²⁵ Vgl. ebenda, S. 144.

²⁶ Vgl. Pürer (2015), S. 64.

begründet. Beispielsweise wurden Bücher, CDs und weitere preiswerte Zusatzprodukte angeboten, um neue Erlöse zu erwirtschaften. Neuer Content wurde durch Applikationen für mobile Endgeräte bereitgestellt.²⁷

3.2 Online-Zeitungen

Vorläufer von Online-Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften waren sogenannte Teletextangebote, die im deutschen Sprachraum Anfang der achtziger Jahre aufkamen. Der Videotext wird mittels Fernsehsignal übermittelt und stellt eine zeitungähnliche Darbietungsform dar. Er wird von den meisten Fernsehanstalten angeboten und bietet unterschiedlichste Informationen und Serviceleistungen. Zudem wurde der Bildschirmtext etabliert, der über das Telefonnetz gesendet und empfangen wurde. Neu war hier die Möglichkeit zur interaktiven Kommunikation. Um dies nutzen zu können, benötigte man einen Telefonanschluss, ein Fernsehgerät, eine Bildschirmtext-Anschlussbox, ein Modem sowie eine Tastatur zur Steuerung. Der Bildschirmtext wurde mit Aufkommen des Internets in „T-Online“ umbenannt und erhielt Anschluss an Telekommunikationsnetze. Mittels des Bildschirmtexts war es erstmals möglich, eine Bildschirmzeitung anzubieten. Aufgrund der unausgereiften Technik des Bildschirmtextes blieben die Auswirkungen auf das Mediensystem begrenzt.

Vorreiter für Online-Ausgaben von Zeitungen waren amerikanische Medien. In Deutschland war der erste Online-Auftritt einer Zeitschrift „Der Spiegel“, der seit Oktober 1994 im World Wide Web vertreten war.²⁸ Die ersten Tageszeitungen folgten im selben Jahr: die „taz – die tageszeitung“, „Die Zeit“, die „Süddeutsche Zeitung“ und die „Rheinische Post“. 2005 gab es bereits 631 Online-Angebote von Zeitungen. Im Jahr 2018 waren 698 Zeitungswbsites aktiv.²⁹ Zunächst standen die Zeitungsverleger den Online-Auftritten skeptisch gegenüber. Jedoch wurde schnell erkannt, dass durch Onlinedienste anderer Anbieter die Konkurrenz deutlich wächst, denn viele Dienste boten zugekaufte Nachrichten, redaktionell gestaltete Inhalte sowie Serviceleistungen an. Außerdem wurden die

²⁷ Vgl. Pürer (2015), 67 ff.

²⁸ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 431.

²⁹ Vgl. Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2019).

Onlinedienste auch oft werbefinanziert, was deutlich in Konkurrenz mit dem Printanzeigengeschäft stand. Deshalb war den Zeitungsverlegern schnell bewusst, dass sie ein Online-Geschäft aufbauen müssen, um das Kerngeschäft, also den Anzeigenmarkt, aufrecht zu erhalten.

Online-Zeitungen können jegliche Vorteile des World Wide Web nutzen, wie beispielsweise Globalität, Multimedialität, Hypertextualität, Interaktivität, Aktualität und unbegrenzte Speicherkapazität.³⁰ Sie können sich an zahlreichen interaktiven Elementen des Webs, wie E-Mail, Newsgroup, Chats bedienen, um mit ihren Lesern zu kommunizieren. Durch die unbegrenzte Speicherkapazität können im Web Informationen verbreitet werden, die in der gedruckten Ausgabe keinen Platz finden.³¹ Die Finanzierung von Online-Zeitungen ist lange nicht so profitabel, wie das Printgeschäft. Vor allem ist der reguläre Vertriebslös, der beim Verkauf einer Printausgabe erwirtschaftet wird, nicht vorhanden. Im World Wide Web herrscht immer noch die Einstellung der Leser, den Content möglichst kostenlos beziehen zu können. Presseverlage reagieren darauf häufig mit Bezahlhalten, auch genannt „paid content“. Es werden zwischen fünf Bezahlmodellen unterschieden. Die „Harte Bezahlschranke“ können ausschließlich zahlende Abonnenten das Online-Angebot nutzen. Beim „Freemium“-Modell sind nur ausgewählte Artikel kostenpflichtig, die der Verlag selbst auswählt. Das „Metered“-Modell macht dem Leser eine bestimmte Anzahl kostenpflichtiger Inhalte zugänglich. Nach Ausschöpfung des Kontingents muss der Nutzer bei Bedarf ein Online-Abonnement abschließen. Das „Hybrid“-Modell kombiniert die Modelle Freemium und „Metered“-Modell. Abschließend gibt es das Spenden-Modell, bei dem der Nutzer selbst entscheiden kann, ob und in welcher Höhe er für die Inhalte bezahlen möchte.³² Zudem können Erlösquellen für Online-Anbieter Formen von sonstigen Abonnements sein, die Zugänge zu Archiven und Datenbanken gewähren. Zudem werden Erlöse durch Online-Anzeigen wie Banners, Skyscrapers, Popups oder LayerAds generiert.³³ Die Reichweite und Nutzung von Online-Angeboten der Medien wird durch verschiedene Organisationen ermittelt, wie beispielsweise IVW, AGOF, oder ACTA. Gemessen werden beispielsweise Page

³⁰ Vgl. Pürer (2015), 155 ff.

³¹ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), 436 f.

³² Vgl. Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2020).

³³ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), 441 f.

Visits und Page Impressions, welche die Kontaktmessung beinhalten. Die Zahl der Page Visits gibt die Besuchszahl auf einer Site an. Page Impressions geben Auskunft über die Summe der besuchten Seiten innerhalb eines Online-Auftritts.³⁴ Die meist besuchte Online-Zeitung im Juni 2020 war laut IVW Bild.de, gefolgt von Spiegel Online und Focus Online (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Top 10 der Online-Zeitungen und -Zeitschriften Juni 2020 (Quelle: IVW, 2020)

Titel	Page Visits	Page Impressions
Bild.de	462.031.920	1.452.242.713
Spiegel Online	270.582.424	733.935.901
Focus Online	199.675.987	542.612.429
Welt	159.753.687	353.181.382
Merkur.de	117.008.881	169.158.144
Zeit Online	94.246.823	226.935.076
Süddeutsche.de	93.106.007	197.830.020
Faz.net	90.436.276	233.597.534
Stern.de	80.273.120	239.611.309
Autobild.de	59.353.130	242.146.380

Eine weitere Präsentationsform von Zeitungen im Internet ist das E-Paper. Es handelt sich dabei um die gestalterisch, als auch inhaltliche Faksimile-Version der Printausgabe, die über das Internet abrufbar und am Bildschirm visualisierbar ist. Der Vorteil von E-Paper ist, dass die Printzeitung ohne großen personellen Mehraufwand weiterverarbeitet werden kann. Dieser Service erfordert ein Abonnement, kann jedoch meist in Verbindung mit dem Print-Abonnement günstig erworben werden.³⁵

³⁴ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 444.

³⁵ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 451.

4 Mediale Berichterstattung

Der Kerninhalt der vorliegenden Arbeit liegt darin, im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung festzustellen, ob und welche Unterschiede in der Berichterstattung zweier Tageszeitungen während einer Krisensituation vorliegen. Deshalb ist es wichtig zu beleuchten, welche grundsätzlichen Funktionen den Medien unterliegt und wie vor allem die Presse mit Krisensituationen umgeht. Diese beiden Aspekte sollen im folgenden Teil dargelegt werden.

4.1 Funktionen der Massenmedien

Während sich die Gesellschaft vor Beginn der Massenkommunikation auf die Inhalte einer kleinen Anzahl von Medien verlassen musste, gibt es heute mannigfaltige Möglichkeiten, an Informationen zu gelangen. Die Zeit der Massenmedien und Massenkommunikation begann bereits um 1850, als Medien vermehrt und auf unterschiedlichere Weise verbreitet wurden. Dazu zählten Medien wie Fotografie, Stereoskopie und Panoramen. In der Zeit nach 1945 gab es in Deutschland eine bedeutende Wende für die Medien. Es wurden Publikumszeitschriften gegründet, wie etwa das Hamburger Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ (1946) oder der „Stern“ (1948). Es folgten Illustrierte und Frauenmagazine, wie die „Brigitte“ (1954). Anschließend etablierten sich Film, Hörfunk und Fernsehen.³⁶ Hartmann definiert Massenmedien folgendermaßen:

„Massenmedien sind Medien der öffentlichen Kommunikation. Erst die moderne Technik der Übertragung und Sendung ermöglicht Massenkommunikation. Massenmedien dienen der allgemeinen Information und der öffentlichen Meinungsbildung, wodurch Kritik und Kontrolle stattfinden und das Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft gesichert werden soll. Sie dienen auch zur Unterhaltung, wobei es zunehmend problematische Überschneidungen von Informations- und Unterhaltungsfunktionen kommt.“³⁷

Die Rahmenbedingungen für die Medienfunktionen werden durch die Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit innerhalb der pluralistischen Demokratie

³⁶ Vgl. Hartmann (2008), 63 f.

³⁷ Hartmann (2008).

abgedeckt.³⁸ In pluralistischen Demokratien sind die Medien vom Staat unabhängig.³⁹ In Deutschland wird diese Freiheit im Artikel fünf des Grundgesetzes verankert. Die Landespressegesetze konkretisieren eine sogenannte „öffentliche Aufgabe“, was bedeutet, dass die Presse öffentliche Meinungen verbreiten und öffentliche Diskussionen über gesellschaftliche und politische Themen in Gang halten soll. Dies fördert die Meinungs- und Willensbildung.⁴⁰ Bevor jedoch konkretisiert werden kann, welchen Funktionen das Mediensystem unterliegt, gilt zu erläutern, welche Forderungen seitens der Gesellschaft an die journalistische Arbeit bestehen. Zu nennen sind hier die Vollständigkeit, Objektivität und Verständlichkeit. Die Vollständigkeit ist gegeben, wenn möglichst umfassend über soziopolitisch, sozioökonomisch und soziokulturelles Geschehen berichtet wird. Dabei sollten möglichst alle Interessensgruppen der Gesellschaft die Möglichkeit haben, zu Wort zu kommen. Objektivität fordert die Verpflichtung, die Wirklichkeit möglichst unverzerrt und durch eine allgemein annehmbare Beschreibung darzustellen. Dabei ist es wichtig, viele Blickwinkel einfließen zu lassen. Zuletzt meint die Verständlichkeit, dass die dargebotenen Informationen auch für Laien verstehbar und die Bedeutung im gesellschaftlichen Kontext eingeordnet werden kann.⁴¹ Aus den Forderungen an die Medien ergeben sich folgende Funktionen der Massenmedien:

- Informations- und Meinungsbildungsfunktion: Diese Funktion beinhaltet die grundlegende Leistung, die Medien für die Gesellschaft als Ganzes erbringen, aber auch für Teilbereiche wie Politik, Sozialsystem, Wirtschaft oder Einzelpersonen. Dadurch soll der Kenntnisstand des Publikums vergrößert werden, indem über neue Ereignisse berichtet und bekannte Ereignisse in neue Zusammenhänge gebracht werden.⁴² Dabei sollen alle Mitglieder der Gesellschaft, unabhängig von kulturellem oder sozialen Hintergrund, Bildungsgrad oder Alter, in der Lage sein, sich zu informieren oder an Meinungsbildungsprozessen teilzunehmen.⁴³

³⁸ Vgl. Mast (2018), S. 23.

³⁹ Vgl. ebenda, S. 21.

⁴⁰ Vgl. Mast (2018), S. 23.

⁴¹ Vgl. Pürer/ Raabe Johannes (2007), S. 378.

⁴² Vgl. Mast (2018), S. 23.

⁴³ Vgl. Götz-Votteler/ Hespers (2019), S. 77.

-
- **Politische Funktionen:** Dies sind jene Funktionen, welche die Medien für das demokratische politische System erbringen. Untergeordnet wird damit auch die Zugänglichmachung der Informationen an die Allgemeinheit, die Herstellung der Öffentlichkeit gemeint. Dieser Vorgang ist die Voraussetzung für die Meinungs- und Willensbildung. In diesem Zusammenhang steht auch die Thematisierungsfunktion (Agenda Setting). Das bedeutet, dass Massenmedien selbst bestimmen können, welche Themen sie in ihrer Berichterstattung berücksichtigen. Wenn bestimmte Themen nicht berücksichtigt werden, können diese auch nicht von der Gesellschaft verarbeitet und thematisiert werden.
 - **Soziale Funktionen:** Zu den sozialen Funktionen versteht man die Leistungen, die Medien im Hinblick der einzelnen Personen in einer Gesellschaft erfüllen. Dazu zählt die Sozialisationsfunktion, durch die vorherrschende Werte, Normen und akzeptierte Verhaltensweisen innerhalb einer Gesellschaft vermittelt werden. Dabei spielt vor allem der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland eine große Rolle, weil er dazu angehalten wird, ausgewogen, vielfältig und deshalb auch über die Meinungen von Minderheiten berichten soll.
 - **Kritik- und Kontrollfunktion:** Als „vierte Gewalt“ dienen die Medien der pluralistisch demokratischen Gesellschaft als wichtige kritische Instanz gegenüber Regierung, Verwaltung und Rechtsprechung. Sie sollen über wichtige Sachverhalte unterrichten, Missstände aufdecken und Handlungen politischer und gesellschaftlicher Entscheidungsträger kommentieren. Dabei soll das Zustandekommen und die möglichen Auswirkungen von politischen Entscheidungen verfolgt und der Öffentlichkeit kritisch präsentiert werden. Die Voraussetzung für diese Funktion ist die Unabhängigkeit von Machteinflüssen wie staatliche Einflussnahmen, wirtschaftliche Abhängigkeiten oder redaktionelle Weisungsbefugnisse.⁴⁴ Besonders öffentlichkeitswirksam wird diese Funktion, wenn die Medien über Themen berichten, über die die Akteure vorziehen würden zu schweigen.⁴⁵

⁴⁴ Vgl. Mast (2018), S. 27.

⁴⁵ Vgl. Götz-Votteler/ Hespers (2019), S. 77.

- Unterhaltungsfunktion: Medien sind für das Publikum auch eine Quelle der Erholung, Entspannung und Unterhaltung, um vor dem Alltag zu flüchten. Deshalb sind Unterhaltungsmedien gesellschaftlich akzeptierte Kulturgüter.
- Wirtschaftsfunktion: Medien fungieren als Werbeträger und fördern dadurch die wirtschaftliche Transaktion. Außerdem machen sie auf Angebote und Dienstleistungen aufmerksam, in dem sie Kontakte ihres Publikums an Werbekunden verkaufen.⁴⁶

⁴⁶ Vgl. Mast (2018), S. 27.

4.2 Krisenberichterstattung

Krisen und Kriege sind zu globalen Medienereignissen geworden. In solchen Ausnahmesituationen fragt das Publikum vermehrt nach verlässlichen Informationen und die Informationsfunktion der Medien gewinnt an Bedeutung, denn politische Entscheidungen haben in Krisensituationen eine besondere Tragweite.⁴⁷ Journalisten unterliegen in Krisensituationen zwar nicht grundsätzlich anderen Gesetzen, jedoch unterscheiden sich der Journalismus in Ausnahmesituationen vor allem in den Entstehungsbedingungen und beim Wirkungspotenzial.⁴⁸ Meyers definiert eine Krise folgendermaßen:

„Eine Krise signalisiert durch ‚das plötzliche Auftreten von in der Regel nicht vorhersehbaren Ereignissen oder Entwicklungen [...] gesteigerten Entscheidungs- und Handlungsbedarf.‘“⁴⁹

Eine Krise setzt also ein unerwartetes Auftreten eines Ausnahmezustandes voraus. Dadurch steigt das gesellschaftliche Interesse und dementsprechend die Nachfrage nach verlässlichen und wahrheitsgemäßen Informationen.⁵⁰ Doch nicht nur die Öffentlichkeit hat einen Anspruch informiert zu werden. Auch die Opfer einer Katastrophe haben ein Anrecht darauf, dass Unbetroffene wissen, was ihnen passiert ist.⁵¹ Allerdings unterliegen die Journalisten den allgemeinen Zwängen ihres Berufs, wie Konkurrenz, Aktualität und Selektion. Die Aufgabe der Journalisten besteht nun darin, eine objektive, richtige und verständliche Berichterstattung zu gewährleisten.

⁴⁷ Vgl. Bilke (2008), S. 13.

⁴⁸ Vgl. ebenda, S. 139.

⁴⁹ Meyers (1994), S. 24.

⁵⁰ Vgl. Bilke (2008), S. 139.

⁵¹ Vgl. Burkhardt (2009), S. 90.

5 Empirischer Forschungsprozess

In der nachfolgenden Untersuchung besteht das Ziel darin, die Unterschiede der medialen Berichterstattungen der Medien „Süddeutsche Zeitung“ und „Die Rheinpfalz“ zu erforschen. Um dieses Ziel zu erreichen und die Forschungsfrage zu beantworten, wurde als empirische Auswertungsmethode die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring gewählt. Dieses Verfahren ist für den dargelegten Prozess geeignet, da die Zerlegung in einzelne Analyseschritte für Unbeteiligte nachvollziehbar und intersubjektiv überprüfbar ist. Somit kann ein wissenschaftlich fundierter Forschungsprozess gewährleistet werden. Da sich die Untersuchung auf die Online-Zeitungen der Verlage beschränkt, werden sich die nachfolgenden Ausführungen vermehrt auf die digitalen Umgebungen der Zeitungen, konkretisiert auf sueddeutsche.de und rheinpfalz.de, beschränken. Zunächst wird unter 5.1 die Theorie der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring dargelegt. Als nächster Schritt wird innerhalb des Gliederungspunktes 5.2 das Untersuchungsmaterial vorgestellt.

5.1 Theorie der qualitativen Inhaltsanalyse

Die qualitative Inhaltsanalyse stellt eine wissenschaftliche Methode dar, die von Werner Früh wie folgt definiert wird: „Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen.“⁵² Laut Philipp Mayring, einem führenden Forscher der qualitativen Sozialforschung auf dessen Erkenntnisse die Forschung dieser Bachelorarbeit beruht, liegt das Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse darin, Material aus irgendeiner Art von Kommunikation zu analysieren.

Um die Funktion der qualitativen Inhaltsanalyse konkreter zu erläutern, hat Mayring sechs Punkte zur Charakterisierung aufgestellt.⁵³ Zunächst hat eine Inhaltsanalyse Kommunikation zum Gegenstand. Dabei handelt es sich meist um Sprache, es können aber auch Musik, Bilder oder Ähnliches zum Gegenstand gemacht werden. Weiterhin ist Gegenstand der Analyse eine fixierte

⁵² Früh (2017), S. 29.

⁵³ Vgl. Mayring (2015), 12 f.

Kommunikation, was bedeutet, dass die Kommunikation in irgendeiner Form protokolliert vorliegen muss. Die dritte Funktion meint, dass die Inhaltsanalyse durch ein systematisches Vorgehen gekennzeichnet ist. Freie Interpretationen sind somit nicht Gegenstand der angestrebten Analyse. Viertens soll die Analyse regelgeleitet ablaufen. Das soll sicherstellen, dass auch Außenstehende die Analyse verstehen, nachvollziehen und überprüfen können. Zudem sollte bei einer Inhaltsanalyse theoriegeleitet vorgegangen werden. Das bedeutet, dass das zu analysierende Material unter einer theoretisch hergeleiteten Fragestellung untersucht wird. Zuletzt nennt Mayring die Wichtigkeit einer vorhandenen Schlussfolgerung, um Rückschlüsse über die Kommunikation zwischen dem Sender und Empfänger zu ermöglichen.

Mayring hat mit seiner Technik eine Methodik systematischer Interpretation entwickelt. Dabei hat er die Stärken einer quantitativen Inhaltsanalyse mit dem Verfahren systematischer und qualitativ orientierter Textanalyse verbunden. Um die Technik der qualitativen Inhaltsanalyse von Mayring und die damit einhergehenden Vorteile zu verdeutlichen, stellt er selbst die folgenden acht Attribute der Methode aufgestellt. Zunächst kann dem inhaltsanalytischen Vorgehen eine kommunikationswissenschaftliche Verankerung zugeordnet werden (1). Das heißt, das Material wird in den Kommunikationszusammenhang eingebettet und immer innerhalb seines Kontextes interpretiert. Ein Hauptanliegen Mayrings liegt darin, das systematische und regelgeleitete Vorgehen zu bewahren (2). Damit wird die Orientierung an vorab festgelegten Regeln definiert. Am bedeutsamsten ist die Festlegung eines konkreten Ablaufmodells der Analyse, denn eine Inhaltsanalyse ist kein Standardinstrument, was immer gleich aussieht. Die Analyse wird stets an den konkreten Gegenstand, das Material und auf die Fragestellung angepasst. Ein weiterer zentraler Punkt einer Inhaltsanalyse ist das Kategoriensystem (3). Dabei sollen die Ziele der Analyse in Kategorien konkretisiert werden. Ein besonderer Wert wird hierbei auf die Kategorienkonstruktion und -begründung gelegt, sodass die Ergebnisse der Analyse vergleichbar und reliabel sein können. Die Anbindung am Gegenstand der Analyse ist ein wichtiger Aspekt für Mayring (4). Deshalb soll das Verfahren für die qualitative Inhaltsanalyse nicht nur Techniken sein, die standardisiert eingesetzt werden können. Der konkrete Gegenstand soll im Vordergrund stehen, weshalb anhand des zugrundeliegenden Materials das im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse möglichen Auswertungsverfahren (Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung) gewählt werden muss. Die Überprüfung der spezifischen Instrumente durch Pilotstudien

ist ein weiterer Abhandlungspunkt (5). Nachdem das Ablaufmodell und ein Kategoriensystem entwickelt wurde, muss ein Probedurchlauf erfolgen, um die Kategorien zu überprüfen, ggf. zu ergänzen oder zu revidieren. Weiterhin ist die Theoriegeleitetheit ein wichtiger Bestandteil, was in diesem Zusammenhang bedeutet, dass das Wissen zum Gegenstand bei allen Verfahrensentscheidungen herangezogen werden soll (6). Mayrings Methode strebt die Integration von qualitativen und quantitativen Verfahrensweisen an. Konkret sollen quantitative Analyseschritte sinnvoll in den Prozess der qualitativen Analyse eingebaut werden (7). Die Verwendung von Gütekriterien wie Objektivität, Reliabilität und Validität sind sowohl in quantitativen Analysen als auch in qualitativer Hinsicht besonders wichtig (8).⁵⁴

Um ein systematisches und regelgeleitetes Vorgehen zu gewährleisten, hat Mayring ein inhaltsanalytisches Ablaufmodell entwickelt, die schrittweise bei der Inhaltsanalyse durchlaufen werden sollten. Zunächst wird das zu untersuchende Material festgelegt und die Entstehungssituation analysiert. Außerdem werden die formalen Charakteristika des Materials und die Richtung der Analyse dargelegt. Im Bezug auf die Richtung der Analyse erfolgt die theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung. Die Bestimmung der passenden Analysetechnik, die Festlegung des konkreten Ablaufs sowie die Erstellung und Definition der Kategorien erfolgen im nächsten Schritt. Nun kann die eigentliche Durchführung der Analyse erfolgen und die Kategorien rücküberprüft werden. Die Ergebnisse werden zur Beantwortung der Fragestellung zusammengestellt und mittels der inhaltsanalytischen Gütekriterien bewertet. Um einen Überblick über den Ablauf zu erhalten, lässt sich das Ablaufmodell wie in der Abbildung 2 visualisieren:⁵⁵

⁵⁴ Vgl. Mayring (2015), S. 50 ff.

⁵⁵ Vgl. ebenda, S. 62.

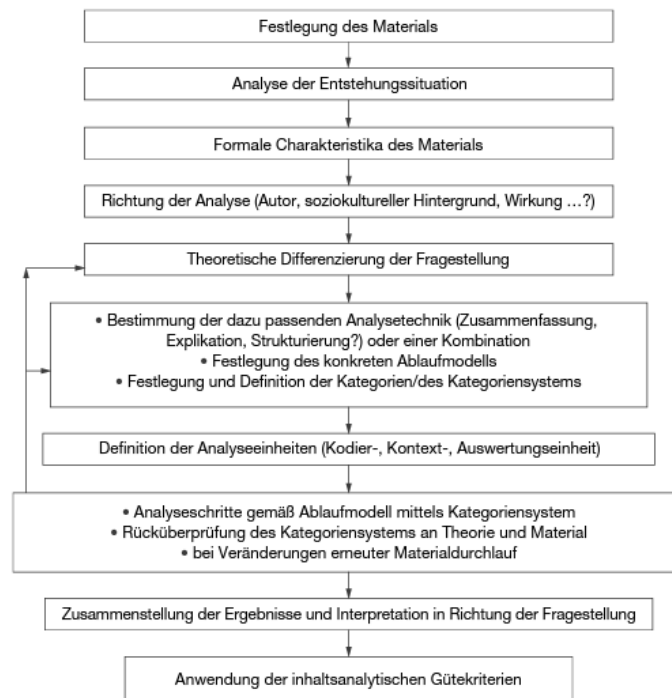


Abbildung 2: Allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell (Quelle: Mayring (2015), S. 62)

Mayring unterscheidet grundsätzlich die drei Analysetechniken Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung. Bei der Zusammenfassung wird das Untersuchungsmaterial so reduziert, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben. Dabei soll ein überschaubarer Querschnitt des Inhalts entstehen, der immer noch das Abbild des Grundmaterials darstellt. Mittels der Explikation wird einzelnen fragliche Textteilen zusätzliches Material herangetragen, um das Verständnis der Textstellen zu erweitern. Bei der Strukturierung werden unter vorher festgelegten Kriterien bestimmte Aspekte aus dem Material gefiltert, um es aufgrund der Kriterien einschätzen zu können.⁵⁶ Die nachfolgende Inhaltsanalyse erfolgt durch die strukturierende Analysetechnik, sodass die beiden Untersuchungsgegenstände aufgrund der Häufigkeit der Kategorien miteinander verglichen werden können. Das allgemeine Ablaufmodell der Strukturierung visualisiert Mayring in der folgenden Abbildung 3:

⁵⁶ Vgl. Mayring (2015), S. 67.

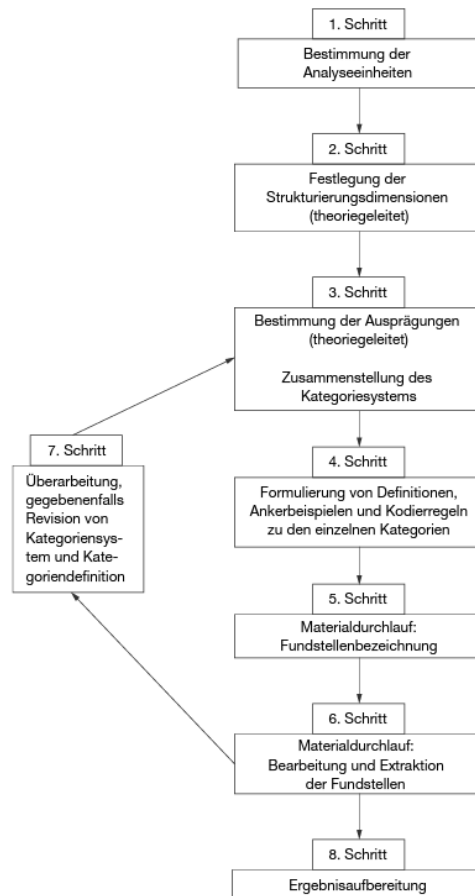


Abbildung 3: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse (allgemein) (Quelle: Mayring (2015), S. 98)

Mayring selbst beschreibt die Strukturierung als zentralste inhaltsanalytische Technik und hat zum Ziel, eine bestimmte Struktur aus dem Material herauszufiltern. Mittels eines Kategoriensystems wird diese Struktur an das Material herangetragen und alle Textbestandteile, die durch Kategorien angesprochen werden, werden aus dem Material extrahiert. Innerhalb der Strukturierung kann wiederum zwischen formaler, inhaltlicher, typisierender und skalierender Strukturierung unterschieden werden.⁵⁷ Die vorliegende Forschungsarbeit wird eine inhaltliche Strukturierung durchführen, sodass die spezifischen Inhaltsmerkmale extrahiert und zusammengefasst werden können. Das allgemeine Ablaufmodell der Strukturierung (Abbildung 3) wird somit um die Ablaufpunkte für die inhaltliche Strukturierung in der Abbildung 4 ergänzt:

⁵⁷Vgl. Mayring (2015), S. 99.

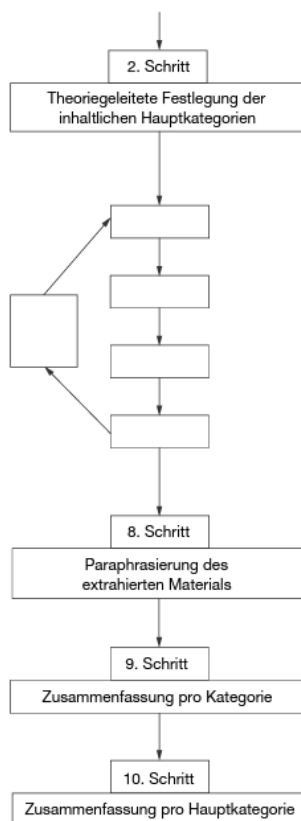


Abbildung 4: Ablaufmodell inhaltlicher Strukturierung (Quelle: Mayring (2015), S. 104)

5.2 Auswahl des Untersuchungsmaterials

Nachdem im vorhergehenden Kapitel erläutert wurde, wie eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt wird, kann nun das Untersuchungsmaterial vorgestellt werden. In Form von Porträts werden die Online-Zeitungen der Untersuchungsgegenstände „Süddeutsche Zeitung“ und „Die Rheinpfalz“ in den nachfolgenden Kapiteln 5.2.1 und 5.2.2 dargestellt. Bei den ausgewählten Zeitungen handelt es sich bei der „Süddeutschen Zeitung“ um eine überregionale Tageszeitung und bei der „Die Rheinpfalz“ um eine regionale Tageszeitung. Diese Auswahl wurde bewusst gewählt, um gegebenenfalls einen Unterschied in der medialen Berichterstattung eines internationalen Themas zwischen regionaler und überregionaler Presse zu erforschen. Dies bildet das Hauptkriterium für die Auswahl dieser beiden Medien. Zudem ist ein wichtiges Auswahlkriterium eine geeignete und benutzerfreundliche Umgebung innerhalb der Online-Zeitung. Dies setzt eine Such- und Filterfunktion auf den Websites voraus, die beide Untersuchungsgegenstände vorweisen können. Ein weiteres Kriterium ist selbst-erstellter Content zum Thema Covid-19-Pandemie, der aus der verlagseigenen Redaktion stammt und nicht ausschließlich von Presseagenturen gekauft wurde. Beide Online-Zeitungen können ein hohes Maß an Premium-Artikeln vorweisen, die aus den eigenen Redaktionen stammen. Diese Artikel stehen meist hinter einer Paywall, sodass die Leser für den Content bezahlen müssen. Auch dieses Kriterium trifft auf beide Medien zu.

5.2.1 Süddeutsche Zeitung

Die „Süddeutsche Zeitung“ (SZ) wurde im Jahr 1945 in München gegründet. Die erste Ausgabe wurde am 6. Oktober im Gründungsjahr gedruckt. Anfangs gab es nur eine Stadtausgabe, ab 1970 erweiterte die Süddeutsche Zeitung ihr Betätigungsfeld auf das Umland in Form von Regional- und Landkreisausgaben. Heute gibt es sieben Regionalausgaben für Dachau, Freising, Erding, Ebersberg, Bad Tölz/Wolfratshausen, Starnberg und Fürstenfeldbruck und ist überregional erhältlich. Die Süddeutsche Zeitung ist linksliberal orientiert und wird von der Bundes- und Landesregierung kritisch betrachtet. Insbesondere der CSU und Franz Josef Strauß stand sie kritisch gegenüber. Zu den Markenzeichen der Süddeutschen Zeitung zählt „Die Seite Drei“, Das „Streiflicht“ und das „SZ-Magazin“. „Die Seite Drei“ wurde bekannt durch die Reportagen von Erich Kuby und Hans Ulrich Kempfski. Seit 1965 ist sie ausschließlich für Reportagen reserviert.

Weiterhin ist das „Streiflicht“ ein Markenzeichen, was seit 1946 täglich links oben auf der ersten Seite erscheint. Anfangs war das „Streiflicht“ gekennzeichnet durch einen stark moralisch argumentierenden Kommentar. Heute ist es eine spöttisch, scharf pointierte Glosse, die auf eine Länge von 73 Zeilen festgelegt ist. Seit 1990 gibt es als Freitagsbeilage das „SZ-Magazin“. Gekennzeichnet ist die Beilage durch intellektuelle Provokation, die des Öfteren in die öffentliche Kritik gerät. Nichts desto trotz genießt das „SZ-Magazin“ ein hohes Ansehen und wurde unter anderem vom Art Director’s Club der Werbebranche und mit dem Lead Award ausgezeichnet.⁵⁸ Die verkaufte Auflage der Süddeutschen Zeitung betrug im Jahr 2019 wochentags 322.453 (inklusive E-Paper). Samstags wurden 406.355 Exemplare verkauft. 51 Prozent der SZ-Leser sind 20-49 Jahre alt, 76 Prozent haben entweder Abitur oder ein Hochschulstudium und 64 Prozent haben ein monatliches Nettoeinkommen von mindestens 3.000 Euro. Die Onlinezeitung sueddeutsche.de (sz.de) kann folgende Leistungsdaten vorweisen:⁵⁹

Tabelle 2: Leistungsdaten sueddeutsche.de (Quelle: AGOF, 2019)

Page Impressions pro Monat	Visits pro Monat	Unique Users pro Monat
152,7 Millionen	67,9 Millionen	13,02 Millionen

⁵⁸ Vgl. Hoser (2014).

⁵⁹ Vgl. Süddeutsche Zeitung GmbH (2019), 3 f.

5.2.2 Die Rheinpfalz

Die Regionalzeitung „Die Rheinpfalz“ erschien erstmals am 29. September 1945.⁶⁰ Sie erscheint von Montag bis Samstag und deckt das Verbreitungsgebiet der gesamten Pfälzer Region ab. Sie erscheint in folgenden Ausgaben:⁶¹

- Ludwigshafen (Ludwigshafener Rundschau)
- Frankenthal (Frankenthaler Zeitung)
- Speyer (Speyer Rundschau)
- Neustadt (Mittelhaardter Rundschau)
- Bad Dürkheim (Bad Dürkheimer Zeitung)
- Grünstadt (Unterhaardter Rundschau)
- Landau (Pfälzer Tagblatt)
- Kaiserslautern (Pfälzische Volkszeitung)
- Kusel (Westricher Rundschau)
- Kirchheimbolanden/Rockenhausen (Donnersberger Rundschau)
- Zweibrücken (Zweibrücker Rundschau)
- Pirmasens (Pirmasenser Rundschau)

Neben der gedruckten Tageszeitung „Die Rheinpfalz“ weist der Verlag das reichweitenstärkste Nachrichtenportal in der Pfalz unter www.rheinpfalz.de auf. Eine weitere Besonderheit ist „Die Rheinpfalz am Sonntag“, in der vor allem der große Sport- sowie Reisetil attraktiv für die Leser ist. Zudem erscheint jeden Donnerstag „LEO – Das Freizeitmagazin für die Pfalz“ als Beilage in der Gesamtausgabe. Das Magazin liefert vielfältige Informationen bezüglich Freizeitgestaltung, Veranstaltungshinweisen, Ausflugs- und Wandertipps sowie Unterhaltungsinhalte.⁶² Die verkaufte Auflage der Tageszeitung lag 2019 pro Gesamtausgabe bei 235.608 Exemplaren.⁶³ Der größte Anteil der Leser ist 70 Jahre und älter (71,5 Prozent), zudem weist der Großteil der Leserschaft eine Fach-/ oder

⁶⁰ Vgl. Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH (2016).

⁶¹ Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH (2020), S. 6.

⁶² Vgl. ebenda, S. 3.

⁶³ Vgl. ebenda, S. 6.

Hochschulreife mit Studium auf (62,8 Prozent). 53,2 Prozent der erreichten Leser haben ein monatliches Nettoeinkommen von mindestens 3.000 Euro.⁶⁴

Tabelle 3: Leistungsdaten rheinpfalz.de (Quelle: IVW, 2020)

Page Impressions pro Monat	Visits pro Monat	Unique Users pro Monat
10,9 Millionen	4,6 Millionen	1,3 Millionen

⁶⁴ Vgl. ebenda, S. 4.

6 Ergebnisse der Untersuchung

Nachfolgend werden die zentralen Ergebnisse der strukturierenden Inhaltsanalyse präsentiert. Die Ergebnisdarstellung erfolgt aufgrund der Forschungsfrage: Wie unterscheidet sich die mediale Berichterstattung der Online-Zeitungen des Mediums „Süddeutsche Zeitung“ zum Medium „Die Rheinpfalz“? In das zu untersuchende Material wurden Artikel, die in der Woche vom 16. März bis 20. März 2020 als Online-Artikel der Zeitungen erschienen sind.

Da zum genannten Zeitraum eine äußerst hohe Beitragsanzahl zur Covid-19-Thematik veröffentlicht wurde, beschränkt sich das Untersuchungsmaterial dieser Arbeit auf 20 Artikel pro Untersuchungsgegenstand. Die Artikel wurden gleichmäßig anhand der Einordnung in die Ressorts Politik, Sport, Wirtschaft und Kultur ausgewählt. Zudem wurde eine regionale Einschränkung der Online-Zeitungen vorgenommen, indem für die „Süddeutsche Zeitung“ vor allem Artikel aus der Regionalausgabe Freising und für „Die Rheinpfalz“ Artikel aus dem Raum Ludwigshafen berücksichtigt wurden. Dies dient dazu, eine einheitliche Materialdifferenzierung vorweisen zu können. Alle Artikel wurden und detailliert untersucht wobei unwesentliche und nicht die Thematik betreffende Inhalte unberücksichtigt blieben. Die forschungsleitende Frage bildet die Grundlage für die Kategorienbildung der Analyse. Somit liegt der Fokus auf den deduktiv entwickelten Hauptkategorien *Akteure*, *Themen*, *Wertungen der Zitate* und *Auswirkungen von Covid-19*. Zudem wurden Unterkategorien direkt aus dem Material abgeleitet, was die Vorgehensweise einer induktiven Kategorienbildung darstellt.

⁶⁵

Als Analyseeinheiten wurden Artikelpassagen gewählt, die inhaltlich den Kategorien zugeordnet werden konnten. Der minimalste Textbestandteil (Kodiereinheit), der unter eine Kategorie fallen kann, ist in der vorliegenden Arbeit ein Satz. Zu einem maximalen Textbestandteil (Kontexteinheit) wird der Absatz eines Textes gezählt. Der Ablauf der Auswertung orientiert sich an dem Ablaufverfahren der inhaltlichen Strukturierung nach Mayring. Aufgrund dessen wurden zunächst anhand der Forschungsfrage die Hauptkategorien Akteure, Themen, Wertung der

⁶⁵ Vgl. Mayring (2015), S. 85.

Zitate und Auswirkungen von Covid-19 abgeleitet. Anschließend erfolgte eine Differenzierung in Unterkategorien in ein Kategoriensystem. Es folgte ein erster Testlauf zur Kodierung des Materials durch ca. ein Drittel des vorhandenen Materials. Während des Testdurchlaufs wurden Kategorien bei Bedarf angepasst und induktiv erweitert. Anschließend folgten der Hauptdurchlauf und die vollständige Aufstellung des Kategoriensystems, in dem Ankerbeispiele und Definitionen zu den Kategorien ergänzt wurden. Nachdem der Ablauf der vorliegenden Untersuchung geschildert wurde, folgt im nächsten Schritt die konkrete Präsentation der Untersuchungsergebnisse.

Die Akteure innerhalb des Materials bilden eine Hauptkategorie. Definiert werden die Akteure in diesem Sinn als Personen, Institutionen und Behörden, die im Text eine bedeutende Funktion aufweisen, ihr Standpunkt erklärt wird oder selbst zu Wort kommen. Dabei werden ausschließlich Akteure berücksichtigt, die im konkreten Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie stehen oder ihre Aussagen auf die Thematik beziehen. Innerhalb dieser Kategorie konnten neun Unterkategorien gebildet werden: Akteur aus Kultur, Landesregierung, Unternehmer, Schulen und Kindertagesstätten, Sportvereine, Verbände, Schüler, Stadtverwaltungen, und Politiker. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes konnte festgestellt werden, dass in der Online-Zeitung „Die Rheinpfalz“ am häufigsten Unternehmer thematisiert werden. Dabei wurden häufig Einzelhandelsunternehmer und -geschäftsführer in die Berichterstattung eingebunden, die im Untersuchungszeitraum unter den temporären Schließungen ihrer Filialen litten (s. Tabelle 4). Die Rheinpfalz berichtete beispielsweise über die Schließung vieler Filialen innerhalb der Rhein-Galerie in Ludwigshafen, wobei der Center-Manager zu Wort kam, um die Schließung zu bestätigen.⁶⁶ Wie man der Tabelle 4 entnehmen kann, kommen bei der „Süddeutschen Zeitung“ vor allem Sportvereine zu Wort. Zum Münchner Trabrenn- und Zuchtverein wurde beispielsweise ein großer Artikel geschrieben, in dem verdeutlicht wurde, dass eine bevorstehende Veranstaltung abgesagt werden musste.⁶⁷ Zudem wurde über einige

⁶⁶ Vgl. RP_2 (16.03.2020).

⁶⁷ Vgl. SZ_4 (16.03.2020).

Sportvereine berichtet, die sich während der Covid-19-Pandemie innerhalb eines Ehrenamts um Risikogruppen kümmerten.⁶⁸

Tabelle 4: Häufigkeitsverteilung Akteure (Quelle: eigene Darstellung)

Akteure	Anzahl Fundstellen „Die Rheinpfalz“	Anzahl Fundstellen „Süddeutsche Zeitung“
Akteur aus Kultur	13	4
Landesregierung	3	2
Unternehmer	16	4
Schulen und Kindertagesstätten	1	1
Sportvereine	5	13
Verbände	9	5
Schüler	2	0
Stadtverwaltungen	6	2
Politiker	4	6

Insgesamt lässt sich feststellen, dass sich „Die Rheinpfalz“ innerhalb des Untersuchungszeitraumes vermehrt mit Unternehmer und kulturellen Akteuren beschäftigt hat, während die Berichterstattung über die Situationen in den Schulen und Kindertagesstätten eher vernachlässigt wurde. In den Online-Artikeln der „Süddeutschen Zeitung“ wurde hingegen vor allem über Sportvereine informiert. Da während des Untersuchungszeitraums Regionalwahlen in Freising und im Landkreis Freising stattfanden, kamen hier vermehrt auch Politiker zu Wort. Auch in der Süddeutschen Zeitung wurden Schulen und Kindergärten nicht als Akteure eingesetzt. Auch Schüler wurden nicht thematisiert oder interviewt. Vor diesem Hintergrund kann man die Vermutung anstellen, dass vor allem unmittelbar betroffene Institutionen Relevanz für die Redaktionen hat.

⁶⁸ Vgl. SZ_12 (18.03.2020)

Für einen Einblick in die Berichterstattungen der Untersuchungsgegenstände ist eine weitere wichtige Kategorie das Themenspektrum innerhalb des Untersuchungszeitraumes. Anhand der Kategorie „Themen“ soll festgestellt werden, innerhalb welcher Themengebiete die Berichterstattung zur Covid-19-Pandemie der Online-Zeitungen erfolgt. Die Hauptkategorie „Themen“ konnte durch die Untersuchung des Materials in die Unterkategorien Sport, Wirtschaft, Kultur, Politik, Gesundheitsversorgung, Infektionszahlen und Bildung differenziert werden. „Die Rheinpfalz“ thematisierte am häufigsten unterschiedliche Informationen im wirtschaftlichen und sportlichen Bereich. Ein geeignetes Beispiel hierfür ist ein Artikel, der sowohl der Unterkategorie Sport als auch der Kategorie Wirtschaft zugeordnet werden konnte. Der Artikel beschäftigt sich mit der Zukunft Fußball-Bundesligen sowie konkreter um den Sportverein „Eulen Ludwigshafen“, der durch die Covid-19-Pandemie in finanzielle Schwierigkeiten geraten könnte.⁶⁹ Zur Gesundheitsversorgung und Bildung konnte jeweils nur eine Fundstelle innerhalb der Online-Zeitung „Die Rheinpfalz“ gefunden werden. Die „Süddeutsche Zeitung“ hingegen thematisierte besonders häufig Aspekte zu kulturellen Ereignissen. Besonders auffällig waren hier die Informationen zu Freizeitvereinen. Häufig wurden innerhalb eines Artikels mehrere kulturelle Themen beleuchtet. So konnten in einem Artikel mehrere Absagen zu kulturellen Veranstaltungen wahrgenommen werden. Darunter fallen beispielsweise geplante Stammtische, Seniorenschießen oder ein Vortragsabend eines Gartenbauvereines, jeweils mit stark regionalem Bezug.⁷⁰ Auch bei der „Süddeutschen Zeitung“ konnten in den Kategorien Bildung und Gesundheitsversorgung wenige Informationen gefunden werden. Die Häufigkeitsverteilung zur Kategorie „Themen“ kann in der Tabelle 5 eingesehen werden. Dies könnte darauf hindeuten, dass zum Beginn der Covid-19-Pandemie vorerst nicht an die Auswirkungen bezüglich der Bildungsbeeinträchtigungen oder der Gesundheitsversorgung gedacht wurde.

⁶⁹ Vgl. RP_3 (16.03.20).

⁷⁰ Vgl. SZ_6 (17.03.20).

Tabelle 5: Häufigkeitsverteilung Themen (Quelle: eigene Darstellung)

Themen	Anzahl Fundstellen „Die Rheinpfalz“	Anzahl Fundstellen „Süddeutsche Zeitung“
Sport	6	10
Wirtschaft	7	4
Kultur	5	15
Politik	2	6
Gesundheitsversorgung	1	2
Infektionszahlen	5	4
Bildung	1	1

Auch innerhalb der Kategorie „Themen“ kann man ähnlich zur Kategorie „Akteure“ feststellen, dass in der Online-Zeitung „Die Rheinpfalz“ vermehrt über wirtschaftliche Themen berichtet wird, während sich die „Süddeutsche Zeitung“ hauptsächlich an Themen mit sportlichem oder kulturellem Bezug bedient.

Neben den Akteuren und Themen, sollte man den Fokus auch auf die Zitate und deren inhaltliche Wertung legen. Dieser Kategorie wurden alle Meinungen und Aussagen der Akteure in die Unterkategorien „optimistisch“, „pessimistisch“ und „neutral“ eingeordnet. Optimistisch wurden alle Zitate eingeordnet, die für die Zukunft mit Covid-19 keine erheblichen Schwierigkeiten erkennen können und positiv gestimmt sind. Pessimistisch hingegen wurden alle Zitate kategorisiert, die eher negativ belastet sind, indem die Akteure Schwierigkeiten mit dem Umgang von Covid-19 haben. Neutral sind jene Aussagen, die keine Wertung der Situation beinhalten. Hieraus können Tendenzen gefiltert werden, die die Gesamtsituation der Akteure emotional darstellt. Wichtig ist hier zu erwähnen, dass die Redaktionen selbst entscheiden, welche Zitate in die Berichterstattung eingebaut werden. „Die Rheinpfalz“ weist eine identische Zahl von neutralen und pessimistischen Zitaten auf, während optimistische Zitate in einer geringen Anzahl vorhanden sind. Ein optimistisches Zitat kann beispielsweise von einem Sportvereinspräsidenten wahrgenommen werden: „Wir haben in den letzten

Jahren gut gewirtschaftet. Wir würden nicht insolvent gehen.“⁷¹ Bei der „Süddeutschen Zeitung“ hingegen fällt besonders auf, dass es im Vergleich zu optimistischen und pessimistischen Zitaten, deutlich weniger neutrale Zitate gibt. Aufgrund dessen könnte man schlussfolgern, dass es die „Süddeutsche Zeitung“ vorzieht, aussagekräftige Zitate für ihre Berichterstattung zu verwenden. Eines der wenigen neutralen Zitate in der „Süddeutschen Zeitung“ ist beispielsweise ein Zitat eines Gastronomen, der mitteilt, dass auch er die Gaststube auf unbestimmte Zeit schließen müsse.⁷²

Tabelle 6: Häufigkeitsverteilung Wertung durch Zitate (Quelle: eigene Darstellung)

Wertungen durch Zitate	Anzahl Fundstellen „Die Rheinpfalz“	Anzahl Fundstellen „Süddeutsche Zeitung“
Optimistisch	13	17
Pessimistisch	17	18
neutral	17	4

Die letzte Kategorie enthält alle Auswirkungen der Covid-19-Pandemie, die in den Berichterstattungen genannt wurden. Während der Untersuchung konnten weitere Unterkategorien induktiv festgelegt werden: Schließung von wirtschaftlichen Einrichtungen, Schließung von Freizeitstätten, Staatliche Mittel, Existenzbedrohungen, Veranstaltungsabsagen, Besuchsverbot in medizinischen Einrichtungen, Solidarität und Ehrenamt und Arbeitslosigkeit und Ehrenamt. Innerhalb dieser Kategorie ist wieder ein Aspekt sehr auffällig. Die „Süddeutsche Zeitung“ hat eine auffällige hohe Anzahl an Berichterstattung zu Veranstaltungsabsagen. Exemplarisch für eine solche Textstelle ist folgende: „Die letzten beiden Runden der Bayerischen Schach-Mannschaftsmeisterschaften sind auf unbestimmte Zeit verschoben.“⁷³ Auch bei den Online-Artikeln der Rhein-Pfalz kann man allmählich ein Schema erkennen. Denn hier werden wieder die

⁷¹ RP_12 (18.03.2020).

⁷² SZ_8 (17.03.2020).

⁷³ SZ_2 (16.03.2020).

wirtschaftlichen Auswirkungen beleuchtet. Konkret werden vor allem die Schließungen der wirtschaftlichen Einrichtungen, wie beispielsweise der Einzelhandel, thematisiert. Dies kann beispielsweise am folgenden Zitat belegt werden: „In Ludwigshafen dürfen laut Mitteilung der Stadtverwaltung vom Dienstagabend Einzelhändler, Spezialmärkte, Freizeit- und Tierparks, Bars, Clubs, Bordelle sowie Konzerthäuser und ähnliche Einrichtungen für den Publikumsverkehr ab Mittwoch, 0 Uhr, nicht mehr öffnen.“⁷⁴ Bei beiden Zeitungen wurde vor allem das Besuchsverbot medizinischer Einrichtungen oder auch die Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit sehr wenig thematisiert.

Tabelle 7: Häufigkeitsverteilung Auswirkung der Covid-19-Pandemie (Quelle: Eigene Darstellung)

Auswirkungen der Covid-19-Pandemie	Anzahl Fundstellen „Die Rheinpfalz“	Anzahl Fundstellen „Süddeutsche Zeitung“
Schließung wirtschaftliche Einrichtungen	17	7
Schließung Freizeitstätten	7	14
Staatliche Mittel	4	2
Existenzbedrohungen	11	2
Veranstaltungsabsagen	9	54
Besuchsverbot medizinischer Einrichtungen	1	0
Solidarität und Ehrenamt	8	7
Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit	2	1

⁷⁴ RP_5 (17.03.2020).

Anhand des Untersuchungsmaterials kann man feststellen, dass die beiden Untersuchungsgegenstände klare Tendenzen ihrer Berichterstattung haben. So kann man zusammengefasst erklären, dass die „Süddeutsche Zeitung“ vor allem über kulturelle und freizeitliche Themen informiert, wohin gegen „Die Rheinpfalz“ eher die wirtschaftlichen Aspekte reflektiert. Durch die Erkenntnis der untersuchten Zitate kann man ebenso feststellen, dass die „Süddeutsche Zeitung“ viel Wert auf eine eindeutige Meinungshaltung der Akteure legt und ungerne über eine neutrale Haltung berichtet. „Die Rheinpfalz“ hingegen hat eher ein ausgewogenes Verhältnis der emotionalen Haltung ihrer Akteure zum Thema „Covid-19-Pandemie“.

7 Fazit

Die vorliegende Arbeit „Mediale Berichterstattung während der Covid-19-Pandemie“ geht der Frage nach, ob und wie sich die Berichterstattung in den Online-Zeitungen von der „Süddeutschen Zeitung“ zur „Die Rheinpfalz“ unterscheiden. Ziel dieser Arbeit war es, diese Forschungsfrage zu beantworten.

Die theoretischen Grundlagen und die Portraits der Untersuchungsgegenstände bildeten die Entwicklung des Printmediums bis hin zur Online-Zeitung ab. Dadurch lag der Untersuchung eine fundierte Theorie zugrunde, um die Bedeutung des Pressewesens in der heutigen Gesellschaft einordnen zu können.

Die Covid-19-Pandemie ist eine neue Situation für alle Akteure der globalen Gesellschaft. Deshalb gibt es noch keine Studien zu Verhaltensweisen ähnlicher Berichterstattungen. Dennoch konnte die vorliegende Bachelorarbeit Aufschluss über die Unterschiede über die Berichterstattung von der „Süddeutschen Zeitung“ zur „Die Rheinpfalz“, die vor allem darin liegen, dass die „Süddeutsche Zeitung“ in der Region Freising eher über kulturelle und freizeitliche Themen berichtet. „Die Rheinpfalz“ hingegen möchte ihre Leser über wirtschaftliche Einbußen der Pandemie informieren. Zudem konnte festgestellt werden, dass die „Süddeutsche Zeitung“ vor allem fundierte Meinungen in eine konkrete Richtung thematisiert, während „Die Rheinpfalz“ auf eine eindeutige Meinung verzichten kann.

Vor dem Hintergrund dieser Befunde lässt sich also feststellen, dass sich die Berichterstattung zur Covid-19-Pandemie der Online-Zeitungen von „Die Rheinpfalz“ und der „Süddeutschen Zeitung“ sehr wohl unterscheiden. Die hier dargelegten Ergebnisse motivieren zukünftige Studien, die Berichterstattungen weiterer Zeitungen miteinander zu vergleichen und gegebenenfalls die Berichterstattung der Covid-19-Pandemie im weiteren Jahresverlauf zu untersuchen und gegebenenfalls weitere Unterschiede oder Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung feststellen zu können.

Literaturverzeichnis

- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (2020):** Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse: Blitzanalyse der agma: Printmedien mit gesteigerter Nutzung in Corona-Zeiten, online unter: <https://www.agma-mmc.de/presse/pressemitteilungen/pressemitteilung/blitzanalyse-der-agma-printmedien-mit-gesteigerter-nutzung-in-corona-zeiten>, Zugriff am 09.08.2020.
- Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege (27. März 2020):** Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege: Bayerische Verordnung über Infektionsschutzmaßnahmen anlässlich der Corona-Pandemie (Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung – BayIfSMV), 2020.
- Bilke (2008):** Bilke, Nadine: Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung - Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus, 1. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.
- Bundesministerium für Gesundheit (2020):** Bundesministerium für Gesundheit: Chronik zum Coronavirus SARS-CoV-2, online unter: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/coronavirus/chronik-coronavirus.html>, Zugriff am 08.08.2020.
- Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2019):** Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger: Zeitungen in Zahlen und Daten, online unter: <https://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/marktdaten/zeitungen-in-zahlen-und-daten/>, Zugriff am 06.08.2020.
- Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (2020):** Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger: Paid Content, online unter: <https://www.bdzv.de/maerkte-und-daten/digitales/paidcontent/>, Zugriff am 06.08.2020.
- Burkhardt (2009):** Burkhardt, Steffen: Praktischer Journalismus, München: De Gruyter, 2009. DOI: 10.1524/9783486846720.
- Deutsches Zentrum für Infektionsforschung (2020):** Deutsches Zentrum für Infektionsforschung: Coronavirus, online unter: <https://www.dzif.de/de/glossar/coronavirus>, Zugriff am 22.07.2020.
- Früh (2017):** Früh, Werner: Inhaltsanalyse - Theorie und Praxis, 9. Aufl., Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH mit UVK/Lucius, 2017.
- Götz-Votteler/ Hespers (2019):** Götz-Votteler, Katrin/ Hespers, Simone: Alternative Wirklichkeiten? - Wie Fake News und Verschwörungstheorien funktionieren und warum sie Aktualität haben, Bielefeld: transcript-Verlag, 2019. DOI: 10.14361/9783839447178.
- Hartmann (2008):** Hartmann, Frank: Medien und Kommunikation, Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG, 2008.

- Hörmansdorfer/ Ackermann (2020):** Hörmansdorfer, Stefan/ Ackermann, Nikolaus: Gesundheit: Coronavirus-Erkrankungen (SARS, MERS), online unter: https://www.lgl.bayern.de/gesundheit/infektionsschutz/infektionskrankheiten_a_z/coronavirus/, Zugriff am 22.07.2020.
- Hoser (2014):** Hoser, Paul: Süddeutsche Zeitung (SZ), online unter: [https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/S%C3%BCddeutsche_Zeitung_\(SZ\)](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/S%C3%BCddeutsche_Zeitung_(SZ)), Zugriff am 08.08.2020.
- Krätzig (2020):** Krätzig, Christina: Wie berichten die Medien – idealerweise und in der Realität?, in: Universität Hamburg, Gesprächsprotokoll vom 18.3.2020, online unter: <https://www.uni-hamburg.de/newsroom/im-fokus/2020/0317-corona-medienforschung.html>, Zugriff am 09.08.2020.
- Mast (2018):** Mast, Claudia: ABC des Journalismus - Ein Handbuch, 13. Aufl., Köln: Herbert von Halem Verlag, 2018.
- Mayring (2015):** Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen und Techniken, 12. Aufl., Weinheim und Basel: Beltz Verlag, 2015.
- Meyers (1994):** Meyers, Rheinhard: Begriff und Probleme des Friedens, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1994.
- Pürer (2015):** Pürer, Heinz: Medien in Deutschland - Presse, Rundfunk, Online, Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius, 2015.
- Pürer/ Raabe Johannes (2007):** Pürer, Heinz/ Raabe Johannes: Presse in Deutschland, 3. Aufl.: Konstanz UVK-Verl.-Ges., 2007.
- Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH (2016):** Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH: Die Rheinpfalz-App, online unter: <http://storys.rheinpfalz.de/die-rheinpfalz-app>, Zugriff am 08.08.2020.
- Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH (2020):** Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH: Mediadaten Nr. 73, o. A.
- Robert Koch Institut (2020):** Robert Koch Institut: Coronavirus SARS-CoV-2 - SARS-CoV-2 Steckbrief zur Coronavirus-Krankheit-2019 (COVID-19), online unter: https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Steckbrief.html#doc13776792bodyText1, Zugriff am 23.07.2020.
- Schöne, Walter (1940):** Schöne, Walter: Die Relation des Jahres 1609, Harrassowitz Verlag, Leipzig.
- Süddeutsche Zeitung GmbH (2019):** Süddeutsche Zeitung GmbH: Mediadaten - Preisliste Nr. 82, München.
- Weltgesundheitsorganisation (2020):** Weltgesundheitsorganisation: Pandemie der Coronavirus-Krankheit (COVID-19), online unter: <https://www.euro.who.int/de/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov>, Zugriff am 23.07.2020.

Anlagen

Anlage A: Kodierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
K1: Akteure	Personen, Institutionen und Behörden, die Gegenstand eines Textes sind.	Akteur: Schüler Für die meisten Schüler und Lehrer heißt das aber nicht, dass sie jetzt eine Extraportion Urlaub bekommen.	Ausschließlich Akteure mit Bezug zur Covid-19-Pandemie werden berücksichtigt.
K2: Themen	Unterteilung der Themen innerhalb der Artikel zur Covid-19-Pandemie.	Thema: Sport Am Montag diskutieren die 18 Bundesliga-Vereine in einer Telefonkonferenz über die Zukunft.	Das Material muss grundsätzlich einen Bezug zu Covid-19-Pandemie aufweisen.
K3: Wertungen der Zitate	Darstellung der Zitate, die direkt von den Akteuren stammen.	Wertung: optimistisch: „Wir müssen jetzt kreativ werden und ein Szenario für die Zeit danach entwerfen.“	Es werden nur Zitate aus den Artikeln berücksichtigt, die sich auf die Covid-19-Pandemie beziehen.
K4: Auswirkungen von Covid-19	Kategorisierung der Auswirkungen von Covid-19.	Veranstaltungsabsagen: Wegen der Corona-Krise sagen nach und nach auch die letzten Vereine und Organisationen ihre Veranstaltungen ab oder verschieben sie.“	Es werden ausschließlich Auswirkungen kategorisiert, die aufgrund von der Covid-19-Pandemie zustande kommen.

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.

Mittweida, 10. August 2020

Ort, Datum

Vorname Nachname