



Zeitschrift für Diskursforschung

Journal for Discourse Studies

- **Marlon Barbehön / Wolf J. Schünemann**
Bound to leave? Die Schottland-Frage im Diskurs zum
britischen In-/Out-Referendum
- **Philipp Grunewald / Louise Cooke**
Discursive structures in knowledge co-creation: Analysing
interactions with SKAD and Social Network Analysis
- **Oke Bahnsen / Eric Linhart**
Politische Diskurse in Print- und Online-Medien: Eine empirische
Analyse am Beispiel der Novelle des Erneuerbare-Energien-
Gesetzes 2014
- **Lukas Bäuerle**
Warum VWL studieren? Sinnangebote ökonomischer
Lehrbuchliteratur

Inhaltsverzeichnis

Willy Viehöver / Reiner Keller / Werner Schneider

Editorial 220

Themenbeiträge

Marlon Barbehön / Wolf J. Schünemann

Bound to leave? Die Schottland-Frage im Diskurs zum britischen
In-/Out-Referendum 223

Philipp Grunewald / Louise Cooke

Discursive structures in knowledge co-creation:
Analysing interactions with SKAD and Social Network Analysis 247

Oke Bahnsen / Eric Linhart

Politische Diskurse in Print- und Online-Medien:
Eine empirische Analyse am Beispiel der Novelle des
Erneuerbare-Energien-Gesetzes 2014 277

Lukas Bäuerle

Warum VWL studieren?
Sinnangebote ökonomischer Lehrbuchliteratur 306

Reviews

Max Makovec

Schellhöh, J./Reichert, J./Heins, V./Flender, A. (Hrsg.) (2018):
Großerzählungen des Extremen.
Neue Rechte, Populismus, Islamismus, ›War on Terror‹ 333

Dennis Lichtenstein

Lönnendonker, J. (2018): Konstruktionen europäischer Identität.
Eine Analyse der Berichterstattung über die Beitrittsverhandlungen
mit der Türkei 1959 bis 2004. 338

Oke Bahnsen / Eric Linhart

Politische Diskurse in Print- und Online-Medien:

Eine empirische Analyse am Beispiel der Novelle des Erneuerbare-Energien-Gesetzes 2014¹

Zusammenfassung: Gerade im Zuge der Etablierung digitaler Technologien erschließen Massenmedien immer neue Distributionskanäle. Diese Ausdifferenzierung der Kommunikationsplattformen resultiert in eine Fragmentierung der Öffentlichkeit. Wir untersuchen mithilfe eines Vergleichs der Online- und Print-Diskurse um die EEG-Novelle 2014, inwiefern Diskurse durch ihre mediale Plattform geprägt werden. Wir zeigen, dass sich in unserer Anwendung Diskurse in Print- und Online-Medien signifikant voneinander unterscheiden, sowohl in Hinblick auf das Standing unterschiedlicher Akteure als auch auf die Argumente – in ungefähr ähnlichem Ausmaß wie die Berichterstattung zwischen den Medienhäusern differiert. Die Subdiskurse unterscheiden sich dabei dennoch in ihrer Struktur nicht fundamental.

Schlagwörter: Diskursanalyse, mediale Plattform, Online-Diskurs, Print-Diskurs, Erneuerbare-Energien-Gesetz

Summary: With the emergence of digital technologies, the mass media exploited new distribution channels. This differentiation of communication platforms led to a fragmentation of the public sphere. Based on a comparative discourse analysis on the German Renewable Energy Act Amendment 2014, including both print and online media, this article investigates the influence of media platforms on the public discourse. We find that, in our application, the online and print discourses vary significantly from each other with regard to both the standing of actors and the framing of the main arguments. This variation is on a similar level like differences between newspaper publishers. Despite this variation, the main structures of the print media and the online media discourses do not differ fundamentally.

Keywords: discourse analysis, media platform, online discourse, print discourse, German Renewable Energy Act

1 Einleitung

Öffentliche Diskurse nehmen bei der politischen Willensbildung eine zentrale Rolle ein: Verschiedene politische Akteure versuchen, Debatten in die von ihnen gewünschten Richtungen zu beeinflussen und konstruieren damit die Diskurs-Realität. Dies ist – unter anderem – von zentraler Bedeutung für den politischen Wettbewerb. Nur Akteure, die

1 Wir bedanken uns bei zwei anonymen GutachterInnen sowie bei den Herausgebern und der Redaktion der Zeitschrift für Diskursforschung für wertvolle Hinweise.

nach ihren Vorstellungen Einfluss auf Kommunikations- und Argumentationsprozesse nehmen, können sich im Kampf um die Meinungshoheit behaupten (Kerchner/Schneider 2006; Schulz 2011; Vowe/Dohle 2007). So versuchen Parteien, über die Medien Botschaften an potentielle WählerInnen zu adressieren.² Speziell Regierungsparteien nutzen Diskurse, um politische Entscheidungen vorzubereiten, während es für Oppositionsparteien zentraler ist, sich als bessere Alternative zur Regierung zu präsentieren (Gebauer 1998, S. 464; Pfetsch 1999). Für Interessengruppen, die in politischen Entscheidungsprozessen nur über wenig formale Macht verfügen, stellt der öffentliche Diskurs eine wichtige Möglichkeit dar, um über Sinndeutungen auf politische Entscheider einzuwirken. Neben dem direkten Kontakt zu politischen Entscheidern wählen Verbände auch den Weg über die Medien, um WählerInnen direkt und Parteien damit mittelbar zu beeinflussen (von Beyme 1980; Sebaldt/Straßner 2004). Ziel dabei ist es häufig, Debatten und Problemdeutungen möglichst frühzeitig durch eigene Interpretationen zu prägen (Speth 2010, S. 13). Um die Deutungshoheit zu gewinnen, können sich politische und gesellschaftliche Akteure zu »advocacy coalitions« (Sabatier 1987, 1988; Klüver 2012) zusammenschließen, die in der Regel auf gemeinsamen Interessen oder Wertvorstellungen (»belief systems«) gründen (Sabatier 1988, S. 131).

Von Interesse für politische SprecherInnen sind hierbei vor allem Massenmedien, die im Gegensatz zur Versammlungsöffentlichkeit eine permanente Kommunikationsplattform bieten und ein entgrenztes Publikum erreichen (Neidhardt 1994). Die Massenmedien erschließen dabei nicht erst seit der Etablierung digitaler Technologien immer neuere Distributionswege.³ Die damit zusammenhängende Ausdifferenzierung von Kommunikationsplattformen ist für die empirische Erforschung von Diskursen nicht unproblematisch. Konstituiert sich Öffentlichkeit auf verschiedenen Plattformen, dann sind je nach Plattform unterschiedlich geprägte Diskurse denkbar, sodass Forschungsergebnisse, die sich auf ein Medium oder einen Medientyp konzentrieren, unter Umständen nicht robust ausfallen. Da sich viele solcher empirisch ausgerichteter Diskursanalysen einseitig auf einen Medientyp stützen – zumeist auf eine Auswahl an Print- oder Online-Medien – ist dieses Problem auch von praktischer Relevanz.

Über die Bedeutung von Unterschieden zwischen insbesondere Online- und Print-Medien der Qualitätspresse liefern bisherige Studien keine einheitlichen Befunde. Einige Studien kommen zu dem Schluss, dass sich Print- und Online-Artikel kaum voneinander unterscheiden.⁴ Andere Untersuchungen hingegen identifizieren sowohl inhaltliche als auch qualitative Unterschiede zwischen Print- und Online-Artikeln.⁵ Quandt (2008)

2 Vgl. Jarren/Donges (2011), Klingemann/Voltmer (1998), Langenbacher/Lipp (1982), Sarcinelli (2011), Schulz (2011).

3 Vgl. Leonard (2013), Weiß (2014), Hofmann (2015), Pürer (2015).

4 Vgl. Engebretsen (2006), Hoffman (2006), Van der Wurff et al. (2008), Jakubetz (2011), Barnhurst (2013). Nach Weiß (2014, S. 132) fungieren digitale Medien hauptsächlich als »Resteverwerter« gedruckter Nachrichten.

5 Vgl. Quandt (2008), Cacciatore et al. (2012), De la Piscina et al. (2015), Tenenboim-Weinblatt/Neiger (2015).

sieht sogar stärkere Unterschiede zwischen Medientypen als zwischen einzelnen Medienhäusern.

Diese inhaltliche Abhängigkeit medialer Berichterstattung von der Kommunikationsplattform stellt für die empirisch ausgerichtete Diskurs-Forschung die Frage in den Vordergrund, wie die öffentliche Meinung angemessen erfasst werden kann. Während sich bereits zahlreiche Arbeiten mit generellen Unterschieden zwischen Print- und Online-Medien befasst haben (siehe ausführlich Abschnitt 2.2), stellen Vergleiche konkreter Diskurse in unterschiedlichen Medientypen noch weitgehend ein Desiderat dar. Die vorliegende Arbeit setzt hier an und untersucht unter Verwendung einer akteurszentrierten Diskursanalyse medienabhängige Effekte auf Diskursstrukturen. Konkret gehen wir der Frage nach, inwiefern sich medientypspezifische und verlagshausabhängige Effekte auf die Berichterstattung nachweisen lassen und wie hoch die jeweilige Bedeutung für die Diskursstruktur ist. Exemplarisch wird der Diskurs um die Novelle des Erneuerbaren-Energien-Gesetzes (EEG) 2014 betrachtet. Dieser Diskurs eignet sich besonders für eine derartige Analyse, da er erstens von einer breiten Beteiligung gesellschaftlicher Akteure und kontroversen Standpunkten geprägt ist (Herbes et al. 2014), ohne die eine solche Analyse nicht zielführend wäre. So umfasst er verschiedene Akteurstypen wie Parteien, Verbände, Unternehmen und WissenschaftlerInnen, die auf verschiedenen politischen Ebenen (EU, Bund, Land, Kommune) tätig sind und in verschiedenen Politikfeldern (Wirtschaft, Umwelt, Landwirtschaft, Verbraucherschutz) agieren (Bahnsen/Linhart/Tosun 2016). Zweitens gilt die Energiewende als zentrales politisches Thema in Deutschland, dem sowohl politische Entscheider als auch andere gesellschaftliche Akteure eine besonders große Bedeutung beimessen (Linhart/Windwehr 2012; Mast/Stehle/Krüger 2010). Mitunter gelten energiepolitische Themen sogar als wahlentscheidend (Gabriel/Kornelius 2011; Gothe 2011), sodass die Akteure sich in solchen Diskursen besonders engagieren sollten und Medienaufmerksamkeit tatsächlich ein knappes Gut darstellt. Drittens zeichnet sich die öffentliche Auseinandersetzung um das EEG durch eine hinreichend große Argumentationsvarianz aus (Bahnsen/Linhart/Tosun 2016), wie sie für eine vergleichende Analyse notwendig ist.

Um Unterschiede zwischen dem Print- und dem Online-Mediendiskurs herauszuarbeiten, diskutieren wir zunächst das Konzept der Öffentlichkeit, insbesondere mit Blick auf empirische Befunde zu Unterschieden zwischen digitalen und analogen Öffentlichkeitsformen, um später unsere Ergebnisse einordnen zu können (Abschnitt 2). Im Anschluss erläutern wir methodologische Grundlagen der Diskursanalyse (Abschnitt 3). Danach legen wir unsere Datengrundlage und die verwendete Methodik dar (Abschnitt 4) und präsentieren sowie diskutieren unsere Ergebnisse (Abschnitt 5). Wir schließen mit einem kurzen Fazit.

2 Öffentlichkeit und die Entwicklung öffentlicher Meinung

2.1 Zum Konzept der Öffentlichkeit

Für die Analyse medialer Diskurse ist das Konzept der Öffentlichkeit zentral. Nach Jürgen Habermas beschreibt das Konzept der Öffentlichkeit »am ehesten ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen« (Habermas 1992, S. 436). Öffentlichkeit kann demnach als soziale Struktur begriffen werden, die über Kommunikation entsteht. Das Netzwerk der Öffentlichkeit ist nach Habermas dabei durch eine Vielzahl von Themen und Akteuren charakterisiert, sodass ein Nebeneinander von verschiedenen »Teilöffentlichkeiten« oder Kommunikationsarenen beobachtbar ist. Entsprechend lässt sich etwa nach räumlichen Arenen, nach Sachthemen oder nach kommunikativer Reichweite differenzieren. Auch mediale Plattformen können damit Teilöffentlichkeiten konstituieren (vgl. Koopmans 2004). Dabei gibt es zwar häufig keine Überschneidungen der verschiedenen Teilöffentlichkeiten, allerdings sind »hermeneutische Brücken« (Habermas 1992, S. 452) möglich.

Gerhards/Neidhardt (1991) knüpfen an diese und andere Punkte des Habermasschen Öffentlichkeitskonzeptes an, versuchen jedoch ein Modell zu entwerfen, das für empirische Überprüfungen herangezogen werden kann. Sie definieren Öffentlichkeit als Kommunikationssystem, in dem Themen und Meinungen gesammelt (»input«), verarbeitet (»throughput«) und weitergegeben (»output«) werden. Entsprechend ist Öffentlichkeit nach Gerhards/Neidhardt (1990, 1991) Ort der öffentlichen Meinung. Dabei ist die moderne Öffentlichkeit durch das Streben von SprecherInnen charakterisiert, über Kommunikatoren beim Publikum Aufmerksamkeit für Botschaften zu finden.⁶ Die Foren der öffentlichen Kommunikation unterteilen Gerhards/Neidhardt (1990) dabei in die Arena, in der sich die konkurrierenden SprecherInnen begegnen, und in die Galerie, in der sich das Publikum versammelt und letztlich darüber entscheidet, welche SprecherInnen sich im Kampf um Aufmerksamkeit und Deutungshoheit durchsetzen können. SprecherInnen und Publikum können dabei auf verschiedenen Öffentlichkeitsebenen zueinanderfinden. Die Massenmedien stellen die relevanteste Kommunikationsplattform dar, da sie die Etablierung von kompetitiven Medienmärkten ermöglichen und die Reichweite der Kommunikation auf ganze Gesellschaften erweitern (Neidhardt 1994).

Mit Blick auf digitale Innovationen, die Ausdifferenzierung medialer Distributionswege und die Veränderung der Medienproduktion (Pürer 2015; Hofmann 2015; Leonard 2013) ist die Frage nach den Auswirkungen der Etablierung neuer Medien auf Öffentlichkeit und Diskurse von großer Relevanz. Neue Technologien haben eine stärkere Fragmentierung der Öffentlichkeit und neue Partizipationsmöglichkeiten zur Folge (Wallner/Adolf 2011). Dabei ist es prinzipiell sowohl denkbar, dass neue Medien zur Kontinuität der bisherigen Öffentlichkeitsformen beitragen, als auch, dass sie die Struktur der Öffentlichkeit grundsätzlich verändern. Letzteres hätte die strukturelle Unterschiedlichkeit von Diskursen in neuen und traditionellen Öffentlichkeitsformen zur Folge, mit ent-

6 Vgl. Neidhardt (1994), Vowe/Dohle (2007), Schulz (2011), Klauß (2015).

sprechenden Konsequenzen insbesondere für die empirisch ausgerichtete Diskursforschung.

2.2 Bisherige Erkenntnisse und Erwartungen zur Ähnlichkeit von Diskursen in Print- und Online-Medien

Die Nachrichtenproduktion der Medienhäuser wurde mit dem Einzug neuer Informations- und Kommunikationstechnologien seit jeher von umfassenden Veränderungen erfasst (vgl. Leonard 2013; Weiß 2014). So bilden regelmäßig erscheinende Druckerzeugnisse seit der Etablierung digitaler Technologien nicht mehr den uneingeschränkt wichtigsten Distributionsweg (Pürer 2015), da Verlagshäuser in Erwartung eines »völlig neuen Journalismus« (Quittner 1995) neue Verbreitungs Kanäle für ihre Produkte erschlossen haben. Heute betreibt beinahe jeder Zeitungsverlag einen Online-Auftritt, der als »klassisches Online-Medium« (Weiß 2014, S. 132) angesehen werden kann. Diese Entwicklung verändert nicht nur die externen Distributionskanäle, sondern auch die interne Struktur der Medienhäuser und die Art der Nachrichtenproduktion, was etwa durch die Einrichtung des »Newsdesks« zur crossmedialen Aufbereitung von Nachrichten zum Ausdruck kommt (Leonard 2013; Weiß 2014; Hofmann 2015). Als Konsequenz konvergiert die Medienproduktion wie -distribution für verschiedene Kanäle zunehmend, wobei verstärkt ökonomische Ressourcen zur Reversionierung bestehender Inhalte für verschiedene Verbreitungswege aufgewendet werden (Doyle 2010). Parallel zu dieser Entgrenzung der journalistischen Organisation findet jedoch eine Redifferenzierung der medialen Inhalte und Arbeitsprozesse statt, die sich zum Teil in der losen Kooperation weitgehend unabhängiger Redaktionen ausdrückt (Loosen 2005; Breit 2014; García-Avilés/Kaltenbrunner/Meier 2014). Diese grundlegende Neuausrichtung der Nachrichtenproduktion stellt die Frage nach den Konsequenzen für die Nachrichteninhalte der verschiedenen Verbreitungswege. Hat die technisch-ökonomische Konvergenz der Nachrichtenproduktion und -distribution auch eine inhaltliche Konvergenz zur Folge? Oder führen unabhängig voneinander agierende Redaktionen zu strukturellen Unterschieden in der Berichterstattung?

2.2.1 Hinweise auf Kongruenz zwischen den Distributionsformen

Empirisch lassen sich widersprüchliche Hinweise zu den inhaltlichen Unterschieden und Gemeinsamkeiten neuer – insbesondere Online-Medien – und herkömmlicher Medientypen – insbesondere Print-Medien – finden. Eine nicht unbedeutende Anzahl nationaler Untersuchungen von US-amerikanischen (Barnhurst 2013; Hoffman 2006), skandinavischen (Engbretsen 2006) oder deutschen Zeitungen (Neuberger et al. 1998) sowie länderübergreifender Analysen von Nachrichten (Van der Wurff et al. 2008) kommt mittels Inhaltsanalysen zu dem Schluss, dass sich Online- und Print-Artikel aus inhaltlicher Sicht kaum unterscheiden oder gar nur in den Überschriften (Barnhurst 2013) variieren.

Diese Befunde zur Ähnlichkeit der Berichterstattung in Print- und Online-Medien innerhalb eines Verlagshauses lassen sich als Hinweis darauf verstehen, dass digitale Medien, insbesondere zu Beginn der Erschließung des digitalen Distributionsweges, als »Resteverwerter« (Weiß 2014, S. 132) gedruckter Nachrichten fungieren und kaum selbstständig bei der Nachrichtenproduktion mitwirken. Engebretsen (2006) weist auf geringe Ressourcen und eine fehlende redaktionelle Autonomie von Online-Redaktionen hin, die eine Orientierung am (und damit Ähnlichkeit zum) Print-Journalismus erklärt. Van der Wurff et al. (2008) verweisen zudem auf grundsätzlich ähnliche Arbeitsweisen von Online- und Print-Journalisten, insbesondere bei der Auswahl der Nachrichten. Hinzu kommt, dass teilweise nicht einmal getrennte Online- und Print-Redaktionen existieren. Doch auch dort, wo es unterschiedliche Redaktionen gibt, ist denkbar, dass Verlagshäuser auf eine inhaltliche Konsistenz innerhalb ihres Hauses achten. Die Installation der oben angesprochenen medientypübergreifenden »Newsdesks« kann dies gewährleisten.

2.2.2 Hinweise auf potenzielle Unterschiede zwischen den Distributionsformen

Im Gegensatz dazu existieren empirische Befunde, die systematische Unterschiede zwischen Online- und Print-Nachrichten darlegen. So zeigen Gasher/Gabrielle (2004) durch einen Vergleich der digitalen und gedruckten Ausgaben einer kanadischen Tageszeitung, dass Online-Artikel einen stärker internationalen Fokus aufweisen als gedruckte Nachrichten. Dieses Resultat wird insbesondere auf die Abhängigkeit von Nachrichtenagenturen mit ihrem weiten Fokus zurückgeführt. Zu ähnlichen Erkenntnissen kommt Maier (2010) durch eine Analyse verschiedener US-amerikanischer Tageszeitungen. Singer (2001), die sechs verschiedene Zeitungen aus Colorado untersucht, kommt zu dem Schluss, dass Online-Produkte zudem deutlich stärker über lokale Themen berichten. Singer erklärt dies damit, dass Online-Medien mit ihrer knappen Ressourcenausstattung im Zweifel überdurchschnittlich oft lokale Nachrichten aus der Print-Redaktion übernehmen, um den heimischen Lesern einen Vorteil gegenüber überregionaler Online-Medien zu bieten.

In dieses Bild passen Quandts (2008) Ergebnisse, der die Nachrichtenprofile der Online- und Print-Bereiche deutscher Nachrichtenmedien vergleicht. Er identifiziert ebenfalls nationale Politik (im Gegensatz zu internationaler oder lokaler) als Schwerpunkt von Print-Medien. Quandt führt dies auf die Seitenstruktur der Online-Medien zurück: Auf den Einstiegsseiten werde eine große Themenvielfalt angeboten, sodass fast alle Ressorts prominent vertreten seien. Dadurch würden politische Nachrichten auf lokaler, nationaler wie internationaler Ebene gleichermaßen gestärkt.

Thematisch identifizieren Gasher/Gabrielle (2004) eine verstärkte Sportberichterstattung bei Online-Medien, Maier (2010) eine seltenere Berichterstattung über Umwelt-Themen und Quandt (2008) einen stärkeren Schwerpunkt auf das Politikfeld Wirtschaft. Daneben existieren Hinweise darauf, dass Online-Medien generell vielfältiger berichten. So schlussfolgern Cacciatore et al. (2012) aus einer Untersuchung US-amerikanischer Print- und Online-Artikel zum Thema Nanotechnologie, dass Online-Artikel den Gegen-

stand stärker aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten (ähnlich auch Quandt 2008). Cacciatore et al. führen diese stärkere Themenvielfalt in neuen Medien auf das Nutzungsverhalten in der digitalen Sphäre zurück: So würden Benutzer bei der Verfügbarkeit weiterer, verlinkter Contents auch weiterführende Informationen und Berichterstattungen verfolgen und sich so für einen ganzheitlicheren Blick auf Themenkomplexe interessieren.

Weitere Unterschiede lassen sich hinsichtlich des Fokus auf vergangene, gegenwärtige und zukünftige Ereignisse identifizieren. Während Print-Medien häufiger anstehende Ereignisse projizieren und mögliche Konsequenzen analysieren, legen Online-Medien ihren Schwerpunkt eher auf die Beschreibung kürzlich geschehener Ereignisse (Tenenboim-Weinblatt/Neiger 2015). Die Autoren verweisen auf den zeitlichen Vorteil der Online-Medien beim Beschreiben jüngster Vorkommnisse, während der relative Vorteil der Print-Medien in der tiefgründigeren Analyse anstehender Entwicklungen liegt. Bezüglich der Tonalität der Nachrichteninhalte zeigt Quandt (2008), dass sowohl Online- als auch Print-Medien eher negativ als positiv berichten. Die Tonalität in Online-Artikeln über politische Themen ist dabei aber noch negativer als in Print-Artikeln. Als wesentlicher Grund für diese Beobachtung wird auf die schwächere Abdeckung politischer Nachrichten in digitalen Medien verwiesen. So würden Online-Medien lediglich die zentralen politischen Nachrichten abbilden, die im Durchschnitt über einen höheren Negativitätswert verfügten.

Auch Unterschiede in der Qualität der Berichterstattung sind auszumachen: Print-Artikel liefern tiefgründigere Analysen (Engebretsen 2006) und zeichnen sich durch höhere Stabilität in der Qualität aus (De la Piscina et al. 2015). Wie später auch Cacciatore et al. (2012) argumentiert bereits Engebretsen (2006) mit Rückgriff auf das Nutzungsverhalten in digitalen Räumen. So sind in Online-Medien schnell und einfach zugängliche Artikel gefragt, die einen verständlichen Überblick über einen Sachverhalt bieten könnten. De la Piscina et al. (2015) legen dar, dass die Qualität der Online-Medien unter zahlreichen Flüchtigkeitsfehlern leidet, die unter dem höheren Zeitdruck bei der Nachrichtenproduktion vermehrt entstehen. Ferner zeigt Quandt (2008), dass in Print-Medien häufig politische Akteure zu Wort kommen, während die Online-Medien insbesondere eine Plattform für Einzelpersonen, Organisationen und Firmen darstellen. Dies korrespondiert mit den oben dargelegten unterschiedlichen Themenschwerpunkten der Medientypen (Quandt 2008): Da in Print-Medien politische Nachrichten dominieren, besitzen politische Akteure in gedruckten Medien eine entsprechend bessere Repräsentation als in neuen Medien.

Diese empirischen Hinweise auf die Unterschiedlichkeit von Print- und Online-Medien legen nahe, dass sich die inhaltliche journalistische Arbeit im Zuge der Entwicklung zu gleichberechtigten Online- und Print-Redaktionen nach den medialen Erfordernissen richtet und sich entsprechend unterscheidet. Die »Newsdesks« scheinen dazu genutzt werden zu können, um bewusst unterschiedliche, sich ergänzende Schwerpunkte in der Berichterstattung der verschiedenen Plattformen zu setzen. Dies kann mit redaktionellen Erwägungen, sich strategisch am Nutzungsverhalten der Konsumenten auszurichten, um dem wachsenden ökonomischen Erfolgsdruck ihrer Arbeit zu begegnen (Lee/Lewis/Po-

wers 2014), begründet werden. Schließlich ist die Publikumsorientierung ein sehr wichtiger Einflussfaktor journalistischer Selektionspraxis, und stärker als je zuvor wissen Journalisten um das Nutzungsverhalten ihres Publikums (Hohlfeld 2013). Insbesondere im Online-Bereich lässt sich durch Klickzahlen, Verweildauer und individueller Kennzahlen ein umfangreiches Bild über die Konsumenten und ihr Verhalten zeichnen. Für die Nutzer der Print-Angebote ist ein solch detailliertes Publikumsprofil dagegen nicht vorhanden. Hieraus lässt sich ableiten, dass sich Redakteure in digitalen Medien stärker an den Präferenzen der Nutzerschaft orientieren (können) als solche Journalisten, die im Print-Bereich arbeiten und daher ein schwächeres Feedback ihres Publikums erhalten. Es gibt außerdem Hinweise darauf, dass sich das Themeninteresse des Publikums merkbar von den Auswahlpräferenzen der Redaktionen unterscheidet (Wendelin/Engelmann/Neubarth 2014, S. 445; siehe ebendort für einen ausführlichen Literaturüberblick). Dieser »News Gap« (Boczkowski/Mitchelstein 2013, S. 3) und die stärkere Fähigkeit der Online-Redaktionen ihm entgegenzuwirken, kann ebenfalls als Erklärung dafür herangezogen werden, warum sich Print- und Online-Berichterstattung unterscheiden.

Öffentlichkeitsformen können freilich nicht nur zwischen, sondern auch innerhalb der Medientypen variieren, da Medienhäuser unterschiedliche Ausrichtungen verfolgen können (Westle/Begemann/Rütter 2015; Haunss/Dietz/Nullmeier 2013; Maurer/Reinemann 2006). Untersuchungen haben etwa gezeigt, dass sich deutsche Zeitungen mit linkerer Ausrichtung eher den Themen Umweltschutz und Energiepolitik zuwenden, während Wirtschafts-, Steuer- und Industriepolitik bei konservativeren Zeitungen einen stärkeren Schwerpunkt finden (Eilders 2002). Konkret für den Bereich der regenerativen Energieträger wurde etwa dargelegt, dass Erneuerbare Energien (EE) in redaktionell linken Zeitungen eher positiv, in redaktionell konservativen Zeitungen eher negativ dargestellt werden (Zeh/Odén 2014). Vergleichend kommt Quandt (2008) jedoch zum Schluss, dass die Angebote innerhalb von Verlagshäusern deutlich stärker variieren als die Angebote innerhalb eines Veröffentlichungstyps (Online vs. Print).

2.2.3 Zur Übertragbarkeit bisheriger Erkenntnisse auf einzelne Diskurse

Bisher weitgehend unbeachtet blieb allerdings die Frage, der wir uns widmen: Lassen sich die bisher beobachteten Unterschiede in der Berichterstattung zwischen Print- und Online-Medien auch innerhalb bestehender Diskurse finden, sodass sich Diskurse in den verschiedenen Medientypen unterschiedlich darstellen? Aus den bisherigen Befunden lassen sich Erwartungen für unsere Analyse ableiten. Studien, die keine systematischen Unterschiede zwischen den Medientypen feststellen konnten, sind einerseits vergleichsweise selten und andererseits eher älteren Datums. Daher erwarten wir eher, Unterschiede zwischen dem Print- und dem Online-Diskurs vorzufinden. Auch die Richtung der Unterschiede lässt sich vermuten: Lassen sich die Erkenntnisse früherer Studien auf die Ebene konkreter Diskurse übertragen, so ist zu erwarten, dass im Online-Diskurs verglichen mit dem Print-Diskurs lokale oder internationale Themen gewichtiger (Singer 2001; Quandt 2008), wirtschaftliche Themen bedeutsamer und Umwelt-Themen weniger bedeutsam sind (Quandt 2008; Maier 2010) sowie insgesamt ein ausgeglicheneres

Verhältnis der Themen untereinander herrscht (Cacciatore et al. 2012). Für die Akteure ist zu erwarten, dass im Online-Diskurs seltener Politiker, dafür häufiger Einzelpersonen ohne Funktion zu Wort kommen (Quandt 2008).

Wir verzichten hierbei bewusst auf die Formulierung expliziter Hypothesen. Erstens beruhen die genannten Vermutungen auf Studien, die generelle Unterschiede zwischen Medientypen untersucht haben. Schlussfolgerungen auf einzelne Diskurse, wie in unserer Untersuchung, sind daher nur bedingt möglich. So ist denkbar, um nur ein Beispiel zu nennen, dass Umwelt-Diskurse in Online-Medien seltener oder in geringerer Breite geführt werden als in Print-Medien (Maier 2010), dass die Struktur der Diskurse sich aber nicht unterscheidet. Zweitens gehen die meisten der genannten bisherigen Beiträge der Frage nach Unterschieden zwischen den Medientypen nach, ordnen aber die Größe der gefundenen Unterschiede nicht ein, indem sie sie mit Unterschieden innerhalb der einzelnen Medientypen vergleichen. Drittens existieren im Bereich der Online-Medien starke länderspezifische Eigenschaften (Poor 2007; Van der Wurff et al. 2008), weshalb die Übertragung von Ergebnissen aus anderen Staaten auf deutsche Diskurse nur bedingt möglich ist. Viertens gehen die Studien, die Diskurse vergleichen, nicht akteurszentriert vor (etwa Cacciatore et al. 2012), sodass die Machtstruktur von Akteuren unaufgedeckt bleibt.

Um politische, gesellschaftliche und ökonomische Interessen in der politischen Kommunikation identifizieren zu können, muss jedoch eine Diskursanalyse zugrunde gelegt werden, die sowohl die Deutungsmacht der Akteure (Standing) als auch die inhaltlich-argumentative Struktur des Diskurses (»Frames«) berücksichtigt. Gleichzeitig wird klar, dass unser Vorhaben, für konkrete Diskurse medientyp- und medienhausabhängige Unterschiede in Relation zu setzen, noch nicht hinreichend erforscht ist. Die Arbeit trägt damit dazu bei, die forschungspraktischen Konsequenzen der zunehmenden Ausdifferenzierung medialer Öffentlichkeiten für die Erforschung gesellschaftlicher Diskurse im Allgemeinen und für die Methode der akteurszentrierten Diskursanalyse im Speziellen zu untersuchen und aufzuzeigen.

3 Methodische Grundlagen der Diskursanalyse: »Frames« und das Standing von Akteuren

Die Analyse politischer Diskurse ist ein heterogenes Forschungsfeld, das in der Vergangenheit auf starkes Interesse in der Politikwissenschaft gestoßen ist. Dabei ist die Politikwissenschaft weder die einzige Disziplin, die den Gegenstandsbereich der politischen Sprache betrachtet, noch existiert ein einheitliches, normiertes Verfahren zur Analyse von Diskursen, sodass das Forschungsfeld von großer Interdisziplinarität und Methodenvielfalt geprägt ist (Ullrich 2008, S. 22). Die existierenden Ansätze unterschieden sich in der theoretischen Konzeption des Diskursbegriffes, wengleich Analysekonzepte wie »Macht« und »Akteur« für jedes der verschiedenen Paradigmen von zentraler Bedeutung sind (Herschinger/Nonhoff 2014). Deutliche Unterschiede zeigen sich auch bei der konkreten methodischen Vorgehensweise diskursanalytischer Untersuchungen (Keller et al. 2001).

Der vorliegende Beitrag nimmt eine empirisch-analytische Perspektive ein, die Diskursanalysen in der »Policy-« und »Governance-Forschung« häufig zugrunde liegt (Kerchner 2006, S. 33). Ausgehend von diesem Paradigma wird der Diskurs einerseits als konkrete Debatte und andererseits abstrakter als »Feld komplexer sprachlicher und symbolischer Interaktion« (Kerchner 2006, S. 50), in dem Sinn konstituiert wird, definiert. Aus methodischer Sicht steht dabei die Frage im Vordergrund, welche Akteure Diskurse prägen und mit welchen Argumenten sie dies tun (Gamson/Modigliani 1989; Kerchner/Schneider 2006, S. 10). So stellen getätigte Äußerungen im öffentlichen Aushandlungsprozess um politische Deutung die kleinste Analyseeinheit dar, die mittels empirischer Verfahren analysiert werden kann (Kerchner 2006, S. 50). Entsprechend steht am Anfang einer empirisch-analytischen Diskursanalyse typischerweise eine qualitative Inhaltsanalyse, auf die quantitative Untersuchungen der so erfassten Diskursstruktur folgen können.

Für die Analyse des erfassten Diskurses ist das Konzept des »Frames« essenziell. »Frames« sind typisierende Ordnungsschemata der einzelnen Diskursäußerungen, die die Wahrnehmung von Wirklichkeit beeinflussen (Kerchner 2006, S. 53). Die zugehörige »Frame-Analyse« gibt über die inhaltlich-argumentative Struktur von Diskursen Aufschluss, indem sie offenbart, welche Interpretationsmuster Einzug in den öffentlichen Diskurs halten und welche diesen dabei dominieren (Goffman 1974; Gitlin 1980). So können einzelne Argumente in das aufgedeckte Geflecht der verschiedenen Konfliktlinien eingeordnet werden (Keller 2011; Scheufele/Tewksbury 2006). Die Feingliedrigkeit des »Frame-Systems« ist dabei nicht eindeutig bestimmt, sondern unterliegt den Anforderungen der Untersuchung. Wie die meisten Studien (Matthes 2009) orientieren auch wir uns in der vorliegenden Arbeit am Vorgehen von Gamson/Modigliani (1989), die »Frames« als Unterthemen eines Diskurses verstehen. Entsprechend dieses Verständnisses können auch entgegengesetzte Argumentationen Teil desselben »Frames« sein, sofern sie sich auf den gleichen Streitpunkt beziehen.

Neben dieser inhaltlichen Analyse von Argumenten ist es außerdem von Interesse, durch welche Akteure Diskurse wie stark geprägt werden. Dazu kann in Anlehnung an Ferree et al. (2002) das Standing von Akteuren im Diskurs – die Frage, wie stark die Stimme eines Akteurs in den Medien ist (Ferree et al. 2002, S. 86) – ermittelt werden. Ebendieses Standing dient daher als Indikator für den Erfolg politischer und gesellschaftlicher Akteure, unmittelbaren Zugang zur medialen Berichterstattung zu erhalten und damit die veröffentlichte Meinung in Massenmedien zu beeinflussen. Dazu wird analysiert, wie erfolgreich ein Akteur seine Argumente im kollektiven Kommunikationsprozess platzieren kann. Angesichts der »Gatekeeper«-Funktion (White 1950) der Medien, die selbst darüber entscheiden, welchen Standpunkten und Äußerungen sie eine Plattform verschaffen, ist eine Abbildung der Positionen eines Akteurs freilich keine Selbstverständlichkeit. Dabei ist von Bedeutung, dass sich der Akteur oder die Akteursgruppe über direkte und indirekte Zitate mit eigenen Interpretationen und Deutungen zu Wort melden kann und damit als Sprecher auftritt. Werden politische und gesellschaftliche Gruppen etwa nur erwähnt oder kritisiert und damit als Objekt in der Berichterstattung dargestellt, kann nicht auf eine eigene Stimme im medialen Diskurs geschlossen werden (Ferree et al 2002, S. 13). Akteure können überdies in ihren Wortbeiträgen unterschied-

liche Teilaspekte des diskursiven Problemkomplexes hervorheben und sich so bei ihrer Argumentation in unterschiedlichen »Frames« bewegen. Der von den Akteuren ausgetragene Kampf um Meinungsmacht kann daher auch als »framing contest« (Gamson 2004, S. 245) charakterisiert werden. Entlang der »Frames« können sich dabei »advocacy coalitions« bilden, also Gruppen verschiedener Akteure, die sich in ihrer Argumentation wechselseitig unterstützen. Zusammen liefern die Analysen von »Frames« und Standing damit ein schematisches Bild darüber, welche Akteure, Akteurskoalitionen und Argumente den Diskurs prägen.

4 Datengrundlage und Vorgehen

Die Grundlage für unsere Analyse bilden Artikel der Süddeutschen Zeitung (SZ), der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) und der Welt sowie der entsprechenden Nachrichten-Websites (Süddeutsche.de, FAZ.NET, Welt Online). Dies sind jene Zeitungen, die im Untersuchungszeitraum Auflagen von mindestens 150.000 Exemplaren erzielen und damit die größten überregional erscheinenden Tageszeitungen der deutschen Qualitätspresse darstellen (Stand: 1. Quartal 2014, siehe IVW 2016; Rudzio 2011). Analog stellen Süddeutsche.de, FAZ.NET und Welt Online die Nachrichtenportale der überregional erscheinenden Tageszeitungen mit den meisten Aufrufen in diesem Zeitraum dar (Schröder 2014).⁷ Politische und gesellschaftliche Akteure sollten daher ein besonderes Interesse besitzen, ihre Äußerungen in diesen Zeitungen und Nachrichtenwebsites zu platzieren, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen.

Neue Medien konstituieren sich selbstverständlich nicht nur durch Online-Ausgaben klassischer Tageszeitungen. Insofern kann unsere Auswahl als weitgehend repräsentativ für das Web 1.0 gelten, nicht jedoch für die durch Tools des Web 2.0 generierten Öffentlichkeiten, die im Rahmen von Twitter, Facebook oder Ähnlichem, aber auch durch Blogs generiert werden. Wir greifen auf Online-Zeitungen etablierter Medienhäuser zurück, da es uns primär darum geht, die Unterschiede bei den Medientypen mit denen der Medienhäuser zu vergleichen. Daher bietet es sich an, verschiedene Medien derselben Verlagshäuser zu untersuchen. Die Logik der empirischen Diskursanalyse mit ihren beiden Elementen »Frames« und Standing der Akteure ist auf Tools des Web 2.0 ohnehin nur bedingt anwendbar, da jeder Akteur sich dort quasi unbegrenzt zu Wort melden kann.

Der Untersuchungszeitraum wird einerseits durch die Vorlage des den Reformprozess skizzierenden Eckpunktepapiers zur EEG-Novelle durch das Bundeswirtschaftsministerium am 18. Januar 2014, andererseits durch die Billigung der Reform durch den Bundestag am 27. Juni 2014 zeitlich eingerahmt (vgl. Bahnsen/Linhart/Tosun 2016). Innerhalb dieses Zeitraums werden alle Artikel in den betreffenden Zeitungen und Online-

7 Eingeräumt werden muss an dieser Stelle, dass andere Nachrichten-Portale als die von Tageszeitungen mitunter mehr Aufrufe erzielen, z.B. Spiegel Online. Aus Gründen der systematischen Vergleichbarkeit verzichten wir allerdings darauf, durch den Einbezug von wöchentlich erscheinenden Magazinen weitere Varianz zu schaffen.

Präsenzen berücksichtigt, welche die Schlagworte »Erneuerbare-Energien-Gesetz« oder »EEG« enthalten und tatsächlich den Untersuchungsgegenstand zum Thema haben. Insgesamt liefert die Suche 514 relevante Treffer, von denen 291 (57 %) auf den Print-Bereich und 223 (43 %) auf den Online-Bereich entfallen (siehe Tabelle 1). Die FAZ⁸ geht mit 259 relevanten Artikeln (50 %) am stärksten in die Analyse ein, gefolgt von der Welt (144 Treffer, 28 %) und der SZ (111 Treffer, 22 %).

Einzelne Artikel enthalten in der Regel mehrere Äußerungen mit Bezug zur Novelle, im Schnitt 3,5. Insgesamt ergeben sich so 1807 Argumente und Forderungen. Mit Blick auf die getätigten Äußerungen überwiegen Online- leicht gegenüber Print-Medien; das Verhältnis zwischen den Verlagshäusern ist in den digitalen Medien zudem ausgewogener. Insbesondere die Dominanz der FAZ lässt sich gemäß der Argumente und Forderungen nicht mehr erkennen.

	FAZ	Welt	SZ	alle
Print	168 (444) [32,7; 24,6]	59 (257) [11,5; 14,2]	64 (186) [12,5; 10,3]	291 (887) [56,6; 49,1]
Online	91 (268) [17,7; 14,8]	85 (499) [16,5; 27,6]	47 (153) [9,1; 8,5]	223 (920) [43,4; 50,9]
alle	259 (712) [50,4; 39,4]	144 (756) [28,0; 41,8]	111 (339) [21,5; 18,8]	514 (1807) [100; 100]

Tabelle 1: Anzahl der in die Analyse eingehenden Artikel und Äußerungen (in Klammern)⁹

Die nachfolgende Analyse fußt auf einer zweistufigen Inhaltsanalyse (vgl. Hess et al. 2010, 2012, S. 715; Linhart/Dhungel 2013): Zunächst werden in den relevanten Artikeln mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse sowohl die am Diskurs beteiligten Akteure identifiziert als auch die »Frames« konstruiert, welche die inhaltlich-argumentative Struktur bestimmen. Im zweiten Schritt werden die Akteure – genauer ihr Standing im Diskurs – sowie die »Frames« anhand von quantitativen Methoden auf strukturelle Charakteristika untersucht.

5 Ergebnisse

Wir beginnen in Abschnitt 5.1 mit der Darstellung der relevanten Akteure. In Abschnitt 5.2 erläutern wir die von uns vorgenommene Konstruktion der »Frames« und untersuchen die inhaltlich-argumentative Struktur anhand dieses Ordnungsschemas.

8 Im Folgenden beziehen sich die Bezeichnungen FAZ, Welt und SZ sowohl auf die Print-Zeitungen als auch auf die Online-Nachrichtenportale der entsprechenden Medienhäuser, solange wir nicht ausdrücklich zwischen den Distributionskanälen unterscheiden.

9 Die Werte in eckigen Klammern geben die prozentualen Anteile an.

5.1 Das Standing der Akteure im Diskurs um die EEG-Novelle

In den 514 Artikeln melden sich über 250 verschiedene Akteure¹⁰ zu Wort. Für die weitere Analyse ordnen wir diese Akteure den Kategorien Politik,¹¹ Interessengruppen, Unternehmen, Medien, WissenschaftlerInnen und Andere zu, wobei wir Akteure, deren Zuordnung nicht eindeutig möglich ist, gesondert klassifizieren. Politische Akteure werden weiter, falls möglich, einer politischen Ebene sowie einer Partei zugeordnet. Bei den Interessengruppen differenzieren wir zwischen allgemeinen Wirtschaftsverbänden, Wirtschaftsverbänden im Bereich der EE, Verbraucherschützern, Gewerkschaften und Umweltverbänden. Die Kategorie Medien ergibt sich aus Kommentaren der ArtikelautorInnen, sodass hier weiter zwischen Kommentaren von FAZ-, Welt-, und SZ-JournalistInnen unterschieden werden kann.

Das Standing dieser Akteure gibt Aufschluss darüber, wie stark die jeweiligen Gruppen den öffentlichen Diskurs prägen. Für die Messung wird die Zahl der Artikel herangezogen, in denen ein Akteur eine Äußerung oder Forderung vorbringt. Dabei ist unerheblich, ob er sich nur mit einem Argument zu Wort meldet oder gleich mehrere Aussagen in einem Artikel unterbringt. Gemäß der ursprünglichen Konzeptualisierung von Ferree et al. (2002) verwenden wir damit eine quantitative Auslegung des Standing-Begriffs. Dies bietet den Vorteil, in unserer großen Sammlung von den am Diskurs beteiligten Akteuren allgemeine Trends zu identifizieren. Für den vorliegenden Fall bedeutet dies, Muster entlang der klar abgrenzbaren medientyp- und medienhausabhängigen Zugehörigkeit von Akteursäußerungen aufzuzeigen, die nicht durch zufällige Streuungen erklärbar sind. Der Nachteil dieses Vorgehens ist besonders im Verlust von Details zu sehen. So ist es (wie oben beschrieben) für unsere Operationalisierung des Standings etwa nur von Relevanz, in wie vielen verschiedenen Artikeln ein Akteur Wortbeiträge unterbringt. Alternativ wäre denkbar, auch die Anzahl der Äußerungen eines Akteurs innerhalb eines Artikels zu berücksichtigen. Wir haben uns gegen diese Option entschieden, da für uns – entsprechend der Konzeption des Standings – nicht von Interesse ist, wie umfangreich ein Akteur argumentiert, sondern ob ihm überhaupt die Möglichkeit zugebilligt wird, sich selbst zu äußern.

10 Für eine namentliche Übersicht der am Diskurs beteiligten Akteure siehe Bahnsen/Linhart/Tosun (2016). Die entsprechende Übersicht bezieht sich auf den Print-Diskurs, sodass etwa 70 Akteure, die sich ausschließlich im Online-Diskurs beteiligen, nicht aufgeführt sind. Für die vorliegende Analyse sind jedoch nicht Einzelakteure, sondern vielmehr Gruppen von Akteuren von Interesse, weshalb wir auf eine zu detailreiche Darstellung hier verzichten.

11 Die Kategorie Politik beinhaltet hierbei Akteure wie Parteien, Ministerien oder politische Institutionen wie die Europäische Kommission. Dass auch beispielsweise Interessengruppen politische Akteure sind, aber hier nicht in die Rubrik Politik fallen, bitten wir aus Gründen der Lesbarkeit hinzunehmen.

	Akteursgruppe	Welt	FAZ	SZ	alle	
Print-Artikel	Politik	63,3	47,6	53,5	53,3	
	Parteien	SPD	41,9	46,5	55,6	46,9
		B90/Die Grünen	22,1	28,0	24,1	25,2
		CDU/CSU	33,7	20,2	18,5	24,4
		Die Linke	2,3	2,6	1,9	2,4
		FDP	0,0	2,6	0,0	1,2
	Ebenen	EU	14,9	14,1	16,4	15,0
		Bund	38,8	31,8	45,9	38,0
		Länder	46,3	51,8	37,7	46,0
		Kommunen	0,0	2,4	0,0	0,9
	Interessengruppen	17,5	22,1	24,6	21,4	
Unternehmen	9,0	15,2	10,6	12,4		
Medien	6,6	9,0	7,0	7,9		
WissenschaftlerInnen	1,2	4,1	2,8	3,0		
Online-Artikel	Politik	65,1	55,2	68,1	62,5	
	Parteien	SPD	45,5	48,5	51,7	47,6
		B90/Die Grünen	18,2	12,1	16,7	16,4
		CDU/CSU	33,6	37,9	30,0	33,8
		Die Linke	2,1	1,5	1,7	1,9
		FDP	0,7	0,0	0,0	0,4
	Ebenen	EU	13,3	29,1	18,0	19,0
		Bund	43,4	38,4	32,8	39,7
		Länder	42,7	32,6	47,5	40,7
		Kommunen	0,7	0,0	1,6	0,7
	Interessengruppen	15,6	17,7	17,7	16,7	
Unternehmen	8,7	10,4	4,2	8,3		
Medien	5,9	10,4	5,9	7,3		
WissenschaftlerInnen	2,4	2,6	1,7	2,3		
alle	Politik	64,4	50,6	60,2	57,9	
	Parteien	SPD	44,1	47,2	53,5	47,2
		B90/Die Grünen	19,7	22,2	20,2	20,7
		CDU/CSU	33,6	26,7	24,6	29,3
		Die Linke	2,2	2,2	1,8	2,1
		FDP	0,4	1,7	0,0	0,8
	Ebenen	EU	13,8	21,6	17,2	17,3
		Bund	41,9	35,1	39,3	39,0
		Länder	43,8	42,1	42,6	42,9
		Kommunen	0,5	1,2	0,8	0,8
	Interessengruppen	16,3	20,3	21,5	19,0	
Unternehmen	8,8	13,3	7,7	10,4		
Medien	6,2	9,5	6,5	7,6		
WissenschaftlerInnen	2,0	3,5	2,3	2,7		

Tabelle 2: Standing der Akteure im Diskurs um die Novelle des EEG 2014 nach Medienhaus und Plattform¹²

Tabelle 2 zeigt die Standing-Werte der einzelnen Akteursgruppen als prozentuale Anteile. Betrachtet man das Standing der Akteure im Diskurs insgesamt, zeigt sich, dass Politiker und Parteien den Diskurs mit 58 % aller Äußerungen dominieren. Auch den Interessengruppen gelingt es, mit 19 % aller Wortmeldungen nennenswert auf den Diskurs einzuwirken. Unternehmen (10 %) und Medien (8 %) spielen nur eine geringere Rolle, während der Einfluss von WissenschaftlerInnen (3 %) nahezu gänzlich zu vernachlässigen ist. Der Befund, dass Akteure aus dem Bereich Politik den Diskurs am deutlichsten prägen, mag sich dadurch erklären, dass sich die vorliegende Untersuchung auf einen Diskurs zu einem konkreten Gesetz bezieht (Bahnsen/Linhart/Tosun 2016). Aus Sicht der Politikfeldforschung mag eine detailliertere Auswertung einzelner Gruppen zielführend sein. Dieser Frage möchten wir hier ausdrücklich nicht nachgehen (siehe für entsprechende Auswertungen Bahnsen/Linhart/Tosun 2016), sondern medientyp- und medienhaus-spezifische Unterschiede in den Blick nehmen.

Für die vorliegende Untersuchung steht demnach die Frage im Vordergrund, ob sich die medialen Plattformen strukturell unterscheiden. Ein Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest auf Basis der Gruppen (Politik, Interessengruppen, Unternehmen, Medien, WissenschaftlerInnen) liefert die Prüfgröße $\chi^2 = 13,19$ ($p = 0,010$), aus der ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Standing der Akteure und dem Veröffentlichungsmedium abzuleiten ist. Online- und Print-Diskurse unterscheiden sich also darin, welche Akteure sie wie häufig zu Wort kommen lassen.

Auch auf der Ebene der einzelnen Akteursgruppen fallen signifikante medientypabhängige Unterschiede im Standing der Akteure auf (Tabelle 3 zeigt die Signifikanzniveaus): So können Akteure aus dem Bereich Politik ihre Äußerungen in Online-Artikeln statistisch signifikant erfolgreicher platzieren als in Print-Artikeln (Print: 53 %, Online: 63 %). Interessengruppen (Print: 21 %, Online: 18 %) und Unternehmen (Print: 12 %, Online: 8 %) prägen hingegen den Print-Diskurs signifikant stärker als den Online-Diskurs. Diese Beobachtungen lassen sich auch bei einzelner Betrachtung der Zeitungen aufrechterhalten, sodass hier eine Robustheit der Ergebnisse unterstellt werden darf. Die Ergebnisse stehen im Widerspruch zu den Befunden von Quandt (2008), der die Stärke politischer Akteure im Print-Bereich und die von Verbänden und Unternehmen im Online-Bereich ausmacht.

12 Die Werte entsprechen Prozentanteilen. Die Spaltensummen einer Medienplattform addieren sich zu 100 %. Ein Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest zum Zusammenhang zwischen dem Standing der Gruppen nach Medientyp (Online, Print) liefert die Prüfgröße $\chi^2 = 13,19$ ($p = 0,010$). Ein analoger Test zum Zusammenhang zwischen Standing der Gruppen nach Medienhaus (Welt, FAZ, SZ) ergibt $\chi^2 = 24,23$ ($p = 0,002$).

Akteursgruppe		Print, Online	FAZ, Welt	FAZ, SZ	SZ, Welt
Politik		0,001**	0,000***	0,013*	0,259
Parteien	SPD	0,867	0,531	0,295	0,101
	B90/Die Grünen	0,013**	0,526	0,678	0,909
	CDU/CSU	0,018**	0,130	0,689	0,087
	Die Linke	0,688	0,979	0,783	0,792
	FDP	0,288	0,211	0,167	0,481
Ebenen	EU	0,248	0,045*	0,351	0,405
	Bund	0,712	0,175	0,458	0,649
	Länder	0,234	0,739	0,930	0,834
	Kommunen	0,756	0,448	0,770	0,698
Interessengruppen		0,037*	0,108	0,719	0,083
Unternehmen		0,022*	0,029*	0,021*	0,601
Medien		0,731	0,055	0,157	0,849
WissenschaftlerInnen		0,468	0,149	0,357	0,773

Tabelle 3: Signifikanzniveaus (p-Werte) der Unterschiede im Standing der Akteure auf der Grundlage zweiseitiger t-Tests¹³

Innerhalb des Bereichs Politik fällt auf, dass Bündnis 90/Die Grünen den Online-Diskurs signifikant schwächer prägen als den Print-Diskurs (Print: 25 %, Online: 16 %), was etwa angesichts der großen Bedeutung des Internets für Wahlkämpfe der Grünen (Schweitzer/Albrecht 2011) überraschen mag. Nicht weniger beachtenswert ist, dass die Union den digitalen Diskurs signifikant stärker als den Print-Diskurs prägt (Print: 24 %, Online: 34 %). Diese Tendenzen ziehen sich durch die Berichterstattung aller betrachteten Medienhäuser, sodass nicht etwa einzelne Zeitungen diese Trends verursachen. Diese Ergebnisse können durch die geringere Bedeutung der Länderebene im Online-Diskurs bedingt sein, wo die Grünen überdurchschnittlich stark sind.¹⁴ Entsprechend kann das bessere Standing der CDU/CSU im Online-Diskurs auf die Schwerpunktlegung der Online-Zeitungen auf Bundes- und EU-Ebene zurückgeführt werden, welche die Union auch deshalb öffentlichkeitswirksam prägt, weil sie die Bundeskanzlerin stellt. Der Befund, dass neue Medien einen internationaleren Fokus aufweisen als konventionelle Plattformen, steht dabei in Einklang mit den Ergebnissen von Gasher/Gabrielle (2004) und Maier (2010). Die SPD besitzt mit 13 Regierungsbeteiligungen auf Landesebene und als Koalitionspartner auf Bundesebene die Voraussetzung für ein starkes ebenenunabhängiges Standing, sodass sich im Standing entsprechend keine Unterschiede zwischen Online- und Print-Medien zeigen.

Trotz der insgesamt signifikanten Unterschiede zwischen Print- und Online-Medien muss eingeschränkt werden, dass sich die jeweiligen Teildiskurse nicht fundamental unterscheiden. Die Grundergebnisse (Dominanz von Akteuren aus dem Bereich Politik, insbesondere der SPD, relativ große Bedeutung von CDU/CSU und Bündnis 90/Die

¹³ Signifikanzniveaus *p < 0,05; **p < 0,01; ***p < 0,001.

¹⁴ Im Beobachtungszeitraum sind Bündnis 90/Die Grünen wie die Union an sieben Landesregierungen beteiligt, anders als die CDU/CSU aber nicht an der Bundesregierung.

Grünen sowie von Interessengruppen) sind in beiden Diskursen die gleichen. Größere Unterschiede ergeben sich vor allem in der Bedeutung der Landes- und Bundesebene sowie damit zusammenhängend für die Union und die Grünen.

Um die identifizierten Unterschiede zwischen Print- und Online-Medien einordnen zu können, untersuchen wir auch Unterschiede zwischen den Verlagshäusern. Auch diese unterscheiden sich signifikant im Standing der Akteure (Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, $\chi^2 = 24,23$, $p = 0,002$). Im Signifikanzniveau gleichen sich medientyp- und verlagshauspezifische Effekte damit.¹⁵ Betrachtet man dagegen ausschließlich die Online-Angebote, so ergeben sich – im Gegensatz zur alleinigen Betrachtung von Print-Zeitungen – keine signifikanten Unterschiede in der Deutungshoheit der Akteure (Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, $\chi^2 = 10,25$, $p = 0,241$). Online-Zeitungen scheinen sich somit durch eine stärkere Homogenität hinsichtlich dieses Aspekts auszuzeichnen – eine mögliche Folge der oben beschriebenen Abhängigkeit von Nachrichtenagenturen (Gascher/Gabrielle 2004).

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass das Standing der Akteure signifikant zwischen den Veröffentlichungsplattformen variiert, in ähnlichem Ausmaß wie es sich zwischen den Medienhäusern unterscheidet.

5.2 Die inhaltlich-argumentative Struktur des Diskurses um die EEG-Novelle

In einem zweiten Schritt vergleichen wir die Online- und Print-Diskurse unter inhaltlichen Gesichtspunkten. Dabei betrachten wir zunächst, inwieweit die Zustimmung zu der Novelle zwischen den Veröffentlichungsplattformen variiert. Im Anschluss untersuchen wir Online- und Print-Artikel auf Grundlage der Deutungsrahmen (»Frames«) auf Unterschiede.

5.2.1 Zustimmung und Ablehnung der EEG-Novelle

Bei den im Diskurs getätigten Äußerungen unterscheiden wir zwischen Aussagen, die die Novelle unterstützen (positive Äußerung zur Novelle) und solchen, die auf mögliche Probleme im Zuge der Novelle aufmerksam machen (negative Äußerung zur Novelle). Wortbeiträge, die konkrete Anpassungswünsche zum Ausdruck bringen, werden als Forderungen klassifiziert. Tabelle 4 zeigt die prozentuale Verteilung der Pro-/Contra-Argumente und Forderungen im Diskurs. Demnach bezieht die Mehrheit der Äußerungen gegen das Gesetzesvorhaben Stellung, während etwa ein Drittel der Beiträge die Novelle verteidigt. Den Forderungen kommt mit ca. 5% der Nennungen eine untergeordnete Rolle zu.

15 Auf Grundlage von Cramérs V gleichen sich fernerhin medientyp- ($V = 0,106$) und verlagshauspezifische ($V = 0,102$) Effektstärken.

	Äußerung	Welt	FAZ	SZ	alle
Print-Artikel	Pro-Argument	40,5	35,1	33,9	36,4
	Contra-Argument	54,1	60,1	62,9	59,0
	Forderung	5,4	4,7	3,2	4,6
Online-Artikel	Pro-Argument	41,5	32,1	34,6	37,6
	Contra-Argument	51,5	61,6	62,1	56,2
	Forderung	7,0	6,3	3,3	6,2
alle	Pro-Argument	41,1	34,0	34,2	37,0
	Contra-Argument	52,4	60,7	62,5	57,6
	Forderung	6,5	5,3	3,2	5,4

Tabelle 4: Pro-/Contra-Argumente und Forderungen im Diskurs um die Novelle des EEG 2014 nach Medienhaus und Plattform¹⁶

Betrachtet man die Unterschiede zwischen den Medientypen, so fällt auf, dass Print- und Online-Artikel vergleichbare Zustimmungsraten aufweisen. So enthalten beide Medientypen eher Argumente, die der Novelle negativ gegenüber stehen (Print: 59 %, Online: 56 %), als positive Äußerungen (Print: 36 %, Online: 38 %). Entsprechend sind die Unterschiede in der Zustimmung bzw. Ablehnung der Novelle zwischen Print- und Online-Medien marginal und statistisch insignifikant, was auch Tabelle 5 formal entnommen werden kann.

	Print, Online	FAZ, Welt	FAZ, SZ	SZ, Welt
Bewertungstendenz (Mittelwerte)	Print: -0,23 Online: -0,19	FAZ: -0,27 Welt: -0,11	FAZ: -0,27 SZ: -0,28	SZ: -0,28 Welt: -0,11
Signifikanzniveau	0,376	0,002**	0,792	0,006**

Tabelle 5: Bewertungstendenzen und Signifikanzniveaus (p-Werte) der Unterschiede auf der Grundlage zweiseitiger t-Tests¹⁷

Im Widerspruch zu den Befunden von Quandt (2008) zeichnen sich die neuen Medien also hier nicht durch eine negativere Berichterstattung aus. Generell muss man jedoch für beide Veröffentlichungsplattformen konstatieren, dass die Bewertung im Mittel negativ ausfällt. Diese medienübergreifende negative Tonalität steht wiederum in Einklang mit den Ergebnissen von Quandt (2008).

Im Gegensatz zu den Distributionskanälen zeigen sich zwischen den Häusern signifikante Unterschiede (Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, $\chi^2 = 16,67$, $p = 0,002$). Dabei

16 Die Werte entsprechen Prozentanteilen. Die Spaltensummen jeder Medienplattform addieren sich zu 100 %. Ein t-Test zum Unterschied in Zustimmung/Ablehnung zwischen den Medientypen (Online, Print) liefert $p = 0,376$. Ein Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest zum Zusammenhang zwischen Zustimmung/Ablehnung und Medienhaus (Welt, FAZ, SZ) liefert die Prüfgröße $\chi^2 = 16,67$ ($p = 0,002$).

17 Signifikanzniveaus * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$; positive Äußerung = 1, Forderung = 0, negative Äußerung = -1.

werden in Artikeln der Welt die Vorzüge der Novelle deutlich häufiger herausgestellt als in den Beiträgen der FAZ und der SZ. Es mag zunächst erstens überraschen, dass die SZ als eher links geltendes Organ nicht stärker die Novelle des sozialdemokratischen Wirtschaftsministers unterstützt und dass zweitens die Unterschiede nicht zwischen der SZ einerseits und den als konservativ-liberal geltenden Welt und FAZ andererseits zu finden sind, sondern die Welt hier eine Sonderstellung einnimmt, während FAZ und SZ sich stärker ähneln (siehe Maurer/Reinemann 2006 zur Verortung der Medienhäuser im publizistischen Spektrum). Eine Erklärung hierfür sind die Bedenken, die Novelle könne zu einer Verlangsamung der Energiewende führen, die eher von linken Redaktionen geteilt werden (Zeh/Odén 2014). Da der Diskurs um das EEG primär im sozioökonomischen Bereich zu verorten ist, schlägt hier die stärker wirtschaftsliberale Ausrichtung der Welt im Vergleich zur FAZ und zur SZ offenbar deutlicher zu Buche als die generell konservative Redaktionslinie der FAZ.

5.2.2 Die »Frames« im Diskurs um die EEG-Novelle

Neben der Bewertungsrichtung der Äußerungen lassen sich diese auch in Bezug auf die transportierten Deutungsmuster (»Frames«) unterscheiden. So können etwa Wortbeiträge, die die Novelle kritisieren, auf sehr unterschiedliche Facetten abstellen oder gänzlich andere Argumentationslinien verfolgen. Als Ergebnis einer früheren Analyse des Print-Diskurses zur EEG-Novelle 2014 (Bahnsen/Linhart/Tosun 2016), in der das gleiche methodische Instrumentarium verwendet wurde wie in der vorliegenden Untersuchung, haben wir insgesamt zehn »Frames« identifiziert, die dem Diskurs zugrunde liegen. Dabei wurde jede im Diskurs getätigte Äußerung genau einem Argument oder einer Forderung zugeordnet. Argumente und Forderungen, die sich in ihrer Stoßrichtung ähneln, wurden dann zu »Frames« zusammengefasst. Wir ergänzen dieses Vorgehen analog für die Online-Medien. Die erneute Konstruktion der »Frames« des Diskurses, nun auf Basis von Print- und Online-Medien, ergab keine neuen Deutungsrahmen, die alleine in den Online-Medien vorkommen. Vielmehr konnten alle in den Online-Artikeln platzierten Argumente den zehn »Frames« zugeordnet werden, die wir bereits im Print-Diskurs identifiziert hatten. Die Übersicht über die Inhalte dieser so identifizierten zehn »Frames«, in der auch die häufigsten Argumente und Forderungen innerhalb der »Frames« benannt werden (Bahnsen/Linhart/Tosun (2016, S. 119 f.), ist gleichermaßen für die vorliegende Arbeit gültig. Eine Kurzübersicht dieser »Frames« geben wir in Tabelle 6.

»Frames« im Diskurs um die Novelle des EEG 2014

Verteilungskonflikte

Äußerungen in diesem »Frame« enthalten Ansichten über die angemessene Verteilung der Kosten und Nutzen der Energiewende. Dabei kommen insbesondere Konflikte zwischen Verbrauchern und von der EEG-Umlage befreiten Unternehmen, zwischen Verbrauchern und privaten Eigenstromproduzenten, zwischen den Ländern sowie zwischen Mietern und Eigenheimbesitzern zur Sprache. ▶

Wirtschaftlichkeit

Dieser »Frame« enthält Forderungen und Argumente, die einerseits auf die Wirtschaftlichkeit, andererseits auf die Bezahlbarkeit der Energiewende Bezug nehmen. Wirtschaftlichkeit bedeutet dabei, dass die Energiewende ökonomisch effizient und kostengünstig umgesetzt werden soll. Bezahlbarkeit stellt auf ein für die Verbraucher angemessenes absolutes Preis- und Kostenniveau der Versorgung ab.

Wertschöpfung

Nennungen in diesem »Frame« thematisieren die Auswirkungen der EEG-Novelle auf deutsche Arbeitsplätze und die in Deutschland erbrachte wirtschaftliche Leistung. Entsprechende Argumente und Forderungen nehmen daher einen unternehmenszentrierten Standpunkt ein. Dabei werden sowohl Folgen für Unternehmen im Bereich der EE als auch im konventionellen Industrie- oder Dienstleistungssektor angesprochen.

Europäischer Wettbewerb

Dieser »Frame« spiegelt den Konflikt zwischen der Bundesregierung und der EU-Kommission während des Gesetzgebungsverfahrens über die Konkurrenz deutscher und europäischer Unternehmen unter Energiegesichtspunkten wider. Darin wird insbesondere die Frage diskutiert, inwieweit die Gesetzesnovelle den internationalen Wettbewerb verzerrt und konform mit Europäischem Recht ist.

Umweltverträglichkeit

Äußerungen in diesem »Frame« setzen sich mit den Auswirkungen der Reform, die als Steuerungselement der Energiewende betrachtet werden kann, auf die Umweltbedingungen auseinander. Argumente und Forderungen sprechen dabei mögliche Veränderungen des Klimas, der Luft, der Böden, der Gewässer sowie der Tier- und Pflanzenwelt an.

Politische Unterstützung

Wortmeldungen in diesem »Frame« lassen zwar eine Bewertung der EEG-Novelle 2014 (Pro/Contra) erkennen, beinhalten jedoch keine Begründungen oder Argumente für diese Einschätzung.

Versorgungssicherheit

Dieser »Frame« beinhaltet Äußerungen, die sich auf die Versorgungssicherheit mit Strom beziehen. Diese bezieht sich sowohl auf die technische Zuverlässigkeit der Stromversorgung als auch auf die Frage der Abhängigkeit von Energieimporten aus dem Ausland.

Planungssicherheit

Beiträge, die die Auswirkungen der Novelle auf private Investitionen in die EE thematisieren, finden sich in diesem »Frame«. Dabei kommt die Transparenz für Investoren, der Vertrauensschutz für bereits getätigte Investitionen sowie die Risikobewertung künftiger Investitionen in die EE zur Sprache.

Politischer Prozess

Dieser »Frame« verdichtet Aussagen, die auf der Metaebene den Gesetzgebungsprozess kommentieren. Argumente und Forderungen in diesem Deutungsrahmen nehmen etwa auf das Tempo des Gesetzesvorhabens, die Einbindung politischer und gesellschaftlicher Akteure oder staatsorganisationsrechtliche Einschätzungen Bezug.

Bürgerbeteiligung

Die Beteiligung der Bürger an der Energiewende ist Gegenstand von Äußerungen in diesem »Frame«. Dabei können Forderungen und Argumente einerseits auf die Bürgerbeteiligung an der Energieproduktion und andererseits auf die demokratische Partizipation an politischen Entscheidungen, die Energiewende betreffend, eingehen.

Tabelle 6: Inhaltliche Beschreibung der »Frames«

Tabelle 7 zeigt die prozentualen Anteile an Äußerungen in den jeweiligen »Frames« nach Veröffentlichungsplattform und Medienhaus. Dies erlaubt Aussagen darüber, welche Deutungsmuster im Diskurs bedeutsamer oder weniger bedeutsam sind und inwiefern diesbezüglich Unterschiede zwischen einzelnen Medientypen und -häusern bestehen. Hierbei ist zunächst festzuhalten, dass die Subdiskurse in Print- und Online-Medien ähnliche Strukturen aufweisen. Die beiden »Frames« Verteilungskonflikte und Wirtschaftlichkeit sind jeweils die meistdiskutierten; der »Frame« Bürgerbeteiligung spielt in beiden Medientypen kaum eine Rolle. Alle weiteren »Frames« bewegen sich auf nicht zu unähnlichem Niveau dazwischen.

	»Frame«	Welt	FAZ	SZ	alle
Print-Artikel	Verteilungskonflikte	17,1	19,4	17,2	18,3
	Wirtschaftlichkeit	15,2	15,3	17,2	15,7
	Wertschöpfung	10,5	11,7	10,8	11,2
	Europäischer Wettbewerb	12,8	6,5	10,2	9,1
	Umweltverträglichkeit	8,6	13,5	11,8	11,7
	Politische Unterstützung	5,5	7,2	10,2	7,3
	Versorgungssicherheit	7,8	8,8	7,5	8,2
	Planungssicherheit	11,3	10,1	4,8	9,4
	Politischer Prozess	10,1	5,6	5,9	7,0
Bürgerbeteiligung	1,2	1,8	4,3	2,1	
Online-Artikel	Verteilungskonflikte	14,6	19,0	16,3	16,2
	Wirtschaftlichkeit	15,6	17,5	21,6	17,1
	Wertschöpfung	13,2	9,0	6,5	10,9
	Europäischer Wettbewerb	9,6	14,9	8,5	11,0
	Umweltverträglichkeit	8,0	9,0	7,8	8,4
	Politische Unterstützung	10,4	9,0	15,7	10,9
	Versorgungssicherheit	11,0	7,8	9,2	9,8
	Planungssicherheit	6,8	4,9	6,5	6,2
	Politischer Prozess	9,6	6,3	5,2	7,9
Bürgerbeteiligung	1,0	2,6	2,6	1,7	
alle	Verteilungskonflikte	15,5	19,2	16,8	17,2
	Wirtschaftlichkeit	15,5	16,2	18,9	16,4
	Wertschöpfung	12,3	10,7	8,8	11,0
	Europäischer Wettbewerb	10,7	9,7	9,4	10,1
	Umweltverträglichkeit	8,2	11,8	10,3	10,0
	Politische Unterstützung	8,7	7,9	12,7	9,1
	Versorgungssicherheit	9,9	8,4	8,3	9,0
	Planungssicherheit	8,3	8,1	5,6	7,7
	Politischer Prozess	9,8	5,9	5,6	7,5
	Bürgerbeteiligung	1,1	2,1	3,5	1,9

Tabelle 7: »Frames« im Diskurs um die Novelle des EEG 2014 nach Medienhaus und Plattform¹⁸

18 Die Werte entsprechen Prozentanteilen. Die Spaltensummen einer Medienplattform addieren sich zu 100 %. Ein Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest zum Zusammenhang zwischen der Bedeutung der »Frames« und Medientyp (Online, Print) liefert die Prüfgröße $\chi^2 = 22,45$ ($p = 0,008$). Ein analoger

Es lassen sich allerdings auch nach Medientyp unterschiedliche Schwerpunkte in der Berichterstattung identifizieren. Während in den Print-Medien Verteilungskonflikte am stärksten thematisiert werden, wird in Online-Medien am häufigsten auf die Wirtschaftlichkeit der Novelle rekurriert. Auffallend ist ferner, dass in Online-Artikeln häufiger Positionen für oder gegen die Novelle bezogen werden, ohne Gründe für diese inhaltliche Bewertung der Reform zu nennen (»Frame«: Politische Unterstützung; Print: 7,3 %, Online 10,9 %). Dieser Effekt ist, wie ein entsprechender t-Test zeigt, statistisch signifikant (siehe Tabelle 8 für Signifikanzniveaus der t-Tests). Zudem wird in digitalen Medien signifikant seltener die umweltpolitische Dimension des Diskurses (»Frame«: Umweltverträglichkeit) thematisiert. Betrachtet man das »Frame-System« in Gänze, so zeigt sich, dass sich auch die Berichterstattung insgesamt hinsichtlich der relativen Bedeutung der »Frames« in Online-Medien signifikant von der in Print-Medien unterscheidet (Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, $\chi^2 = 22,45$, $p = 0,008$).

»Frame«	Print, Online	FAZ, Welt	FAZ, SZ	SZ, Welt
Verteilungskonflikte	0,245	0,057	0,344	0,576
Wirtschaftlichkeit	0,424	0,723	0,272	0,161
Wertschöpfung	0,843	0,329	0,359	0,095
Europäischer Wettbewerb	0,193	0,518	0,897	0,522
Umweltverträglichkeit	0,018*	0,021*	0,482	0,253
Politische Unterstützung	0,009**	0,549	0,012*	0,043*
Versorgungssicherheit	0,250	0,323	0,927	0,385
Planungssicherheit	0,012*	0,896	0,140	0,113
Politischer Prozess	0,445	0,006**	0,849	0,022*
Bürgerbeteiligung	0,535	0,106	0,170	0,005**

Tabelle 8: Signifikanzniveaus (p-Werte) der Unterschiede der Bedeutung der »Frames« auf der Grundlage zweiseitiger t-Tests¹⁹

Das häufigere Aussprechen bloßer politischer Unterstützung ohne Argumentation in Online-Medien kann hierbei als Indiz für eine eher oberflächlichere Berichterstattung, ohne Sachzusammenhänge in ihrer Tiefe auszuleuchten, gewertet werden, was in Übereinstimmung mit den Ergebnissen von De la Piscina et al. (2015) und Engebretsen (2006) steht.²⁰ Die Unterrepräsentation umweltpolitischer Themen in digitalen Medien steht in Einklang mit den Ergebnissen von Maier (2010).

Test zum Zusammenhang zwischen der Bedeutung der »Frames« und Medienhaus (Welt, FAZ, SZ) ergibt $\chi^2 = 39,45$ ($p = 0,002$).

19 Signifikanzniveaus * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

20 Online- und Print-Artikel unterscheiden sich zudem teilweise in der Zusammensetzung der »Frames« (anhand von Tabelle 7 nicht ersichtlich), da einige einzelne Argumente und Forderungen innerhalb der »Frames« ausschließlich in den neuen Medien genannt werden und andere nur in den

Wie für das Standing der Akteure gilt aber auch für die Bedeutung der »Frames«, dass sich die Teildiskurse in den Print- und Online-Medien trotz signifikanter Unterschiede nicht diametral unterscheiden. Die größten Unterschiede in Prozentpunkten finden sich bei den »Frames« Politische Unterstützung, Umweltverträglichkeit und Planungssicherheit. Mit Unterschieden von 3,6, 3,3 bzw. 3,2 Prozentpunkten bleiben diese Unterschiede überschaubar und ergeben in der Auswertung ein ähnliches Gesamtbild.²¹

Gleichzeitig finden sich in der thematischen Ausrichtung der Berichterstattung auch Unterschiede zwischen den Medienhäusern, die sich ebenso als statistisch signifikant erweisen (Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, $\chi^2 = 39,45$, $p = 0,002$). Auffällig sind dabei etwa die stärkere Fokussierung auf den »Frame« Umweltverträglichkeit in FAZ und SZ im Vergleich zur Welt oder die häufigere Thematisierung der Bürgerbeteiligung im Zuge der Energiewende bei der SZ. Diese Unterschiede lassen sich auf die medienhauspezifische Ausrichtung zurückführen: So kann die stärkere Schwerpunktlegung auf umweltpolitische Themen in FAZ und SZ darauf zurückgeführt werden, dass diese Medienhäuser eine im Vergleich zur Welt linkere Ausrichtung verfolgen und damit energie- und umweltspezifischen Themen größere Aufmerksamkeit schenken (Eilders 2002; Zeh/Odén 2014).

Vergleicht man medien- und verlagshauspezifische Effekte, so lässt sich festhalten, dass diese in Bezug auf die »Frames« sowohl hinsichtlich des Signifikanzniveaus als auch in ihrer Effektstärke²² übereinstimmen. Auf die thematische Struktur eines Artikels nehmen also Medienhaus und Distributionskanal gleichermaßen Einfluss.

6 Zusammenfassung und Fazit

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass sich der von uns untersuchte Diskurs in konventionellen und neuen Medien signifikant voneinander unterscheidet. Einerseits beeinflusst der mediale Distributionsweg die argumentative Struktur der Debatte und die inhaltliche Ausleuchtung von Sachgegenständen, andererseits wirkt die Veröffentlichungsplattform darauf ein, welche Akteure wie häufig zu Wort kommen. Unser Untersuchungsgegenstand, die EEG-Novelle, wird dabei sowohl in digitalen als auch in Print-Medien übereinstimmend kritisch gesehen. Wie und durch wen diese Kritik zum Ausdruck kommt, unterscheidet sich jedoch zwischen Online- und Print-Medien. Auch die

gedruckten Medien vorkommen. 38 Äußerungen werden hierbei ausschließlich im Print-Diskurs genannt, während 24 Argumente und Forderungen alleine in den digitalen Medien auftauchen. Dies entspricht den Befunden von Engebretsen (2006), die eine detailliertere und tiefgründigere Berichterstattung in den Print-Medien nahelegen.

21 Innerhalb der einzelnen Verlagshäuser finden sich allerdings größere Unterschiede zwischen den Print- und Online-Angeboten. Ein auffallend hoher Unterschied von 8,4 Prozentpunkten findet sich zwischen FAZ und faz.net beim »Frame« Europäischer Wettbewerb. Im Durchschnitt (2,6 Prozentpunkte) sind die Unterschiede aber auch mit Blick auf die einzelnen Häuser eher gering.

22 Siehe hierfür Cramérs V ($V = 0,106$ für medienabhängige und $V = 0,105$ für verlagshauspezifische Effekte).

Qualität der journalistischen Produkte hängt vom Distributionskanal ab: Online-Artikel weisen eine geringere Vielfalt an Begründungen sowie inhaltlichen Facetten auf und liefern häufiger (wenngleich auf niedrigem Niveau) bloße Meinungsbekundungen ohne argumentativen Unterbau.

Im Vergleich zeigt sich, dass die Größe der Unterschiede zwischen den Medientypen dem Ausmaß der Unterschiede zwischen den Verlagshäusern entspricht, wobei zwischen den Medienhäusern zusätzlich die Unterstützung der Novelle signifikant variiert. Dass die zahlreichen Einordnungen der Medienhäuser nach ihrer inhaltlichen Ausrichtung nicht zwischen neuen und konventionellen Verbreitungsformen unterscheiden, kann hierbei als Defizit angesehen werden. Unsere Hinweise darauf, dass Online-Zeitungen eine deutlich stärkere Homogenität offenbaren, die Unterschiede in der politischen Ausrichtung der Medienhäuser abschwächt, unterstreicht zusätzlich die Relevanz der medialen Plattform.

Die Fragmentierung der Öffentlichkeit, die sich durch die Etablierung neuer Technologien vollzogen hat, führt also nicht zur vollständigen Kontinuität der konventionellen Öffentlichkeitsformen, sondern vielmehr zur strukturellen Veränderung der Öffentlichkeit. Unser Beitrag zeigt, dass sich beide Distributionsformen nicht nur darin unterscheiden, welche Diskurse sie wie stark aufgreifen. Vielmehr unterscheiden sich auch die einzelnen Diskurse selbst.

Für die Methode der Diskursanalyse setzt diese Ausdifferenzierung der Kommunikationsarenen und die damit einhergehende Konstituierung unterschiedlicher Öffentlichkeiten und Diskurse die bewusste Auswahl der zu analysierenden Medien voraus. Untersuchungen, die nur eine mediale Plattform berücksichtigen, betrachten lediglich einen Teildiskurs und sind daher in der Reichweite ihrer Schlüsse ähnlich beschränkt wie Analysen, die sich nur auf Diskurse einzelner Zeitungen beziehen. Gleichzeitig weisen wir darauf hin, dass sich – trotz signifikanter Unterschiede zwischen Print- und Online-Medien in allen Bereichen unserer Diskursanalyse – die jeweiligen Subdiskurse bei dem von uns untersuchten Fall nicht grundlegend unterscheiden. Die Grundaussagen der früheren Analyse (Bahnsen/Linhart/Tosun 2016), die den öffentlichen Diskurs zur EEG-Novelle alleine auf Basis der Print-Medien analysiert, gelten weiterhin, wenn Online-Medien einbezogen werden. Unser Fazit fällt somit ambivalent aus. Um einen Grobüberblick über die einen Diskurs prägenden Akteure und »Frames« zu erhalten, mag es ausreichen, sich auf eine der Arenen zu beschränken. Insbesondere in Hinblick auf das Verhältnis von Aufwand und Erkenntnisgewinn scheinen unsere Ergebnisse den einseitigen Fokus auf nur eine Teilöffentlichkeit zu rechtfertigen. Details in den Analyseergebnissen sollten dann allerdings nicht überbewertet werden.

Aufgrund von signifikanten Unterschieden zwischen dem Online- und dem Print-Diskurs sowohl auf der Ebene der Akteure als auch auf der Ebene der »Frames« kann der Diskurs jedoch nur vollständig erfasst werden, wenn neben verschiedenen Verlagshäusern auch unterschiedliche Vertriebsformen berücksichtigt werden. Um bei gleichem Aufwand eine höhere Analysequalität zu erhalten, wäre in aufbauenden Arbeiten zu überprüfen, ob eine Verbreiterung der Datengrundlage – also eine Berücksichtigung verschiedener Medienhäuser- und -typen – eine hilfreiche Option ist, wenn dafür Bei-

träge der einzelnen Medien nicht vollständig, sondern nur stichprobenartig in die Analyse eingehen.

Abschließend weisen wir darauf hin, dass neben unserer Auswahl der Medienhäuser selbstverständlich auch unsere Auswahl der analysierten Medientypen den Diskurs nur teilweise erfasst. Neben Online- und Print-Medien finden öffentliche Diskurse unter anderem etwa auch im Fernsehen und Hörfunk statt. In diesem Zusammenhang seien die App-gestützten mobilen Medienkanäle erwähnt, die sich durch ihre Reichweite und Schnelligkeit der Nachrichtenproduktion und -übermittlung auszeichnen und eine wichtige Entwicklung im Bereich der digitalen Berichterstattung darstellen. Inwiefern dortige Subdiskurse mit den hier untersuchten übereinstimmen, muss jedoch Gegenstand weiterer Forschung sein.

Literatur

- Bahnsen, O./Linhart, E./Tosun, J. (2016): Wer mit wem in der Energiepolitik? Eine Analyse des öffentlichen Diskurses über die Novelle des Erneuerbare-Energien-Gesetzes 2014. In: *der moderne staat* 9(1), S. 109–134.
- Barnhurst, K. (2013): Newspapers experiment online. Story content after a decade on the web. In: *Journalism* 14(1), S. 3–21.
- Boczkowski, P. J./Mitchelstein, E. (2013): *The news gap. When the information preferences of the media and the public diverge.* Cambridge: MIT-Press.
- Breit, L. (2014): *Die Auswirkungen von Trimedialität auf journalistische Qualität im öffentlich-rechtlichen Rundfunk.* Magisterarbeit, Universität Wien. Fakultät für Sozialwissenschaften.
- Cacciatore, M. A./Anderson, A. A./Choi, D. H./Brossard, D. A./Liang, X./Ladwig, P. J./Xenos, M./Dudo, A. (2012): Coverage of emerging technologies. A comparison between print and online media. In: *New Media and Society* 14(6), S. 1039–1059.
- De la Piscina, T. R./Gorosarri, M. G./Aiestaran, A./Zabalondo, B./Agirre, A. (2015): Differences between the quality of the printed version and online editions of the European reference press. In: *Journalism* 16(6), S. 768–790.
- Doyle, G. (2010): From television to multi-platform. Less from more or more for less? In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 16(4), S. 431–449.
- Eilders, C. (2002): Conflict and consonance in media opinion. Political positions of five German quality newspapers. In: *European Journal of Communication* 17(1), S. 25–63.
- Engelbrechtsen, M. (2006): Shallow and static or deep and dynamic? Studying the state of online journalism in Scandinavia. In: *Nordicom Review* 27(1), S. 3–16.
- Ferree, M. M./Gamson, W. A./Gerhards, J./Rucht, D. (2002): *Shaping abortion discourse, democracy and the public sphere in Germany and the United States.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Gabriel, O. W./Kornelius, B. (2011): Die baden-württembergische Landtagswahl vom 27. März 2011. Zäsur und Zeitenwende? In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 42(4), S. 784–804.
- Gamson, W. A. (2004): Bystanders, public opinion, and the media. In: Snow, D. A./Soule, S. A./Kriesi, H. (Hrsg.): *The Blackwell companion to social movements.* Malden: Blackwell Publishing, S. 242–261.
- Gamson, W. A./Modigliani, A. (1989): Media discourse and public opinion on nuclear power. A constructionist approach. In: *American Journal of Sociology* 95(1), S. 1–37.
- García-Avilés, J. A./Kaltenbrunner, A./Meier, K. (2014): Media convergence revisited. Lessons learned on newsroom integration in Austria, Germany and Spain. In: *Journalism Practice* 8(5), S. 573–584.

- Gasher, M./Gabrielle, S. (2004): Increasing circulation? A comparative news-flow study of the Montreal Gazette's hard-copy and online editions. In: *Journalism Studies* 5(3), S. 311–323.
- Gebauer, K. E. (1998): Regierungskommunikation. In: Jarren, O./Sarcinelli, U./Saxer, U. (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Wiesbaden: VS, S. 464–472.
- Gerhards, J./Neidhardt, F. (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze*. WZB Discussion Paper No. FS III 90-101. Berlin: WZB.
- Gerhards, J./Neidhardt, F. (1991): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze*. In: Müller-Doohm, S./Neumann-Braun, K. (Hrsg.): *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie*. Oldenburg: Universität Oldenburg, S. 31–89.
- Gitlin, T. (1980): *The whole world is watching*. Berkeley und Los Angeles: University of California Press.
- Goffman, E. (1974): *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gothe, H. (2011): Die rheinland-pfälzische Landtagswahl vom 27. März 2011. Dosierte Machtwechsel in Mainz. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 42(4), S. 764–783.
- Habermas, J. (1992): *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Haunss, S./Dietz, M./Nullmeier, F. (2013): Der Ausstieg aus der Atomenergie. Diskursnetzwerkanalyse als Beitrag zur Erklärung einer radikalen Politikwende. In: *Zeitschrift für Diskursforschung* 1(3), S. 288–315.
- Herbes, C./Jirka, E./Braun, J. P./Pukall, K. (2014): Der gesellschaftliche Diskurs um den ›Maisdeckel‹ vor und nach der Novelle des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) 2012. In: *GAiA* 23(2), S. 100–108.
- Herschinger, E./Nonhoff, M. (2014): *Diskursforschung in der Politikwissenschaft*. In: Angermüller, J./Nonhoff, M./Herschinger, E./Magilchrist, F./Reisigl, M./Wedl, J./Wrana, D./Ziem, A. (Hrsg.): *Diskursforschung: Ein interdisziplinäres Handbuch. Band 1: Theorien, Methodologien und Kontroversen*. Bielefeld: transcript, S. 192–207.
- Hess, S./Kleinschmit, D./Theuvsen, L./Von Cramon-Taubadel, S./Zschache, U. (2010): Explaining path dependence through discourse analysis: The case of seasonal farm workers in Germany. In: Schreyögg, G./Sydow, J. (Hrsg.): *The hidden dynamics of path dependency: Institutions and organisations*. London: Palgrave Macmillan, S. 197–216.
- Hess, S./Von Cramon-Taubadel, S./Zschache, U./Theuvsen, L./Kleinschmit, D. (2012): Explaining the puzzling persistence of restrictions on seasonal farm labour in Germany. In: *European Review of Agricultural Economics* 39(4), S. 707–728.
- Hoffman, L. (2006): Is internet content different after all? A content analysis of mobilizing information in online and print newspapers. In: *Journalism and Mass Communication* 83(1), S. 58–76.
- Hofmann, M. (2015): *Crossmedia in der Redaktion. Newsdesk, Newsflow*. In: Breyer-Mayländer, T. (Hrsg.): *Vom Zeitungsverlag zum Medienhaus. Geschäftsmodelle in Zeiten der Medienkonvergenz*. Wiesbaden: Springer, S. 173–183.
- Hohlfeld, R. (2013): *Journalistische Beobachtung des Publikums*. In: Meier, K./Neuberger, C. (Hrsg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos, S. 135–146.
- IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (2016): *Datenbank mit den IVW-Quartalsauflagen. Tageszeitungen Gesamtliste*, <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1111&u=&p=&b=a&t=Tageszeitungen+Gesamtliste> (Abruf 24.8.2016).
- Jakubetz, C. (2011): *Crossmedia*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Jarren, O./Donges, P. (2011): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Keller, R. (2011): *Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. 4. Auflage. Wiesbaden: VS.

- Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (2001): Zur Aktualität sozialwissenschaftlicher Diskursanalyse. Eine Einführung. In: Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (Hrsg.), *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden*. Wiesbaden: VS, S. 7–27.
- Kerchner, B. (2006): Diskursanalyse in der Politikwissenschaft. Ein Forschungsüberblick. In: Kerchner, B./Schneider, S. (Hrsg.): *Foucault. Diskursanalyse der Politik*. Wiesbaden: VS, S. 33–67.
- Kerchner, B./Schneider, S. (2006): ›Endlich Ordnung in der Werkzeugkiste‹: Zum Potential der Foucaultschen Diskursanalyse für die Politikwissenschaft. Einleitung. In: Kerchner, B./Schneider, S. (Hrsg.): *Foucault. Diskursanalyse der Politik*. Wiesbaden: VS, S. 9–30.
- Klauß, S. M. (2015): Strukturwandel der Öffentlichkeitsarbeit durch interaktive Medien. In: Friedrichsen, M./Kohn, R. A. (Hrsg.): *Digitale Politikvermittlung. Chancen und Risiken interaktiver Medien*. Wiesbaden: Springer, S. 189–206.
- Klingemann, H. D./Voltmer, K. (1998): Politische Kommunikation als Wahlkampfkommunikation. In: Jarren, O./Sarcinelli, U./Saxer, U. (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Wiesbaden: VS, S. 396–405.
- Klüver, H. (2012): Die Macht der Informationen. Eine empirische Analyse von Lobbyerfolg in der Europäischen Union. In: *Politische Vierteljahresschrift* 53(2), S. 211–239.
- Koopmans, R. (2004): Movements and media. Selection processes and evolutionary dynamics in the public sphere. In: *Theory and Society* 33(3), S. 367–391.
- Langenbucher, W. R./Lipp, M. (1982): Kontrollieren Parteien die politische Kommunikation? In: Raschke, J. (Hrsg.): *Bürger und Parteien. Ansichten und Analysen einer schwierigen Beziehung*. Opladen: Leske und Budrich, S. 217–234.
- Lee, A. M./Lewis, S. C./Powers, M. (2014): Audience clicks and news placement: A study of time-lagged influence in online journalism. In: *Communication Research* 41(4), S. 505–530.
- Leonard, N. (2013): Vorwärts (n)immer? Normalität, Normativität und die Krise des Journalismus. In: Kramp, L./Novy, L./Ballwieser, D./Wenzlaff, K. (Hrsg.): *Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten, Ansichten, Aussichten*. Wiesbaden: Springer, S. 17–33.
- Linhart, E./Dhungel, A. K. (2013): Das Thema Vermaischung im öffentlichen Diskurs. In: *Berichte über Landwirtschaft* 91(2), S. 1–24.
- Linhart, E./Windwehr, J. (2012): Die Bedeutung bestimmter Ministerien, Geschäftsbereiche und Politikfelder für die Parteien in den deutschen Bundesländern. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 43(3), S. 579–597.
- Loosen, W. (2005): Zur medialen ›Entgrenzungsfähigkeit‹ journalistischer Arbeitsprozesse: Synergien zwischen Print-, TV- und Online-Redaktionen. In: *Publizistik* 50, S. 304–319.
- Maier, S. R. (2010): Newspapers offer more news than do major online sites. In: *Newspaper Research Journal* 31(1), S. 6–19.
- Matthes, J. (2009): What's a frame? A content analysis of media-framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 86, S. 349–367.
- Mast, C./Stehle, H./Krüger, F. (2010): Themen, Akteure und Strategien: Eckpunkte erfolgreicher Energiekommunikation. Ergebnisse der Studie Energiekommunikation. Stuttgart: Universität Hohenheim.
- Maurer, M./Reinemann, C. (2006): *Medieninhalte. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Neidhardt, F. (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Sonderheft 34 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 7–41.
- Neuberger, C./Tonnemacher, J./Biebl, M./Duck, A. (1998): Online – the future of newspapers? Germany's dailies on the World Wide Web. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 4(1), <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00087.x/full> (Abruf 24.8.2016).

- Pfetsch, B. (1999): Government news management – strategic communication in comparative perspective. WZB Discussion Paper No. FS III 99-101. Berlin: WZB.
- Poor, N. D. (2007): A cross-national study of computer news sites. Global news, local Sites. In: *The Information Society* 23(2), S. 73–83.
- Pürer, H. (2015): Medien in Deutschland. Presse, Rundfunk, Online. Stuttgart: UTB.
- Quandt, T. (2008): Neues Medium, alter Journalismus? Eine vergleichende Inhaltsanalyse tagesaktueller Print- und Online-Nachrichtenangebote. In: Quandt, T./Schweiger, W. (Hrsg.): *Journalismus online. Partizipation oder Profession*. Wiesbaden: VS, S. 131–155.
- Quittner, J. (1995): The birth of way new journalism. Online unter <http://centennial.journalism.columbia.edu/1995-journalisms-digital-future/> (Abruf 14.4.2016).
- Rudzio, W. (2011): *Das politische System der Bundesrepublik Deutschland*. 8. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Sabatier, P. A. (1987): Knowledge, policy-oriented learning, and policy change. An advocacy coalition framework. In: *Science Communication* 8(4), S. 649–692.
- Sabatier, P. A. (1988): An advocacy coalition framework of policy change and the role of policy-oriented learning therein. In: *Policy Sciences* 21(2), S. 129–168.
- Sarcinelli, U. (2011): *Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: VS.
- Scheufele, D. A./Tewksbury, D. (2006): Framing, agenda setting, and priming. The evolution of three media effects models. In: *Journal of Communication* 57(1), S. 9–20.
- Schröder, J. (2014): IVW: Deutsche HuffPost mit fast 10 Millionen Visits, <http://meedia.de/2014/04/08/deutsche-huffington-post-startet-mit-fast-10-mio-visits-in-die-ivw> (Abruf 24.8.2016).
- Schulz, W. (2011): *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. Wiesbaden: VS.
- Schweitzer, E. J./Albrecht, S. (2011): *Das Internet im Wahlkampf. Analysen zur Bundestagswahl 2009*. Wiesbaden: VS.
- Sebaldt, M./Straßner, A. (2004): *Verbände in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.
- Singer, J. (2001): The metro wide web. Changes in newspapers' gate-keeping role online. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 78(1), S. 65–80.
- Speth, R. (2010): Das Bezugssystem Politik, Lobby, Öffentlichkeit. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 60(19), S. 9–15.
- Tenenboim-Weinblatt, K./Neiger, M. (2015): Print is future, online is past. Cross-media analysis of temporal orientations in the news. In: *Communication Research* 42(8), S. 1047–1067.
- Ullrich, P. (2008): Diskursanalyse, Diskursforschung, Diskurstheorie. Ein- und Überblick. In: Freikamp, U./Leanza, M./Mende, J./Müller, S./Ullrich, P./Voss, H. J. (Hrsg.): *Kritik mit Methode? Forschungsmethoden und Gesellschaftskritik*. Berlin: Karl Dietz Verlag, S. 19–32.
- Van der Wurff, R./Lauf, E./Balcytiene, A./Fortunati, L./Holmberg, S./Paulussen, S./Salaverria, R. (2008): Online and print newspapers in Europe in 2003. Evolving towards complementarity. In: *European Journal of Communication Research* 33(4), S. 403–430.
- Von Beyme, K. (1980): *Interessengruppen in der Demokratie*. München: Piper.
- Vowe, G./Dohle, M. (2007): Politische Kommunikation im Umbruch. Neue Forschung zu Akteuren, Medieninhalten und Wirkungen. In: *Politische Vierteljahresschrift* 48(2), S. 228–259.
- Wallner, C./Adolf, M. (2011): Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen. Eine Metastudie zu klassischen Öffentlichkeitstheorien. In: Wolling, J./Will, A./Schumann, C. (Hrsg.): *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern*. Band 38 der Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S. 409–426.
- Weiß, C. (2014): Apps, Online, Print. Crossmediale Content-Führung. In: Breyer-Mayländer, T. (Hrsg.): *Vom Zeitungverlag zum Medienhaus*. Wiesbaden: Springer, S. 129–136.

- Wendelin, M./Engelmann, I./Neubarth, J. (2014): Nachrichtenfaktoren und Themen in Nutzerrankings. Ein Vergleich der journalistischen Nachrichtenauswahl und der Selektionsentscheidungen des Publikums im Internet. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 62(3), S. 439–458.
- Westle, B./Begemann, C./Rütter, A. (2015): Wahlprogrammatik und politische Berichterstattung. Vermittlung politischer Themen und Issues durch Tageszeitungen. In: Korte, K. R. (Hrsg.): Die Bundestagswahl 2013. Wiesbaden: Springer, S. 317–343.
- White, D. M. (1950): The 'gate keeper'. A study in the selection of news. In: Journalism Quarterly 27, S. 383–390.
- Zeh, R./Odén, T. (2014): Die Nachwehen von Fukushima in Schweden und Deutschland. In: Wolling, J./Arlt, D. (Hrsg.): Fukushima und die Folgen. Medienberichterstattung, Öffentliche Meinung, Politische Konsequenzen. Ilmenau: Universitätsverlag Ilmenau, S. 211–232.

Anschriften:

Oke Bahnsen
Universität Mannheim, MZES
A5, 6
68131 Mannheim
Email: Oke.Bahnsen@mzes.uni-mannheim.de

Prof. Dr. Eric Linhart
Technische Universität Chemnitz, Institut für Politikwissenschaft
Thüringer Weg 9, 09126 Chemnitz
Email: Eric.Linhart@phil.tu-chemnitz.de