Global News Flow

Prof. Robert. L. Stevenson

Hausarbeit:

Die Deutschlandberichterstattung des Economist.

INHALT

<u>I</u> <u>EINLEITUNG</u>	2
II DIE ZEITSCHRIFT "THE ECONOMIST"	3
1.1. Geschichte des Economist	3
1.2. Auflagen und Leserschaft	4
1.3. Der Aufbau der Zeitschrift	5
III ANALYSE DER DEUTSCHLANDBERICHTERSTATTUNG	7
2.1. Das Forschungsdesign	7
2.2. Ressorts	8
2.4. Personen	17
2.5. Tendenz der Berichterstattung	19
2.6. Geografische Verteilung	20
2.6.1. Deutschland und Elitenationen	20
2.6.2. Regionalität in der Deutschlandberichterstattung	21
2.7. Verwendung von Bildern	22
<u>IV</u> <u>FAZIT</u>	24

EINLEITUNG

Medien ermöglichen es, ein Image, eine Vorstellung zu kreieren, die zur Bewertungsgrundlage von Menschen wird. Medien liefern Informationen und vermitteln Eindrücke, die sonst nicht oder nur mit erheblichem Aufwand erlangt werden könnten. Das ist bei der Vermittlung von Nationenimages nicht anders. Es ist deshalb interessant zu untersuchen, welches Bild von Ländern durch die verschiedenen Medien kommuniziert wird.

In dieser Arbeit soll es um die Deutschlandberichterstattung eines international rezipierten Mediums gehen. Die Wochenzeitschrift *Economist*, die in London, Großbritannien, herausgegeben wird, behandelt vornehmlich politische und wirtschaftliche Themen – zwei Bereiche also, in denen Deutschland auch auf internationaler Ebene agiert und beachtet wird. In welchem Umfang wird über Deutschland berichtet? Ist die Berichterstattung kontinuierlich? An welcher Stelle wird über welche Themen berichtet? Wie werden die berichteten Vorgänge bewertet und eingeordnet? Welche Personen spielen eine Rolle und welche Regionen werden benannt? All diese Fragen sollen in dieser Arbeit angeschnitten werden. Dazu wurde eine kleine Studie über die *Economist*-Berichterstattung des Jahres 1999 durchgeführt, deren Ergebnisse die Grundlage für die folgenden Ausführungen sind.

Ich habe den *Economist* aus verschiedenen Gründen für meine Analyse ausgewählt. Zum Einen ist er ein Medium, dass von einer ganz bestimmten Zielgruppe rezipiert wird, die sich aber – und das ist wohl bei kam einem anderen Medium so, auf die ganze Welt verteilt. Deshalb ist es interessant zu sehen, welches Bild von Deutschland gezeichnet wird. Zum anderen ist es eine wenn auch generell internationale trotzdem von seinen Ursprüngen und seiner Grundausrichtung her britische Zeitschrift. Es war aufgrund meiner mehrjährigen eigenen Erfahrung mit britischen Medien interessant zu vergleichen, wann Deutschland Schlagzeilen machte und wie Ereignisse eingeschätzt wurden.

Diese Arbeit ist ein Versuch, die Darstellung von Deutschland deskriptiv zu analysieren. Es ist weniger eine Literaturarbeit als vielmehr eine Studie, die selbst erhobene Daten vorstellen und interpretieren soll.

II DIE ZEITSCHRIFT "THE ECONOMIST"

1.1. Geschichte des Economist

Schotten erinnern die Welt und ganz besonders die Engländer nur zu gern immer wieder daran, dass es ohne sie kein Telefon, keinen Asphalt, keine bittere Orangenmarmelade und keine Bank of England gäbe. Sie könnten diese Liste um eine weitere wichtige Institution erweitern. Ohne den Schotten James Wilson gäbe es wohl keinen *Economist*.

Wilson war eigentlich ein Hutmacher in der kleinen schottischen Stadt Hawick. Als in den 1840ern Gesetze zur Besteuerung von Getreide diskutiert und schließlich auch verabschiedet wurden, was dazu führte, dass Brot teuer wurde und Hunger herrschte, beschäftigte er sich verstärkt mit marktliberalem Gedankengut. Besonders beeinflusst wurde er von den Auffassungen des Philosophen und Ökonomen Adam Smith. Dieser hatte 1776 ein Buch mit dem Titel "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations" veröffentlicht, das sich mit der Marktwirtschaft und deren Auswirkungen befasste. Er untersuchte die Funktionen des Marktes, die Rolle der Arbeitsteilung und die internationalen Auswirkungen des laissez-faire Gedankens in der Wirtschaft. Adam Smith war somit einer der Begründer des akademischen Faches der Wirtschaftswissenschaften und des liberalen Ideals des freien Marktes. Angeregt durch die Ideen dieses und anderer Liberalen gründete James Wilson schließlich 1843 seine Zeitung The Economist. Darin verbreitete er seine Ansicht, dass ein freier Markt ohne staatliche Eingriffe im Sinne aller Bürger sei. Seine angestrebte Leserschaft waren Geschäftsleute wie er selbst einer war. Und da er wusste, dass diese Klientel nur durch Fakten zu überzeugen war, erhob er den Anspruch, dass "all the arguments and propositions out forward in his paper should be subjected to the test of facts". Diesem Grundsatz wird auch der Name "The Economist" zugeschrieben.

Anfänglich war die Zeitung, die sich selbst so nennt jedoch eigentlich eine Zeitschrift ist, ein reines Wirtschaftsblatt. Neue Chefredakteure erweiterten allerdings des Fokus des Blattes. Der wohl bedeutendste war Walther Badehot, ein Bankier, der sich außerdem mit Schriften über die britische Verfassung und Monarchie einen Namen gemacht hatte. In seiner Amtszeit von 1861 bis 1877 schaffte er es, im *Economist* einen politischen Teil erfolgreich zu etablieren, der heute ja nicht mehr wegzudenken ist. Außerdem verstärkte er die Berichterstattung über Amerika. Geoffrey Crowther, Badegehots Nachfolger, setzte den Trend zu mehr Auslandsnachrichten fort.

Das Ansehen des *Economist* wuchs stetig. Nicht nur die Auflagen allgemein stiegen sondern auch der Status derer, die angaben, sich in Entscheidungssituationen auf Angaben und Prognosen der Zeitung zu beziehen. Der britische Außenminister Lord Granville oder der amerikanische Präsident Woodrow Wilson, sind nur zwei Beispiele aus der prominenten Leserschaft der damaligen Zeit. Übrigens waren nicht nur die Leser sondern auch die Journalisten, die für den *Economist* geschrieben haben, teilweise aus recht illustren Kreisen. So haben der Sovietspion Kim Philby und die späteren Premiers Großbritanniens, H.H. Asquith; Irlands, Garret FitzGerald und Italiens, Luigi Einaudi alle für die Zeitung gearbeitet.

Seit 1928 gehört der *Economist* zur Hälfte einer Gruppe von unabhängigen Aktionären, zu denen auch Mitarbeiter gehören, und zur anderen Hälfte der *Financial Times*. Diese Besitzverhältnisse haben sich bewährt und sind seitdem stabil geblieben.

1.2. Auflagen und Leserschaft

Ein weiterer Chefredakteur, Rupert Pennant-Rea, hat einmal beschrieben, welchen Anspruch er mit seinem Produkt verfolgt und wen er ansprechen möchte. Nach seinen Worten ist der Economist "a Friday viewspaper, where the readers, with higher than average incomes, better than average minds but with less than average time, can test their opinions against ours. We try to tell the world about the world, to persuade the expert and reach the amateur, with an injection of opinion and argument." Leider war den mir zugänglichen Quellen keine genaueren Angaben bezüglich der Leserstruktur zu entnehmen. Man kann aber davon ausgehen, dass der Economist vorzugsweise von Vertretern der wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Elite rezipiert wird, die nicht selten auf internationaler Ebene agieren

und Entscheidungen mit umfassenden Implikationen treffen müssen. "It was read widely in the corridors of power abroad as well as at home", schrieb Ruth Dudley Edwards später.

Heute hat der *Economist* eine Auflage von ca. 600 000 Stück pro Woche. Der internationale Charakter wird dadurch unterstrichen, dass gerade einmal ein Fünftel davon im britischen Mutterland verkauft wird. 200 000 Stück werden Woche für Woche in den USA vertrieben. Einen Kampf an den Kiosken muss der *Economist* dabei vorzüglich in Großbritannien kämpfen, wo gerade einmal die Hälfte der Leser Abonnenten sind. Dieses Kaufverhalten ist allerdings typisch für den Zeitungsmarkt in Großbritannien allgemein. In den USA ist dies anders; hier bekommen 90 Prozent der Leser die Zeitschrift zugeschickt während nur 10 Prozent den Weg zum Zeitungskiosk auf sich nehmen.

1.3. Der Aufbau der Zeitschrift

Der *Economist* hat einen festen Aufbau, der sich über Jahre hinweg entwickelt und immer wieder an die Bedürfnisse der Rezipienten angepasst hat. Die Titelseite stellt immer ein Topthema bildlich dar und fügt diesem am oberen rechten Rand zwei weitere Überschriften zu (meistens) anderen Themen bei. Im Inneren der Zeitschrift folgt ein klar und einheitlich gegliedertes Inhaltsverzeichnis, in dem das einzige Bild das des *Covers* ist. Das erste Ressort ist das der Leserbriefe. Dort werden die Lesermeinungen zu Themen aus den letzten Ausgaben veröffentlicht und in seltenen Fällen kommentiert. Nach den Leserbriefen folgt das Ressort "Leitartikel" oder *Leaders*. Hier werden normalerweise sechs Themen behandelt, wobei sich aus aktuellem Anlass die Anzahl ändern kann. Die Themen, die hier kommentiert werden, stammen aus den unterschiedlichsten inhaltlichen und geografischen Bereichen, wobei verstärkt Politisches und Wirtschaftliches besprochen wird. Nach den Leitartikeln, die wie alle anderen Artikel auch ohne die Angabe eines Autors abgedruckt werden, folgt das sogenannte *Spezial*, in dem recht ausführlich auf zwei bis drei Seiten ein Thema exklusiv vorgestellt wird. Im Gegensatz dazu wird in aller Kürze auf wichtige Daten der Politik und Wirtschaft in den 2 jeweils einseitigen *Summaries* hingewiesen.

Artikel der folgenden Ressorts sind oft von regionaler Relevanz, wobei unter 'Region' hier unterschiedlich definiert ist. So gibt es ein Ressort *Britain*, dass spezieller noch als das vorherige *Europe* auf Belange des Inselstaates und Heimaltland des *Economist* fokussiert. Das Ressort *Europe* ist die Hauptquelle von Artikeln über Deutschland in diesem geografisch

definierten Bereich. Es folgen die Ressorts *International*, *United States*, das auch erst in den letzten Jahren eingerichtete *The Americas* und natürlich *Asia*. Zwei wirtschaftliche Bereiche, *Business* und *Finance and Economics*, folgen und es wird interessant sein zu sehen, welchen Stellenwert Deutschland in der Berichterstattung aus diesen Bereichen spielt. Es folgt ein Ressort, dass sich den kulturellen Nachrichten widmet und Themen von Kunst über Geschichte bis hin zu Architektur abdeckt. Ergänzt wird dies durch den monatlich erscheinenden *Review*, der sich vor allem mit Kunstgattungen wie der Literatur und der Musik beschäftigt. Im *Obituary* wird jede Woche eine Persönlichkeit des öffentlichen Lebens vorgestellt, ehe die abschließenden *Indicators* mit nackten Zahlen Kennwerte für die wirtschaftliche Entwicklung ausgewählter Bereiche die wöchentliche Weltschau des *Economist* abschließen.

Anzumerken bleibt noch, dass der *Economist* eine strikte Trennung von publizistischem Teil und Werbung vorsieht. Es gibt keine Überschneidungen. Eine Seite ist entweder vollständig mit Artikeln gefüllt oder enthält ausschließlich Werbung. Der Anteil der mit Werbung gefüllten Seiten schwankt von Ausgabe zu Ausgabe.

2.1. Das Forschungsdesign

Für die Analyse der Deutschlanddarstellung des Economist wurde eine quantitative Inhaltsanalyse durchgeführt. In einem Kodebuch wurden insgesamt 34 Kategorien erfasst, die sich in verschiedene inhaltliche Gruppen zusammenfassen lassen. So ging es in einer ersten Gruppe von Kategorien um die Erfassung von Formalia. Das Erscheinungsdatum, die Seite, das Ressort oder auch die Bebilderung wurden hier kodiert. Eine zweite Gruppe befasste sich dann mit Artikeleigenschaften wie den Inhalten und dem Tenor. Elitepersonen wie z.B deutsche und internationale Politiker und Eliteinstitutionen wie z.B. Parteien wurden ebenfalls kodiert. Weiterhin wurden geografische Kategorien erstellt, um Elitenationen und das Vorkommen verschiedener deutscher Regionen festzuhalten.

Ein schwieriger Punkt war die Selektion der zu kodierenden Artikel. Um den Stellenwert der Berichterstattung über Deutschland ins Verhältnis setzen zu können, wäre eine Kodierung aller Economist-Artikel eines bestimmten Zeitraumes von Nöten gewesen. Dieser Ansatz wurde aber ziemlich schnell verworfen, da der Aufwand in keinem Verhältnis zum Nutzen gestanden hätte. Deutschland wird zwar regelmäßig behandelt, allerdings wäre eine große Anzahl von Artikeln im Nachhinein als irrelevant einzustufen gewesen. Eine weitere Möglichkeit war, die Suchmaschine des Online Archivs des Economist zu nutzen. Diese bietet dem Nutzer drei Varianten, die Suche einzuschränken. Zum einen kann man alle verfügbaren Artikel daraufhin untersuchen, ob das eingegebene Stichwort im Artikel vorkommt. Selbstverständlich erhält man dabei eine große Menge an Ergebnissen, die nur mittels eines sehr kleinen Zeitraumes oder einer Stichprobe zu bearbeiten gewesen wären. Da aber unbekannt ist, nach welchen Kriterien der Computer die ihn relevant erscheinenden Artikel sortiert (es ist zum Beispiel nicht, wie man erwarten könnte, das Erscheinungsdatum oder die Artikellänge), fand ich eine Stichprobenbildung aus diesen Suchergebnissen zu willkürlich. Die zweite Möglichkeit ist, die vom Economist selbst beigefügten Schlüsselbegriffe, die index terms, zu nutzen. Die Suchmaschine sucht dann die für diese Analyse relevanten Worte "Germany" und "German" nur in der Schlagwortspalten und kann somit nur Artikel finden, die sich speziell mit einem deutschen Thema befassen. Dies ist natürlich eine starke Eingrenzung und man ist auf die Katalogisierungsarbeit des Economist angewiesen. Auf der anderen Seite erhält man wirklich nur die Artikel, die Deutschland als Hauptthema haben und somit Aufschluss über die Sicht auf Deutschland geben müssen. Eine dritte Variante ist, die Überschriften auf die zwei Schlüsselbegriffe hin zu untersuchen. Bei dieser Methode erhält man aber nur ein sehr kleines Artikelangebot, was für eine Analyse ungeeignet ist. Fügt man weitere Begriffe wie z.B. Elitepersonen oder –institutionen hinzu, muss man Kriterien finden, wie man die einzubeziehenden von den außen vor zu lassenden Begriffen abtrennt, was wiederum schwierig ist. Letztendlich wurde für diese Analyse die Schlagwortsuche angewendet. Der Grenzen dieser Methode bin ich mir bewusst, allerdings ist sie aus den zur Verfügung stehenden Varianten die valideste und praktikabelste. Sicher ist die Bandbreite, mit der über Deutschland innerhalb des gesamten Economist berichtet wird, nicht völlig abgedeckt und der Rang Deutschlands vor allem im Vergleich mit anderen Elitenationen quantitativ mit dieser Methode nicht messbar. Dafür liefern die Artikel, die in die Untersuchung aufgenommen wurden, wichtige Informationen über das Image Deutschlands in der Zeitschrift Economist.

Der Untersuchungszeitraum wurde auf das gesamte Jahr 1999 festgesetzt. Aus den 53 Ausgaben, die in dem Jahr erschienen waren, wurden *alle* Artikel mit der oben erklärten Schlagwortkategorisierung in die Analyse aufgenommen. Man kann insofern von einer Vollanalyse sprechen, denn alle 99 Artikel, die von Januar bis Dezember 1999 erschienen, wurden kodiert. Natürlich darf man nicht von einer Vollerhebung der Deutschlandberichterstattung sprechen, denn es gab weit mehr Artikel, in denen Deutschland auch behandelt aber eben nicht zum zentralen Thema gemacht wurde.

2.2. Ressorts

Im Folgenden soll vorgestellt werden, in welchen Ressorts Artikel über Deutschland zu finden waren. Wie schon eingangs beschrieben untergliedert sich der *Economist* in ca. 15 Ressorts. Natürlich ist die Anzahl der Themengebiete, in denen Artikel über Deutschland vorkommen können, aufgrund der hauptsächlich geografischen Gliederung der Zeitschrift eingeschränkt. Von vornherein muss man demnach die Bereiche *Britain, Asia, The Americas* und eigentlich auch *World* ausschließen. Dort kann Deutschland zwar auch erwähnt werden, wird aber nie wichtig genug sein, um eine Schlagwortzuweisung zu rechtfertigen. Da die Leserbriefe, die *Summaries* und die *Indicators* nicht mit Schlagworten versehen werden, sind sie in diese

Analyse nicht mit eingegangen. In allen anderen Teilen des Economist können Artikel über Deutschland zu finden sein. Wie sie sich verteilen, zeigt Abbildung 2.

Abb2: Verteilung der Artikel auf die Ressorts

Der exklusivste Platz, an dem auf Themen und Ereignisse im Zusammenhang mit Deutschland hingewiesen werden kann, ist natürlich das Titelblatt oder cover. Deutschland war im gesamten Jahr 1999 insgesamt sieben Mal auf der Titelseite vertreten. Fünf Mal wurde ein mit Deutschland verbundenes Thema in der Themenübersicht an der rechten oberen Seite platziert. An dieser Stelle werden normalerweise zwei der Themen vorgestellt, denen innerhalb des Economist mehrere Artikel gewidmet sind. Meist ist es eine Kombination aus einem Leitartikel und mindestens einem weiteren Beitrag in einem anderen Ressort. Im Januar 1999 wurde auf dem Titel auf Artikel über den deutschen Automobilhersteller BMW verwiesen. Ansonsten waren es vorrangig politische Themen, die dem Economist eine Erwähnung auf dem cover wert waren. Auf das gespannte Verhältnis zwischen Deutschland und Frankreich wurde im März eingegangen. Im April wurden Artikel über Rudolf Scharpings politische Karriere und eine Woche später eine Analyse der politischen Ideen, Erfolge und Ambitionen Gerhard Schröders besonders erwähnt; Deutschlands Außenpolitik stand dann im Juli im Mittelpunkt des Interesses. Von besonderer Bedeutung für diese Arbeit ist allerdings, dass Deutschland zwei Mal die Titelstory lieferte. In beiden Fällen ging es um negative Trends innerhalb Deutschlands. So stellte im Juni 1999 der *Economist* einen Zusammenhang zwischen dem wirtschaftlichen Stillstand in Deutschland und des schlechten Auftrittes des Euro her und titelte "Gemany stalls, the euro falls". Unterstützt wurde die Feststellung durch einen abwärts verlaufenden Pfeil, auf dem der Bundesadler saß. Im September blickte ein nach-denklicher Gerhard Schröder vom Titelblatt des *Economist* und strich sich unentschlossen mit der linken Hand übers Kinn. Die Schlagzeile "*Schröder's struggle*" fasste seine schwierige Situation, die sich aus Wahlniederlagen in Sachen und dem Saarland durch den daraus folgenden Verlust der Bundestagsmehrheit ergab, kurz und prägnant zusammen. Es wäre allerdings sicher nicht angebracht anzunehmen, dass über Deutschland auf den Titelseiten vornehmlich negativ berichtet würde bzw. das der *Economist* der deutschen Regierung und Wirtschaft kritisch gegenüberstünde. Eher könnte man ableiten, dass das angeblich politisch und wirtschaftlich so starke Deutschland für die Zeitschrift eher unwichtig ist, sind doch 46 Ausgaben erschienen, bei denen andere Länder die Aufmacher lieferten.

Innerhalb des *Economist* ist das erste relevante Ressort ist das der Leitartikel oder *Leaders*. Diese folgen den Leserbriefen und lenken die Aufmerksamkeit des Lesers auf die Hauptthemen der Woche. Diese Leitartikel (die Zahl schwankt zwischen vier und sechs) sind nur selten tendenziell ausgewogen sondern kommentieren das Thema einseitig. Meistens wird das Thema des Titelblattes hier wieder aufgegriffen und einleitend dargestellt. Wie in einer normalen Tageszeitung auch zeigt ein Leitartikel an, dass ein Thema von der Redaktion als besonders wichtig oder akut angesehen wird. Deshalb ist es interessant zu erkunden, ob und wann ein deutsches Thema bedeutend genug war, in einem Leitartikel gesondert betrachtet zu werden und welche Charakteristika diese Artikel aufweisen.

Artikel mit dem Schlüsselbegriff Deutschland kamen im Jahr 1999 insgesamt 12 mal in der Sektion *Leaders* vor. Die meisten – nämlich sieben – der Artikel befassen sich mit einem politischen Thema. Erwartungsgemäß wird der Name der Eliteperson Gerhard Schröder gern in der Überschrift verwendet. Sowohl, wenn es um die Person des Bundeskanzlers selbst ging, wie in dem Artikel "*Schröder's struggle*", als auch wenn Schröder gar nicht Thema des Artikels war, wie im Falle von "*Schröder's babies*", wo es nur um die sogenannten "jungen Wilden" der SPD ging, wurde versucht, mit dem Namen der Eliteperson Schröder die Attraktivität des Artikels zu erhöhen. Insgesamt wurden die Leitartikel mit vier neutralen, zwei negativen und einer positiven Überschrift versehen. Die drei Artikel, die gesellschaftlichen Themen gewidmet sind, befassen sich mit dem Problem der Integration von Türken auf der einen und Ostdeutschen auf der anderen Seite sowie den Verhandlungen um die materiellen und psychischen Preis des Holocaust. An dieser Stelle wird ein kritischer Blick

auf das deutsche Volk geworfen und ein skeptischer Grundton in den Artikeln bemerkbar. Ebenfalls kritisch befasst sich der einzige *leader*, der ein wirtschaftliches Thema hat, mit der drohenden Rezession der deutschen Wirtschaft. Während Deutschland also auf der politischen Ebene schwach positiv dargestellt wird, wird der Economist Leser bei gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Themen mit einem negativen Deutschlandbild in die nächste Artikelkategorie, *Europe*, entlassen.

Häufiger und vor allem auch positiver wird Deutschland im Ressort *Europe* behandelt. Insgesamt 41 Artikel haben als übergreifendes Thema entweder die deutsche Politik, Wirtschaft, Gesellschaft oder Kultur. Der "Löwenanteil" der Beiträge (31 bzw. 75 Prozent) befasst sich mit der deutschen Politik. Dies geschieht, anders als in den Leitartikeln, auf eine ausgewogene Art und Weise. Knapp zwei Drittel der Artikel hat sowohl eine neutrale Überschrift als auch einen ausgewogenen Tenor. Die zu Grunde liegenden politischen Themen waren sogar zu 80 Prozent neutral. Hier wird die Annahme widerlegt, dass es hauptsächlich negative Inhalte sind, die berichtet werden. Die Journalisten des Economist zeichnen ein ausgewogenes Bild von Deutschland und dessen politischen Akteuren. Auch wenn nur einer der 41 Artikel inhaltlich dem Thema Wirtschaft zugeordnet werden konnte und er damit nicht gerade repräsentativ ist, muss man aber doch feststellen, dass auch er nicht tendenziös eingefärbt sondern neutral über Deutschlands Wirtschaft berichtete. Um aber besser einschätzen zu können, wie der Economist im Jahr 1999 zur deutschen Wirtschaft stand, muss das Ressort *Business* genauer untersucht werden.

In diesem Teil des *Economist* geht es vorrangig um die internationale Wirtschaft. Da Deutschland die drittgrößte Wirtschaftsnation der Welt ist, könnte man eine regelmäßige und ausführliche Berichterstattung erwarten. Aber im gesamten Jahr finden sich nur 12 Artikel, die sich mit Deutschland als Wirtschaftsstandort beschäftigt. Im ersten Quartal ist die deutsche Wirtschaft unterrepräsentiert, allerdings wird sie dann in den folgenden drei Quartalen regelmäßig in die Berichterstattung eingegliedert. Die Artikel sind eindeutig kürzer als z.B. Artikel im Ressort *Europe*. Drei Viertel der Artikel im Ressort *Business* sind kürzer als 900 Wörter, nehmen also deutlich weniger als eine Seite ein. Dagegen sind im Ressort *Europe*, dass sich ja hauptsächlich mit politischen und gesellschaftlichen Themen befasste, drei Fünftel der Artikel länger als 900 Wörter und nehmen daher mehr als eine Seite ein. Man könnte also zu dem Schluss gelangen, dass Deutschlands Wirtschaft für den *Economist* nicht

von großer Bedeutung ist. Sicher ist, dass die Zeitschrift einen kritischen Blick auf die Wirtschaftsnation Deutschland wirft. Das Land sei bürokratisch und überreguliert. "Macroeconomic policies are too tight" heißt es da und "A country that considers an extension of shop hours to 4 pm on a Saturday as a bold move is barely grasping the concept of structural reform." Das Blatt bemängelt Deutschlands Schwerfälligkeit, wenn es um die Aufgabe staatliche geschützter Monopole geht. "If German footballers moved as slowly as their government they would never even get near a trophy." Man kommt zu dem Schluss, dass Deutsche Regelungen (eine gern benutzte Formulierung ist "red tape") lieben und sich nicht gern ändern. "Germans are weary of change." Eine solche Einschätzung muss sollte die Deutschen nachdenklich stimmen. Allerdings kommen in der Fortsetzung des Gedankens alt bekannte Stereotype zum Vorschein: "When they embrace it or have it forced on them, however, they do not go in for half-measures."

Deutschland hat mit Frankfurt am Main eine Finanzmetropole von internationalem Rang. Es haben nicht nur die meisten großen deutschen Banken dort ihren Sitz sondern auch die Europäische Zentralbank, die zum Beispiel für die Stabilität des Euro mitverantwortlich ist. Für den Finanzsektor gibt es im *Economist* das Ressort *Finance and Economics*, dass wie schon der *Business*-Bereich weltweite Trends und Geschehnisse analysiert. Hier ist Deutschland über das gesamte Jahr hinweg ebenfalls mit 12 Artikeln repräsentiert. Genau wie im Ressort *Business* sind auch hier drei Viertel aller Artikel kürzer als 900 Wörter, allerdings liegt der Mittelwert höher. Während die Wirtschaftsartikel eine durchschnittliche Länge von ca. 707 Wörtern aufwiesen, waren die Finanzartikel durchschnittlich 863 Wörter lang. Das heißt also, dass bei gleichhäufiger Berichterstattung über wirtschaftliche und finanzielle Themen den Artikeln über deutsche Finanzwirtschaft und Ökonomie mehr Raum zugestanden wurde.

Positive Nachrichten in den untersuchten Artikeln sind aber eher rar. Nur einmal wurde über ein positives Thema berichtet und nur zweimal waren die Überschrift bzw. der Tenor der Berichterstattung optimistischer Natur. Dagegen halten sich neutrale und negative Darstellungen in allen drei Kategorien die Waage. Negativ wurde vor allem dann berichtet, wenn Deutschlands restriktive Wirtschaftspolitik im Zentrum des Interesses stand. Artikel wie "Germany's protective wings" stellen Deutschland als ein Land dar, dass mittels vieler

Regelungen und staatlicher Eingriffe einen innerstaatlichen Sonderweg fernab des internationalen Trends zum immer freieren Markt beschreitet. Neutrale oder besser ausgewogene Artikel findet man dann bevorzugt, wenn Deutschland Märkte öffnet und staatlich geschützte Monopole aufgibt, wie das z.B. bei der Öffnung des Strom- oder Telefonmarktes der Fall war. Das ist bei der Philosophie des *Economist* allerdings auch wenig verwunderlich. Das Blatt unterstützt seit seiner Gründung die Ideen des Marktliberalismus, der sich staatliche Eingriffe verbietet und den einzig Markt als regulierende Kraft akzeptiert.

Die zwei weiteren Themengebiete Moreover und Review spielten in der Berichterstattung über Deutschland im Jahr 1999 eine untergeordnete Rolle. Insgesamt wurden 10 relevante Artikel veröffentlicht, die sich besonders mit kulturellen Inhalten befassten. Dabei ist auffallend, dass die Artikel dieses Ressorts deutlich länger sind als die aus anderen Bereichen. Während ein Moreover-Artikel durchschnittlich 1263 Wörter aufwies, also mindestens anderthalb Seiten lang war, wurde Artikeln aus den bisher vorgestellten Ressorts Leader, Europe, Business und Finance and Economics durchschnittlich nur knapp 800 Wörter zugestanden. Allerdings geschieht das nicht, weil die Kulturmetropole Deutschland in irgendeiner Form positiv hervorgehoben werden müsste oder dargestellt werden soll, wie stark das kulturelle Leben Deutschlands pulsiert. Häufig beschäftigen sich die Artikel mit der Vergangenheit. "Germany's great composers" oder Goethes "Conflicting spirits" zeugen nicht von einer lebendigen deutschen Kulturszene, die Beachtung finden sollte. Wenn von heutigen Themen berichtet wurde, dann war das nicht selten kritisch. Eines der renommiertesten Opernfestivals der Welt, die Bayreuther Festspiele, litten, so der Economist, an einer "A Wagnerian crisis of imagination" und das Wiederaufleben einer jüdischen Kulturszene in Berlin sei "The best revenge". Gerade einmal über die neuere deutsche Literatur äußerte sich der Economist zuversichtlich und auch ziemlich regelmäßig. In der monatlich erscheinenden Review-Sektion wurde Deutschland einmal pro Quartal in den Vergleich einbezogen.

Im ganzen Jahr 1999 wurde Deutschland einmal je ein *Special* und ein *Survey* gewidmet. Das Special befasste sich mit Deutschlands schlechtem wirtschaftlichen Auftritt und der drohenden Rezession. Sehr kritisch setzte sich der mit über 3000 Wörtern längste Artikel, den es zu Deutschland gab, mit dem stagnierenden Wirtschaftswachstum und den sich daraus ergebenden Folgen für Europa und seine Währung auseinander. Der im Februar 1999 erschienene *survey* beschäftigte sich in 10 thematisch sehr unterschiedlichen Artikeln mit der

deutschen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Diese Artikel waren mit durchschnittlich 1291 Wörtern wesentlich länger als ein durchschnittlicher Beitrag zu Deutschland. In kleinen Statements wurde der Inhalt der Beiträge zusammengefasst. Dabei kann man drei Hauptaussagen unterscheiden. Zum einen wird in die Zukunft geschaut und gesagt, dass Deutschland seine Probleme schon in den Griff bekommen wird. "In becoming ever more ordinary, and less guilt-ridden, Germany is discovering new, ordinary problems" prognostiziert man da oder auch "Germany will be prosperous but less coy, less burdened by the past but more ready to face it, and eager, above all, for a period of calm." Der Artikel "A less frightening world" hat zum Untertitel "... and a less frightening Germany". Größere Probleme werden eher auf dem (wirtschafts-)politischen Sektor gesehen. So meinen die Verfasser "all the talk about new jobs is unlikely to create any" oder gar "the universities don't sparkle, technology is not as high as it should be, and the Mittelstand is showing its age". Letztlich sieht man auf der gesellschaftlichen Ebene noch große Konfliktpotentiale. In einem Artikel über 10 Jahre deutsche Einheit wird die Frage aufgewofen: "When will it come together?" und auch, ob Türken jemals ein integrativer Teil der deutschen Gesellschaft werden können. Die Bandbreite der Inhalte in diesem Ressort ist also groß und der Tenor unterschiedlich, alles in allem aber ausgewogen. Es spricht für die Qualität des Economist, dass er verschiedene Sichtweisen anbietet und auch mit großer inhaltlichen Akkuratheit über die teilweise sehr komplexen Themen berichtete.

Abschließend noch ein Wort zu einem Ressort, in dem Deutschland über das ganze Jahr hinweg gar nicht vorkam: *Science and Technology*. Dieser Bereich behandelt Themen wie technische Neuentwicklungen und wissenschaftliche Fortschritte. Es zeigt sich einmal mehr, dass Deutschland an das wissenschaftliche Niveau, das es vor den Weltkriegen hatte, nie wieder richtig anschließen konnte. Ein anderer Grund mag sein, dass viele kluge Köpfe lieber in andere Länder gehen und dort forschen. Es ist zwar möglich, dass das gewählte Selektionskriterium (die Worte "*Germany*" oder "*German*") mitverantwortlich dafür waren, dass keinerlei Artikel gefunden wurden, allerdings ist es sicher nicht der alleinige Grund.

2.3. Themen

Wie bereits angeklungen ist das Themenspektrum des Economist breit gefächert. Politische Nachrichten haben einen hohen Stellenwert und bilden wohl mit den Wirtschaftsnachrichten die thematischen Schwerpunkte. Dies ist bei der Darstellung Deutschlands nicht anders.

Abb1: Themenverteilung in den 4 Quartalen 1999, (n=99 Artikel)

Die ausgewählten Artikel mit der Schlagwortbezeichnung Deutschland lassen sich in vier thematische Kategorien eingliedern. Das am stärksten bediente Thema war erwartungsgemäß das Thema Politik. 42 Prozent der Artikel befassten sich mit dem politischen Geschehen in Deutschland. Die Gründe dafür sind vielfältig. Seit September 1998 hatte Deutschland eine neue, sogenannte rot-grüne Regierung, die vom In- und Ausland mit Skepsis beobachtet wurde. Nach 16 Jahren stabiler konservativer Politik musste man jetzt erst einmal abwarten, was eine Koalition aus Sozialdemokraten und pazifistischen Umweltaktivisten für einen politischen Kurs einschlagen würden. Die Spannungen, die sich aus der auf Bundesebene bisher unerprobten Kombination ergaben, wurden mit Aufmerksamkeit verfolgt und berichtet. Des Weiteren übernahm Deutschland im ersten Halbjahr 1999 sowohl die EU-Präsidentschaft als auch den Vorsitz des Bündnisses der G8-Staaten. Schließt man nun noch den Kosovo-Krieg ein, bei dem Deutschland zum ersten Mal seit dem zweiten Weltkrieg wieder eigene Truppen zum Kämpfen ins Ausland schickte, erklärt sich der hohe Anteil an Artikeln mit politischen Themen.

Wie dargestellt war eine Brisanz der innen- und außenpolitischen Themen besonders in den ersten 6 Monaten des Jahres 1999 gegeben. Vergleicht man die Verteilung der Beträge mit einem politischen Thema, stellt man auch einen steten Abfall der Häufigkeit solcher Artikel über das Jahr hinweg fest. (siehe Abbildung 1) Während in der Zeit von Januar bis März noch 14 politische Artikel Deutschland zum Hauptinhalt hatten, waren es zwischen Oktober und Dezember weniger als halb so viele. (Allerdings muss man auch beachten, dass die Anzahl der Artikel generell sank. Relativ gesehen stieg der Anteil der politischen Berichterstattung an der Gesamtberichterstattung über Deutschland bis auf 50 Prozent im dritten Quartal. Das mag aber darin begründet liegen, dass in den Ausgaben von April bis September keinerlei gesellschaftliche Themen bedient wurden.) Zur Zeit als Deutschland international politisch eine sehr wichtige Rolle spielte, waren die untersuchten Artikel überwiegend ausgewogen. Die Politikartikel der ersten zwei Quartale wiesen 9 neutrale und jeweils 3 positive und drei negative Überschriften auf. Der durchschnittliche Tenor der Politikartikel war schwach positiv.

Interessant ist es auch, die zeitliche Verteilung der Artikel zu analysieren, die sich mit der deutschen Wirtschaft befassen. Über das gesamte Jahr hinweg sind es 29, wobei man an dieser Stelle anmerken muss, dass hier die Markierung mit dem Schlagwort "Germany", was ja Selektionskriterium war, nicht annähernd allen relevanten Artikeln zugeordnet wurde. Ein Grund könnte der Trend zur Globalisierung sein, der Unternehmen über die Landesgrenzen eines Staates hinweg agieren und somit bedeutend werden lässt und damit den Anspruch auf die Zuordnung des Bezugsbegriffes "Deutschland" verliert. Um jedoch nicht die Stichprobe willkürlich um die Artikel zu erweitern, die beim Kodieren der anderen Artikel zufällig auffielen, kam eine Änderung des Selektionsmusters nicht in Betracht.

Wohl aufgrund der Tatsache, dass die Berichterstattung über Deutschland eh schon durch den Politikteil relativ hoch war, hinkte im ersten Quartal des Jahres 1999 die Anzahl der Wirtschaftartikel eindeutig hinter der der Politikartikel zurück. Im Übergang vom März zum April vollzog dann sich ein politischer Wechsel, der für großen Wirbel sorgte und dessen Auswirkungen auf die nationale und internationale Wirtschaft ausgiebig analysiert wurde. Der deutsche Finanzminister Oskar Lafontaine trat überraschend von all seinen Ämtern zurück und machte Platz für einen neuen Mann mit grundlegend anderen finanzpolitischen Intentionen: Hans Eichel. Wie aus Abbildung 2 hervorgeht, liegen im 2.Quartal die Politik-

und die Wirtschaftsberichterstattung dann auch fast gleichauf und machen gemeinsam 88.5 % der Gesamtberichterstattung aus. Wie wir später sehen werden, geht dieser Trend einher mit dem vermehrten Vorkommen der politischen Akteure Lafontaine und Eichel.

Abschließend einige Anmerkungen zu den zwei weiteren Themenkategorien Gesellschaft und Kultur. Unter der ersteren Kategorie wurde ein Beitrag dann kodiert, wenn er Geschehnisse im Bereich gesellschaftlicher Handlungsträger beinhaltete, wenn es also um soziale Institutionen oder Gruppen geht. Aus der Grafik ist ersichtlich, dass gesellschaftliche Themen nur zu Beginn und zu Ende des Jahres zu verzeichnen waren. Im ersten Quartal ist die Anzahl so hoch, da ein *Survey* exklusiv zu Deutschland veröffentlicht wurde, der allein 6 der 9 Artikel beinhaltete. Generell kann man sagen, dass für den Economist zum einen das Thema Integration sozialer Gruppen in die deutsche Gesellschaft wichtig war und zum anderen die Auswirkungen oder Spätfolgen des Themas zweiter Weltkrieg. Über kulturelle Themen im Zusammenhang mit Deutschland wurde über das ganze Jahr hinweg gleichmäßig auf niedrigem quantitativem Niveau berichtet. Ein thematischer Schwerpunkt war hier die Stadt Weimar, die 1999 Europas Kulturstadt war und als Goethe-Stadt den 250. Geburtstag des Dichters besonders beging.

2.4. Personen

Es ist wohl kaum ein überraschender Befund, dass Gerhard Schröder die mit Abstand am häufigsten genannte Person in den Artikeln über Deutschland ist. Der deutsche Bundeskanzler ist einer der wichtigsten und bekanntesten politischen Repräsentanten unseres Landes und die im *Economist* veröffentlichten Darstellungen waren eng an seinen Namen geknüpft. Während er in 58 der 99 untersuchten Artikel vorkam (darunter in allen 42, die sich mit Politik befassten), wurde sein bester "Verfolger", der ehemalige Finanzminister Oskar Lafontaine, nicht einmal in halb so vielen Artikeln genannt. Es mag allerdings trotzdem verwundern, warum ein Mann, der sich im März 1999 vollständig aus der Politik zurückzog, die zweithäufigst genannte Person ist. Zwei Dinge sind hierbei erstaunlich. Zum einen ist dies die Tatsache, dass kein anderer deutscher Politiker es geschafft hat, trotz kontinuierlicher politischer Arbeit Lafontaine den Rang abzulaufen. Selbst Lafontaines Nachfolger, Hans Eichel, wurde in gerade einmal 14 der 99 Artikel genannt. Zum anderen erstaunt, dass Lafontaine über das gesamte Jahr 1999 hinweg Erwähnung findet und insbesondere, dass er in

der Zeit von Juli bis September 1999, also Monate nach seinem spektakulären Rücktritt, die

meiste Beachtung erfährt.

Der ehemalige Bundeskanzler Helmut Kohl war die dritthäufigst genannte Eliteperson. Kohl

kam immerhin noch in jedem fünften Artikel vor. Dabei wurde er häufig in der Retrospektive

als Amtsvorgänger Schröders erwähnt. Später im Jahr wurde er dann in Zusammenhang mit

der CDU-Parteispendenaffäre gebracht. Mit Edmund Stoiber fand noch ein weiterer

konservativer Politiker regelmäßige Erwähnung. Stoiber wurde als Politiker mit

Durchsetzungskraft dargestellt, der Ambitionen auf den Bundeskanzlerposten hat und

wirtschaftlich kompetent ist. In den 10 über das Jahr verteilten Artikeln wurde vor allem seine

Rolle in der Bundespolitik dikutiert. Bemerkenswert ist an dieser Stelle, dass der damalige

Vorsitzende und Fraktionschef der CDU, Gerhard Schäuble, seltener in die Berichterstattung

einbezogen wurde.

Weitere Regierungsmitglieder wie der bereits erwähnte neue Finanzminister Eichel und

Außenminister Fischer waren für die Berichterstattung über Deutschland von geringerem

Interesse. Das trifft auch für so wichtige Personen wie atomfeindlichen Umweltminister

Trittin und sogar für das deutsche Staatsoberhaupt Rau zu.

Abb.3: Vorkommen von Elitepersonen der Politik und Zeitgeschichte (n=99)

20

Bei der Beschäftigung mit Personen, die die Berichterstattung im Zusammenhang mit Deutschland beeinflussten, darf auch ein Blick auf die Personen der Zeitgeschichte nicht fehlen. Die einzigen Personen, die in dieser Kategorie mehrmals Erwähnung fanden, waren ehemalige Bundeskanzler. Adenauer, Brandt und Schmidt kamen insgesamt neun Mal vor. Für Deutschland ist darüber hinaus natürlich der Name Adolf Hitler von besonderer Prägnanz. Hitler wurde in jedem zehnten Artikel erwähnt. Dass an scheint recht häufig, zieht man in Betracht, dass dies in der Häufigkeitsrangfolge gemeinsam mit Edmund Stoiber Platz sechs bedeutet. Allerdings kann man sagen, dass man von der bloßen Nennung des Namens Hitlers im Economist nicht auf eine weltkriegsorientierte Deutschlanddarstellung schließen kann. Im Gegenteil. Das Lesen der hier relevanten Artikel lässt eher zunehmend entkrampfte Haltung gegenüber Deutschland erkennen. Deutschland wird noch lange Jahre mit der historisch basierten Sepsis anderer Nationen leben müssen. Zu viel Schuld hat man vor über 50 Jahren auf sich geladen, zu viel Leid Millionen von Menschen beigefügt. Allerdings kann man den Artikeln des Economist eine positive Einstellung zu Deutschlands Fähigkeit, selbstbewusst und realistisch in die Zukunft zu schauen, entnehmen. Die Angst vor dem großen mächtigen Deutschland in der Mitte Europas ist nicht verflogen, vielmehr ist man vorsichtig optimistisch. Das manifestiert sich auch in folgendem Zitat. "Is there any danger that Germany may now be forgetting the grimmest aspects of their past? No. On June 25th, after more than a decade of unfinished debate, the German parliament at last agreed to the building of a huge memorial to the Jewish victims of the Holocaust in the middle of Berlin. Still, though Germany is not turning its back on the past, it is less disposed to be constrained by it. As Mr. Schröder put it in taking office, it is a country "neither better nor worse" than others. Quite so. Just a bit bigger than its neighbours, and bang in the centre of Europe."

Die bisher vorgestellten Elitepersonen rekrutieren sich alle aus dem politischen Leben. Das hat einen sehr einfachen Grund. Im Wirtschaftsteil des *Economist* werden die Namen der relevanten Unternehmen denen der involvierten Personen vorgezogen. Die Darstellungen werden weniger an Personen festgemacht. Um hier eine feimaschigere Analyse durchführen zu können, wäre eine höhere Zahl von Artikeln von Nöten gewesen. So kamen die meisten der erwähnten Personen nur ein- oder zweimal vor, was für eine individuelle Auswertung von geringer Aussagekraft ist. Auf kulturellem Gebiet ist das Problem ähnlich.

2.5. Tendenz der Berichterstattung

Der *Economist* ist keine Zeitschrift, die sich das Gebot der Neutralität und der Zurückhaltung der eigenen Meinung auferlegt. Vielmehr wird sehr wohl gewertet und kommentiert – auch außerhalb der Leitartikel. Es war daher schwer zu definieren, was ein neutraler Artikel sein soll. Da es kaum Artikel gab, die kommentarlos waren, wurde anstatt der Bezeichnung "neutral" die Formulierung "ausgewogen" verwendet. Diese wurde dann kodiert, wenn ein Artikel nicht einseitig positiv oder negativ war bzw. wenn verschiedene Seiten gleichberechtigt dargestellt wurden. Untersucht wurden die Artikelüberschriften, die Themen und der Tenor der einzelnen Berichte.

Die Mittelwerte aller drei Kategorien sind sehr nah beieinander. Bei einer Kodierung (1) positiv, (2) ausgewogen und (3) negativ liegen alle Mittelwerte nahe 2. Überschriften weichen mit dem Wert 2,23 am weitesten ab. Das ist kaum überraschend, denn eine Überschrift soll die Aufmerksamkeit auf den Artikel lenken, was sehr gut über eine positionierende Formulierung funktioniert. Der Mittelwert der den Artikeln zugrunde liegenden Themen weicht nur geringfügig von dem der Überschriften ab, wobei noch mehr neutrale Themen kodiert wurden. Der Tenor der Artikel, also die Grundtendenz, die der Journalist dem Artikel

gibt, war mit dem Wert 2,07 am dichtesten am logischen Mittelwert 2. Die Berichterstattung über Deutschland war also über das Jahr hinweg ziemlich ausgewogen.

Die Annahme, dass vorrangig *bad news* berichtet würden, kann nicht gestützt werden. Dabei mag es weniger überraschen, dass die Themenberichterstattung relativ ausgewogen ist. Allerdings wurde für die Ereignisberichterstattung der gleiche Mittelwert festgestellt. Auch wenn wesentlich weniger Ereignisse als Themen im *Economist* behandelt wurden, ist es sicher nicht das Ereignismerkmal Negativität, dass es berichtenswert macht. Ein Trend ist allerdings bemerkenswert: positive Artikel waren durchschnittlich länger als negative und ausgewogene. Während letztere durchschnittlich 866 Wörter lang waren, brachten es negative auf 946 Wörter und positive sogar auf 993.

2.6. Geografische Verteilung

Dieser Abschnitt befasst sich mit 2 Aspekten der geografischen Charakteristika von Ereignissen. Es soll untersucht werden, mit welchen Elitenationen Deutschland in Verbindung gebracht wird und welche innerdeutschen Regionen bei der Deutschlandberichterstattung besondere Beachtung erfahren.

2.6.1. Deutschland und Elitenationen

Im europäischen Kontext wird Deutschland häufig zusammen mit Großbritannien und Frankreich erwähnt. In 37 bzw. 33 Prozent aller Artikel wurden diese beiden Länder in Zusammenhang mit Deutschland gebracht. Dabei sind die verschiedenen Nationen in unterschiedlichen Bereichen wichtig. 40 Prozent aller Artikel über Politik beinhalten Referenzen zu Großbritannien. Das lässt sich wohl weniger durch Galtung und Ruges Nachrichtenfaktoren "Elitenation" als vielmehr durch die Faktoren von Schulz "geografische Nähe" und vor allem "politische Nähe" erklären. Ähnlich wie in Deutschland kam 1997 mit der Labour Party nach langjähriger konservativer Regierung eine sozialdemokratische Partei an die Macht. Außerdem orientiert sich Schröder stark am Vorbild Blairs. Großbritannien ist darüber hinaus auch in den Artikeln, die wirtschaftlichen Themen gewidmet waren, häufig erwähnt worden. Das mag zum einen daran liegen, dass Großbritannien generell den wichtigsten Exportmarkt für deutsche Waren stellt und zum anderen, weil am Ende des Jahres 1999 ein auch durch die Medien sehr beachteter Übernahmekampf zwischen dem deutschen Telekommunikationsunternehmen Mannesmann und dem britischen Mobilfunkbetreiber *Vodafone* entbrannte.

Der Anteil der Politikartikel, die Frankreich erwähnten, war sogar noch höher als der, der Großbritannien einbezog. In jedem zweiten Artikel zu politischen Themen und Ereignissen wurde ein Bezug zum deutschen Nachbarland Frankreich hergestellt. Überhaupt schien die Beziehung von Deutschland und Frankreich für den *Economist* von besonderem Interesse zu sein. Genauso wie Großbritannien kämpft Frankreich um die Vorherrschaft in Europa und sieht mit Skepsis, wie das vereinte Deutschland erstarkt und zu neuem Selbstbewusstsein findet. Frankreich und Deutschland ähneln sich in ihrer Einstellung zu Europa – so sehen sie anders als Großbritannien die EU nicht nur als Wirtschaftsunion sondern glauben an und fördern einen "*European way of life*". Man kann also auch hier von "regionaler" und ganz besonders von "politischer Nähe" ausgehen.

Eindeutig als Elitenation würde ich die USA einschätzen. Interessanterweise spielt sie im politischen Kontext keine sonderlich große Rolle. Nur in einem Drittel dieser Artikel wurden die USA erwähnt. Die Namen Clinton und Bush fielen erstaunlicherweise über die gesamte Zeit hinweg nur zwei Mal. Am häufigsten war die USA in gesellschaftlich orientierten Artikeln vertreten, besonders, als es um die Entschädigungsklage der ehemaligen NS-Zwangsarbeiter ging.

2.6.2. Regionalität in der Deutschlandberichterstattung

Geht man von den nackten Zahlen aus, könnte man dem *Economist* ein sehr gutes Zeugnis bezüglich des Einbeziehens deutscher Regionen und Bundesländer ausstellen. Man muss allerdings anzweifeln, wie repräsentativ diese Zahlen sind. 1999 fanden sehr viele Landtagswahlen statt und häufig waren sie der einzige Anlass, ein Bundesland in einen Artikel einzubeziehen. Ob ohne diese Wahlen das Spektrum der erwähnten Bundesländer weiterhin so vollständig gewesen wäre, kann allerdings nur spekuliert werden.

Klammert man Berlin aus kamen bis auf den Stadtstaat Hamburg alle Bundesländer in den analysierten Artikeln vor. Selbstverständlich wurde einigen mehr Bedeutung zugemessen als anderen. Von den westdeutschen Ländern kamen Bayern mit 19 Nennungen, Hessen mit 14 und Nordrhein Westfalen mit 12 am häufigsten vor. Hier vereinen sich aber auch die "Eliteländer", denn Bayern und Hessen sind die wirtschaftlich stärksten Regionen und Nordrhein Westfalen das bevölkerungsreichste Bundesland. Die ostdeutschen Bundesländer

waren in der Berichterstattung wesentlich spärlicher vertreten. Sachsen kam immerhin noch in sechs Artikeln vor; addiert man aber das Vorkommen aller ostdeutschen Bundesländer auf, erreicht man mit 14 Nennungen noch nicht einmal die Anzahl, die Bayern allein aufweisen kann. Ost-deutschland wurde also vom *Economist* etwas stiefmütterlich behandelt. Die Unterscheidung in ost- und westdeutsch wird übrigens selten getroffen. Es gibt keinen Artikel, in dem nur das Wort "westdeutsch" vorkommt. Nur als Abgrenzung zum Begriff "ostdeutsch" wird gelegentlich auch einmal der Begriff "westdeutsch" verwendet. Dass generell keine Unterscheidung zwischen den alten und neuen Bundesländern getroffen wird, hängt aber damit zusammen, dass die Berichterstattung zu einem sehr großen Teil entweder gesamt- oder westdeutsch ausgerichtet ist und diese zwei Varianten fast als äquivalent angesehen werden.

Städte wurden in den Artikeln weniger häufig genannt. Das mag hauptsächlich dadurch begründet sein, dass die Rezipienten mit diesen speziellen Informationen oft nur wenig anfangen können. Anhand der hohen Themenberichterstattung muss man zudem sehen, dass oftmals keine spezielle örtliche Bindung eines Themas vorliegt. Die Städte, die genannt werden, sind die drei wichtigen Städte Bonn als ehemalige Hauptstadt, Berlin als die neue und Frankfurt/Main als Finanzmetropole.

2.7. Verwendung von Bildern

Gerade in der heutigen Zeit, wo das Fernsehen einen so großen Stellenwert bei der Informationsbeschaffung und Unterhaltung der Rezipienten spielt, kann sich auch eine Zeitschrift dem verstärkten Trend zur Visualisierung nicht entziehen. Verbildlichungen erfüllen dabei verschiedenste Funktionen. Sie können der bloßen Illustration dienen, sie können im Text stehende Informationen verifizieren, können Verständnishilfe sein oder zusätzliche Informationen kommunizieren.

Innerhalb der Zeitschrift setzt der *Economist* unterschiedliche, für Zeitschriften typische Visualisierungstypen ein. Karikaturen und Fotografien machen zusammen fast die Hälfte aus; gefolgt von Grafiken und Tabellen mit 15 bzw. 10 Prozent. Weitere Formen der Visualisierung sind die Fotomontage, die Zeichnung und die Landkarte, die aber alle nur eine untergeordnete Rolle spielen. Generell ist aber für die Seitengestaltung fest zu halten, dass nicht das Bild sondern der Text im Vordergrund steht. Bilder nehmen nie mehr Platz ein als

der Artikel, den das Bild unterstützen soll. Außerdem geht man mit Visualisierungen sehr sparsam um. Drei Viertel aller Artikel haben nur ein Bild und aus den Daten kann nicht zwingend abgeleitet werden, dass mit längeren Artikeln auch eine höhere Bildanzahl verbunden ist.

Die im Zusammenhang mit Deutschland am häufigsten verwendete Visualisierungsform ist die Karikatur. Bekanntermaßen ist sie bei britischen Zeitschriften allgemein sehr beliebt. In ihnen können ausgewählte Eigenschaften (vorzugsweise von Personen) hervorgehoben und verstärkt werden. Anders als zum Beispiel bei Fotografien kommt es hier nicht darauf an, das Original detail- und wahrheitsgetreu abzubilden. In den untersuchten Artikeln waren Karikaturen auch die meistverwendete Verbildlichung. 24 Prozent der Beträge wurden mit solch einer meist ironischen Zeichnung versehen. Dabei kamen Karikaturen in politischen Artikeln am häufigsten vor. Zwei Drittel aller im Untersuchungszeitraum verwendeten Karikaturen fanden sich hier. Bei diesen Darstellungen kamen bestimmte Merkmale immer wieder vor. Gerhard Schröder wurde gern in der *victory*-Pose dargestellt, in der er sich selbst präsentiert. Außerdem sind der Bundesadler und die Europasterne häufig in den Karikaturen zu finden.

Abb.4: Typisch deutsch? Politische Karikatur des neuen deutschen Finanzministers Hans Eichel.



Abb.5: "Germany's protective wings" Der Bundes-

adler als Symbol für Deutschland.



Interessanterweise haben Karikaturen auch in Wirtschaftsartikeln einen festen Platz. Jede fünfte wurde einem solchen Artikel beigefügt. Wichtiger für diese Beiträge allerdings sind Grafiken bzw. Kombinationen aus Grafiken und einer anderen Visualisierungsform. 62 Prozent aller Wirtschaftsbeiträge hatten entweder eine oder mehrere Grafiken (31 Prozent) oder verbanden eine grafische Darstellung mit anderen Verbildlichungen wie Fotos oder Karten (ebenfalls 31 Prozent). Obwohl man erwarten könnte, dass ökonomische Daten auch in Tabellenform präsentiert werden, kam das nur einmal vor. Tabellen wurden vor allem dann eingesetzt, wenn über anstehende Wahlen in Deutschland berichtet wurde und die entsprechenden Bundesländer aufgelistet werden sollten und außerdem im *Review-*Teil "*What the world is reading*", wenn die Bestseller aus verschiedenen Ländern gegenübergestellt wurden.

IV FAZIT

Der **Economist** ist ein besonderes Medium, Analyse der was eine Deutschlandberichterstattung relevant und interessant macht. Zwar ist man Fernsehsendern gewohnt, dass sie über Kabel und Satellit in alle Erdteile übertragen werden und somit rezipiert werden können, allerdings sind Printmedien sehr häufig auf eine regionale bis maximal nationale Verbreitung beschränkt. Hier unterscheidet sich der Economist. Er findet Leser auf der ganzen Welt und trotz auch beharrlich dem grassierenden allgemeinen Mit vielen kleinen und großen Leserschwund. Eigenheiten Nicht-Veröffentlichung der Journalisten und Redakteure hat er sich nicht nur auf dem Markt seit Jahrzehnten behauptet sondern gewinnt sogar mehr Leser hinzu.

Die Darstellung eines Landes ist also in einem solchen Medium von großem Interesse. Die Analyse hat gezeigt, dass Deutschland aus der Berichterstattung des Economist nicht wegzudenken wäre. Über Deutschland wird regelmäßig und ausführlich berichtet. In der Analyse stellte sich überraschenderweise heraus, dass nicht Deutschlands Wirtschaft sondern die Politik das Hauptaugenmerk der Economist-Redaktion war. Allerdings war das Jahr 1999 auch von wichtigen politischen Ereignissen geprägt, die Deutschland berechtigtermaßen ins Rampenlicht Bundeskanzler, das rückten. Da war ein der Spagat sozialdemokratischen Werten und wirtschaftsfreundlichen Maßnahmen versuchte, ein Finanzminister, der sich trotzig mit den europäischen Finanzinstituten anlegte und die Globalisierung verschrie, ein Außenminister, der trotz pazifistischer Grundeinstellung dem ersten Militäreinsatz der Bundeswehr seit dem 2 Weltkrieg zustimmen musste. 1999 war ein interessantes und für die deutsche Politik ein erlebnisreiches Jahr. Dies spiegelte sich in der Berichterstattung über Deutschland wieder. Die Bewertung Deutschlands kann allerdings Anlass zur Sorge sein. Zwar kann man bei der überwiegenden Mehrzahl von Artikeln nicht von einer einseitig wertenden Position der Journalisten sprechen, allerdings hat Deutschland mit einem leicht negativen Image zu kämpfen. Während der Politik meist noch ein relativ gutes Zeugnis ausgestellt wird, werden sowohl die deutsche Gesellschaft als auch deren Wirtschaft als unflexibel und bürokratisch dargestellt.

Nur darf man den *Economist* dafür nicht verurteilen, denn ein Fünkchen Wahrheit steckt in dieser Darstellung schon, oder?