

WESTFÄLISCHE
WILHELMS-UNIVERSITÄT
MÜNSTER



Münster, Januar 2010

Abschlussbericht zur Studie

Zum Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung

im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales

vorgelegt von

Dr. Maja Malik

Institut für Kommunikationswissenschaft
Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Bispinghof 9-14

48143 Münster

Telefon: 0251-83 2 46 55

E-Mail: maja.malik@uni-muenster.de

Inhaltsverzeichnis

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Kurzfassung | 6 |
| B. Abschlussbericht | 11 |
| 1. Einleitung | 11 |
| 1.1. Hintergrund und Zielsetzung des Forschungsvorhabens..... | 12 |
| 1.2. Forschungsstand und Forschungsthesen | 12 |
| 1.3. Untersuchungsdesign und Datengrundlage | 16 |
| 1.4. Aufbau des Berichts | 17 |
| 2. Umfang und Platzierung der Berichterstattung | 18 |
| 2.1. Häufigkeit der Berichterstattung | 18 |
| 2.2. Länge der Berichterstattung | 21 |
| 2.3. Ressorts und Themenrubriken der Berichterstattung | 23 |
| 2.4. Sichtbarkeit der Berichterstattung | 24 |
| 2.5. Autorinnen und Autoren der Berichterstattung | 25 |
| 3. Themen und Anlässe der Berichterstattung | 27 |
| 3.1. Themenstruktur der Berichterstattung | 28 |
| 3.2. Anlässe und Aktualität der Berichterstattung | 30 |
| 4. Thematische, geographische und soziale Rahmung der Berichterstattung | 35 |
| 4.1. Thematische Bezüge der Berichterstattung | 35 |
| 4.2. Analytische Bezüge der Berichterstattung | 38 |
| 4.3. Geographische Bezüge der Berichterstattung | 40 |
| 4.4. Akteure der Berichterstattung | 41 |
| 4.5. Zitate und Quellen der Berichterstattung | 45 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5. Die Darstellung von Armut und Ausgrenzung in der Berichterstattung | 47 |
| 5.1. Stilformen der Berichterstattung | 47 |
| 5.2. Sprachstilistische Gestaltung der Berichterstattung | 48 |
| 5.3. Bilder der Armutsberichterstattung | 53 |
| 6. Redaktionelle Strukturen und Strategien der Berichterstattung | 56 |
| 6.1. Redaktionelle Zuständigkeiten für die Berichterstattung | 57 |
| 6.2. Entscheidungskriterien der Themenauswahl und -darstellung..... | 59 |
| 6.3. Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildungs- angeboten | 68 |
| 7. Fazit: Die Befunde der Studie und die öffentliche Wahrnehmung von Armut und sozialer Ausgrenzung | 71 |
| 8. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen | 74 |
| Literaturverzeichnis | 77 |
| C. Anhang | 79 |
| A1. Untersuchungsdesign | 79 |
| A1.1 Konzeption und Durchführung der Inhaltsanalyse..... | 79 |
| A1.2 Konzeption und Durchführung der Journalistenbefragung | 85 |
| A2. Ergebnistabellen | 89 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: | Verteilung der Beiträge auf Medientypen | 19 |
| Abbildung 2: | Verteilung der Beiträge auf Erscheinungstage | 20 |
| Abbildung 3: | Länge der Beiträge in Größenklassen | 22 |
| Abbildung 4: | Ressorts und Themenrubriken der Berichterstattung | 24 |
| Abbildung 5: | Urheber der Berichterstattung..... | 26 |
| Abbildung 6: | Hauptthemen der Berichterstattung in Themenkategorien..... | 29 |
| Abbildung 7: | Anlässe der Berichterstattung in Anlasskategorien | 31 |
| Abbildung 8: | Anlässe der Berichterstattung | 32 |
| Abbildung 9: | Aktualität der Berichterstattung | 34 |
| Abbildung 10: | Thematische Bezüge der Berichterstattung | 36 |
| Abbildung 11: | Analytische Bezüge der Berichterstattung | 38 |
| Abbildung 12: | Ereignisnationen de Berichterstattung..... | 41 |
| Abbildung 13: | Akteursgruppen in der Berichterstattung | 42 |
| Abbildung 14: | Einzelakteure in der Berichterstattung..... | 43 |
| Abbildung 15: | Von Armut betroffene Personen in der Berichterstattung..... | 44 |
| Abbildung 16: | Quellen der Berichterstattung | 46 |
| Abbildung 17: | Stilformen der Berichterstattung | 48 |
| Abbildung 18: | Sprachstil der Berichterstattung | 49 |
| Abbildung 19: | Abstraktionsgrad der Berichterstattung | 50 |
| Abbildung 20: | Personalisierung der Berichterstattung | 51 |
| Abbildung 21: | Emotionalität der Berichterstattung | 51 |
| Abbildung 22: | Tenor der Berichterstattung..... | 52 |
| Abbildung 23: | Skandalisierung der Berichterstattung..... | 52 |
| Abbildung 24: | Bildmotive der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln..... | 54 |
| Abbildung 25: | Organisationsformen der Armutsberichterstattung | 58 |
| Abbildung 26: | Kriterien der Themenwahl | 61 |
| Abbildung 27: | Bedeutung von Tagesaktualität für die Themenwahl..... | 63 |
| Abbildung 28: | Bedeutung von konkreten Anlässen für die Themenwahl..... | 65 |
| Abbildung 29: | Relevanz der Armutsberichterstattung in den Redaktionen..... | 66 |
| Abbildung 30: | Prestige der Armutsberichterstattung in den Redaktionen | 67 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1: | Medien der Inhaltsanalyse | 79 |
| Tabelle 2: | Analysierte Beiträge über Armut und soziale Ausgrenzung | 82 |
| Tabelle 3: | Variablen der Inhaltsanalyse | 84 |
| Tabelle 4: | Gesprächspartner der Interviews | 87 |
| Tabelle 5: | Anzahl und Anteil der Beiträge nach Medien | 89 |
| Tabelle 6: | Länge der Beiträge nach Größenklassen | 89 |
| Tabelle 7: | Länge der Print- und Onlinebeiträge | 89 |
| Tabelle 8: | Länge der Fernseh- und Hörfunkbeiträge..... | 90 |
| Tabelle 9: | Verteilung der Beiträge in Printmedien auf Ressorts | 90 |
| Tabelle 10: | Sichtbarkeit der Berichterstattung | 90 |
| Tabelle 11: | Urheber der Berichterstattung | 91 |
| Tabelle 12: | Autoren der Berichterstattung nach Geschlecht | 91 |
| Tabelle 13: | Hauptthemen der Berichterstattung..... | 91 |
| Tabelle 14: | Anlässe der Berichterstattung in Anlasskategorien | 91 |
| Tabelle 15: | Anlässe der Berichterstattung | 92 |
| Tabelle 16: | Aktualität der Berichterstattung | 92 |
| Tabelle 17: | Thematische Bezüge der Berichterstattung | 92 |
| Tabelle 18: | Dimensionen der Armut in der Berichterstattung | 92 |
| Tabelle 19: | Ursachen der Armut..... | 93 |
| Tabelle 20: | Folgen der Armut..... | 93 |
| Tabelle 21: | Vorschläge zur Überwindung von Armut..... | 93 |
| Tabelle 22: | Urheber der Vorschläge zur Überwindung von Armut | 94 |
| Tabelle 23: | Geographischer Rahmen der Berichterstattung..... | 94 |
| Tabelle 24: | Personen und Personengruppen in der Berichterstattung | 94 |
| Tabelle 25: | Einzelpersonen als Akteure der Berichterstattung: Beitragsebene .. | 95 |
| Tabelle 26: | Einzelpersonen als Akteure der Berichterstattung: Akteursebene ... | 95 |
| Tabelle 27: | Von Armut betroffene Personen in der Berichterstattung | 96 |
| Tabelle 28: | Geschlecht der Einzelpersonen in der Berichterstattung..... | 96 |
| Tabelle 29: | Alter der Einzelpersonen in der Berichterstattung | 97 |
| Tabelle 30: | Quellen der Berichterstattung | 97 |
| Tabelle 31: | Zitierte Einzelpersonen pro Personengruppe | 98 |
| Tabelle 32: | Personengruppen nach zitierten Akteuren | 98 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabelle 33: Stilformen der Berichterstattung | 99 |
| Tabelle 34: Sprachstil der Berichterstattung..... | 99 |
| Tabelle 35: Emotionalität der Berichterstattung | 99 |
| Tabelle 36: Abstraktionsgrad der Berichterstattung | 99 |
| Tabelle 37: Personalisierung der Berichterstattung..... | 100 |
| Tabelle 38: Tenor der Berichterstattung | 100 |
| Tabelle 39: Skandalisierung der Berichterstattung | 100 |
| Tabelle 40: Beiträge mit Abbildungen in Print- und Onlinemedien..... | 100 |
| Tabelle 41: Bildgattungen der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln..... | 100 |
| Tabelle 42: Bildmotive der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln | 101 |
| Tabelle 43: Abstraktionsgrad der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln..... | 101 |
| Tabelle 44: Textbezug der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln..... | 101 |
| Tabelle 45: Emotionsgehalt der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln..... | 101 |
| Tabelle 46: Personen- vs. Sachdominanz der Fotografien in Print- und Onlineartikeln | 101 |
| Tabelle 47: Einstellungsgröße der Fotografien in Print- und Onlineartikeln | 102 |
| Tabelle 48: Kameraperspektive der Fotografien in Print- und Onlineartikeln..... | 102 |
| Tabelle 49: Dargestellte Einzelpersonen auf den Abbildungen in Print- und Onlineartikeln | 102 |
| Tabelle 50: Merkmale der von Armut betroffenen Einzelpersonen auf den Abbildungen in Print- und Onlineartikeln | 103 |

A. Kurzfassung

1. Auftrag und Gegenstand

Wie Probleme im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, wird wesentlich durch die Darstellung dieser Themen in den Medien bestimmt. In modernen, komplexen Gesellschaften können relevante Ereignisse und Entwicklungen in den verschiedenen Gesellschaftsbereichen von Einzelnen nicht vollständig selbst überblickt werden. Bürgerinnen und Bürger, die selbst nicht von Armut betroffen oder bedroht sind und in ihrem nahen Umfeld nicht mit Armut in Berührung kommen, nehmen Problemen der Armut und Ausgrenzung daher ebenso wie die entscheidenden Institutionen und Akteure vor allem über die Medien wahr.

Wie und in welchen Zusammenhängen die deutschsprachigen Medien relevante Themen im Zusammenhang mit Armut öffentlich darstellen, wurde indes bisher kaum systematisch untersucht. In Vorbereitung auf das Europäische Jahr gegen Armut und soziale Ausgrenzung (EJ 2010) gab das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) im Herbst 2009 das Forschungsvorhaben „zum Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung“ in Auftrag. Der Abschlussbericht zu diesem Forschungsprojekt wird hier vorgelegt. Auf der Basis einer umfangreichen Inhaltsanalyse von 17 ausgewählten journalistischen Nachrichtenmedien und Leitfaden gestützten Interviews mit 13 Journalistinnen und Journalisten dieser Medien wurden die formalen und inhaltlichen Charakteristika der Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung erfasst sowie Erklärungsmuster über das Zustandekommen dieser Berichterstattung in den Redaktionen erhoben. Der vorliegende Bericht hat damit die Funktion einer Pilotstudie: Auf der Basis einer Auswahl von reichweitenstarken, überregionalen Medien und mit der Konzentration auf zwei Untersuchungswochen werden die grundlegenden Mechanismen der Berichterstattung über Armut umfassend nachvollzogen. Dabei werden Medienbeiträge dann als Armutsberichterstattung verstanden, wenn sie finanzielle und materielle Unterversorgung thematisieren oder einen Mangel an gesellschaftlichen Partizipationsmöglichkeiten beschreiben.

2. Redaktionelle Strukturen und Strategien der Berichterstattung

Die Befunde zeigen, dass Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung in den Medien im Wesentlichen behandelt werden wie viele andere Themengebiete auch: Die befragten Journalistinnen und Journalisten konzentrieren sich bei der Auswahl der Themen vor allem auf einzelne Ereignisse, die ihnen einen konkreten Anlass für eine Berichterstattung bieten und die sie anhand allgemeiner journalistischer Nachrichtenfaktoren bewerten. Insbesondere Themen, denen sie Neuigkeitswert beimessen, die eine Nähe zur Lebenswelt ihres Publikums aufweisen und die viele Menschen betreffen, werden für die Berichterstattung ausgewählt. Unterschiede ergeben sich durch die unterschiedliche organisatorische Verankerung von Armutsthematiken in den Redaktionen, durch technische und formatspezifische Vorgaben der verschiedenen Medientypen

und durch unterschiedliche redaktionelle Konzepte zum Umgang mit so genannten Gesellschaftsthemen. So ist eine Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung in denjenigen Medien wahrscheinlicher, in denen einzelne Journalistinnen und Journalisten für die kontinuierliche Beobachtung dieser Themenbereiche zuständig sind. In Medien mit ausgeprägten Formatvorgaben, etwa über die Länge einzelner Beiträge oder den Raum für spezifische Themenbereiche, können Armut und Ausgrenzung nicht immer in derselben Ausführlichkeit präsentiert werden wie in Redaktionen, die insgesamt eine flexiblere Formatierung vorsehen. Zudem spielt es für den Umfang der Berichterstattung eine Rolle, inwiefern die redaktionellen Konzepte eine Bindung an tagesaktuelle Ereignisse vorgeben oder auch eine Berichterstattung ohne konkrete Anlässe grundsätzlich ermöglichen. Insgesamt weisen die untersuchten Redaktionen aber eine relativ große Übereinstimmung in ihren Entscheidungsstrategien auf. Größere Unterschiede lassen sich wahrscheinlich im Vergleich mit kleineren und schlechter ausgestatteten Redaktionen regionaler Medien erkennen.

3. Formale, inhaltliche und sprachliche Merkmale der Armutsberichterstattung

Die mediale Darstellung von Armut und sozialer Ausgrenzung zeigte sich im Untersuchungszeitraum sehr vielfältig – trotz der insgesamt eher ähnlichen redaktionellen Rahmenbedingungen und Entscheidungsstrategien.

Umfang und Platzierung der Berichterstattung

Im Untersuchungszeitraum wurden in den ausgewählten Medien 75 Beiträge über Armut und soziale Ausgrenzung identifiziert. Der überwiegende Teil dieser Beiträge war in Printmedien zu finden, während jeweils ein Zehntel der Armutsberichterstattung in Online-, Hörfunk- und Fernsehangeboten erschien. Die einzelnen Medien berichten in sehr unterschiedlichem Umfang über Themen im Zusammenhang mit Armut: Zwischen keinem und 17 Beiträgen wurden in den einzelnen Angeboten publiziert. Printmedien berichten vergleichsweise am häufigsten, die ausgewählten Fernsehsendungen am wenigsten über Themen im Zusammenhang mit Armut. Dabei variiert auch die Länge der Armutsberichterstattung erheblich. In den untersuchten Fernsehnachrichten wird am wenigsten Raum für längere Beiträge genutzt, während Printmedien den Umfang ihrer Beiträge am häufigsten variieren. Insgesamt weisen jeweils zwei Fünftel der Berichterstattung eine kurze oder mittlere Länge auf. Ein Fünftel der Beiträge ist mit der Hälfte einer Zeitungsseite bzw. mehr als vier Minuten Sendezeit sogar als lang zu klassifizieren.

Die Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung ist während des Untersuchungszeitraums am häufigsten im Wirtschaftsressort von Zeitungen und Onlinemedien zu finden. Ein Viertel der untersuchten Beiträge ist dort platziert. Jeweils ein Zehntel der Beiträge wird in den Ressorts Politik und Ausland von Print- und Onlinemedien sowie in den Nachrichtenblöcken und moderierten Hauptteilen von Hörfunk- und Fernsehsendungen veröffentlicht. Dabei ist die Armutsberichterstattung nur in Printmedien mit einer größeren Sichtbarkeit platziert, also auf der Titelseite und auf den ersten Seiten weiterer Zei-

tungsteile. In den Onlinemedien wird nur ein Artikel, in Hörfunk und Fernsehen gar kein Beitrag an einer Stelle mit größerem Beachtungsgrad veröffentlicht, also auf der Startseite oder zum Beginn einer Sendung bzw. Sendestunde. Die Urheber der Berichterstattung sind nur bei einem Zehntel der untersuchten Beiträge Nachrichtenagenturen. Die Berichterstattung über Armut wird überwiegend von Journalistinnen und Journalisten in den Redaktionen selbst verfasst, und zwar fast gleichermaßen von Frauen und Männern.

Themen und Anlässe der Berichterstattung

Die Themen der Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung sind im Untersuchungszeitraum sehr heterogen und nur in wenigen Fällen auf dieselben Anlässe zurückzuführen. Auch nachdem verschiedene, aber ähnliche Themen in Clustern zusammengefasst wurden, weist die Armutsbichterstattung eine große Themenvielfalt auf. Jeweils rund ein Zehntel der Beiträge befasst sich mit Flüchtlingsthemen, mit dem Thema Hunger im Zusammenhang mit dem UN-Ernährungsgipfel in Rom, mit politischen Bedingungen der Armut, mit der gestiegenen Zahl der Empfänger von Grundsicherung und mit verschiedenen Themen im Zusammenhang mit den geltenden Hartz IV-Regelungen. Diese Themenkategorien machen insgesamt etwa die Hälfte des Untersuchungsmaterials aus. Die weiteren Themencluster fassen jeweils nur wenige Beiträge zusammen. Insgesamt greifen die Medien damit in einem kurzen Untersuchungszeitraum viele verschiedene Facetten des weltweiten und vielschichtigen Phänomens Armut auf.

Ein Großteil der untersuchten Beiträge – nämlich knapp zwei Drittel – bezieht sich auf ein konkretes Ereignis als Anlass der Berichterstattung. Am häufigsten werden Beiträge zu Armut und Ausgrenzung durch die Veröffentlichung neuer statistischer Daten veranlasst, immer wieder auch durch eine Entscheidung, einen Antrag oder ein Papier aus der Politik. Ein knappes Sechstel der Beiträge geht auf Statements, Forderungen und Meinungsäußerungen von prominenten Personen und Entscheidungsträgern zurück, also auf Kommunikationsbeiträge, denen kein konkretes Geschehen zu Grunde liegt. Bei einem weiteren Sechstel der Beiträge ist kein spezifischer Anlass zu erkennen. Hier ist die Berichterstattung nicht durch äußere Anlässe motiviert, sondern durch die Themen selbst. Diese Themen gehen in der Regel auf zufällige Beobachtungen von einzelnen Redakteurinnen und Redakteur zurück.

Die Aktualität der Berichterstattung – als Nähe zwischen dem Zeitpunkt eines Ereignisses und seiner Veröffentlichung – ist bei den untersuchten Beiträgen insgesamt verhältnismäßig gering. Nur zwei Fünftel der Beiträge – vor allem aus den Hörfunk- und Fernsehsendungen – weisen eine hohe Aktualität auf und thematisieren Ereignisse, die maximal einen Tag zurückliegen. Ein Viertel der untersuchten Beiträge bezieht sich auf Ereignisse, die sogar mehr als eine Woche zurückliegen. Bei einem Sechstel der Beiträge – ausschließlich in Printmedien – ist gar kein Zeitbezug erkennbar. Diese Beiträge befassen sich mit Themen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Relevanz wahrscheinlich als zeitlos aktuell eingeschätzt werden. Sie weisen darauf hin, dass die Medien grundsätzlich verschiedene Aspekte der Armut auch ohne aktuelle Anlässe aufgreifen können.

Thematische, geographische und soziale Rahmung der Berichterstattung

Die thematischen, geographischen und sozialen Kontexte, mit denen Armut in der Medienberichterstattung verknüpft wird, sind weniger heterogen als die Themen selbst. Der Großteil der Beiträge stellt politische und gesellschaftliche Debatten, Systemmängel mit Armutsfolgen oder die neuen Daten einer Statistik in den Mittelpunkt der Armutsberichterstattung. Überraschend wenig werden Probleme der Armut zentral mit einzelnen Schicksalen Betroffener in Verbindung gebracht. Dieser thematischen Rahmung entsprechen die häufigen analytischen Bezüge der Berichterstattung: Fast alle untersuchten Beiträge nennen konkrete Ursachen, die für den beschriebenen Mangel verantwortlich gemacht werden. In drei Vierteln der Beiträge werden außerdem konkrete Folgen des Mangels benannt. Und immerhin die Hälfte der Beiträge enthält Vorschläge zur Überwindung von Armut. Damit wird deutlich, dass Fragen nach der strukturellen Bedingtheit von Armut und Debatten über Lösungsmöglichkeiten von Armutsproblemen durchaus zum Gegenstand der medialen Berichterstattung werden. Dabei ist die Armutsberichterstattung deutlich auf Deutschland konzentriert. Die Hälfte der Beiträge bezieht sich auf Ereignisse und Entwicklungen im eigenen Land, während die andere Hälfte der Berichterstattung recht gleichmäßig verschiedene Weltregionen thematisiert. Damit wird Armut in den untersuchten Medien nicht zentral als fremdes und entferntes Problem, sondern zu einem wesentlichen Teil als Problem des eigenen Landes beschrieben.

Mit den Personen und Personengruppen, die medial in den Zusammenhang mit Armut gebracht werden, entstehen soziale Rahmen, die die öffentliche Wahrnehmung von Armut und Ausgrenzung prägen. Es zeigt sich, dass von Armut betroffene und bedrohte Menschen in den Texten eher in Gruppen statt als Einzelpersonen dargestellt werden. Insgesamt werden in der untersuchten Berichterstattung viele verschiedene von Armut betroffene Gruppen repräsentiert. Besonders häufig bringen die Medien jedoch Kinder in Verbindung mit Armutsthemen, auch unabhängig von kinderspezifischen Themen. Dadurch wird der öffentliche Blick auf Problemlagen der Armut unter Umständen abgelenkt von anderen Bevölkerungsgruppen. Zudem dienen von Armut betroffene Personen nur in einem Fünftel der Beiträge als Quellen der Berichterstattung. Noch seltener kommen sie durch Zitate selbst zu Wort. Hingegen werden Politiker/innen und Vertreter/innen von sozialen Einrichtungen und Wohlfahrtsverbänden verhältnismäßig häufig zitiert.

Die Darstellung von Armut und sozialer Ausgrenzung in der Berichterstattung

Armut und soziale Ausgrenzung werden in der Hälfte der untersuchten Beiträge mit den erzählerisch-unterhaltenden Stilformen Feature und Reportage dargestellt. Ein weiteres Drittel verwendet einen nachrichtlichen Aufbau und erscheint in Form von Meldungen und Berichten. Trotz des großen Teils von unterhaltenden Darstellungsformen ist die sprachstilistische Gestaltung der Beiträge überwiegend neutral-informierend. Nur ein geringer Teil der Berichterstattung weist einen lockeren Sprachstil, einen geringen Abstraktraktionsgrad, eine große Personalisierung, emotionale Darstellungselemente oder eine empörte Diktion auf. Die Vermutung, dass Personen und Emotionen dazu beitragen,

Sachfragen, Analysen und Problemzusammenhänge aus der öffentlichen Darstellung von Armut zu verdrängen, lässt sich für einen Großteil der Beiträge daher nicht bestätigen.

Die Abbildungen in Print- und Onlinemedien stellen Armut überwiegend in Form von Fotografien dar. Die Bildmotive zeigen bei einem Drittel der Abbildungen Kinder und Erwachsene in von Armut betroffenen Regionen. Ein Sechstel der Abbildungen besteht aus Grafiken und Diagrammen. Damit konzentrieren sich die Bilder der Armut in den Medien deutlich stärker als die Texte die so genannten Entwicklungsländer. Armut in Deutschland wird verhältnismäßig häufig gar nicht bildlich dargestellt oder mit Infografiken bzw. den Stereotypen von obdachlosen und bettelnden Erwachsenen visualisiert. Von Armut betroffene Personen werden auf den Pressefotos nur eingeschränkt repräsentiert: Zum einen bleiben die dargestellten Menschen überwiegend namenlos. Zum anderen besteht die Hälfte der gezeigten Personen aus Kindern. Damit werden die von Armut Betroffenen in der visuellen Darstellung anonymisiert und großenteils auf von Armut betroffene Kinder reduziert.

4. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Nur wenige Medien weisen die strukturellen Voraussetzungen dafür auf, regelmäßig Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung unabhängig von aktuellen Ereignissen und Anlässen zu erkennen und aufzugreifen. Um eine gesteigerte mediale Aufmerksamkeit für Probleme der Armut und Ausgrenzung zu erhalten, sollte eine Medienstrategie vor allem darauf ausgerichtet sein, in regelmäßigen Abständen Anlässe für eine mediale Berichterstattung zu erzeugen. Anstelle von zusätzlichen Pressemitteilungen empfehlen sich dafür vor allem Pressekonferenzen, die selbst als Berichterstattungsanlass dienen können, insbesondere wenn sie mit prominenten Gesprächspartnern besetzt sind. Inhaltlich bieten sich vor allem neue Forschungsergebnisse zu Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung an, die sowohl durch zusätzliche Forschungsprojekte als auch durch wissenschaftliche Konferenzen gewonnen werden können. Ebenso sind eine Presseveranstaltung zu Wegen aus der Armut sowie Regionalkonferenzen zur Problemlagen der Armut vor Ort empfehlenswert. Eine angemessene Darstellung von Armut betroffener Menschen in den Medien kann gefördert werden, indem Behörden und Verbände von Armut betroffene Ansprechpartner vermitteln. Um ein vollständiges Bild der medialen Darstellung von Armut und sozialer Ausgrenzung zu erhalten und in der Medienarbeit berücksichtigen zu können, empfiehlt es sich außerdem, ergänzend eine Analyse der Unterhaltungsformate im Fernsehen vorzunehmen.

B. Abschlussbericht: Zum Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung

1. Einleitung

Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für Armut, Armutsrisiken und soziale Ausgrenzung in Deutschland hängt zentral mit der Behandlung dieser Themen in der Medienberichterstattung zusammen. Journalistische Medien fungieren als professionelle Beobachter gesellschaftlicher Ereignisse und Entwicklungen, die in einer komplexen Gesellschaft von Einzelnen nicht mehr alleine überblickt werden können. Sie dienen damit als Schnittstelle zwischen den verschiedenen Gesellschaftsbereichen (etwa Politik, Wirtschaft, Bildung) und der Öffentlichkeit. Diese prominente Position der Medien bei der Herstellung moderner Öffentlichkeit bringt Niklas Luhmann (²1996: 9) in seiner viel zitierten Formulierung auf den Punkt: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ Nicht nur die Themen, die als gesellschaftlich wichtig gelten, sondern auch die Erwartungen, Vorstellungen und Einstellungen der Menschen zu diesen Themen werden durch ihre Darstellung in den Medien geprägt. Wie einzelne Bürgerinnen und Bürger sowie die entscheidenden Institutionen und Akteure in der Bundesrepublik Probleme der Armut und sozialen Ausgrenzung wahrnehmen, wird daher wesentlich durch die mediale Berichterstattung beeinflusst.¹

Dennoch wurde die Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung in Deutschland bisher wissenschaftlich nicht systematisch untersucht. Auseinandersetzungen mit der Darstellung von Armut in der Öffentlichkeit, die eher auf Einzelbeobachtungen beruhen, weisen allerdings auf viele Defizite hin: Die soziale Wirklichkeit würde in der Berichterstattung vernachlässigt, weil arme Bevölkerungsgruppen keine Lobby haben (vgl. Vock 2009: 14) und weil „es bei einem Großteil der Bevölkerung kein Interesse daran [gibt], dass ihnen das Thema zu ‚nahe‘ kommt“ (Stang 2008: 584). Vielmehr würde „die in der wohlhabenden, wenn nicht reichen Bundesrepublik stark zunehmende Armut [...] von Publizisten wie Politikern weiterhin verharmlost und verdrängt“ (Butterwege 2009: 31). Die Medien konzentrierten sich auf dramatische Einzelschicksale, die Aktivitäten der politischen und wirtschaftlichen Eliten und die Äußerungen einzelner prominenter Personen und Entscheidungsträger zu Armutsthemen (vgl. Vock 2009; Butterwege 2009). Die Probleme, Ursachen und Folgen von Armut würden dadurch aus der Berichterstattung verdrängt und in der öffentlichen Wahrnehmung verharmlost. „Zwischen Tabuisierung und Dramatisierung bewegt sich dabei die Bandbreite. [...] Insge-

¹ Diese Ausgangsüberlegung und der Interpretationsrahmen der Studie basieren damit auch auf zwei kommunikationswissenschaftlichen Annahmen, die die Wirkung von Medien beschreiben: Der Agenda Setting-Ansatz legt dar, dass Medien die Themen bestimmen, die von den Menschen für wichtig erachtet werden (vgl. Rössler 2005); die Kultivierungshypothese geht davon aus, dass die Erwartungen, Vorstellungen und Einstellungen der Menschen gegenüber ihrer sozialen Umwelt im Wesentlichen von den Medien geprägt ist (vgl. Groebel 2005).

samt zeigt sich in den öffentlichen Diskursen eher ein Trend zur Stigmatisierung als zum Empowerment.“ (Stang 2008: 577)

Diese Beobachtungen werden mit der vorliegenden Studie empirisch überprüft. Ausgewählte Nachrichtenmedien aller Medientypen werden einer systematischen Analyse unterzogen, um den Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung zu beschreiben.

1.1. Hintergrund und Zielsetzung des Forschungsvorhabens

In Vorbereitung auf das Jahr 2010, das vom Europäischen Parlament und dem Rat der Europäischen Union zum Europäischen Jahr gegen Armut und soziale Ausgrenzung (EJ 2010) ausgerufen wurde, gab das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) im Herbst 2009 das Forschungsvorhaben „zum Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung“ in Auftrag. Der Abschlussbericht zu diesem Forschungsprojekt wird hier vorgelegt. Die Befunde der Studie sollen im Rahmen des EJ 2010 dazu genutzt werden, das Bewusstsein von Medienvertretern für Themen im Zusammenhang mit Armut zu schärfen, die Öffentlichkeit für die Problemlagen der von Armut betroffenen Menschen zu sensibilisieren und die öffentliche Aufmerksamkeit für die Risiken von Armut und sozialer Ausgrenzung in Deutschland zu erhöhen. Eine Herausforderung dabei ist es, die Medien selbst für eine umfassende Berichterstattung über diesen Themenbereich zu gewinnen.

Der Auftrag des vorliegenden Forschungsprojekts ist es daher, zum Beginn des EJ 2010 den Umgang zentraler journalistischer Nachrichtenmedien in Deutschland mit Themen der Armut und sozialen Ausgrenzung zu beschreiben. Dabei werden zwei Perspektiven berücksichtigt:

1. Auf der Ebene der *Medieninhalte* werden auf der Basis einer quantitativen und qualitativen Analyse die formalen und inhaltlichen Charakteristika der Berichterstattung über Armut in ausgewählten journalistischen Medien dargestellt.
2. Auf der Ebene der *Medienproduzenten* werden auf der Grundlage Leitfaden gestützter Interviews mit verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten Erklärungsmuster über das Zustandekommen der Armutsberichterstattung in den Redaktionen erhoben.

Durch diese Analyse soll ein umfassendes Bild über die mediale Verarbeitung von Armut, Armutsrisiken und gesellschaftlicher Ausgrenzung gezeichnet werden. Es wird geprüft, wie und in welchen Zusammenhängen die untersuchten Medien relevante Themen im Zusammenhang mit Armut öffentlich darstellen.

1.2. Forschungsstand und Forschungsthesen

Der Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung wurde im deutschsprachigen Raum bisher nicht systematisch untersucht. Vielmehr liegen einzelne Fallstudien

vor, die beispielsweise die Berichterstattung über Armutsthemen in der Schweiz erfassen (vgl. Schanne 1996), ausgewählte Pressefotos im Hinblick auf die bildliche Darstellung von Armut analysieren (vgl. Mann/Tosch 2005) oder Deutungsmuster in der medialen Diskussion über ‚neue Armut‘ im Zusammenhang mit der so genannten „Unterschicht-Debatte“ (Der Spiegel vom 16.10.2006) im Jahr 2006 beschreiben (vgl. Dame 2009). Einzelne Auseinandersetzungen befassen sich darüber hinaus mit der öffentlichen Darstellung und Diskussion von Armut aus einer historischen Perspektive und anhand ausgewählter Beispiele (vgl. Butterwegge 2009; Stang 2008). Die Perspektive der Medienproduktion, welche die redaktionellen Entscheidungsbedingungen und -kriterien in den Blick nimmt, wurde mit Bezug auf die Berichterstattung über Armut bisher nicht wissenschaftlich analysiert.

Die vorliegende Untersuchung hat daher die Funktion einer Pilotstudie. Sie kann nicht auf aktuellen empirischen Erkenntnissen über den Umgang der Medien mit Armut aufbauen, sondern erhebt erstmals innerhalb eines begrenzten Zeitraums und anhand ausgewählter Medien systematisch die zentralen Kennzeichen und Entstehungsmechanismen der Armutsberichterstattung. Aus den vorhandenen wissenschaftlichen Arbeiten lassen sich allerdings Vermutungen über die mediale Darstellung von Armut und sozialer Ausgrenzung ableiten.

Folgende Überlegungen und Erkenntnisse zu den *Medieninhalten*, die sich mit Armut und Ausgrenzung befassen, leiten die Konzeption der vorliegenden Untersuchung an:

- Der *Umfang* der medialen Thematisierung von Armut hat in den vergangenen Jahren – vermutlich seit der Reform der Sozialgesetzgebung im Jahr 2005 – deutlich zugenommen. In seiner Fallstudie von 1996 konstatiert Schanne (1996: 187 ff.) noch, dass Berichte über Armut in der schweizerischen Berichterstattung quantitativ keinen großen Stellenwert einnehmen. Dagegen weist Butterwege (2009: 31) darauf hin, dass Armut nach der Jahrtausendwende „fast zu einem Topthema deutscher Massenmedien“ geworden ist. Entsprechend ist davon auszugehen, dass in den untersuchten Medien auch in einem kurzen Untersuchungszeitraum eine nennenswerte Anzahl von Beiträgen über Armut zu finden ist.
- Die Überlegungen von Schanne (1996), Stang (2008) und Butterwege (2009) weisen darauf hin, dass Armut und soziale Ausgrenzung in den Medien nur dann thematisiert werden, wenn ein konkretes, möglichst außergewöhnliches Ereignis einen *Anlass* zur Berichterstattung gibt. Dies können die Ergebnisse von Studien, politische Debatten und Entscheidungen oder tragische Einzelschicksale sein. Zu vermuten ist auch, dass einzelne umstrittene Meinungsäußerungen prominenter Personen und Entscheidungsträger einen häufigen Anlass von Medienberichterstattung darstellen, beispielsweise die Äußerungen von Bundesbank-Vorstand Thilo Sarrazin, der Hartz IV-Empfängern in einem Interview mit dem *Stern* (13.9.2009) Energieverschwendung unterstellte. Von den Medien selbst initiierte Beiträge sind nach den Ergebnissen von Schanne (1996: 194 f.) dagegen eher selten zu erwarten.
- Die zentralen *thematischen Bezüge* der Berichterstattung sind daher entweder neue statistische Daten über Armut oder einzelne Schicksale (vgl. Stang 2008: 582), wo-

durch die Darstellung entweder entpersonalisiert ist oder auf individuelle Problemlagen verweist. Fragen nach den strukturellen Ursachen und der gesellschaftlichen Bedingtheit von Armut sowie alternativen Lösungen für Problemlagen der Armut stehen selten im Mittelpunkt (vgl. Schanne 1996: 196 ff.). Über Armut wird auch nach Butterwege (2009: 30) „meistenteils im Zusammenhang mit spektakulären Ereignissen bzw. tragischen Einzelschicksalen [berichtet]: dem Kältetod eines Obdachlosen, dem Verhungern eines Kleinkindes oder der Gründung einer ‚Tafel‘, wie die Suppenküchen heutzutage beschönigend genannt werden“. Butterwege (ebd.: 31) weist außerdem darauf hin, dass die Interviewäußerungen einzelner prominenter Personen und Entscheidungsträger zu Armutsthemen die Probleme, Ursachen und Folgen von Armut als Thema der Berichterstattung häufig verdrängten und dadurch verharmlosten.

- Der *geographische und soziale Rahmen* der Berichterstattung über Armut ist in verschiedenen Medien und bei verschiedenen Themen relativ ähnlich und konstruiert damit Stereotype der Armut, die das Phänomen in der öffentlichen Wahrnehmung auf einige Klischees reduzieren. Nach der Darstellung von Mann und Tosch (2005) wird Armut häufiger in Bezug auf andere Länder (vornehmlich die so genannten Entwicklungsländer) als in Bezug auf das eigene Land thematisiert. Die Medien stellen vor allem Kinder im Zusammenhang mit Armut dar (vgl. Stang 2008: 584); Männer werden – entgegen der statistischen Wirklichkeit – in der Berichterstattung über Armut in Deutschland eher auf Pressefotos dargestellt als Frauen (vgl. Mann/Tosch 2005).
- Die Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung konzentriert sich auf *Akteure* in politischen und administrativen Positionen, weniger auf Abhängige und Betroffene (vgl. Schanne 1996: 193 f.). Politische und administrative Akteure sowie wissenschaftliche Experten kommen als *Quellen der Berichterstattung* häufiger zu Wort als Betroffene (vgl. Schanne 1996: 193 f.).
- Bei den *Darstellungsformen* der Berichterstattung über Armut sind häufig unterhaltende Stilelemente zu finden. „Die Auseinandersetzung mit sozialen und politischen Themen [wird] unter der Perspektive des ‚Infotainments‘ in der Tendenz verstärkt boulevardisiert“ (Stang 2008: 579). Abhängig vom Themenschwerpunkt (Statistik oder Einzelschicksal) ist die *sprachstilistische Gestaltung* der Armutsberichterstattung entweder nachrichtlich-nüchtern oder sehr emotional.
- Die *Bilder* von Armut und sozialer Ausgrenzung in verschiedenen Medien verwenden ähnliche, stereotype Motive, z.B. Bettler und hungernde Kinder, die somit zu „Ikonen der Armut“ werden (Mann/Tosch 2005) und die öffentliche Wahrnehmung des vielschichtigen Phänomens auf diese Stereotype reduzieren. Ähnlich wie Migranten werden von Armut betroffene Personen in der Berichterstattung vermutlich eher entindividualisiert, indem ihre Namen kaum genannt werden und sie häufiger in Gruppen denn als Einzelpersonen abgebildet werden (vgl. Koch 2009).
- Was die *Urheber und Autoren* der Berichterstattung über Armut betrifft, so stammen nach den Befunden von Schanne (1996: 191) verhältnismäßig wenige Beiträge über Armut und soziale Ausgrenzung von Nachrichtenagenturen. Sie werden hingegen

überdurchschnittlich häufig von Journalistinnen verfasst, seltener von ihren männlichen Kollegen. Dies kann nach Schanne (ebd.) auch als Hinweis auf die geringe Bedeutung von Armutsthemen in den Redaktionen gedeutet werden. Er vermutet, dass die Berichterstattung über Gesellschaftsthemen, und damit auch über Armut und soziale Ausgrenzung, in den Redaktionen nicht besonders angesehen ist und nicht zum Prestige der Autorinnen und Autoren beiträgt. Die Beschäftigung mit diesen Themen wird daher nicht durch Karriereanreize gefördert.

Da die Mechanismen und Kriterien, die bei der *Medienproduktion* die Berichterstattung über Armut prägen, bisher nicht wissenschaftlich analysiert wurden, werden forschungsleitende Thesen zu dieser Fragestellung aus den Kenntnissen der Kommunikationsforschung zum journalistischen Umgang mit anderen Themengebieten abgeleitet:

- Die *organisatorischen Einbindung* von Themen innerhalb der Redaktionen hat deutlichen Einfluss auf das Ausmaß sowie die Form der Berichterstattung (vgl. Meier 2007: 159 ff.). Zu vermuten ist, dass in den Redaktionen nur selten konkrete Ressorts oder Personen für die Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung zuständig sind. Außerdem gibt es in den Medienprodukten keine regelmäßigen, festgelegten Platzierungen für die Berichterstattung über Armut. Wegen dieser mangelnden organisatorischen Einbindung könnten Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung strukturell vernachlässigt werden.
- Die *Entscheidungskriterien bei der Auswahl und Bearbeitung* von Armutsthemen ähneln mit großer Wahrscheinlichkeit denen anderer Themenfelder. Journalistinnen und Journalisten entscheiden sich dann für eine Berichterstattung über Armut, wenn sie einen aktuellen Anlass für die Berichterstattung erkennen. Zwar schreiben sie den Themen Armut und soziale Ausgrenzung große gesellschaftliche Relevanz zu, sie berichten aber selten darüber, wenn ihnen keine konkreten Anlässe präsentiert werden. Zudem berichten die Redaktionen eher über Einzelereignisse als über kontinuierliche Entwicklungen, weil sie sich in der täglichen Nachrichtenroutine an vorgegebenen Terminen und spektakulären Begebenheiten orientieren. Entscheidend hierbei sind die Kriterien, die auch in anderen Themenbereichen die Publikationswürdigkeit eines Ereignisses in Nachrichtenmedien anzeigen: Überraschung, (räumliche, politische, kulturelle) Nähe des Themas zur Lebenswelt des Publikums, Reichweite der Betroffenen, Prominenz oder Einfluss von Personen, Konflikte und Kontroversen sowie die Möglichkeit, das Thema bildlich darzustellen (vgl. zu den Nachrichtenfaktoren der Berichterstattung z.B. Ruhrmann et al. 2003). Zudem kann vermutet werden, dass Journalistinnen und Journalisten eher selten Themen im Zusammenhang mit Armut in ihrer persönlichen Lebenswelt entdecken, weil sie selbst sehr häufig aus Milieus stammen, die nicht von Armut betroffen oder bedroht sind (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006).

Auf der Grundlage dieser Überlegungen wurde ein Untersuchungsdesign entwickelt, das im Folgenden vorgestellt wird.

1.3. Untersuchungsdesign und Datengrundlage

Die vorliegende Studie kombiniert dem Forschungsauftrag entsprechend eine Inhaltsanalyse von 17 Nachrichtenmedien mit einer telefonischen Befragung von verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten dieser Medien. Eine detaillierte Beschreibung der Methodik erfolgt im Anhang. An dieser Stelle genügt ein Überblick über das Forschungsdesign:

1. *Inhaltsanalyse*: Für die Untersuchung der Medieninhalte wurden im Zeitraum vom 2.11. bis 15.11.2009 folgende Medien im Hinblick auf ihre Berichterstattung über Armut und Armutsrisiken untersucht: Süddeutsche Zeitung (SZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), tageszeitung (taz), Die Zeit, Der Spiegel, Focus, Bild, Bild am Sonntag, ZDF heute (19.00 Uhr), ZDF heute journal, ARD Tagesschau (20.00 Uhr), ARD Tagesthemen, RTL aktuell (18.45 Uhr), Deutschlandfunk (DLF) – Informationen am Morgen (5-9 Uhr), Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) Inforadio (5-9 Uhr), Spiegel Online und Frankfurter Rundschau (FR) Online. Damit wird die Berichterstattung von Nachrichtenmedien untersucht, die in Deutschland durch hohe Reichweiten eine breite Öffentlichkeit erreichen und durch ihr Prestige als Leitmedien gelten. Mit *Bild* und *Bild am Sonntag* werden auch zwei Boulevardzeitungen und mit *RTL aktuell* das Angebot eines privat-kommerziellen Fernsehsenders grundsätzlich berücksichtigt.²

Erhoben wurden formale und inhaltliche Kategorien wie der Umfang, Platzierung und Anlässe der Berichterstattung, Themen, thematische Bezüge, geographische und soziale Rahmen, Hintergrundinformationen, Quellen und Autorenschaft, Stilformen, sprachstilistische Gestaltung sowie die bildliche Darstellung von Armut.

2. *Befragung*: In Leitfaden gestützten Interviews wurden im Zeitraum vom 10.12. bis 21.12.2009 13 verantwortliche Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien befragt (siehe Anhang). Themen der Gespräche waren die Entscheidungskriterien bei der Auswahl und Bearbeitung von Themen im Zusammenhang mit Armut, die organisatorische Einbindung von Armutsthematiken in die Redaktionen sowie mögliche Maßnahmen für einen intensiveren öffentlichen Diskurs über Armut.

Der Analyse wurde ein breiter Begriff von Armut zu Grunde gelegt, um möglichst die gesamte Bandbreite der Berichterstattung über das vielschichtige Phänomen zu berücksichtigen. In Anlehnung an den „Dritten Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung“ (2008: 286) wird Armut als Mangel an Teilhabe- und Verwirklichungschancen verstanden. Neben Armut als Situation der ökonomischen und materiellen Unterversorgung wird auch die mangelnde Teilhabe am wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Leben berücksichtigt. Armut als Thema der Medienberichterstattung wird also dann beobachtet, wenn eine finanzielle und materielle Unterversorgung

² Allerdings finden diese Medien kaum Niederschlag in den Ergebnissen der Inhaltsanalyse, weil während des Untersuchungszeitraums in der *Bild*-Zeitung nur zwei Beiträge, bei *RTL aktuell* ein Beitrag und in der *Bild am Sonntag* kein Beitrag im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung publiziert wurden (siehe Abschnitt 2.1.).

oder ein Mangel in zentralen Lebensdimensionen wie Erwerbsbeteiligung, Bildung sowie politischer und gesellschaftlicher Partizipation thematisiert wird (siehe Anhang für eine ausführliche Beschreibung der Auswahl des Untersuchungsmaterials).

Mit dieser Begriffsbestimmung wurden im Untersuchungszeitraum 75 Beiträge über Armut und soziale Ausgrenzung in den untersuchten Medien identifiziert. Diese geringe Fallzahl hat Folgen für die Darstellung und die Interpretation der Befunde: Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt aufgrund der Fallzahl von unter 100 Beiträgen nicht anhand exakter Prozentwerte, sondern mit in Schritten von fünf Prozentpunkten gerundeten Werten. Dies ist notwendig, um in der Darstellung nicht eine Exaktheit zu suggerieren, die auf der Basis von 75 Fällen inhaltlich nicht besteht. Durch dieses Verfahren sind Abweichungen von fünf Prozentpunkten noch nicht als Unterschied zu interpretieren. Zudem können die Analysekategorien aufgrund der geringen Fallzahl nur in wenigen Fällen nach verschiedenen Medientypen differenziert werden.

Mit dem Untersuchungszeitraum von 14 Tagen und einer Konzentration auf 17 ausgewählte Medien stellt die vorliegende Untersuchung eine Pilotstudie dar, welche die grundlegenden Mechanismen der Berichterstattung über Armut auf einer begrenzten empirischen Basis und mit Konzentration auf reichweitenstarke, überregionale Medien beschreibt, diese aber inhaltlich umfassend nachvollzieht. Die differenzierte Analyse ermöglicht es, die Berichterstattung über Armut sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht detailliert zu beschreiben. Inwiefern die ermittelten Berichterstattungsmuster auch bei anderen Medien und über größere Zeiträume hinweg angewandt werden, müsste in einem langfristiger und umfangreicher angelegten Forschungsprojekt ermittelt werden.³ Jedoch wird mit der systematischen Kombination einer detaillierten Inhaltsanalyse mit validierenden Leitfadengesprächen erstmals eine umfassende Darstellung und Erklärung des Umgangs von journalistischen Medien mit Armut in Deutschland vorgelegt.

1.4. Aufbau des Berichts

Die Abschnitte 2 bis 5 dieses Berichts beschreiben die verschiedenen Befunde der Inhaltsanalyse, von den formalen Kategorien zu Umfang und Platzierung der Berichterstattung (Abschnitt 2) über inhaltliche Merkmale der Themen und Rahmungen (Abschnitte 3 und 4) bis zu sprachlichen und visuellen Darstellungsformen der untersuchten Beiträge (Abschnitt 5). Abschnitt 6 fasst die redaktionellen Rahmenbedingungen zusammen, welche die Entstehung der Armutsberichterstattung prägen. Sie beinhalten die verschiedenen Erklärungsmuster, die in der Leitfaden gestützten Journalistenbefragung über das Zustandekommen der Berichterstattung in den Redaktionen ermittelt wurden. Allerdings werden die Ergebnisse von Inhaltsanalyse und Befragung nicht voll-

³ Insbesondere der Umgang von Unterhaltungsformaten mit Armut und Ausgrenzung dürfte sich deutlich von der Darstellung dieser Themen in überregionalen Qualitätsmedien unterscheiden. Auch in diesen Formaten – beispielsweise in Shows zur Schuldnerberatung (etwa „Raus aus den Schulden“, RTL) und Kindererziehung (z.B. „Die Super Nanny“, RTL) – wird das öffentliche Bild von Armut in Deutschland geprägt.

ständig getrennt dargestellt. Vielmehr werden bereits in den Abschnitten 2 bis 5 die Erklärungen und Begründungen der Journalistinnen und Journalisten für die Ergebnisse der Inhaltsanalyse kurz zusammengefasst – auch wenn damit Befunde aus Abschnitt 6 vorweg genommen werden. Doch nur auf diese Weise lässt sich das Mehrmethodendesign, das einen ganzheitlichen Blick auf den Forschungsgegenstand ermöglichen soll (vgl. Kelle 2007), sinnvoll und ertragreich auswerten.

Abschnitt 7 fasst schließlich die Befunde der Untersuchung zusammen und interpretiert sie in Bezug auf die öffentliche Wahrnehmung von Armut und sozialer Ausgrenzung. Handlungsempfehlungen für die Herstellung von Öffentlichkeit für Armutsthemen im EJ 2010 werden in Abschnitt 8 vorgestellt.

Im vorliegenden Bericht werden die zentralen Befunde der Medienanalyse mit Balkendiagrammen visualisiert. Weitere Ergebnisse sind im Anhang in Tabellenform aufgeführt. In den verschiedenen Abschnitten des Berichts wird jeweils ein Verweis auf die entsprechenden Tabellen im Anhang gegeben.

2. Umfang und Platzierung der Berichterstattung

Die öffentliche Aufmerksamkeit für Probleme der Armut und Ausgrenzung hängt zentral damit zusammen, wie häufig in den Medien über diese Themen berichtet wird. Des Weiteren hat die Länge der einzelnen Beiträge einen Einfluss auf das Gewicht des Themas in der öffentlichen Wahrnehmung, denn es macht einen Unterschied, ob Armutsthemen eher in kurzen Nachrichtenmeldungen oder in längeren Beiträgen dargestellt werden. Schließlich wird die Aufmerksamkeit für Armut auch durch die Platzierung der Armutsbereichterstattung bestimmt: Je mehr Beiträge in reichweitenstarken Ressorts, auf den vorderen Zeitungsseiten oder am Anfang von Nachrichtensendungen platziert werden, desto sichtbarer werden sie für das Publikum. In den folgenden Abschnitten werden daher die Häufigkeit, die Länge, die Platzierung und die Sichtbarkeit der Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung im Untersuchungszeitraum analysiert.

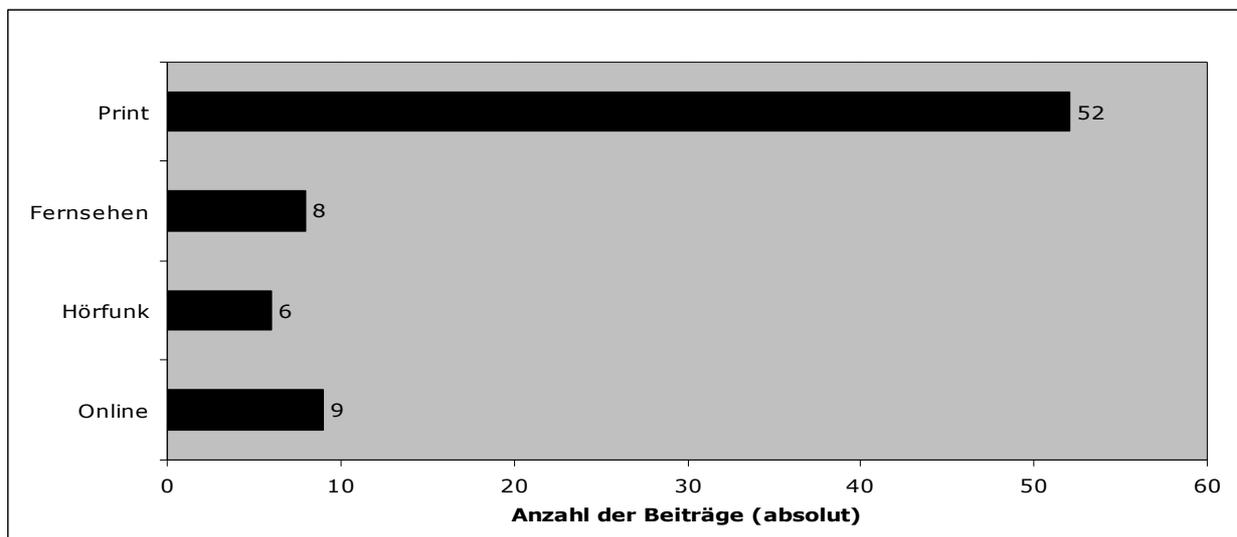
2.1. Häufigkeit der Berichterstattung

In den untersuchten Medien wurden während des Untersuchungszeitraums 75 Beiträge zu Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung identifiziert (siehe Tabelle 2 im Anhang). Inwiefern dieser Umfang der Armutsbereichterstattung als groß oder klein zu bewerten ist, lässt sich nur vergleichend beschreiben, entweder im Vergleich mit anderen Zeiträumen und Ereignisumfeldern (z.B. im Verlauf eines Jahres oder durch Stichproben über mehrere Jahre hinweg) oder im Vergleich mit der Berichterstattung über andere Themen. Da dies nicht Bestandteil der vorliegenden Untersuchung war, kann eine solche Bewertung hier nicht stattfinden.

Allerdings lässt sich aus der Befragung der verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien folgende Feststellung ableiten: Aus der Perspektive der Medien stellt der Untersuchungszeitraum eine eher nachrichtenarme Zeit für The-

men im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung dar (vgl. Abschnitt 3.1.). Es gibt keine Ereignisse, die gleichermaßen in allen Medien zum Thema werden, denen also nach journalistischen Auswahlkriterien ein hoher Nachrichtenwert beigemessen wird. Unter dieser Perspektive kann die Häufigkeit der Berichterstattung über Armut im Untersuchungszeitraum folgendermaßen beurteilt werden: Obwohl der Zeitraum im Hinblick auf das untersuchte Thema relativ nachrichtenarm war, fand eine Berichterstattung über Armut statt. Das weist dann darauf hin, dass Armut in den Redaktionen unabhängig von besonders spektakulären Berichterstattungsanlässen grundsätzlich als relevant bewertet wird. Außerdem kann vermutet werden, dass in Zeiten mit – aus Sicht der Redaktionen – größeren oder zahlreicheren Anlässen häufiger über Armut und soziale Ausgrenzung berichtet wird.⁴

Abbildung 1: Verteilung der Beiträge auf Medientypen (N=75)



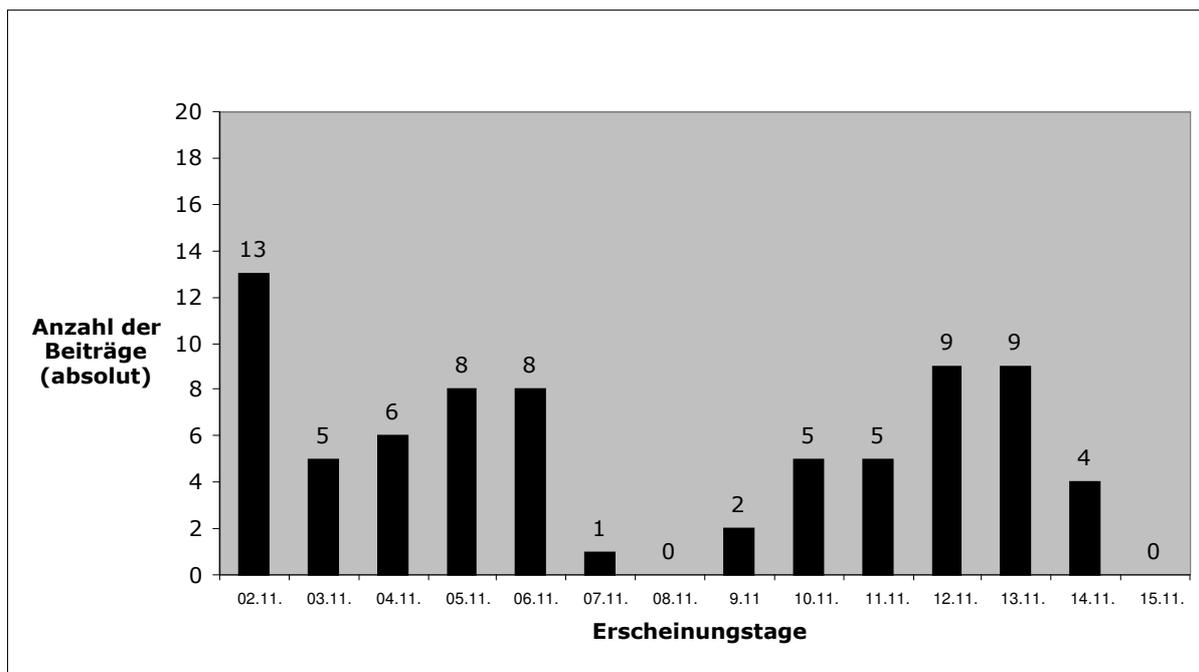
Mit 52 Beiträgen war die Armutsberichterstattung überwiegend in Printmedien zu finden. Neun Beiträge (davon ein Video) wurden in Online-Medien identifiziert, acht Beiträge in Fernsehsendungen und sechs Beiträge in Hörfunksendungen (siehe Abbildung 1). Der wichtigste Grund für diesen großen Unterschied in der Häufigkeit der Berichterstattung liegt in der Auswahl der Medien für die Untersuchung: Es waren mehr Zeitungen und Magazine in die Untersuchung einbezogen (acht Titel) als Angebote aus den

⁴ Natürlich lässt sich argumentieren, dass Armut in ihren verschiedenen Ausprägungen immer ein gesellschaftlich relevantes Thema darstellt und von einer nachrichtenarmen Zeit daher nie die Rede sein kann. Vielmehr wird die nachrichtenarme Zeit durch die Themenwahl der Journalistinnen und Journalisten erst hergestellt. Dieser Bericht geht jedoch davon aus, dass ein „richtiger“ oder angemessener Umfang der Armutsberichterstattung, an dem der tatsächliche Umfang gemessen werden könnte, von keiner gesellschaftlichen Instanz begründet festgelegt werden kann. Daher wird die Berichterstattung hier anhand der allgemeinen und themenspezifischen Entscheidungskriterien der Medien eingeordnet, welche einerseits aus bisherigen Befunden der Journalismusforschung hervorgehen und andererseits durch die Journalistenbefragung dieser Studie ermittelt wurden. Diese Kriterien werden in Abschnitt 6 dieses Berichts näher erläutert.

Bereichen Hörfunk (zwei Sendungen), Fernsehen (fünf Sendungen) und Online (zwei Angebote).

Die Medienbeiträge über Armut und soziale Ausgrenzung sind innerhalb des Untersuchungszeitraums außerdem sehr unterschiedlich auf die verschiedenen Erscheinungstage verteilt (siehe Abbildung 2). Dies lässt darauf schließen, dass die Armutsberichterstattung nicht systematisch an bestimmten Wochentagen – beispielsweise in den Wochenendausgaben der Zeitungen – publiziert wird. Dass an den beiden Sonntagen im Untersuchungszeitraum besonders wenig über Armut berichtet wurde, lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass die untersuchten Tageszeitungen sowie die „Informationen am Morgen“ des *Deutschlandfunks* sonntags nicht erscheinen. An den Montagen und Donnerstagen des Untersuchungszeitraums wurden jeweils mehr Medien untersucht, da an diesen Tagen *Spiegel*, *Focus* und *Zeit* erscheinen. Dies zeigt keinen erkennbaren Niederschlag in den Befunden.

Abbildung 2: Verteilung der Beiträge auf Erscheinungstage (N=75)



Die einzelnen Medien berichten allerdings in sehr unterschiedlichem Umfang über Armut und Armutsrisiken. *Süddeutsche Zeitung* und *taz* berichteten im Untersuchungszeitraum mit 17 bzw. 16 Beiträgen über Themen im Zusammenhang mit Armut. *FAZ*, *FR Online*, *Deutschlandfunk* und *Die Zeit* publizierten jeweils neun bis vier Beiträge, während zehn Medien nur ein bis drei Beiträge veröffentlichten. Die beiden untersuchten Ausgaben der *Bild am Sonntag* enthielten sogar überhaupt keinen Beitrag im Zusammenhang mit Armut (siehe Tabelle 5 im Anhang). Damit hängt es deutlich von den jeweils genutzten Medien ab, inwiefern Probleme der Armut von einzelnen Bürgerinnen und Bürgern sowie den entscheidenden Institutionen und Akteuren überhaupt wahrgenommen werden können. Zudem hat die unterschiedliche Häufigkeit der Beiträge in den

einzelnen Medien eine deutliche Auswirkung auf die Befunde dieser Studie: Die inhaltlichen und formalen Charakteristika der Armutsberichterstattung werden in dieser Studie durch diejenigen Medien geprägt, die mit vielen Beiträgen im Untersuchungsmaterial vertreten sind. Hingegen werden die Darstellungsmuster der Medien mit wenigen Beiträgen im Untersuchungszeitraum nur wenig berücksichtigt. Auch die Merkmale der Berichterstattung in den untersuchten Boulevardzeitungen *Bild* und *Bild am Sonntag* sowie der privat-kommerziellen Fernsehnachrichten *RTL aktuell* finden daher fast keinen Niederschlag in den Befunden.

Drei verschiedene Gründe für die unterschiedliche Häufigkeit der Berichterstattung lassen sich in den Interviews mit den verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien finden. Erstens verfügen die Medien über unterschiedlich großen Platz bzw. unterschiedlich viel Zeit für die Berichterstattung insgesamt. Sie müssen also in unterschiedlich großem Maß eine Auswahl unter möglichen Themen treffen. Entsprechend werden Ereignisse im Zusammenhang mit Armut, denen die Journalistinnen und Journalisten weniger Bedeutung beimessen, in kürzeren Fernsehnachrichten seltener zum Thema als in Tageszeitungen. Zweitens spielt in den redaktionellen Konzepten der Redaktionen das Kriterium der Tagesaktualität eine unterschiedliche Rolle bei der Themenauswahl. Einige Medien berichten grundsätzlich nur über Ereignisse, die am Tag der Berichterstattung stattgefunden haben. Bei ihnen werden daher Themen gegebenenfalls nicht berichtet, weil sie nicht mehr als aktuell bewertet werden. Drittens wird Themen im Zusammenhang mit Armut in den untersuchten Redaktionen eine grundsätzlich unterschiedliche Relevanz beigemessen, mit der Folge, dass Armutsthemen in den verschiedenen Medien nicht dieselbe Chance auf Veröffentlichung haben. Diese Begründungen weisen darauf hin, dass die deutlich unterschiedliche Häufigkeit der Armutsberichterstattung in den verschiedenen Medien auf unterschiedliche redaktionelle Rahmenbedingungen und Konzepte für die Bearbeitung von Armutsthematiken zurückgeführt werden kann (siehe Abschnitt 6.2.).

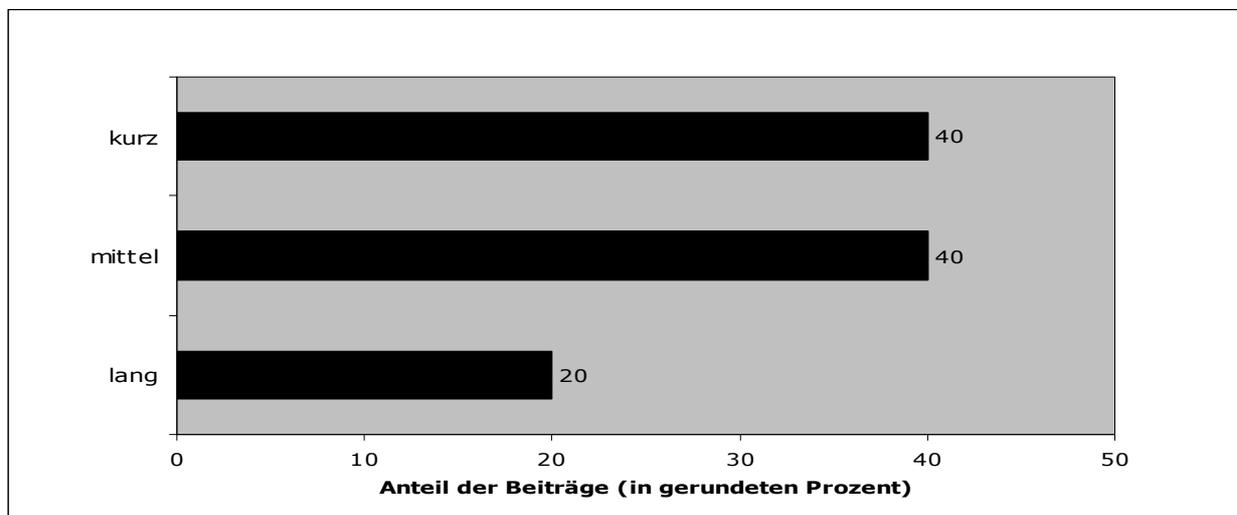
Damit wird ein wesentlicher Befund zum Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung offensichtlich: Es hängt deutlich von den einzelnen Medien und den strukturellen Voraussetzungen in ihren Redaktionen ab, wie häufig Armutsthematiken öffentlich dargestellt werden. Auch wenn im Untersuchungszeitraum von zwei Wochen insgesamt eine nennenswerte Anzahl von Beiträgen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung veröffentlicht wurden, hat das Publikum einzelner Medienangebote in dieser Zeit fast keine Angebote zu diesem Themenbereich erhalten.

2.2. Länge der Berichterstattung

Neben der Häufigkeit von Medienbeiträgen über Armut und Armutsrisiken bemisst sich der Umfang der Berichterstattung an der Länge der einzelnen Beiträge. Mit Blick auf das gesamte Untersuchungsmaterial zeigt sich, dass Armut in den Medien nicht nur in kurzen Nachrichtenmeldungen, sondern auch in sehr langen Beiträgen behandelt wird. Die Länge der untersuchten Beiträge variiert dabei erheblich. Kleine Artikel in Print- und Onlinemedien mit einem Umfang von weniger als einer achteil Zeitungsseite im Nordi-

schen Format und kurzen Nachrichtenmeldungen im Rundfunk stehen neben langen Zeitungsartikeln über drei Viertel einer Zeitungsseite und Hörfunkbeiträgen von fünf Minuten und 13 Sekunden Länge (siehe Tabellen 6, und 8 im Anhang).⁵ Dabei machen kurze Beiträge (mit einem Umfang von weniger als einer achteil Zeitungsseite oder weniger als einer Minute Sendezeit) sowie mittlere Beiträge (mit einem Umfang von einer achteil bis zu einer halben Zeitungsseite oder einer bis vier Minuten Sendezeit) jeweils zwei Fünftel der Berichterstattung aus. Ein Fünftel der Beiträge ist sogar als lang zu klassifizieren, weil sie mehr als die Hälfte einer Zeitungsseite bzw. mehr als vier Minuten Sendezeit einnehmen (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Länge der Beiträge in Größenklassen (N=75)⁶



Über die Hälfte der Armutsberichterstattung im Untersuchungszeitraum hatte dementsprechend eine mittlere oder große Länge. Dies weist wiederum daraufhin, dass die verschiedenen Themenbereiche von Armut und Ausgrenzung in den Redaktionen als relevante Medienthemen betrachtet werden, die nicht nur in kurzen Nachrichtenmeldungen abgehandelt werden.

Der medienspezifische Umfang der Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung zeigt ein Bild, das ebenso für andere Themen gilt: In den untersuchten Fernsehnachrichten wird am wenigsten Raum für längere Beiträge genutzt, während Printmedien den Umfang ihrer Beiträge am häufigsten variieren. Aus den Interviews mit den Journa-

⁵ Der Umfang von Print- und Onlinebeiträgen wird mit Bezug auf Zeitungsseiten im so genannten Nordischen Format beschrieben. Das Nordische Format ist das lange in Deutschland übliche, große Zeitungsformat, das heute noch etwa die *Süddeutsche Zeitung* und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* aufweisen. Es hat ein Format von 370*528 mm. Die Darstellung des Umfangs anhand von Zeitungsseiten ist wesentlich anschaulicher als die Beschreibung von Angaben in Quadratzentimetern.

⁶ Kurze Beiträge haben eine Länge von weniger als einer achteil Zeitungsseite oder weniger als einer Minute Sendezeit, mittlere Beiträge haben eine Länge von einer achteil bis zu einer halben Zeitungsseite bzw. einer bis vier Minuten Sendezeit, lange Beiträge nehmen mehr als die Hälfte einer Zeitungsseite bzw. mehr als vier Minuten Sendezeit ein.

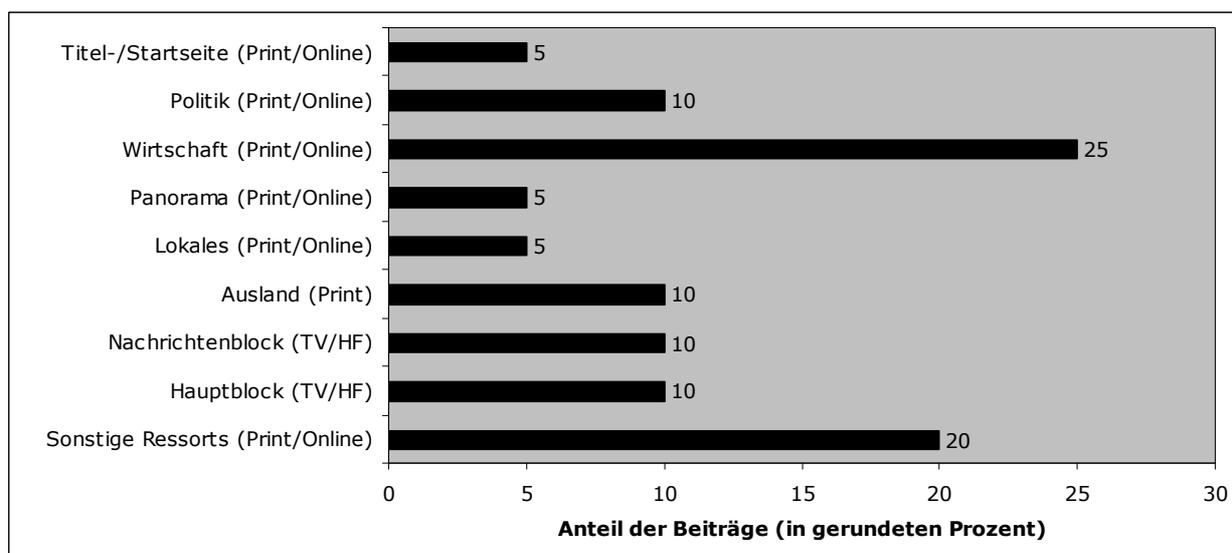
listinnen und Journalisten der untersuchten Medien gehen vor allem strukturelle Ursachen für die unterschiedliche Länge der Berichterstattung hervor: Die verschiedenen Medientypen sind mit unterschiedlichen Formatvorgaben verbunden. Während die Länge von Beiträgen vor allem in Fernsehnachrichten stark formatiert ist, stehen in Printmedien zumeist feste Plätze für lange und kurze Artikel zur Verfügung (siehe Abschnitt 6.2.).

2.3. Ressorts und Themenrubriken der Berichterstattung

Ressorts und Themenrubriken gliedern das Angebot eines Mediums und verleihen den vielen verschiedenen Themen, über die berichtet wird, eine Struktur. Dies erleichtert es dem Publikum, sich im Angebot zu orientieren und – im Fall von Print- und Onlinemedien – Beiträge zu den eigenen Interessen zu finden. Die klassischen Ressorts sind Politik, Wirtschaft, Kultur/Feuilleton, Lokales und Sport, die häufig noch durch spezielle Rubriken wie etwa Reise, Wissenschaft, Medien oder Service ergänzt oder unterteilt werden. Im Hörfunk und Fernsehen ist eine geringere Strukturierung nötig, weil das Publikum zum Zeitpunkt der Mediennutzung innerhalb einer Sendung (noch) nicht zwischen verschiedenen Beiträgen wählen kann, sondern nur diejenigen Beiträge sehen oder hören kann, die gerade im Programm laufen. Dennoch haben auch Fernsehnachrichten sowie längere Hörfunksendungen Rubriken, mit denen bestimmte Themenschwerpunkte angekündigt werden. Vor allem Wirtschaft, Sport und Wetter werden als spezielle Abschnitte im Nachrichtenprogramm behandelt. Außerdem werden sowohl im Hörfunk als auch in den TV-Nachrichtenmagazinen kurze Nachrichtenblöcke von der moderierten Hauptsendung mit längeren Beiträgen unterschieden.

Die Berichterstattung über Armut und Armutsrisiken ist während des Untersuchungszeitraums am häufigsten im Wirtschaftsressort von Zeitungen und Onlinemedien zu finden (siehe Abbildung 4). Ein Viertel der gesamten Armutsberichterstattung und jeder dritte Artikel in Print- und Onlinemedien wird hier veröffentlicht. Weitere wichtige Ressorts sind Politik und Ausland, die in Print- und Onlinemedien jeden fünften oder sechsten Artikel über Armut zeigen. In allen weiteren Rubriken von Print- und Onlinemedien wurden während des Untersuchungszeitraums nur zwei bis drei Artikel veröffentlicht. Dass damit auch das „Lokale“ eine so geringe Rolle für die Berichterstattung über Armut spielt, ist allerdings auch darauf zurückzuführen, dass die untersuchten Medien vor allem überregionalen Bezug haben.

Abbildung 4: Ressorts und Themenrubriken der Berichterstattung (N=75)



Während die Rubrik „Wirtschaft“ in Print- und Onlinemedien ein zentraler Ort für Armutsberichterstattung ist, ist in den untersuchten Fernseh- und Hörfunksendungen kein Beitrag über Armut in einem Wirtschafts-Block platziert. Im Hörfunk sind zwei Drittel der Beiträge über Armut in den moderierten Hauptteilen der Sendestunden zu finden, ein Drittel in den Nachrichtensendungen zur vollen und halben Stunde. Im Fernsehen ist jeweils die Hälfte der Beiträge im moderierten Hauptteil der Sendungen und im Nachrichten-Block zu sehen.

In dieser Verteilung der Armutsberichterstattung auf Ressorts und Themenrubriken spiegelt sich die Art und Weise wider, wie Themen im Zusammenhang mit Armut in den Redaktionen organisatorisch verankert sind (siehe Abschnitt 6.1.). Print- und Onlineredaktionen sind meist in Ressorts gegliedert, die bestimmte Themenbereiche speziell bearbeiten, etwa Politik, Wirtschaft, Sport und Lokales. Bei der Befragung der verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten zeigt sich, dass bei den untersuchten Printmedien sowie bei *Spiegel Online* vor allem die Ressorts Wirtschaft und Politik die Ereignisse und Entwicklungen im Zusammenhang mit Armut im Blick behalten. Entsprechend werden die Beiträge über Armut in diesen Rubriken veröffentlicht. Redaktionen der Fernseh- und Hörfunknachrichten sind in der Regel weniger thematisch gegliedert als Printredaktionen. Folglich wird hier seltener eine thematische Strukturierung vorgenommen, sondern eine Gliederung der Themen nach dem Umfang der Berichterstattung. Kurze Meldungen zum Thema Armut erscheinen im Nachrichtenteil der Sendungen; größere Beiträge werden im moderierten Hauptteil der Sendung platziert.

2.4. Sichtbarkeit der Berichterstattung

Die Platzierung von Nachrichten innerhalb eines Medienangebots prägt den Beachtungsgrad, den diese Nachrichten erhalten. Berichte auf den Titelseiten von Printmedien, auf den Startseiten von Onlinemedien und zu Beginn von Fernsehsendungen und Sendestunden im Hörfunk finden von einem deutlich größeren Publikum Beachtung als

Beiträge, die in der Mitte eines Blattes, auf den Ressortseiten von Onlineangeboten oder im Verlauf einer Rundfunksendung veröffentlicht werden. In Zeitungen weisen außerdem Artikel auf den ersten Seiten der einzelnen Zeitungsteile besondere Sichtbarkeit auf. Bei Onlinemedien erhalten zudem diejenigen Beiträge etwas mehr Aufmerksamkeit, die auf einer Seite sichtbar sind, ohne dass das Bild durch Bedienen der Bildlaufleiste („Scrollen“) verändert wird. Im Hörfunk und Fernsehen kann die besondere Beachtung bestimmter Themen außerdem dadurch erzielt werden, dass sie zu Beginn der Sendung bzw. zu Beginn einer Sendestunde durch einen „Teaser“ oder eine Sendungsübersicht angekündigt werden.

Mit Blick auf diese Kriterien war die Berichterstattung über Armut im Untersuchungszeitraum insgesamt allenfalls in den Zeitungen durch einen größeren Beachtungsgrad gekennzeichnet (vgl. Tabelle 10 im Anhang). Auf den Titelseiten der untersuchten Zeitungen waren zwei Beiträge im Zusammenhang mit Armut zu finden: eine Meldung über die gestiegene Zahl von Asylbewerbern in Deutschland (Bild, 7.11.2009) und das alleinstehende Foto eines Flüchtlingskindes aus Pakistan, das im Zusammenhang mit den Kämpfen der pakistanischen Armee gegen die Taliban entstand (Süddeutsche Zeitung, 11.11.2009). Weitere acht Beiträge waren auf den ersten Seiten der hinteren Zeitungsteile platziert und so mit einer mittleren Sichtbarkeit versehen.

In den untersuchten Fernsehsendungen und in den einzelnen Sendestunden der analysierten Hörfunkstrecken war dagegen kein Beitrag über Armut an der ersten Stelle platziert und damit an einem Platz, der besondere Aufmerksamkeit mit sich bringt. Allerdings wurden jeweils ein Hörfunk- und ein Fernsehbeitrag zu Beginn der Sendung bzw. der Sendestunde mit einer kurzen Ankündigung hervorgehoben. Bei den untersuchten Onlinemedien war die Armutsberichterstattung im Vergleich besonders wenig prominent platziert. Auf den Startseiten der Onlinemedien war im Untersuchungszeitraum nur ein Beitrag über Armut verlinkt. Die anderen Beiträge waren ausschließlich auf den Ressortseiten zu finden, und dort waren nur zwei Artikel ohne Bildlauf sichtbar.

Dass die Themen im Zusammenhang mit Armut keine besondere Sichtbarkeit innerhalb der Medienangebote aufweisen, lässt sich vor allem auf die Ereignislage im Untersuchungszeitraum zurückführen. In dieser Zeit wurden keine besonders überraschenden Ereignisse oder weit reichenden Entscheidungen im Zusammenhang mit Armut neu bekannt. Entsprechend wurde die Armutsberichterstattung durch Ereignisse, denen die Journalistinnen und Journalisten einen größeren Neuigkeitswert beigemessen haben, eher auf die hinteren Plätze im Angebot verwiesen.

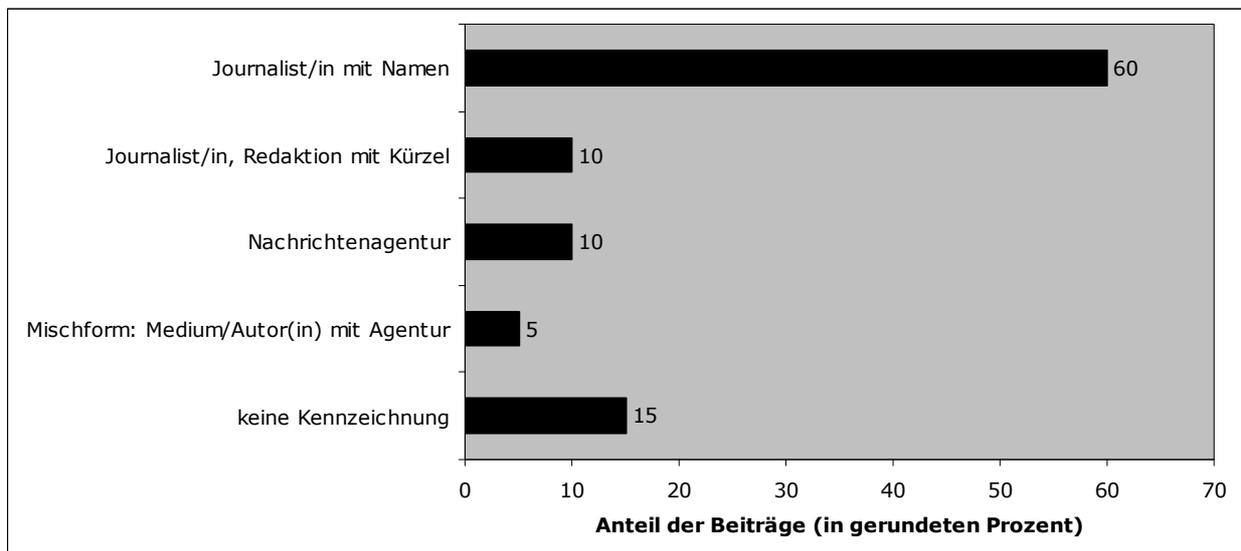
2.5. Urheber und Autoren der Berichterstattung

In seiner Studie über die Armutsberichterstattung in der Schweiz war Michael Schanne (1996: 191) in den 1990er Jahren zu dem Ergebnis gekommen, dass verhältnismäßig wenige Beiträge über Armut und soziale Ausgrenzung von Nachrichtenagenturen stammten. Die Armutsberichterstattung wurde hingegen überdurchschnittlich häufig von Journalistinnen verfasst, seltener von ihren männlichen Kollegen. Dies deutete

Schanne (ebd.: 205) als Hinweis auf die geringe Bedeutung von Armutsthemen in den Redaktionen: Dadurch, dass die Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung in den Redaktionen nicht besonders angesehen sei und nicht zum Prestige der Autoren beitrage, würden eher Frauen dieses Themenfeld bearbeiten.

Auch heute lässt sich auf der Basis des untersuchten Materials feststellen, dass die Armutsberichterstattung nur zu einem Zehntel durch die Beiträge von Nachrichtenagenturen bestückt ist (siehe Abbildung 5). Hingegen sind fast drei Viertel der Beiträge von den Redaktionen selbst erstellt und mit den Namen oder den Kürzeln der Autoren bzw. der Redaktion versehen. Dies kann verschiedene Ursachen haben. Erstens besteht die Stichprobe der untersuchten Medien überwiegend aus verhältnismäßig gut ausgestatteten, überregionalen Medien, die sich auch über die Exklusivität ihrer Berichterstattung definieren und in denen die Ressourcen für eine eigene Berichterstattung eher als in kleineren Regionalmedien vorhanden sind. Daher greifen diese Redaktionen wahrscheinlich grundsätzlich weniger auf Agenturmaterial zurück. Zweitens wurde das Untersuchungsmaterial in einem Zeitraum gesammelt, der keine größeren Anlässe für eine Berichterstattung über Armut und sozialer Ausgrenzung bot. Dies kann dazu führen, dass in den Redaktionen eher selbst Themen aufbereitet wurden. Dass nur ein geringer Teil der Armutsberichterstattung durch das Material von Nachrichtenagenturen ausgefüllt wird, kann eine große thematische Bandbreite und eine Vielfältigkeit der Darstellung in der Armutsberichterstattung zur Folge haben (siehe Abschnitte 3 und 5).

Abbildung 5: Urheber der Berichterstattung (N=75)



Anders als in der schweizerischen Studie von Schanne (1996) waren die Autoren der untersuchten Armutsberichterstattung nicht überwiegend weiblich. Im Gegenteil: Vier von zehn Beiträgen wurden von männlichen Journalisten verfasst, drei von zehn Beiträgen von Journalistinnen (siehe Tabelle 12 im Anhang). Bei weiteren drei von zehn Beiträgen war das Geschlecht der Autoren anhand der Berichterstattung nicht zu ermitteln. Dieser Befund lässt zwei verschiedene Erklärungsmuster zu:

- Einerseits hat mit der steigenden Anzahl von Frauen im Journalismus insgesamt auch die Segregation von Journalistinnen und Journalisten in prestigearme bzw. -reiche Themengebiete etwas abgenommen (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 45 ff.). Dass viele Beiträge zur Armutsberichterstattung von männlichen Autoren verfasst wurden, würde dann darauf hinweisen, dass auch in einem traditionell eher weiblich besetzten Ressort nun eher eine „Normalverteilung“ der Geschlechter herrscht.
- Andererseits kann sich aber seit der Untersuchung von Schanne aus dem Jahr 1996 auch das Prestige des Themas Armut in den Medien geändert haben und heute in den Redaktionen gut angesehen sein. Entsprechend wird es als prestigereiches Thema eher von männlichen Journalisten bearbeitet.

Aus den Einschätzungen der Journalistinnen und Journalisten, die in den Leitfaden gestützten Interviews zum Prestige von Armutsberichterstattung in ihren Redaktionen befragt wurden, lässt sich keines der beiden Erklärungsmuster bekräftigen. Die Hälfte der Befragten schreibt dem Themenfeld weder ein besonders gutes noch schlechtes Ansehen zu. Armut wird als ein Themenbereich wie jeder andere angesehen. Diese Beurteilung spricht für den ersten Erklärungsansatz, mit dem verschiedene Themenbereiche nicht speziell Männern oder Frauen zugewiesen werden. Die andere Hälfte der Befragten hält Armut und Ausgrenzung dagegen für ein besonders angesehenes Themenfeld, das den Autorinnen und Autoren Möglichkeiten zur Profilierung bietet. Diese Bewertung unterstützt das zweite Erklärungsmuster: Mit dem zunehmenden Prestige von Gesellschaftsthemen und der Berichterstattung über Armut steigt auch der Anteil männlicher Autoren. Durch diese widersprüchlichen Einschätzungen kann das Ansehen von Armutsthemen in den Redaktionen nicht als erklärende Kategorie für den Umgang der Medien mit diesen Themen herangezogen werden (siehe Abschnitt 6.2.).

3. Themen und Anlässe der Berichterstattung

Beim Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung ist vor allem die Frage relevant, welche Themen überhaupt zum Gegenstand der Medienberichterstattung werden. Denn welche Phänomene der Armut in der Öffentlichkeit überhaupt bekannt werden und was in einer Gesellschaft als Problem im Kontext von Armut und Ausgrenzung wahrgenommen wird, hängt zentral mit der medialen Veröffentlichung von Ereignissen und Entwicklungen in diesem Themenfeld zusammen.

Dabei sind die Medien nicht in der Lage, die komplexe gesellschaftliche Realität vollständig darzustellen – dies wäre eine viel zu umfassende Aufgabe. Vielmehr treffen sie unter allen möglichen Ereignissen und Entwicklungen in vielen verschiedenen Gesellschaftsbereichen eine Auswahl von Themen. Diese Auswahl wird von den Journalistinnen und Journalisten in den Redaktionen nicht willkürlich vorgenommen, sondern ist durch medienspezifische und redaktionelle Rahmenbedingungen sowie durch professionelle Standards und Verfahren geleitet. Sie ist im Journalismus insgesamt durch Regeln und Routinen geprägt, die von den Journalistinnen und Journalisten in der Ausbildung erlernt werden, sich in der redaktionellen Sozialisation vertiefen und medienübergrei-

wend angewendet werden. Diese Regeln und Routinen der Nachrichtenauswahl werden zwar innerhalb einzelner Medien und Ressorts unterschiedlich spezifiziert und auch in verschiedenen Kulturräumen unterschiedlich interpretiert. Insgesamt sind es jedoch nachweislich immer wieder ähnliche Kriterien, mit denen Journalistinnen und Journalisten den Nachrichtenwert von Ereignissen bemessen. Die Orientierung der Nachrichtenauswahl an diesen Kriterien hat zur Folge, dass von dem vielfältigen Geschehen in der Welt oft dieselben Ereignisse in den Medien thematisiert werden, dass die Berichterstattung also relativ homogen ist. (Vgl. Ruhrmann 2005) Auch die Tatsache, dass Journalistinnen und Journalisten in ihrer Arbeit häufig dieselben Angebote der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Behörden, Parteien und Verbänden als Informationsquellen nutzen und sich zudem stark an anderen Medien orientieren, wenn sie Themen für ihr eigenes Angebot auswählen, führt häufig zu relativ ähnlichen Themenangeboten in verschiedenen Medien (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 121 ff.; Reinemann 2003).

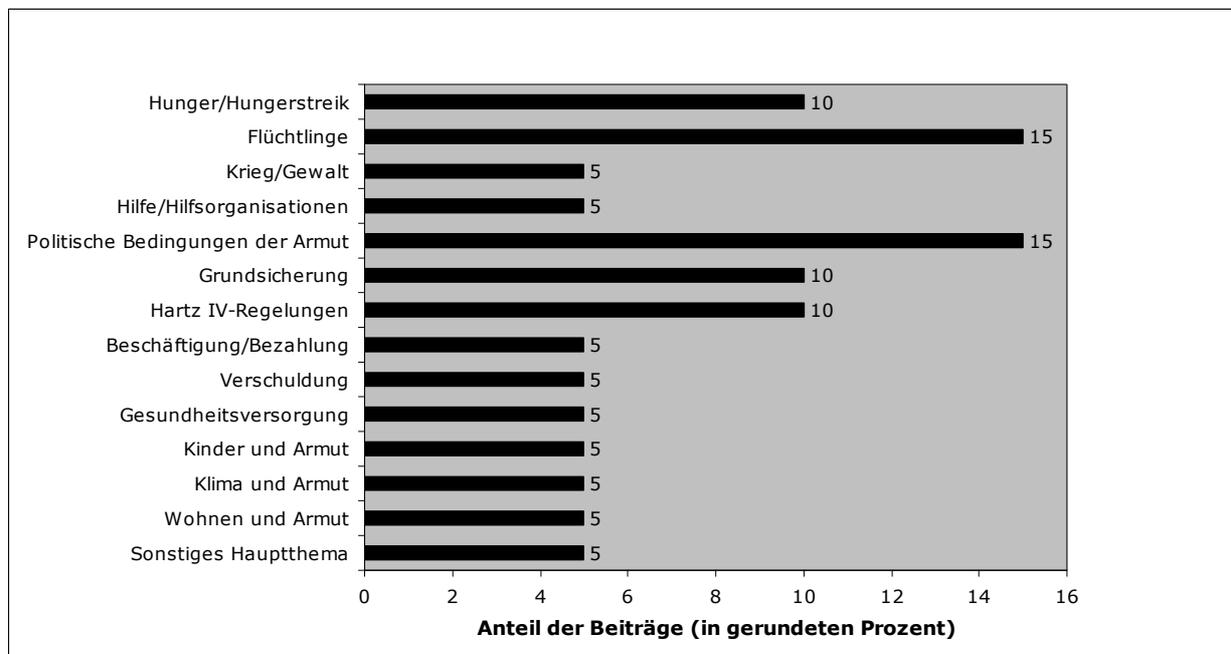
Die untersuchte Berichterstattung über Armut zeigt in dieser Hinsicht ein völlig anderes Bild. Nur vier Themen wurden während des Untersuchungszeitraums von mehreren Medien als Haupt- oder Nebenthema behandelt: Das Thema Hunger im Vorfeld des UN-Ernährungsgipfels vom 16. bis 18. November in Rom (sieben Beiträge), die steigende Zahl der Empfänger von Grundsicherung nach einer Mitteilung des Statistischen Bundesamtes vom 5. November (sieben Beiträge), die sinkende Verschuldung in Deutschland, die am 4. November mit dem „Creditreform Schuldneratlas“ veröffentlicht wurde (vier Beiträge) und die Diskussion um eine regionale Staffelung der Hartz IV-Sätze, die durch eine Forderung von Hans Werner Sinn (ifo-Institut) am 9. November entstanden war (vier Beiträge). Alle weiteren Themen wurden jeweils nur von einem Medium veröffentlicht. Das heißt: Die Themen der Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung sind im Untersuchungszeitraum sehr heterogen und nur in wenigen Fällen auf dieselben Anlässe zurückzuführen. Auch scheinen sich die Medien im Zusammenhang mit Armutsthemen nur wenig an anderen Medien zu orientieren: Themen, die in einem Medium berichtet werden, werden in den anderen untersuchten Medien später nicht aufgegriffen.

3.1. Themenstruktur der Berichterstattung

Um die Themen der Armutsberichterstattung trotz dieser Heterogenität analysieren zu können, werden die Beiträge in Themenkategorien gebündelt, die ähnliche, aber unterschiedliche Themen zusammenfassen. Die Berichterstattung über Armut bezieht sich im Untersuchungszeitraum relativ gleichmäßig auf verschiedene Flüchtlingsthemen (Beispiel: Alltag der Kriegsflüchtlinge aus dem Irak in Deutschland), auf Hunger im Zusammenhang mit dem UN-Ernährungsgipfel in Rom (Beispiel: UN und Hilfsorganisationen diskutieren über Möglichkeiten zur Bekämpfung der weltweit steigenden Hungersnot), auf verschiedenen Themen im Zusammenhang mit den politischen Bedingungen der Armut (Beispiel: Die aktuelle Steuerpolitik in Deutschland und ihre Folgen für die soziale Gerechtigkeit), auf die steigende Zahl der Empfänger von Grundsicherung und auf verschiedene Themen im Zusammenhang mit den geltenden Hartz IV-Regelungen

(Beispiel: Leitantrag zum SPD-Parteitag). Diese Themenkategorien machen jeweils rund ein Zehntel und insgesamt etwa die Hälfte des Untersuchungsmaterials aus (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6: Hauptthemen der Berichterstattung in Themenkategorien (N=75)



Die weiteren Beiträge über Armut waren im Untersuchungszeitraum so heterogen, dass sie sich nur noch mühsam zu Themenclustern von zwei bis fünf Beiträgen zusammenfassen ließen. Beispielsweise wurden unter der Kategorie „Gesundheitsversorgung“ ein Fernsehbeitrag über die katastrophale Versorgung von Aidskranken in der Ukraine (ARD Tagesthemen, 13.11.2009), ein Interview zum Zusammenhang von sozialer Ungleichheit und psychischen Erkrankungen (Süddeutsche Zeitung, 2.11.2009) sowie ein Radiobeitrag über die Unterversorgung armer Bevölkerungsgruppen bei der Impfung gegen Malaria (Deutschlandfunk, 2.11.2009) gruppiert.

Insgesamt zeigt sich, dass die Medien in dem recht kurzen Untersuchungszeitraum mit einer begrenzten Zahl von Beiträgen eine relativ große Bandbreite des weltweiten, vielschichtigen Phänomens Armut aufgreifen. Hunger und Flucht werden ebenso zum Thema wie die politischen Bedingungen, die zu Armut führen, die Armut verstärken oder Armutsprobleme lösen sollen. Schlechte Wohnverhältnisse und mangelnde Gesundheitsversorgung werden ebenso behandelt wie die Folgen des Klimawandels für die bereits von Armut betroffenen Weltregionen. Dabei greifen die verschiedenen Medientypen – soweit dies anhand der begrenzten Fallzahl ersichtlich wird – gleichermaßen Themen aus den unterschiedlichen Kategorien auf.

Allerdings werden dieselben Themen so selten in mehreren Medien behandelt, dass sie insgesamt eine verhältnismäßig geringe Reichweite in der deutschen Öffentlichkeit er-

halten. Dass die Armutsberichterstattung im Untersuchungszeitraum eine überraschende Themenvielfalt aufweist, lässt sich vor allem mit der Vielschichtigkeit des Phänomens Armut erklären. Dies äußern die befragten Journalistinnen und Journalisten bei den untersuchten Medien fast einhellig:

*„Schauen Sie sich doch nur mal die Varianz und die Breite des Themas an.“
(Anke Karioth, ZDF heute)*

„In diesem Feld sind viele unabhängige Initiativen unterwegs. Immer wieder finden einzelne von ihnen Zugang zu Journalisten; das spiegelt sich dann in einer vielfältigen Berichterstattung wider. Konkret: Die lokale Flüchtlingsinitiative lanciert ein Thema über den einen Journalisten; die örtlichen Wohlfahrtsverbände nutzen andere Kontakte, und eine Tafel findet einen dritten Journalisten am gleichen Ort, der sich für ihr Thema interessiert. In anderen Feldern, zum Beispiel in der Kommunalpolitik, ist die Zahl der Institutionen wesentlich geringer, was oft zu einer schmaleren Berichterstattung führt.“ (Felix Berth, SZ)

Die Verschiedenartigkeit der Themen wird nach Einschätzung der Befragten außerdem durch das Ereignisumfeld begründet, in dem die vorliegende Studie stattfand:

„Ich denke, dass es eine nachrichtenarme Zeit war. Wenn zum Beispiel eine wichtige Pressekonferenz der Bundesregierung gewesen wäre, hätten alle Medien darüber berichtet.“ (Anselm Waldermann, Spiegel Online)

Im Zeitraum der Untersuchung wurden keine besonders überraschenden Ereignisse, grundlegenden Statistiken oder reichweitenstarken politischen Entscheidungen im Zusammenhang mit Armut oder Armutsbekämpfung neu bekannt. Solche Ereignisse, denen in den Medienredaktionen ein hoher Nachrichtenwert beigemessen wird, werden eher in vielen Medien gleichzeitig zum Thema. In Zeiten, in denen keine hervorragenden Anlässe eine Berichterstattung nahelegen, können die Journalistinnen und Journalisten eher zwischen den verschiedenen möglichen Themen im Zusammenhang mit Armut auswählen und dabei zu verschiedenen Themen finden – oder auf eine Berichterstattung ganz verzichten.

Die Themenstruktur der Armutsberichterstattung zeigt insgesamt: Die untersuchten Medien greifen vielfältige Themen des komplexen Phänomens Armut auf. Dadurch ist die Berichterstattung allerdings sehr heterogen; einzelne Themen erhalten selten eine größere Reichweite über die Berichterstattung eines Mediums hinaus.

3.2. Anlässe und Aktualität der Berichterstattung

Aus der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur Berichterstattung über andere Themengebiete geht ebenso wie aus der Journalistenbefragung dieser Studie hervor, dass journalistische Medien nur selten Themen aufgreifen, ohne dass sie ein zeitnahes Ereignis zumindest als „Aufhänger“ der Berichterstattung verwenden können (siehe Abschnitt 6.2.). Ein solcher Anlass kann in drei Formen auftreten:

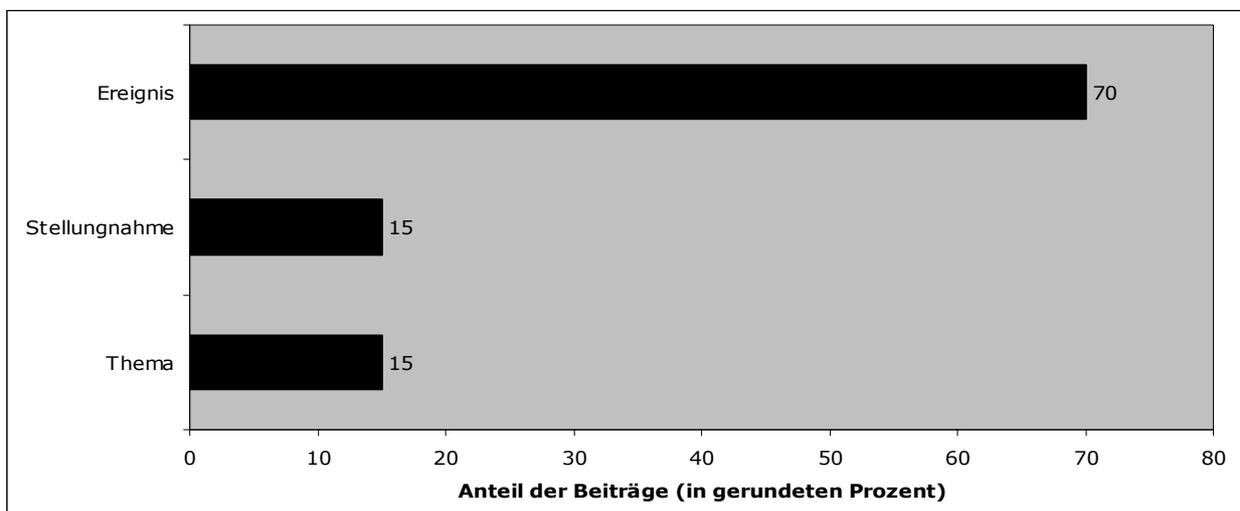
- Erstens kann er aus einem konkreten *Ereignis*, einer Begebenheit, bestehen, die vermeldet oder von Journalisten selbst beobachtet wird, also beispielsweise die Bekanntgabe einer politischen Entscheidung oder das Erscheinen einer neuen Statistik.

- Zweitens kann der Anlass in Form von *Statements, Forderungen und Meinungsäußerungen* von prominenten Personen und Entscheidungsträgern auftreten, also als ein Kommunikationsbeitrag, dem nicht zwangsläufig ein konkretes Geschehen zu Grunde liegt. Beispiele hierfür aus dem Untersuchungsmaterial sind etwa die in einem Interview veröffentlichte Empfehlung des ifo-Präsidenten Hans-Werner Sinn, die Hartz IV-Sätze regional zu staffeln, oder die gemeinsame Forderung von katholischer Kirche, Deutschem Gewerkschaftsbund und dem Netzwerk Attac nach einer Finanztransaktionssteuer als „Steuer gegen Armut“.
- Im Gegensatz zu Ereignissen und Statements als Anlässe der Berichterstattung stehen drittens Beiträge, denen nicht erkennbar die Nachricht über ein Ereignis zu Grunde liegt, sondern die thematisch motiviert sind. Hier ist der Anlass des Beitrags das *Thema* selbst, beispielsweise eine Reportage über die Auswirkungen der Erderwärmung auf das Leben eines äthiopischen Nomadenmädchens, der Bericht über die Unterversorgung und Verwahrlosung von Aidskranken in der Ukraine oder das Porträt eines Flaschensammlers in Frankfurt. Diese Themen gehen in der Regel auf die Initiativen und Ideen einzelner Redakteurinnen und Redakteure zurück.

„Es gibt diesen reinen Zufall: Wenn ein Redakteur auf irgendeiner Feier mit einem anderen Gast spricht und hört, dass so etwas tatsächlich passiert, zum Beispiel, dass man mitten in Deutschland plötzlich ohne Krankenversicherung dasteht. Und dass er sich dann denkt: Darüber muss ich doch mal schreiben.“
(Sebastian Holzapfel, FR Online)

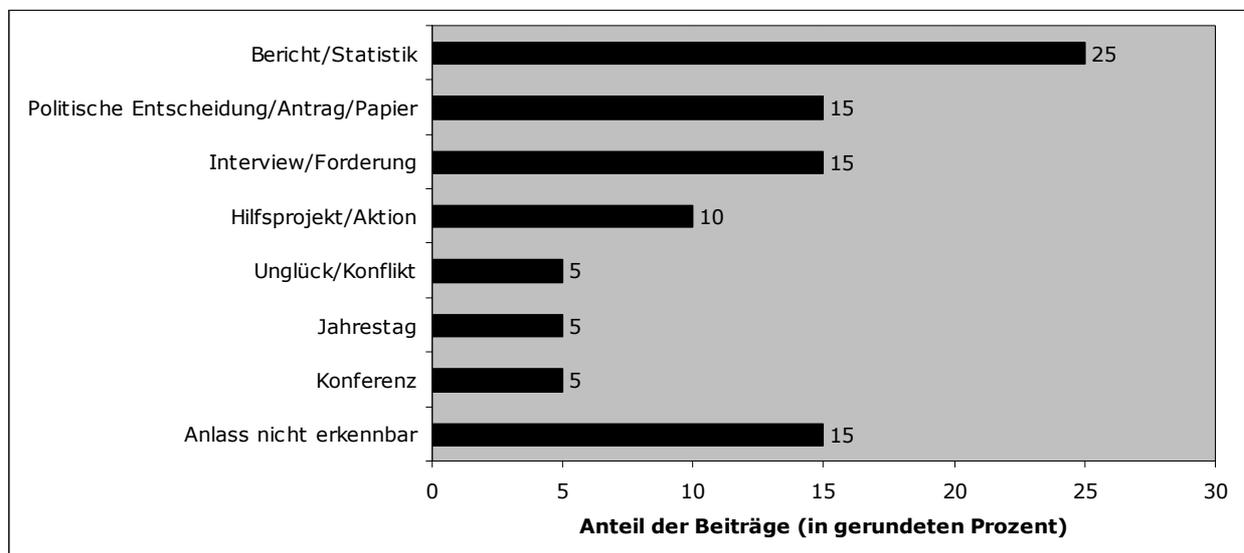
Die Inhaltsanalyse zeigt, dass die überwiegende Mehrheit der Beiträge über Armut durch ein Ereignis veranlasst wird (siehe Abbildung 7). In sieben von zehn Beiträgen im Untersuchungsmaterial lässt sich ein solches Ereignis als Anlass der Berichterstattung identifizieren. Dagegen gehen ein bis zwei von zehn Beiträgen auf Meinungsäußerungen prominenter oder einflussreicher Personen zurück; ebenso oft ist ein Beitrag anscheinend durch das Thema veranlasst – hier wurde kein spezifisches Ereignis genannt.

Abbildung 7: Anlässe der Berichterstattung in Anlasskategorien (N=75)



Blickt man auf die konkreten Anlässe, die im Untersuchungszeitraum zu einer Berichterstattung über Armut führten, zeigt sich sehr deutlich die Bedeutung von Statistiken und Berichten für eine mediale Behandlung von Armutsthemen (siehe Abbildung 8). Ein Viertel der untersuchten Beiträge ist durch die Veröffentlichung neuer Daten veranlasst, sei es durch neue Zahlen über das Bevölkerungswachstum in Afrika oder sei es durch den Bericht des Statistischen Bundesamts über die steigende Zahl der Empfänger von Grundsicherung in der Bundesrepublik. Ein Sechstel der Beiträge beruht auf einer Entscheidung, einem Antrag oder einem Papier aus der Politik, beispielsweise auf dem Entwurf der Regierungskoalition für neue Steuergesetze oder auf dem Leitantrag zum SPD-Parteitag. Ein weiteres Sechstel der Berichterstattung basiert auf Statements und Forderungen, etwa dem Aufruf der UN-Organisation für Ernährung und Landwirtschaft zum Hungerstreik als Zeichen gegen die weltweite Hungersnot oder der Debatte um eine regionale Staffelung der Hartz IV-Sätze. Weitere Anlässe für die Armutsberichterstattung im Untersuchungszeitraum waren konkrete Hilfsprojekte und -maßnahmen, Konflikte in Form von kriegerischen Auseinandersetzungen, Jahrestage oder Konferenzen. Bei immerhin jedem sechsten Beitrag war kein Anlass erkennbar, so dass diese Fälle als durch das Thema motivierte Berichterstattung klassifiziert werden können. Diese Beiträge ohne „Aufhänger“ waren ausschließlich in Printmedien zu finden. Fernsehen und Hörfunk nahmen dagegen in keinem Fall Statements, Meinungsäußerungen oder Forderungen zum Anlass für eine Berichterstattung über Armut.

Abbildung 8: Anlässe der Berichterstattung (N=75)



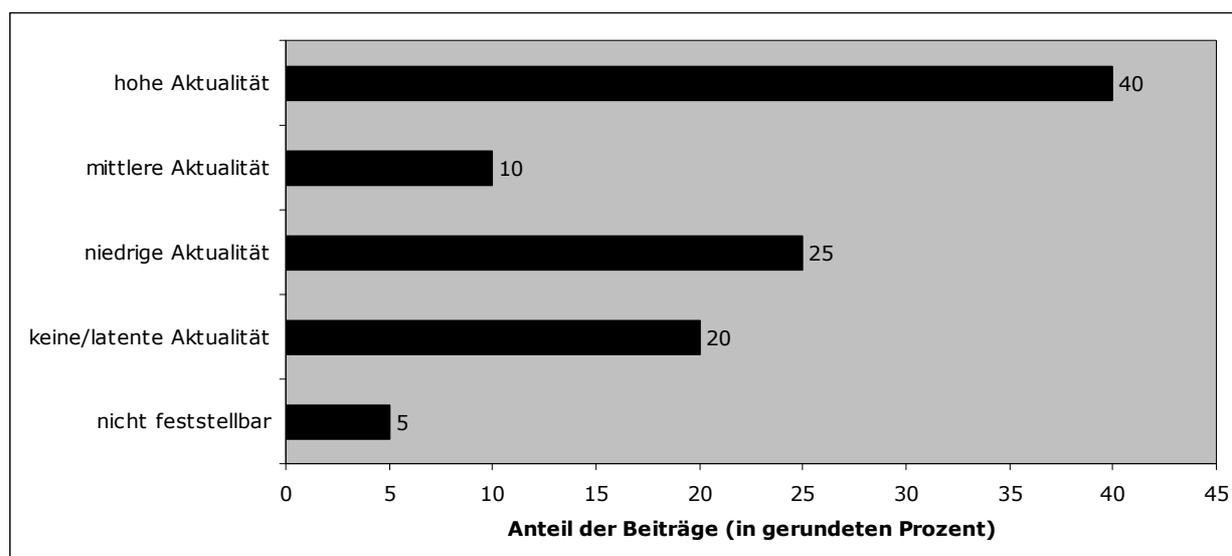
Diese Befunde der Inhaltsanalyse werden durch die Befragten durchgängig bestätigt. Als wichtige Anlässe, die immer wieder zu einer Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung führen, nennen die Befragten vor allem Studien, Berichte und Statistiken, die von Forschungseinrichtungen, Ministerien, Verbänden und Behörden stammen. Weiterhin beschreiben sie politische Stellungnahmen und Diskussionen, Gesetzesände-

rungen, Gerichtsentscheide, Jahrestage und Konferenzen als Anlässe für Armutsberichterstattung (siehe Abschnitt 6.2.). Pressemitteilungen werden von den befragten Journalistinnen und Journalisten zwiespältig eingeschätzt. Zwar könnten sie Anlass für einen Beitrag bilden, jedoch nur dann, wenn sie entsprechende Ereignisse mitteilen – also etwa die Ergebnisse einer Studie, eine politische Stellungnahme oder das Programm einer Konferenz (siehe Abschnitt 6.3.).

Allerdings spielt die Aktualität dieser Anlässe in den Redaktionen eine unterschiedlich wichtige Rolle. Aktualität bezeichnet dabei die Nähe zwischen dem Zeitpunkt eines Ereignisses bzw. seines Bekanntwerdens und der Berichterstattung über das Ereignis. Bei zwei TV-Nachrichtensendungen müssen Ereignisse oder Diskussionsbeiträge grundsätzlich tagesaktuell sein, um in das Angebot aufgenommen zu werden. Die anderen Medien sehen dagegen grundsätzlich auch eine Berichterstattung vor, die nicht ausschließlich an tagesaktuelle Ereignisse gebunden ist. Vor allem Redakteure der Print- und Onlinemedien betonen ihre Unabhängigkeit von einer Tagesaktualität (siehe Abschnitt 6.2.).

Diese Thematisierungskriterien werden durch die Befunde der Inhaltsanalyse bestätigt. In Print- und Onlinemedien finden sich gleichermaßen Artikel mit niedriger und hoher Aktualität, die also weniger als einen Tag nach dem Auftreten bzw. Bekanntwerden eines Ereignisses berichten oder länger als eine Woche nach dem Ereignis erscheinen. Dagegen weisen die Beiträge von Hörfunk und Fernsehen fast ausschließlich hohe Aktualität auf. Armutsberichterstattung ohne Bezug auf einen konkreten Zeitpunkt wird ausschließlich in Printmedien identifiziert. Hier werden eher Themen behandelt, die wegen ihrer gesellschaftlichen Bedeutung ständig als latent aktuell bewertet werden, auch ohne dass ein zeitlich naher Anlass diese Aktualität herstellt. Beispiele sind die verbesserten Wohnbedingungen in einer Favela in Sao Paulo, die Auswirkungen der Erderwärmung auf das Leben eines äthiopischen Nomadenmädchens, der Alltag und die Probleme der Kriegsflüchtlinge aus dem Irak in Deutschland oder die grundsätzlich schlechtere Altersvorsorge von Frauen in Deutschland im Vergleich zu Männern.

Da in der Inhaltsanalyse zu einem großen Teil Beiträge aus Printmedien analysiert werden, ist die untersuchte Armutsberichterstattung insgesamt durch eine verhältnismäßig geringe Aktualitätsorientierung charakterisiert. Nur zwei Fünftel der untersuchten Beiträge weisen eine hohe Aktualität auf und thematisieren Ereignisse, die maximal einen Tag zurückliegen (siehe Abbildung 9). Ein Viertel der Beiträge bezieht sich auf Ereignisse, die immerhin mehr als eine Woche zurückliegen. Sie weisen daher nur eine niedrige Aktualität auf. Bei einem Fünftel der Beiträge ist gar kein Zeitbezug zu erkennen. Dabei zeigt sich im Untersuchungsmaterial – vielleicht auch wegen der geringen Fallzahl – kein Zusammenhang zwischen verschiedenen Themenbereichen und der Aktualität der Beiträge. Das heißt: Auf der Basis der vorliegenden Untersuchung lassen sich keine Themenbereiche im Zusammenhang mit Armut identifizieren, die eher aktuell oder vermehrt mit geringerer zeitlichen Nähe publiziert werden.

Abbildung 9: Aktualität der Berichterstattung (N=75)⁷

Die Befunde der vorliegenden Studie zu den Anlässen der Berichterstattung beinhalten zwei wichtige Erkenntnisse über den Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung: Erstens setzt eine mediale Behandlung von Armutsthemen einen Anlass voraus. Ein überwiegender Teil der untersuchten Beiträge basiert auf einem konkreten Ereignis, ebenso weisen die Befragten auf die Wichtigkeit von „Aufhängern“ für ihre Berichterstattung hin. Zweitens ist die Aktualität dieser Anlässe kein zentrales Kriterium, das über die Thematisierung von Armut in den Medien entscheidet. Die meisten Medien können Ereignisse im Zusammenhang mit Armut auch über den Tag ihres Bekanntwerdens hinaus behandeln, wenn sie ihnen gesellschaftliche Relevanz zuschreiben und ein Interesse ihres Publikums vermuten. Dies hat Folgen für die Frage, wie Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung (besser) ins öffentliche Bewusstsein gebracht werden können: Den Medien müssen Ereignisse zur Verfügung gestellt werden, über die sie berichten können. Dies sind vorzugsweise Studien, Berichte und Statistiken, die die Armut in Deutschland konkret beschreiben, oder politische Diskussionen und Entscheidungen, die Auswirkungen auf das Leben der von Armut betroffenen Menschen in diesem Land haben.

⁷ Hohe Aktualität wird dann zugewiesen, wenn die Berichterstattung weniger als einen Tag nach dem Auftreten bzw. Bekanntwerden eines Ereignisses erfolgt. Mittlere Aktualität betrifft Ereignisse, die zwei bis sieben Tage vom Erscheinungsdatum entfernt sind. Bei niedriger Aktualität ist das Ereignis länger als eine Woche vor der Berichterstattung aufgetreten. Bei keiner/latenter Aktualität findet das berichtete Ereignis nicht zu einem konkreten Zeitpunkt statt.

4. Thematische, geographische und soziale Rahmung der Berichterstattung

Bei der Frage, wie die Medien über Armut und soziale Ausgrenzung berichten, ist nicht nur von Interesse, welche Themen überhaupt zum Gegenstand der Berichterstattung werden. Von Bedeutung ist ebenso, in welche Zusammenhänge diese Themen gestellt werden, mit welchen thematischen, analytischen, geographischen und sozialen Informationen die Themen verknüpft werden. Aus einzelnen Ereignissen können in den Redaktionen meist diverse Themen entwickelt werden. Beispielsweise kann anlässlich einer Klimakonferenz ausschließlich darüber berichtet werden, wer sich bei dieser Konferenz mit wem trifft und welche Vereinbarungen getroffen werden. Ebenso lässt sich aber die Berichterstattung über die Klimakonferenz mit der Frage verbinden, wie der Konferenzverlauf mit den Bedingungen der Wirtschaftskrise zusammenhängt. Oder es wird anlässlich der Konferenz das Thema behandelt, welche Folgen der weltweite Klimawandel für die besonders von Armut betroffenen Regionen der Welt hat. Dadurch berichten die Medien bei der Berichterstattung über den Klimagipfel über verschiedene Themen, je nachdem, welche Informationen sie miteinander kombinieren und in einen gemeinsamen Kontext stellen, welche Aspekte sie betonen oder weglassen.

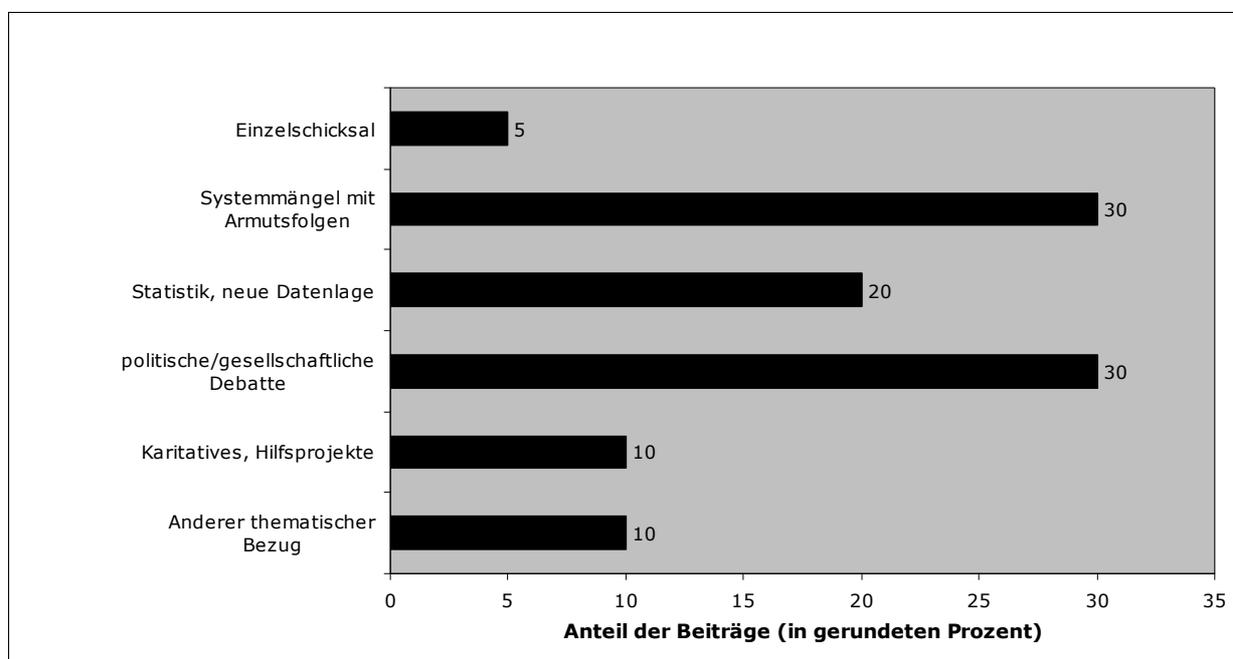
Auf diese Weise können dieselben Themen medial in sehr unterschiedliche thematische Rahmen gestellt werden und unterschiedliche Deutungsmuster und Interpretationsrahmen für ein Thema kommunizieren. Dabei kann sich die Rahmung auf vier verschiedene Dimensionen beziehen: In der sachlichen Dimension prägen die inhaltlichen Schwerpunkte der Berichterstattung die Wahrnehmung des Themas. In welchen thematischen Zusammenhängen wird Armut in der Berichterstattung dargestellt? In der analytischen Dimension bilden strukturelle Zusammenhänge des Themas verschiedene Deutungsrahmen aus. Welche Strukturen der Armut werden in der Berichterstattung beschrieben? In der räumlichen Dimension können verschiedene geographische Rahmen hergestellt werden. In welchen Regionen und Nationen findet Armut in den Medien statt? Und in der sozialen Dimension werden verschiedene Personengruppen mit Armut in Zusammenhang gebracht. Welche Personen und Personengruppen sind die Akteure in der Armutsberichterstattung? Und welche Personengruppen kommen in den Beiträgen als Quellen zu Wort? Im Folgenden wird gezeigt, in welche thematischen, analytischen, geographischen und sozialen Zusammenhänge Armut und soziale Ausgrenzung durch die Medienberichterstattung gestellt werden.

4.1. Thematische Bezüge der Berichterstattung

Die thematischen Bezüge der Berichterstattung beschreiben die Themen und Zusammenhänge, mit denen Armut und Ausgrenzung durch die Berichterstattung verknüpft werden. Dabei zeigt sich, dass die thematischen Bezüge der Armutsberichterstattung weniger heterogen sind als die konkreten Themen. Ein knappes Drittel der Beiträge legt den Fokus bei der Darstellung des konkreten Themas auf Systemmängel mit Armutsfolgen, etwa auf politische Fehlplanungen als Ursache für weltweiten Hunger, auf Leistungen und Schwächen der UN-Konvention zum Schutz von Kindern oder auf die systema-

tische Ausgrenzung von ethnischen Minderheiten (vgl. Abbildung 10). Ein weiteres knappes Drittel der Beiträge stellt politische oder gesellschaftliche Debatten in den Mittelpunkt der ArmutBerichterstattung, beispielsweise die Kritik an geplanten Gutscheinen für arme Eltern. Beim verbleibenden Drittel fokussieren die Beiträge auf eine neue Statistik, auf ein konkretes Hilfsprojekt oder auf das Einzelschicksal von Armut betroffenen Menschen. Entgegen der vorab aufgestellten Vermutung bilden damit die einzelnen Schicksale Betroffener nur sehr selten den dominanten thematischen Bezug der Berichterstattung: Nur jeder zwanzigste Beitrag stellt ein Einzelschicksal in den Mittelpunkt. Immerhin jeder fünfte Beitrag hingegen stellt Armut in den Zusammenhang mit der Datenlage einer neuen Statistik.

Abbildung 10: Thematische Bezüge der Berichterstattung (N=75)



Dabei werden identische Themen in verschiedenen Medien durchaus mit unterschiedlichen Schwerpunkten dargestellt. Beispielsweise liegt der Fokus bei der Berichterstattung über weltweiten Hunger im Zusammenhang mit dem UN-Ernährungsgipfel in Rom in vier Beiträgen auf wirtschaftlichen und politischen Systemmängeln, jedoch finden sich auch Beiträge, die neue statistische Daten oder Beiträge zur politischen Diskussion in den Mittelpunkt stellen. Hier führt der Anlass des Welternährungsgipfels zu verschiedenen thematischen Bezügen in der Berichterstattung. Ähnlich konzentrieren sich Beiträge, welche die Situation von Flüchtlingen zum Thema haben, teilweise auf Systemmängel, aber auch auf aktuelle politische Entscheidungen oder gesellschaftliche Diskussionen. Hingegen werden die gestiegene Zahl der Empfänger von Grundsicherung und die gesunkene Zahl der verschuldeten Menschen in Deutschland fast ausschließlich in den Zusammenhang mit den neuen statistischen Daten gestellt; die von

ifo-Präsident Hans-Werner Sinn ausgelöste Debatte um regional gestaffelte Hartz IV-Sätze wird durchweg als politische Diskussion dargestellt und nicht als Anlass für weitere Analysen genommen und etwa auf die unterschiedlichen Lebensbedingungen von Sozialhilfeempfängern in verschiedenen Regionen Deutschlands erweitert. Allerdings lässt sich auf der begrenzten Datenbasis kein systematischer Zusammenhang herstellen zwischen bestimmten Thementypen und den thematischen Bezügen, in die sie durch die Berichterstattung gestellt werden.

Sehr einheitlich im Medienvergleich zeigt sich der Befund, dass die Berichterstattung über Armut ganz überwiegend materielle Armut in den Blick nimmt. Mehr als die Hälfte der Beiträge bezieht sich vor allem auf den Mangel an existenziellen Gütern, insbesondere Geld, mangelnde Versorgung mit Nahrung, Wohnung, Heizung und Gesundheitsversorgung (siehe Tabelle 18 im Anhang). Mehr als ein Drittel der Berichterstattung verweist gleichermaßen auf materielle wie auf immaterielle Armut. Nur fünf der 75 untersuchten Beiträge beschäftigen sich in ihrem Schwerpunkt mit immaterieller Armut, also mit einem Mangel an kulturellen Werten, wie zum Beispiel Bildung, oder einem Mangel an gesellschaftlicher, sozialer oder politischer Teilhabe. In diesen Beiträgen wird materielle Armut zwar durchaus als Voraussetzung für immaterielle Armut genannt, sie steht aber nicht im Vordergrund der Berichterstattung. Die Folge ist, dass Probleme der sozialen Ausgrenzung vermutlich weniger in das öffentliche Bewusstsein gelangen.

Die Befunde zu den thematischen Bezügen der Armutsberichterstattung widersprechen der Vermutung, dass neue statistische Daten oder einzelne Schicksale in der Regel im Mittelpunkt der Berichterstattung stehen, wodurch Armut entweder sehr abstrakt und entpersonalisiert dargestellt oder auf die Probleme einzelner Individuen reduziert wird (vgl. Stang 2008: 582). Dagegen werden Fragen nach der strukturellen Bedingtheit von Armut im Untersuchungszeitraum häufig zum dominanten thematischen Bezug der Berichterstattung – anders als Schanne (1996: 196 ff.) es in seiner Untersuchung der schweizerischen Medienberichterstattung in den 1990er Jahren feststellte.

Dass die Lebensumstände und Schicksale einzelner von Armut betroffener Menschen nur in sehr wenigen untersuchten Beiträgen den zentralen thematischen Rahmen bilden, entspricht auch nicht den Auskünften der befragten Journalistinnen und Journalisten zu ihren Thematisierungsstrategien: Alle Befragten geben an, dass sich Themen im Zusammenhang mit Armut grundsätzlich besonders gut und verständlich darstellen lassen, wenn die Betroffenheit anhand von Einzelschicksalen beschrieben werden kann. Die Hälfte der Befragten ergänzt jedoch auch die Probleme, die mit einer Personalisierung einhergehen können. Die Berichterstattung dürfe nicht „weinerlich“ oder „sozialkitschig“ sein, Mitleidsberichterstattung wolle man unbedingt vermeiden. Daher hänge es von den konkreten Themen ab, ob einzelne Betroffene in den Mittelpunkt der Berichterstattung gestellt werden könnten.

„Man muss natürlich immer darauf achten, dass man jetzt keine Einzelschicksale erzählt, die so einen voyeuristischen Effekt erzielen. Das ermüdet dann auch sehr schnell, wenn es immer die gleiche Geschichte ist.“ (Barbara Dribusch, taz)

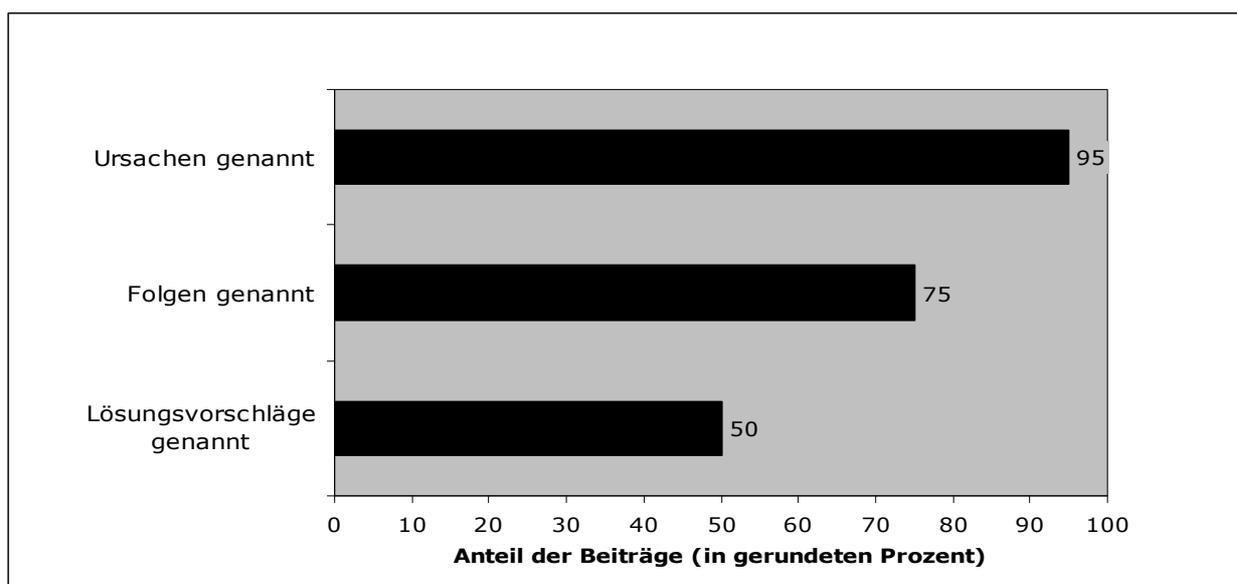
Dies kann auch als Erklärung dafür dienen, dass nicht nur die thematischen Bezüge, sondern auch die sprachliche Darstellung der untersuchten Beiträge nur wenig Personalisierung aufweisen (vgl. Abschnitt 5.2.)

4.2. Analytische Bezüge der Berichterstattung

Inwiefern die Strukturen von Armut in der medialen Berichterstattung zum Thema werden, wird in diesem Abschnitt genauer beleuchtet. Es wird analysiert, inwiefern die Medien Ursachen und Folgen von Armut benennen und Vorschläge zur Überwindung von Armut thematisieren. Denn es ist für die öffentliche Wahrnehmung von Armut und Ausgrenzung ein Unterschied, ob sie als Tatsachen beschrieben werden, oder als Probleme mit Ursachen und Folgen behandelt werden, die möglicherweise gelöst oder zumindest gemildert werden können.

Die Befunde zeigen, dass die Ursachen und Folgen von Armut häufig Platz in der Armutsberichterstattung finden (siehe Abbildung 11). Fast alle untersuchten Beiträge nennen konkrete Umstände, die für den beschriebenen Mangel verantwortlich gemacht werden. In drei Vierteln der Beiträge werden außerdem konkrete Folgen des beschriebenen Mangels benannt. Nur zwei der insgesamt 75 untersuchten Beiträge beinhalten weder Ursachen noch Folgen des beschriebenen Armutsphänomens. Und immerhin die Hälfte der Beiträge enthält Vorschläge zur Überwindung von Armut. Damit wird erneut deutlich, dass Fragen nach der strukturellen Bedingtheit von Armut und Debatten über Lösungsmöglichkeiten von Armutsproblemen häufig Gegenstand der medialen Berichterstattung werden.

Abbildung 11: Analytische Bezüge der Berichterstattung (N=75)



Die in der Berichterstattung behandelten Ursachen von Armut sind indes so vielfältig wie die Themen der Berichterstattung selbst. Da in einem Beitrag mehrere Ursachen

benannt werden können, zeigt die untersuchte Berichterstattung viele verschiedene Gründe für Armut auf (siehe Tabelle 19 im Anhang). Vier von zehn Beiträgen thematisieren politische Entscheidungen als Armutsursache, jeweils drei von zehn Beiträgen benennen Arbeitslosigkeit, niedrige Löhne oder Migration, Flucht und Asyl als Verursacher eines Mangels. Immerhin zwei von zehn Beiträgen identifizieren jeweils Gesundheitsversorgung, Krankheit und Behinderung, Wohnbedingungen, Familienstrukturen sowie wirtschaftliche Bedingungen als Auslöser von Armut. Acht weitere Gründe werden in jedem zehnten Beitrag oder weniger genannt. Damit beschreibt die Medienberichterstattung im Untersuchungszeitraum vielfältige Themen im Zusammenhang mit Armut mit vielfältigen Ursachen.

Die in der Berichterstattung behandelten Folgen von Armut sind dagegen weniger heterogen (siehe Tabelle 20 im Anhang). Vier von zehn Beiträgen nennen soziale Ausgrenzung bzw. mangelnde Partizipationsmöglichkeiten als Armutsfolge. Dies betrifft insbesondere die Beiträge über Flüchtlinge und Asylsuchende sowie die Berichterstattung über politische Entscheidungen und Bedingungen der Armut. Drei von zehn Beiträgen thematisieren Gesundheitsrisiken und Mangelernährung als Konsequenzen der Armut, verständlicherweise überwiegend im Zusammenhang mit dem Hauptthema des weltweiten Hungers. Zwei bis drei von zehn Beiträgen benennen Chancenungleichheit, zwei von zehn Beiträgen mangelhafte Wohnverhältnisse oder Wohnungslosigkeit. Verwahrlosung, Kriminalität und Gewalt sowie eine wachsende Kluft zwischen Armen und Reichen werden in etwa einem von zehn Beiträgen thematisiert. Damit werden innerhalb des begrenzten Untersuchungszeitraums wichtige Folgen von Armut zum Medienthema.

Die Vorschläge zur Überwindung der beschriebenen Armutsprobleme, die immerhin in der Hälfte der untersuchten Beiträge gemacht werden, beziehen sich vor allem auf Änderungen des geltenden Rechts (jeder fünfte Beitrag) und auf die Unterstützung von Hilfsorganisationen (jeder zehnte Beitrag) (siehe Tabelle 21 im Anhang). Urheber der Vorschläge sind politische Institutionen bzw. ihre Vertreter, soziale Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände, Forschungsinstitutionen sowie die Autorin bzw. der Autor selbst (siehe Tabelle 22 im Anhang). Von Armut betroffene Personen kommen hier nicht zu Wort, ebenso werden andere Privatpersonen, Behörden, Wirtschaftsunternehmen oder Gewerkschaften nur vereinzelt oder gar nicht als Urheber von Lösungsmöglichkeiten genannt.

Dieser Befund lässt sich bedingt mit den Erklärungen begründen, die durch die Befragung der Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien erfasst wurden. Die Frage, ob *Wege aus der Armut* ein interessantes Medienthema darstellen, beantworten nämlich alle befragten Journalistinnen und Journalisten grundsätzlich positiv. Drei der Befragten betonen den Wert solcher Themen, weil diese von der Norm, der Erwartung an Armutsberichterstattung abweichen und weil sich das Publikum für diese positiven Meldungen interessiert.

„Gerade das Stichwort ‚best practice‘ ist für uns leitend, weil wir sagen, es ist nicht einfach das Kind mit dem Hungerbauch, das wir zeigen wollen, sondern eine zukunftsgerichtete Berichterstattung auch außerhalb der Agenda.“ (Anne Reidt, ZDF heute journal)

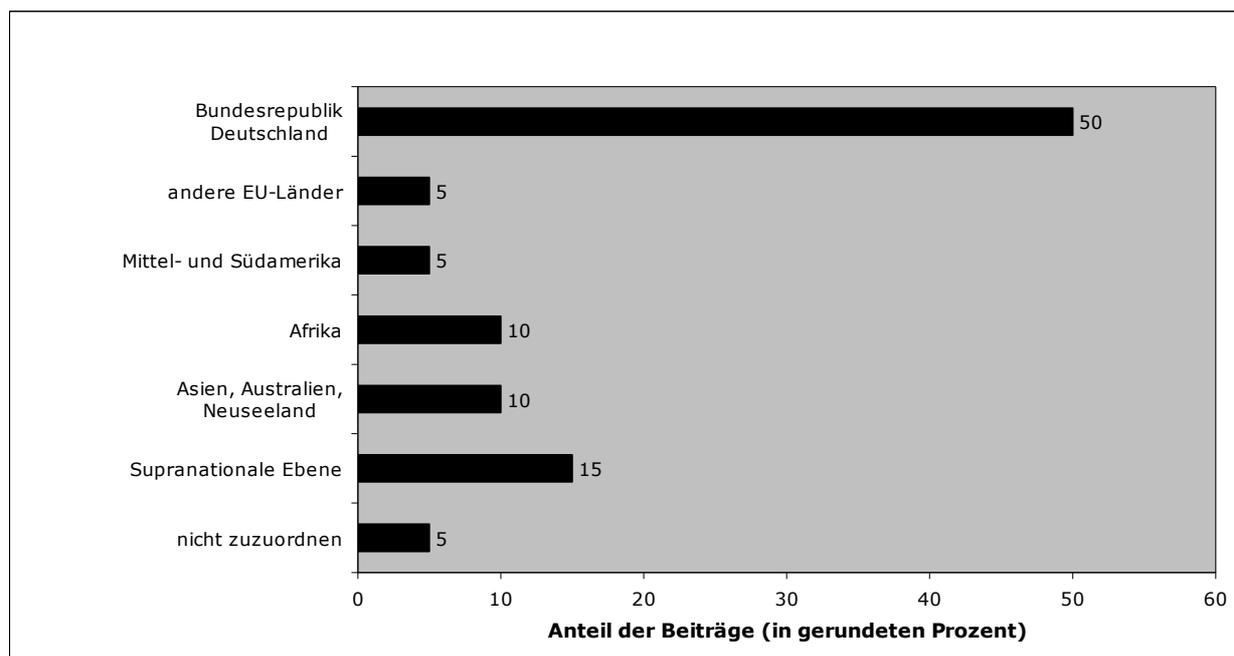
Jedoch stellt der überwiegende Teil der Befragten (8) heraus, dass positive Entwicklungen und Beispiele nur dann zum Thema der Berichterstattung würden, wenn sie etwas grundsätzlich Neues beinhalten. Das weist darauf hin, dass Wege zur Überwindung von Armut ebenso wie alle anderen Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung den allgemeinen journalistischen Auswahlkriterien genügen müssen, um zum Gegenstand der Berichterstattung zu werden (siehe Abschnitt 6.2.). Diesem Anspruch gerecht zu werden, ist für organisierte politische Akteure deutlich einfacher als für von Armut betroffene Personen, etwa indem sie durch Stellungnahmen einen aktuellen Anlass für die Berichterstattung schaffen.

4.3. Geographische Bezüge der Berichterstattung

In unterschiedlichen Ausprägungen ist Armut ein weltweites Phänomen. Die mediale Berichterstattung bringt Armut allerdings notwendigerweise mit manchen Regionen der Welt stärker in Verbindung als mit anderen, weil sie nicht über alle, sondern nur über ausgewählte Ereignisse und Entwicklungen im Zusammenhang mit Armut berichten kann. Auf diese Weise bilden sich geographische Rahmen als Interpretationsmuster, durch die Armut in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit eher mit diesen Regionen verknüpft ist als mit anderen.

Entgegen der anfangs aufgestellten These ist der geographische Rahmen der Armutsberichterstattung deutlich auf Deutschland konzentriert (siehe Abbildung 12). Die Hälfte der Beiträge bezieht sich auf Ereignisse und Entwicklungen im eigenen Land. Dies entspricht auch dem Befund aus den Leitfaden gestützten Interviews mit den Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien, von denen die überwiegende Mehrheit (11) die räumliche Nähe als Auswahlkriterium für Themen im Zusammenhang mit Armut beschreibt (siehe Abschnitt 6.2.).

Regionen außerhalb Deutschlands werden in allen Medien gleichermaßen nur selten thematisiert. Damit wird Armut entgegen der Vermutung nicht zentral mit einzelnen sogenannten Entwicklungsländern oder bestimmten Regionen in Verbindung gebracht. Die heterogene Berichterstattung über verschiedene Regionen der Welt hängt sicherlich zum Teil mit der Tatsache zusammen, dass die Medienthemen mit Bezug auf Armut während des Untersuchungszeitraums sehr heterogen waren. Vielleicht wird Armut aber heute auch zentral als globales Problem begriffen, so dass viele Regionen der Welt zum Gegenstand der Berichterstattung werden. Dafür spricht auch, dass immerhin ein knappes Sechstel der untersuchten Beiträge der supranationalen Ebene zuzuordnen ist.

Abbildung 12: Ereignisnationen der Berichterstattung (N=75)⁸

Insgesamt zeigt sich, dass Armut in den deutschen Medien heute keinesfalls überwiegend als fremdes und entferntes Problem dargestellt wird. Fast alle Themenbereiche und thematischen Bezüge werden im Untersuchungszeitraum auch mit Bezug auf Deutschland thematisiert. Erst mit einer größeren Fallzahl der Beiträge lässt sich allerdings prüfen, inwiefern bestimmte Regionen der Welt überwiegend mit bestimmten Dimensionen der Armut verknüpft werden.

4.4. Akteure der Berichterstattung

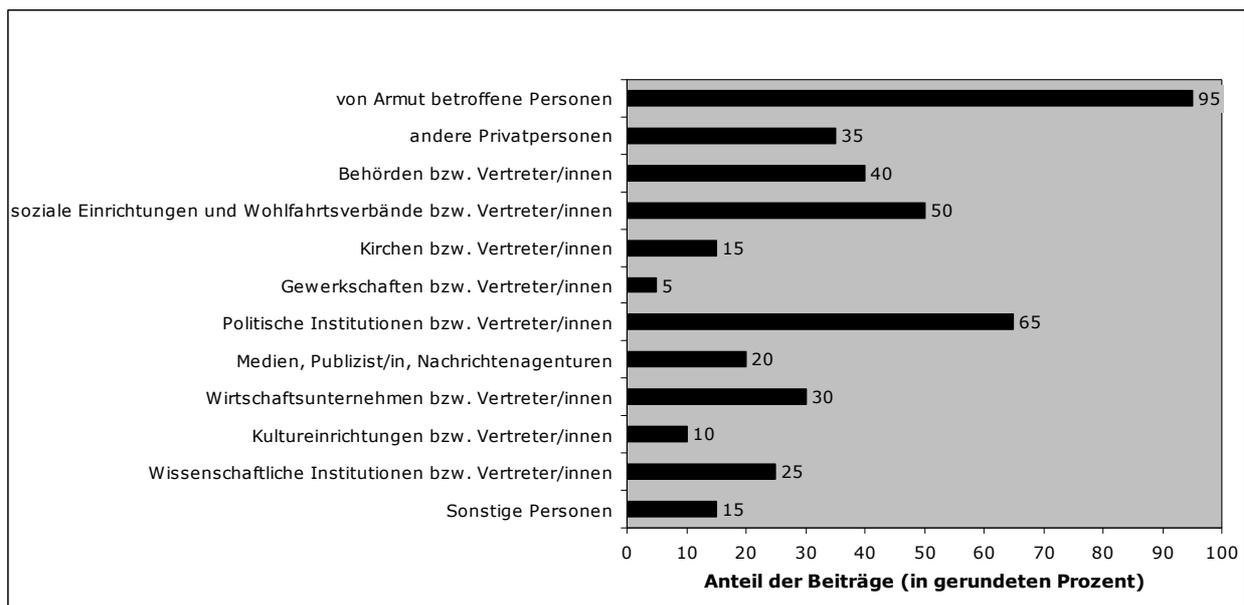
Die soziale Rahmung der Berichterstattung über Armut entsteht über die Personen und Personengruppen, die in den Beiträgen genannt werden und zu Wort kommen. Diese Akteure der Berichterstattung verknüpfen Armutsthemen mit bestimmten Personengruppen und Charakteristika, beispielsweise mit Politikern und Behörden, die Armutsprobleme bearbeiten, und mit von Armut betroffenen Menschen, die gegebenenfalls nur als Betroffene, nicht aber als aktive Akteure dargestellt werden. Dies zeigt sich erstens an den gesellschaftlichen Gruppen, welche überhaupt medial mit dem Thema Armut in Verbindung gebracht werden. Zweitens lässt sich mit Blick auf die als Einzelpersonen dargestellten Akteure prüfen, inwiefern von Armut Betroffene nicht nur in Gruppen, sondern auch als (aktive) Individuen dargestellt werden. Drittens werden speziell bei den von Armut betroffenen oder bedrohten Einzelpersonen bestimmte Interpretationsmuster kommuniziert, wenn überwiegend weibliche oder männliche, junge oder alte

⁸ Europäische Staaten außerhalb der EU, Staaten der ehemaligen Sowjetunion, in Nordamerika oder im nahen und mittleren Osten werden in der Abbildung nicht aufgeführt, weil sie als Ereignisnationen in gerundeten Prozentwerten keinen Anteil an der Berichterstattung über Armut im Untersuchungszeitraum hatten.

Menschen in der Medienberichterstattung auftauchen. Dabei werden an dieser Stelle ausschließlich die den Beitragstexten agierenden Personen berücksichtigt, nicht die Akteure, die in den Abbildungen von Print- und Onlinemedien dargestellt werden (siehe Abschnitt 5.3.).

Die Personengruppen, die im Untersuchungszeitraum medial mit Armutsthemen assoziiert werden, stammen aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen (siehe Abbildung 13). Neben den von Armut betroffenen Personen, die in fast jedem der untersuchten Beiträge als Akteure genannt werden, spielen insbesondere Politiker/innen (in zwei Dritteln der untersuchten Beiträge) sowie Vertreter/innen von Hilfsorganisationen und Wohlfahrtsverbänden (in der Hälfte der untersuchten Beiträge) eine Rolle, gefolgt von Vertreter/innen von Behörden (in vier von zehn Beiträgen). Seltener werden nicht von Armut betroffene Privatpersonen und Wirtschaftsvertreter/innen (in einem Drittel der Beiträge) sowie Vertreter/innen von wissenschaftlichen bzw. Forschungsinstitutionen (in einem Viertel der Beiträge) zu Akteuren der Berichterstattung. Andere Medien und Publizisten, Kirchen, Kulturschaffende und Gewerkschaften treten nur in wenigen Beiträgen als Akteure auf.

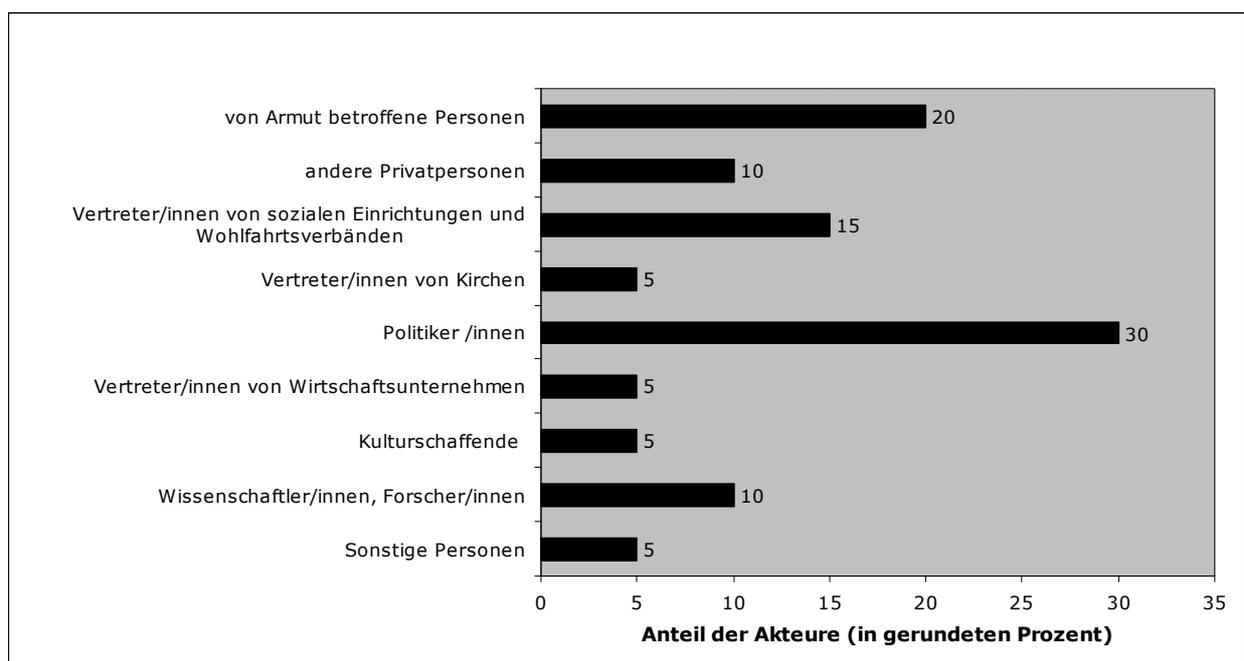
Abbildung 13: Akteursgruppen in der Berichterstattung (N=75)



Das heißt, dass Armut in der medialen Darstellung nicht nur mit den betroffenen Menschen, sondern zu einem wesentlichen Teil mit politischen Akteuren und Vertreter/innen sozialer Einrichtungen verknüpft wird. Das lässt vermuten, dass Probleme der Armut in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit eher mit politischem und behördlichem Regelungsbedarf sowie den Hilfsleistungen von Hilfsorganisationen und Wohlfahrtsverbänden verbunden werden als mit privatem, wirtschaftlichem und wissenschaftlichem Engagement.

Auch wenn in fast allen untersuchten Beiträgen von Armut betroffene Personen auftreten, werden diese in deutlich weniger Beiträgen als Einzelpersonen dargestellt. Nur drei von zehn Fällen im Untersuchungsmaterial beinhalten einzelne Akteure, die von Armut betroffen sind (siehe Tabelle 25 im Anhang). Vier von zehn Beiträgen benennen hingegen Politiker als individuelle Akteure. Dieser Unterschied zeigt sich ebenso deutlich, wenn man alle in der untersuchten Berichterstattung benannten Einzelakteure gesondert in den Blick nimmt: Nur ein Fünftel der in den Medien dargestellten Einzelpersonen sind selbst von Armut betroffen, hingegen ist ein Drittel aller Akteure in der Politik tätig (siehe Abbildung 14).

Abbildung 14: Einzelakteure in der Berichterstattung (N=233)

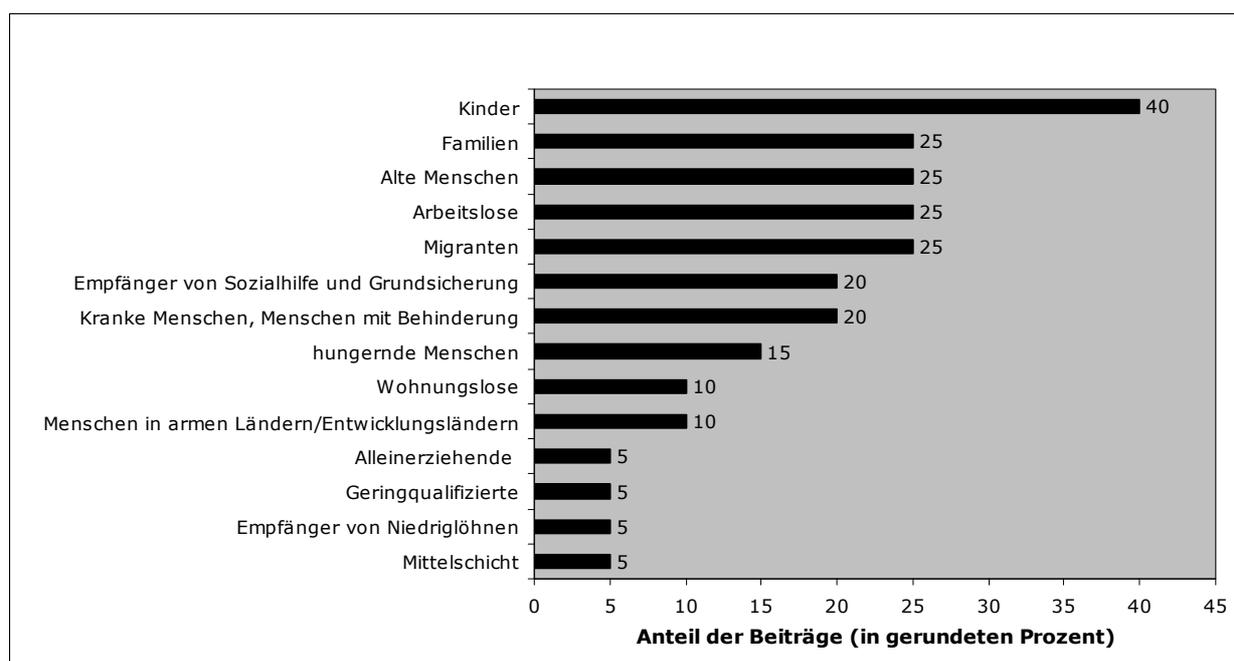


Zwar werden die Akteure aller gesellschaftlichen Bereiche eher als Gruppe statt als Einzelpersonen dargestellt. Doch gerade in Bezug auf die von Armut betroffenen Menschen überwiegt die Anzahl von Beiträgen, die sie nur als Personengruppen beschreiben, deutlich diejenigen Beiträge, in denen sie als Einzelpersonen auftreten. Dieser Befund unterstützt die Vermutung, dass von Armut betroffene oder bedrohte Menschen in den Medien eher als abstrakte Gruppe denn als konkrete Individuen dargestellt werden, mit der Folge, dass Probleme der Armut in der Öffentlichkeit wahrscheinlich eher als abstrakte Problemlagen denn als konkrete Schwierigkeiten wahrgenommen werden.

Betrachtet man die von Armut betroffenen Individuen und Gruppen genauer, so zeigt sich, dass spezifische Personengruppen im Untersuchungszeitraum deutlich häufiger mit Armut in Verbindung gebracht werden als andere (siehe Abbildung 15): In vier von zehn Beiträgen werden Kinder als von Armut betroffene Personen genannt. Familien, alte Menschen, Arbeitslose und Migrant/innen werden jeweils in einem Viertel der Beiträge in Zusammenhang mit Armut gebracht, in einem Fünftel der Beiträge außerdem

Empfänger von Sozialhilfe und Grundsicherung sowie kranke Menschen und Menschen mit Behinderung. Deutlich seltener, in etwa jedem zehnten Beitrag, sind Hungernde, Wohnungslose und Menschen in Entwicklungsländern als von Armut Betroffene benannt. Nur vereinzelt werden Alleinerziehende, Geringqualifizierte, Geringverdiener sowie die Mittelschicht als von Armut betroffene oder bedrohte Personengruppen dargestellt.

Abbildung 15: Von Armut betroffenen Personen in der Berichterstattung (N=75)



In den untersuchten Wochen wird damit in der Armutsberichterstattung ein deutlicher Fokus auf Kinder als von Armut betroffene Personengruppe gerichtet. Dies ist ein interessanter Befund, weil nur sehr wenige Themen der Berichterstattung spezifisch auf Kinderarmut ausgerichtet sind (siehe Abschnitt 3.1.). Die mediale Darstellung spitzt damit anscheinend allgemeine Probleme im Zusammenhang mit Armut zu, indem sie die Betroffenheit von Kindern hervorhebt. Damit werden einerseits die Auswirkungen von Armut auf eine besonders hilflose und schutzbedürftige Bevölkerungsgruppe wiedergegeben, wodurch die Problemlage wahrscheinlich besonders deutlich wird. Andererseits wird die öffentliche Darstellung von Armutsproblemen auf einen Teil der Betroffenen reduziert. Das kann zur Folge haben, dass die Problemlagen etwa alleinerziehender, gering qualifizierter oder zu Niedriglöhnen arbeitender Menschen in der Öffentlichkeit zu wenig wahrgenommen und als relevantes gesellschaftliches Problem erkannt werden.

Blickt man speziell auf die Akteure der Berichterstattung, die als Einzelpersonen auftreten, dann sind die von Armut betroffenen Menschen in den Medien in ihrer sozialen Struktur allerdings recht vielfältig vertreten. Männer und Frauen sind gleichermaßen in

der Berichterstattung sichtbar: Jeweils die Hälfte der von Armut betroffenen Einzelpersonen ist männlich bzw. weiblich (siehe Tabelle 28 im Anhang). Was das Alter betrifft, so sind die einzeln dargestellten, von Armut betroffenen Menschen in den Medien überwiegend erwachsen (knapp drei Viertel der von Armut betroffenen Einzelakteure). Ein Viertel der von Armut betroffenen Einzelakteure sind Kinder, in wenigen Beiträgen treten außerdem alte Menschen als Einzelpersonen auf (siehe Tabelle 29 im Anhang). Damit wird deutlich, dass sich die Beiträge zwar oft mit von Armut betroffenen Kindern befassen, diese jedoch überwiegend als Gruppe darstellen.

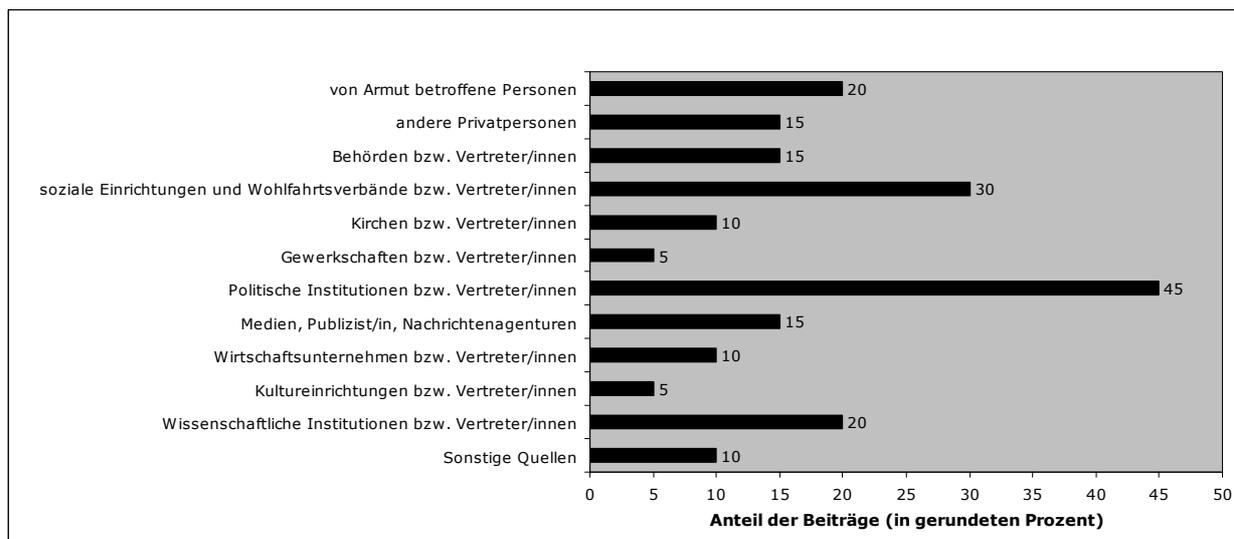
Zusammenfassend zeigt sich mit Blick auf die Personen und Personengruppen, die medial mit Armut verknüpft werden: Von Armut betroffene und bedrohte Menschen werden eher in Gruppen denn als Einzelpersonen dargestellt, wodurch ihre Problemlagen eher abstrakt als konkret wahrgenommen werden können. Besonders häufig bringen die Medien Kinder in Verbindung mit Armutsthemen, auch unabhängig von kinderspezifischen Themen. Dadurch wird der öffentliche Blick auf Problemlagen der Armut unter Umständen abgelenkt von anderen Bevölkerungsgruppen. Dennoch werden in der untersuchten Berichterstattung grundsätzlich viele verschiedene von Armut betroffene Gruppen repräsentiert. Dadurch bleibt die thematische Vielfalt der Armutsberichterstattung auch auf der Akteursebene generell erhalten. Allerdings würde eine ausgewogenere Berücksichtigung der von Armut betroffenen Personengruppen in den Medien wahrscheinlich dazu beitragen, dass die spezifischen Problemlagen der verschiedenen Gruppen in der Öffentlichkeit besser wahrgenommen würden.

4.5. Zitate und Quellen der Berichterstattung

Die Darstellung von Armut und Ausgrenzung in den Medien wird schließlich auch dadurch geprägt, ob die von Armut betroffenen Menschen in der Berichterstattung nicht nur benannt werden, sondern als Informationsquellen genutzt werden. Zum einen verfügen nur die von Armut Betroffenen selbst über eine wesentliche Perspektive auf das Thema, die in der medialen Darstellung berücksichtigt werden sollte. Zum anderen wird das Bild der von Armut Betroffenen in der Öffentlichkeit dadurch beeinflusst, inwiefern sie selbst in direkten Zitaten oder als Informationsquellen in der Berichterstattung auftreten oder ob sie nur Gegenstand der Berichterstattung sind.

Die in den untersuchten Beiträgen identifizierbaren Quellen zeigen, dass nur in einem Fünftel der Beiträge von Armut betroffene Personen als Informationsquellen auftreten (siehe Abbildung 16). Deutlich häufiger, nämlich in fast der Hälfte bzw. einem Drittel aller Beiträge, dienen Vertreter/innen politischer Institutionen und sozialer Einrichtungen bzw. Wohlfahrtsverbände als Quellen der Armutsberichterstattung. Ebenso häufig wie die von Armut Betroffenen werden Wissenschaftler/innen als Informationsquellen genutzt.

Abbildung 16: Quellen der Berichterstattung (N=75)



Die wörtlichen Zitate, die insgesamt in der untersuchten Armutsberichterstattung vorkommen, verstärken den dargestellten Befund. Es zeigt sich, dass die von Armut betroffenen Menschen verhältnismäßig selten selbst zu Wort kommen: Nur ein Sechstel der zitierten Personen ist von Armut betroffen, hingegen besteht jeweils ein Viertel der zitierten Akteure aus Politiker/innen sowie Vertreter/innen von sozialen Einrichtungen und Wohlfahrtsverbänden (siehe Tabelle 32 im Anhang).

Die Ursachen dafür sind vor allem darin zu suchen, dass viele verschiedene Menschen von verschiedenen Phänomenen von Armut und Ausgrenzung betroffen oder bedroht sind. Von Armut Betroffene sind in der Regel nicht organisiert und gehören keiner Institution an, welche für die Medien als Ansprechpartner dienen könnten. Mehr noch: Von Armut betroffene ziehen sich eher aus der Öffentlichkeit zurück und sind wegen finanzieller Mängel deutlich häufiger als andere von der gesellschaftlichen Teilhabe ausgeschlossen. Auch sind sie „sowohl aus finanziellen Gründen als auch teilweise aus Kompetenzgründen kaum in der Lage, die Medien produktiv für ihre Interessen zu nutzen“ (Stang 2008: 577). Hingegen werden durch politische Institutionen sowie Sozialverbände Themen im Zusammenhang mit Armut initiiert und durch Öffentlichkeitsarbeit verbreitet. Sie sind daher leicht verfügbare und zugängliche Informationsquellen. Zudem entstammen die Anlässe der Armutsberichterstattung häufig der Politik oder der wissenschaftlichen Forschung (siehe Abschnitt 3.2.). Daher ist es naheliegend, dass die Medien in diesen Bereichen weitere Informationen und Ansprechpartner suchen.

Dennoch kann die Unterrepräsentation von Armut betroffener Menschen als Quellen der Berichterstattung Auswirkungen auf die Wahrnehmung von Armut in der Öffentlichkeit haben: Der mediale Rahmen legt es nahe, dass von Armut Betroffene weniger aktiv wirken als diejenigen Personengruppen, die in der Politik, in Hilfsorganisationen und Sozialverbänden Probleme der Armut bearbeiten. Damit wird ein Wahrnehmungsmuster gefördert, das von Armut betroffene Menschen eher als Betroffene und Opfer darstellt.

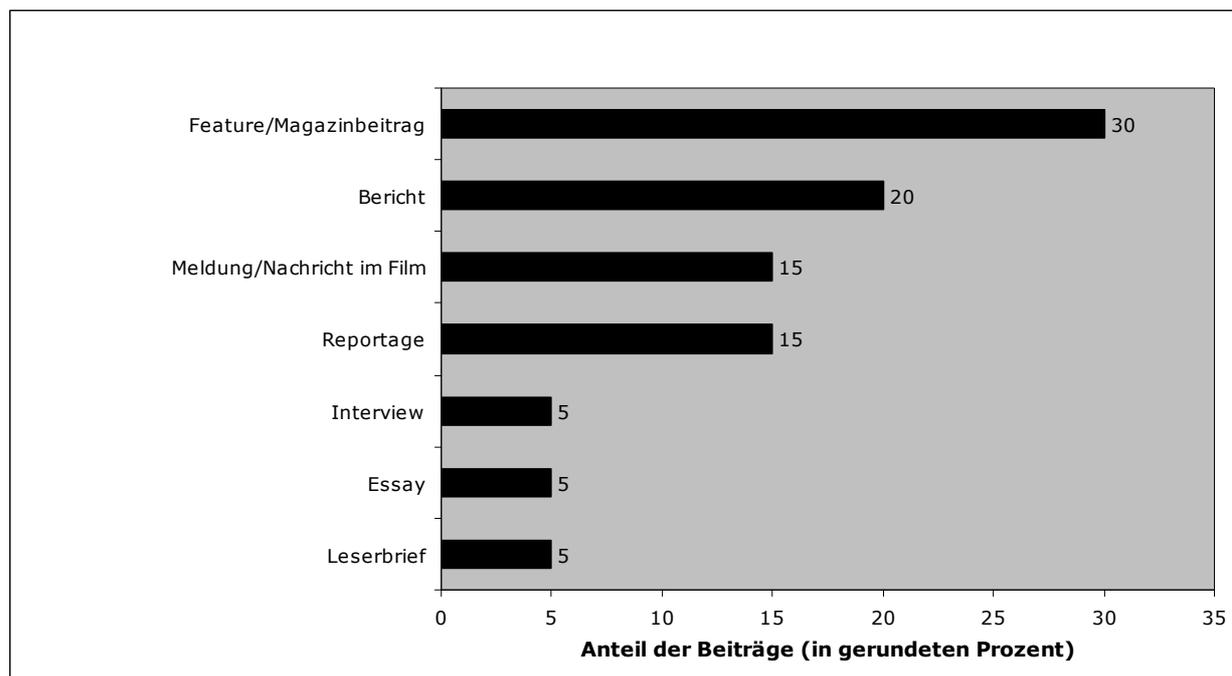
5. Die Darstellung von Armut und Ausgrenzung in der Berichterstattung

Neben den Wahrnehmungsmustern, welche durch thematische, analytische, geographische und soziale Bezüge in der Berichterstattung kommuniziert werden, prägt auch die sprachliche Darstellung von Armut in den Medien die Art und Weise, wie Armut in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Dabei sind es erstens die journalistischen Darstellungsformen, die mit verschiedenen stilistischen Formaten den sprachlichen und inhaltlichen Rahmen eines Beitrags bestimmen. Zweitens können Journalistinnen und Journalisten verschiedene Strategien der sprachstilistischen Gestaltung nutzen. Drittens entsteht durch die Darstellung von Armut in Bildern ein zusätzlicher Deutungsrahmen, indem bestimmte Aspekte der Armut fokussiert und andere beiseite gelassen werden.

5.1. Stilformen der Berichterstattung

Die journalistischen Stilformen stellen standardisierte Formen der Darstellung von Ereignissen und Entwicklungen in den Medien dar, die einerseits die Darstellungsentscheidungen der Journalistinnen und Journalisten erleichtern und andererseits auch die Wahrnehmung des Publikums anleiten. Während von einer Meldung eine kurze, sachliche Nachricht erwartet wird, werden Kommentare mit subjektiver Meinungsäußerung verknüpft und Features bzw. Magazinbeiträge mit der unterhaltsamen, erzählerischen Aufbereitung eines Themas. Diese Erwartungen geben Journalisten wie ihrem Publikum den Rahmen der Kommunikation vor. Sie werden im Verlauf der Mediensozialisation erlernt, können sich jedoch wandeln und bei spezifischen Medien unterschiedlich ausprägen. Daher ist für die Analyse des medialen Umgangs mit Armut vor allem von Interesse, ob die Stilformen eher dem Grundmuster der Nachrichtendarstellungsformen (Meldung/Bericht), der Meinungsdarstellungsformen (Kommentar/Glosse) oder der Unterhaltungsdarstellungsformen (Reportage/Feature) entsprechen (vgl. Weischenberg 2001: 49 ff.).

Die Darstellung von Armut und Armutsrisiken erfolgt in der untersuchten Berichterstattung bei fast der Hälfte der Beiträge mit den erzählenden, unterhaltenden Stilformen Feature und Reportage (siehe Abbildung 17). Ein weiteres Drittel der Beiträge bedient sich eines nachrichtlichen Aufbaus und erscheint in Form von Meldungen oder Berichten. Andere Darstellungsformen sind nur vereinzelt im untersuchten Material zu finden. Dieser deutliche Befund lässt darauf schließen, dass Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung in der Regel entweder nachrichtlich beschrieben oder erzählerisch-unterhaltend aufbereitet werden.

Abbildung 17: Stilformen der Berichterstattung (N=75)⁹

Indem sie Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung erzählerisch und unterhalten beschreibt, bringt die Berichterstattung diese Themen dem Publikum nahe und bereitet sie rezeptionsfreundlich auf. Nachrichtliche Stilformen bewirken dagegen den Eindruck größerer Objektivität, werfen aber durch eine distanzierte Beschreibung eher eine Distanz zum Publikum auf. Beiträge, in denen Problemlagen der Armut durch eine meinungsgeprägte Darstellung eingeordnet werden, fehlen dagegen in den untersuchten Beiträgen. Die Medien nehmen damit eher eine beschreibende als eine bewertende Haltung ein.

5.2. Sprachstilistische Gestaltung der Berichterstattung

Unter der Überschrift der sprachstilistischen Gestaltung wird die Armutsberichterstattung hinsichtlich ihrer sprachlichen Charakteristika untersucht. Dazu gehören der Sprachstil, Abstraktionsgrad, Personalisierung, Emotionalität, Tenor und Skandalisierung der Darstellung von Armut in den Medien. Diese Charakteristika behandeln in unterschiedlichen Schwerpunkten die Frage, ob Armut in den Medien eher sachlich, problembezogen und neutral dargestellt wird oder ob sie durch verschiedene sprachliche Mittel eher gefühlsbetont, personenbezogen und engagiert beschrieben wird.

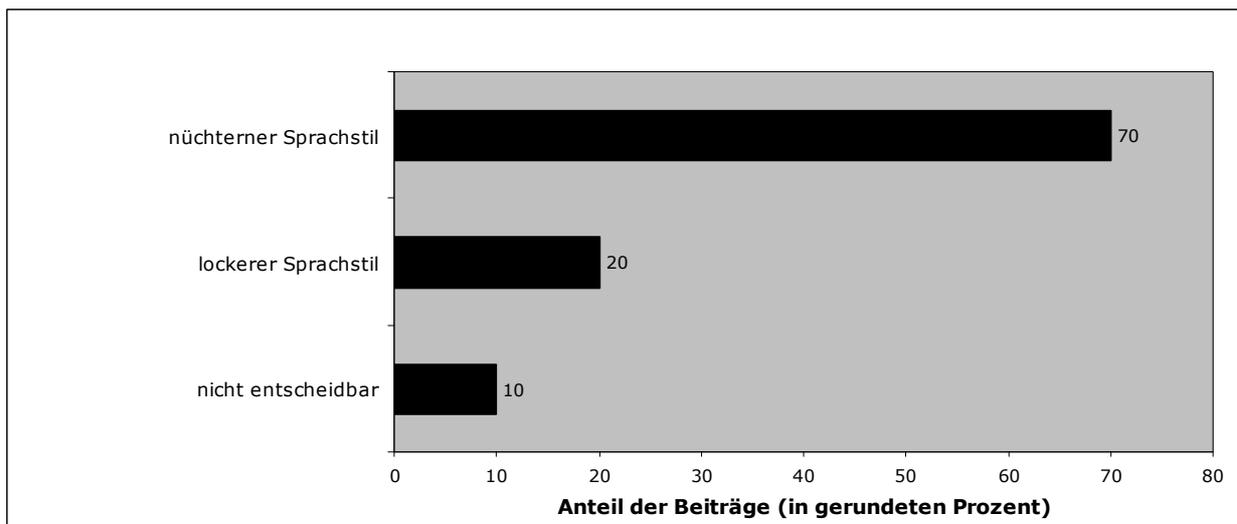
⁹ Bei der Analyse der Stilformen wurden deutlich mehr Formen erhoben als in der Abbildung aufgeführt sind, z.B. Kommentar, Umfrage, Porträt. Weil diese Formen in gerundeten Prozentwerten keinen Anteil an der Berichterstattung über Armut im Untersuchungszeitraum hatten, werden sie in der Abbildung jedoch nicht gezeigt.

Dem Journalismus insgesamt wird in den vergangenen Jahren ein Trend zur Personalisierung, Emotionalisierung und Skandalisierung attestiert. Häufig wird dabei kritisiert, dass die mediale Konzentration auf Personen und Emotionen Sachfragen verdränge, Komplexes vereinfache und Problemzusammenhänge verdecke. Dem entgegen steht die Überlegung, dass diese Stilmittel zum besseren Verständnis journalistischer Beiträge dienen, die Themen dem Publikum näher brächten und die sinnstiftende Funktion von Erzählungen erzeugten.

Die Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung im Untersuchungszeitraum entspricht diesem Trend nur wenig. Insgesamt zeigt die Analyse der sprachlichen Gestaltungsmittel, dass Armut in den Medien eher nüchtern-distanziert dargestellt wird. Damit wird der Darstellungsrahmen, den die häufig erzählerisch-unterhaltenden Stilformen der Beiträge ermöglichen, in der sprachlichen Umsetzung nicht ausgenutzt. Auf der Ebene der sprachstilistischen Gestaltung werden Themen im Zusammenhang mit Armut eher aus einer beobachtenden-distanzierten als aus einer teilnehmenden-engagierten Perspektive dargestellt. Die einzelnen Faktoren, die zu diesem Befund führen, werden im Folgenden erläutert.

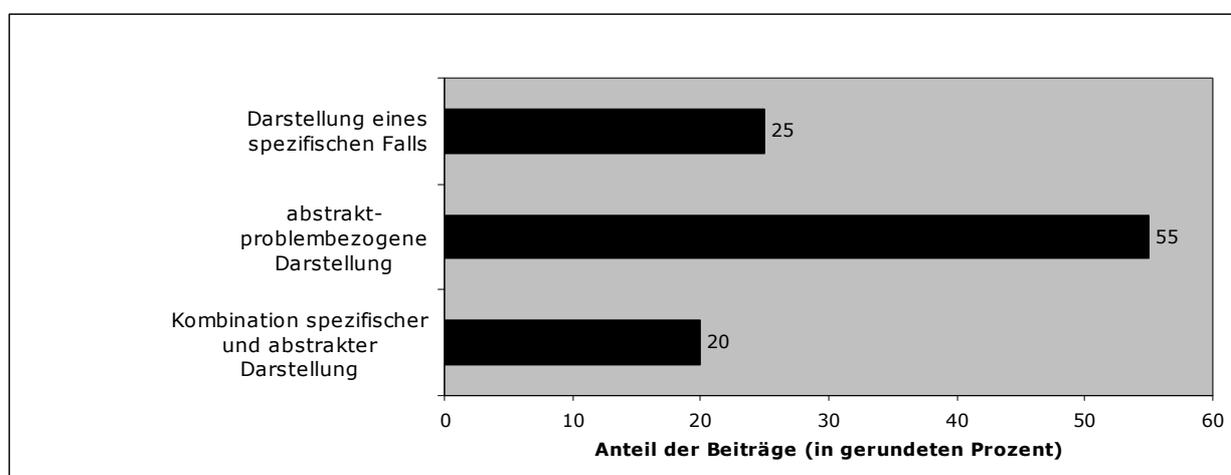
Die untersuchten Beiträge sind zu fast drei Vierteln in einem nüchternen, distanzierten und neutralen Sprachstil formuliert (siehe Abbildung 18). In diesen Beiträgen werden nur vereinzelt rhetorische Mittel oder bildhafte Sprachwendungen benutzt. Der Sprachgebrauch zeichnet sich nicht durch kreative Formulierungen oder umgangssprachliche Elemente aus. Nur bei einem Fünftel der Beiträge ist der Sprachstil hingegen locker, es werden einfache Sätze mit Sprachbildern, häufigen Adjektiven, einem eher dramatischen Ton und umgangssprachlichen Formulierungen verwendet.

Abbildung 18: Sprachstil der Berichterstattung (N=75)



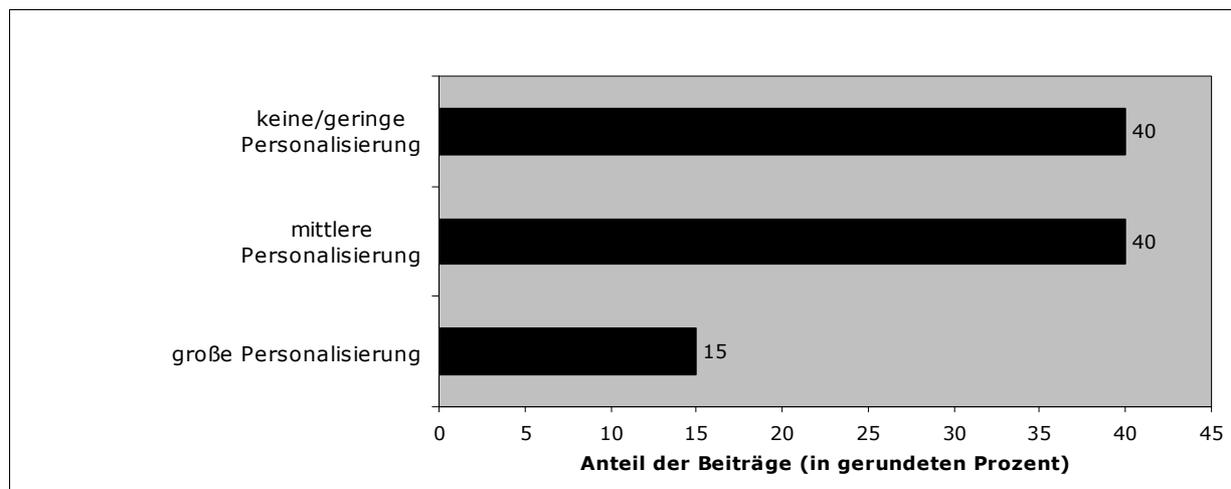
Dem nüchternen Sprachstil der Armutsberichterstattung entspricht es, dass die Hälfte der Beiträge einen abstrakt-problembezogenen Zugang zu den Themen wählt und keine spezifischen Fälle beschreibt (siehe Abbildung 19). Ein Viertel der Beiträge stellt konkrete Fälle der Armut in den Mittelpunkt der Darstellung. Nur ein Fünftel der Beiträge kombiniert die Darstellung spezifischer Fälle mit abstrakt-problembezogenen Informationen. Damit werden Probleme der Armut und Ausgrenzung überwiegend nicht auf Einzelfälle reduziert, sondern eher in ihrer Komplexität beschrieben. Doch weniger als die Hälfte der untersuchten Beiträge erzeugt Nähe zum Publikum und bessere Verständlichkeit durch die Schilderung von konkreten Fällen.

Abbildung 19: Abstraktionsgrad der Berichterstattung (N=75)



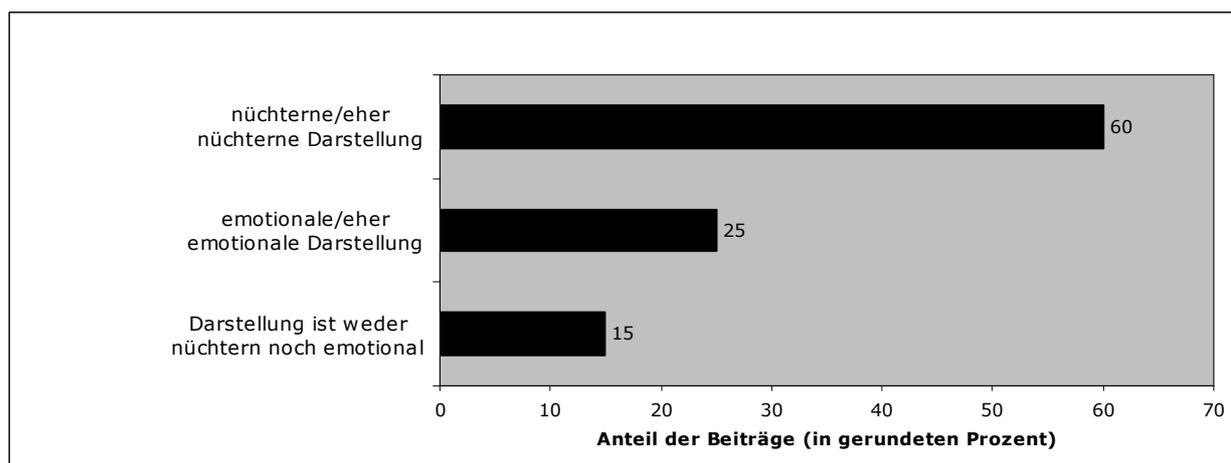
Dem durchschnittlich hohen Abstraktionsgrad der Armutsberichterstattung entspricht der Befund, dass Personen nur in einem geringen Teil der Beiträge im Zentrum der Beiträge stehen. Nur knapp zwei von zehn Beiträgen im Untersuchungszeitraum sind stark personalisiert (siehe Abbildung 20). In diesen Beiträgen dreht sich das Geschehen primär um einige oder wenige namentlich genannte Personen, die als Einzelpersonen charakterisiert werden und nicht nur zur besseren Illustration des Themas dienen. Ein großer Teil der untersuchten Berichterstattung (vier von zehn Beiträgen) weist allenfalls eine mittlere Personalisierung auf. Hier werden Personen nicht als Einzelpersonen, sondern themenbezogen für die Berichterstattung eingesetzt. Weitere vier von zehn Beiträgen weisen keine oder nur geringe Personalisierung auf. Der Fokus der Berichterstattung liegt in diesen Fällen auf sachlichen Vorgängen und Zusammenhängen. Personen spielen nur in ihrer Funktion für eine Institution oder gesellschaftliche Gruppe eine Rolle.

Abbildung 20: Personalisierung der Berichterstattung (N=75)



Der eher nüchtern-abstrakten Darstellung der Armutsthemen entsprechend verzichtet auch deutlich mehr als die Hälfte der Beiträge auf emotionale Darstellungselemente, etwa wertende Adjektive, kraftvolle Attribute, Zitate von Betroffenen und Opfern, eine Diktion der Sensation (z.B. Skandal, Empörung, etc.) oder die Verwendung einer Perspektive, die das Publikum mit einbezieht (siehe Abbildung 21). Nur ein Viertel der Beiträge hingegen benutzt diese Gestaltungsmittel und spricht damit eher die Gefühle des Publikums an.

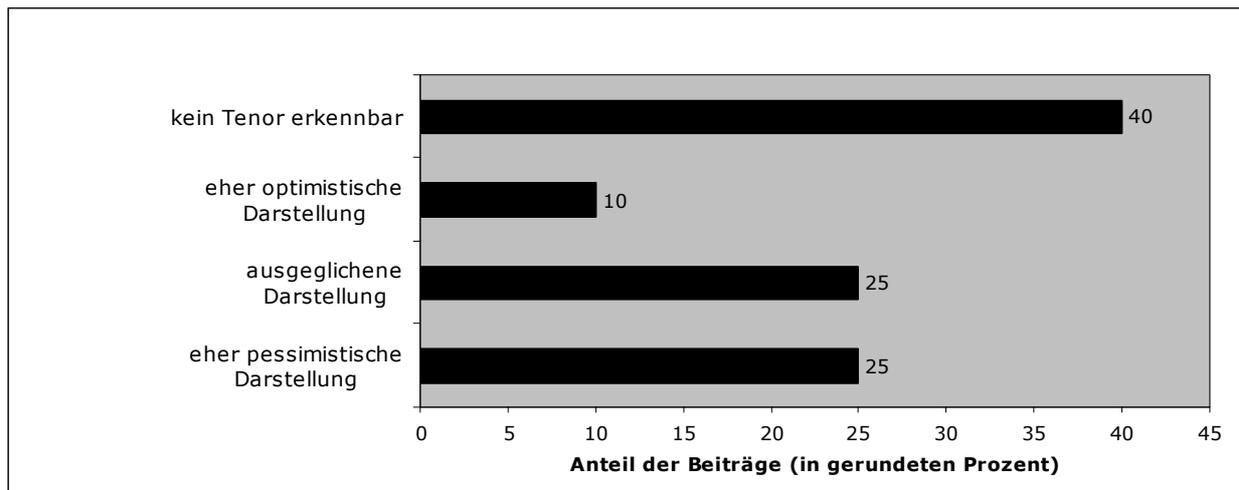
Abbildung 21: Emotionalität der Berichterstattung (N=75)



Mit der Frage nach dem Tenor der Berichterstattung wird geprüft, ob die Darstellung von Armut eher in einem optimistischen oder pessimistischen Grundton erfolgt. Dabei geht es nicht um die Frage, ob das Thema der Berichterstattung zu Hoffnungen oder Sorgen Anlass gibt, sondern um den sprachlichen Gesamteindruck der Beiträge. Dabei

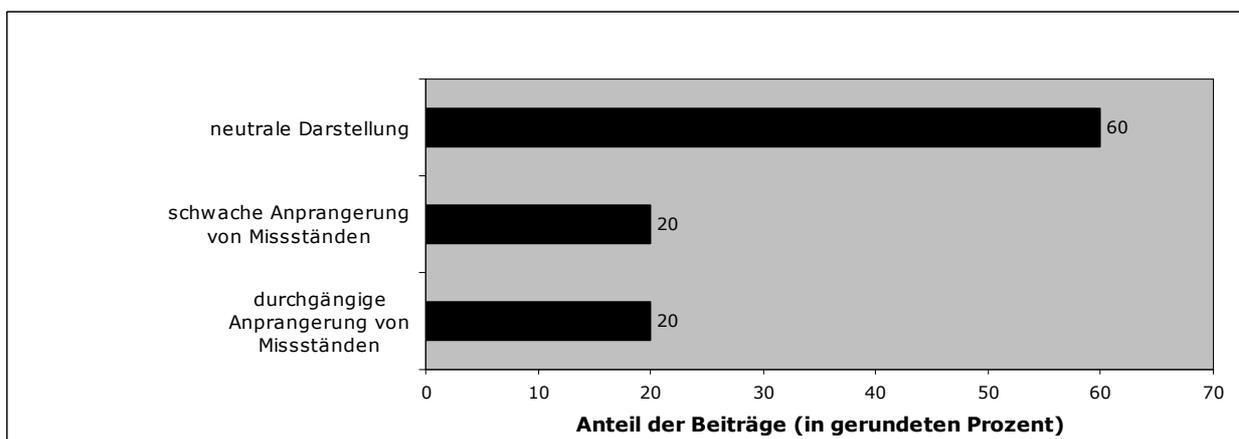
zeigt sich, dass die Mehrheit der Beiträge ohne erkennbaren Tenor auskommt (siehe Abbildung 22). Jeweils ein Viertel der Beiträge sind eher pessimistisch bzw. mit einem sowohl pessimistischen als auch optimistischen Grundton. Jeder zehnte Beitrag ist sprachlich so gestaltet, dass er eher optimistisch wirkt. Hier werden erfolgreiche Wege aus der Armut gezeigt, die entweder durch von Armut betroffene Menschen selbst oder durch erfolgreiche Hilfsprojekte initiiert wurden.

Abbildung 22: Tenor der Berichterstattung (N=75)



Auch wenn die Berichterstattung über Armut aufgrund des Themas wesentlich mit der Beschreibung von Mängeln befasst ist, drückt sie verhältnismäßig wenig Empörung aus. Anders als anfangs vermutet ist die Skandalisierung der Armutsberichterstattung nur schwach ausgeprägt. Knapp zwei Drittel der untersuchten Beiträge präsentieren auch Negatives und Skandalöses nüchtern-neutral und verzichten auf eine Anprangerung von Missständen (siehe Abbildung 23). Bei jeweils einem Fünftel der Beiträge findet eine schwache oder sogar eine durchgängige Skandalisierung statt – hier machen Vorwürfe und eine empörte Haltung einen kleinen bzw. großen Teil der Beiträge aus.

Abbildung 23: Skandalisierung der Berichterstattung (N=75)



Betrachtet man die sprachstilistische Gestaltung der Armutsberichterstattung insgesamt, so lässt sich die Vermutung, Personen und Emotionen verdrängten Sachfragen, Analysen und Problemzusammenhänge, für einen Großteil der untersuchten Beiträge nicht bestätigen. Die Berichterstattung ist im Durchschnitt eher nüchtern und distanziert gestaltet, wodurch wahrscheinlich komplexe Probleme eher deutlich gemacht werden können. Ein geringer Teil der Beiträge bedient sich damit aber auch Stilmitteln, die eher erzählerischen Duktus haben und damit das Publikum besser erreichen.

5.3. Bilder der Armutsberichterstattung

Die Frage, welche Interpretations- und Wahrnehmungsmuster die Medien bei ihrer Berichterstattung über Armut kommunizieren, stellt sich mit Blick auf die visuelle Darstellung von Armut in Bildern und Filmaufnahmen erneut. Noch deutlicher als in Texten werden in Bildern bestimmte Aspekte des Themas in den Vordergrund gerückt und andere vernachlässigt. Dadurch werden bestimmte Wahrnehmungen und Bewertungen nahegelegt, die analog zu den thematischen Rahmen (siehe Abschnitt 4) visuelle Rahmen bilden.

Mit der Vielzahl der Bilder in den Medien steigt jedoch nicht zwangsläufig die Vielfalt der Bilder. Vielmehr entstehen visuelle Stereotype, wenn Themen im Zusammenhang mit Armut immer wieder mit ähnlichen Motiven bebildert werden (vgl. Lobinger 2009). Dadurch können sich standardisierte Darstellungs- und Wahrnehmungsformen entwickeln, sowohl in Bezug auf das Thema Armut insgesamt, als auch in Bezug auf die dargestellten von Armut betroffenen Personen. Sich wiederholende Bilder der Armut würden dazu führen, dass die Vielschichtigkeit des Themas in der öffentlichen Wahrnehmung vernachlässigt wird. Die unterschiedlichen Ausprägungen von Armut würden unterschätzt, während die Wiederholung der stereotypen Bilder diesen zu einer gewissen Normalität verhilft. „Diese sich wiederholenden Motive verleihen dem Dargestellten den Schein von Natürlichkeit und verschleiern die historisch gewachsenen, strukturellen Ursachen von Armut.“ (Mann/Tosch 2005: 165) Inwiefern in der Berichterstattung der untersuchten Medien stereotype Bilder der Armut zu finden sind, wird im Folgenden geprüft. Dabei werden ausschließlich die Abbildungen in Print- und Onlinemedien berücksichtigt.

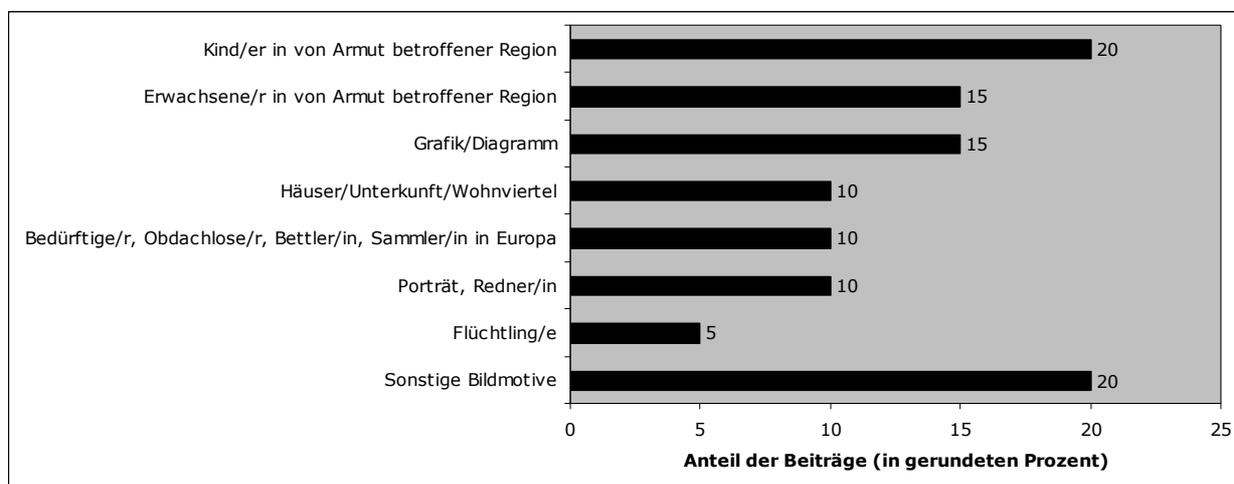
Insgesamt sind im Untersuchungsmaterial 63 Abbildungen zu finden. Von den 60 Print- und Onlineartikeln ist ein Drittel ohne eine Abbildung, die Hälfte wird mit einer Abbildung visualisiert, einem knappen Sechstel sind zwei Abbildungen zur Seite gestellt, einem Zehntel der Beiträge sogar drei Abbildungen (siehe Tabelle 40 im Anhang). Dabei werden alle Onlinebeiträge über Armut im Untersuchungszeitraum mit mindestens einem Bild versehen, während immerhin ein Drittel der Beiträge in Printmedien ohne Bebilderung veröffentlicht wird.

Die Bildgattungen der Abbildungen sind sehr homogen: Acht von zehn Abbildungen zur Armutsberichterstattung bestehen aus Fotografien, während ein bis zwei von zehn Abbildungen Infografiken darstellen, also Karten, Tabellen, numerische Grafiken, Topografiken oder Erklärgrafiken (siehe Tabelle 41 im Anhang). Außerdem waren zu der Ar-

mutsberichterstattung in der taz-Beilage „Le Monde diplomatique“ einige Malereien abgedruckt. Karikaturen, Collagen und Fotomontagen waren in den untersuchten Beiträgen nicht enthalten. Diese formalen Kennzeichen der Bebilderung von Armut in den Medien entsprechen den Erläuterungen der befragten Journalistinnen und Journalisten zur Bedeutung von Bildern für die Armutsberichterstattung: Sie äußern einhellig, dass Bilder zwar die Berichterstattung erleichtern und anschaulicher machten, jedoch kein Kriterium für die Auswahl von Themen darstellten (siehe Abschnitt 6.2.).

Die Sujets der Abbildungen lassen sich zu einem großen Teil in sieben zentralen Motiven zusammenfassen (siehe Abbildung 24). Ein Drittel der Bilder stellt Kinder und Erwachsene in von Armut betroffenen Regionen dar. Sie beziehen sich überwiegend auf Menschen in so genannten Entwicklungsländern. Ein Sechstel der Abbildungen besteht aus Grafiken oder Diagrammen. Jeweils ein Zehntel der Bilder zeigt Häuser, Unterkünfte oder Wohnviertel, Bedürftige (also z.B. obdachlose und bettelnde Menschen) in Europa oder Personenporträts bzw. Redner an einem Rednerpult. Vereinzelt stellen Bilder Flüchtlinge dar, sowohl in von Armut betroffenen Regionen als auch in wohlhabenden Staaten. Immerhin ein Fünftel der Abbildungen lässt sich allerdings nicht mit anderen zu gemeinsamen Motiven zusammenfassen. Hier wird Armut mit sehr unterschiedlichen Sujets visualisiert.

Abbildung 24: Bildmotive der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=63)



Damit konzentrieren sich die Bilder der Armut in den Medien deutlich stärker als die Texte auf Armut in den so genannten Entwicklungsländern. Armut in Deutschland wird besonders häufig gar nicht abgebildet oder mit Infografiken bzw. den Stereotypen von obdachlosen und bettelnden Erwachsenen visualisiert. Dagegen zeigt sich die Armut in armen Weltregionen zwar – der Erwartung entsprechen – in vielen Bildern von Kindern mit schlechten Lebensbedingungen, aber auch in Bildern von Erwachsenen mit schlechten Arbeitsbedingungen und mangelhaften Wohnverhältnissen. Damit verknüpfen die Abbildungen im Untersuchungszeitraum Armut zwar stärker mit den so genannten Entwicklungsländern, jedoch wird hier ein breiteres Spektrum der Armut visualisiert.

Die Bilder der Armut stellen zu einem großen Teil konkrete Fälle der Armut dar (zwei Drittel der Abbildungen), statt den Mangel durch Symbole und Grafiken abstrakt zu visualisieren (ein Viertel der Abbildungen) (siehe Tabelle 43 im Anhang). Dennoch hat nur die Hälfte der Abbildungen einen konkreten Bezug zum Text (siehe Tabelle 44 im Anhang). Hier werden Personen oder Gegenstände aus dem Textbeitrag im Bild visualisiert. Vier von zehn Abbildungen haben hingegen nur symbolischen Textbezug. Hier stellt die Abbildung zwar das Thema des Textes dar, aber entweder symbolisch (z.B. durch die Füße und den Gehstock eines Rentners zu einem Beitrag über Altersarmut) oder anhand eines anonymen Beispiels (z.B. mit vielen Näherinnen in einer Fabrik zu einem Artikel über Niedriglöhne für Frauen).

Die Bilder der Armut weisen einen geringen Emotionsgehalt auf. Auf den Abbildungen werden überwiegend (in zwei Dritteln der Abbildungen) keine Gefühle sichtbar (siehe Tabelle 45 im Anhang). Hier wird Armut neutral illustriert. Ein Fünftel der Bilder stellt hingegen negative Emotionen dar. Immerhin ein Sechstel der Bilder zeigt positive Gefühle, beispielsweise bei der Darstellung eines erfolgreichen Hilfsprojektes.

Auf den Fotos stehen überwiegend Personen im Mittelpunkt. Bei weniger als einem Zehntel der Abbildungen dominieren Gegenstände, Gebäude oder Landschaften das Bild (siehe Tabelle 46 im Anhang). Ein Großteil der Fotografien stellt die Motive der Armut weder besonders nah noch besonders distanziert dar, sondern nimmt sie aus einer halbnahen bzw. halbtotalen Einstellung auf (siehe Tabelle 47 im Anhang). Sie zeigt Personen in halber oder ganzer Körpergröße, auch ihr Umfeld ist zu erkennen. Die Kamera ist dabei bei einem überwiegenden Teil der Fotos auf Augenhöhe (siehe Tabelle 48 im Anhang). Weniger als jede zehnte Fotografie verwendet eine deutliche Aufsicht, die eine Unterlegenheit der dargestellten Personen suggerieren kann, oder eine deutliche Untersicht, welche eine Person eher dominant darstellt.

Die Personen auf den Bildern sind überwiegend selbst von Armut betroffen. Drei Viertel der als Einzelpersonen gezeigten Menschen auf den Fotos sind von Armut betroffene Menschen. Andere Personengruppen werden nur vereinzelt abgebildet (siehe Tabelle 49 im Anhang) – auch Politikerinnen und Politiker sowie die Vertreter/innen von sozialen Einrichtungen und Wohlfahrtsverbänden, die in den Texten der Beiträge am häufigsten auftreten. Die dargestellten, von Armut betroffenen Menschen sind gleichermaßen männlich und weiblich sowie aktiv und passiv (siehe Tabelle 50 im Anhang). Allerdings werden sie auf den Bildern eher unangemessen repräsentiert: Zum einen bleiben die dargestellten Menschen überwiegend namenlos. Nur ein Fünftel von ihnen wird im Bildtext mit Namen genannt. Zum anderen besteht die Hälfte der gezeigten Personen aus Kindern. Damit werden die von Armut Betroffenen in der visuellen Darstellung anonymisiert und größtenteils auf von Armut betroffene Kinder reduziert.

Insgesamt weisen die Bilder der Armut in den Print- und Onlinemedien zwei zentrale Kennzeichen auf: Erstens nutzen sie weitgehend eine neutrale Darstellungsform, bei der keine Gefühle sichtbar werden, eine weder zu nahe noch zu distanzierte Position eingenommen wird und sich die Kamera auf Augenhöhe befindet. Zweitens wird Armut jedoch deutlich weniger vielfältig abgebildet als in den untersuchten Texten. Die Motive

konzentrieren sich auf Menschen in von Armut betroffenen Regionen. Armut in Deutschland wird besonders häufig gar nicht abgebildet oder mit Infografiken bzw. den Stereotypen von obdachlosen und bettelnden Erwachsenen visualisiert.

6. Redaktionelle Strukturen und Strategien der Berichterstattung

Ob und wie gesellschaftliche Ereignisse und Entwicklungen – und damit auch Armut und Armutsrisiken – zum Gegenstand der Medienberichterstattung werden, wird durch vielfältige Faktoren bestimmt. Das Mediensystem innerhalb seiner gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, mit seinen historischen, rechtlichen und politischen Grundlagen sowie seinen professionellen und ethischen Standards spielt dabei ebenso eine Rolle wie die ökonomischen, technologischen und organisatorischen Bedingungen der einzelnen Medieninstitutionen sowie die Merkmale und Einstellungen der Journalistinnen und Journalisten, die in diesen Institutionen arbeiten (vgl. Weischenberg ³2004, 1995).

Von all diesen prägenden Faktoren wurden in dieser Studie insbesondere die organisatorischen Bedingungen und Entscheidungskriterien in den Redaktionen genauer in den Blick genommen, um Erklärungsmuster über das Zustandekommen der Armutsberichterstattung in den untersuchten Medien zu erhalten. In den Leitfaden gestützten Interviews mit verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien wurde erstens erhoben, inwiefern in den Redaktionen spezielle Ressorts oder Personen für Themen im Zusammenhang mit Armut zuständig sind. Zweitens wurden die Regeln und Routinen der Nachrichtenauswahl und -darstellung in den einzelnen Redaktionen ermittelt. Drittens wurde nach der Bewertung von Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildungsangeboten zu Themen im Zusammenhang mit Armut gefragt. Aus den Gesprächen mit den Journalistinnen und Journalisten, die in den untersuchten Medien entweder speziell für die Berichterstattung über Armut zuständig sind oder die Themenauswahl ihrer gesamten Redaktion gut überblicken, ergeben sich unterschiedliche Muster der redaktionellen Bearbeitung von Themen im Zusammenhang mit Armut, die in den folgenden Abschnitten erläutert werden.

Dabei verfolgt die Darstellung das Ziel, die Unterschiede in den redaktionellen Entscheidungsstrukturen und -strategien herauszuarbeiten. Nur so werden die verschiedenen Bedingungen und Kriterien erkennbar, die die Entstehung der Armutsberichterstattung prägen. Daher werden in den folgenden Abschnitten jeweils verschiedene Typen redaktionellen Entscheidens auch dann beschrieben, wenn sie in der durchgeführten Befragung nur auf einer geringen Fallzahl basieren. Insgesamt betrachtet weisen die untersuchten Redaktionen aber eine relativ große Ähnlichkeit in ihren Entscheidungsstrukturen und -strategien auf – nicht zuletzt, weil sie gleichermaßen für überregionale und gut ausgestattete Medien zuständig sind. Größere Unterschiede lassen sich wahrscheinlich im Vergleich mit kleineren und schlechter ausgestatteten Redaktionen für regionale Medien erkennen. Die hier erläuterten Unterschiede ermöglichen es allerdings, die verschiedenen Bedingungen und Kriterien des redaktionellen Entscheidens erst einmal zu erkennen und gegebenenfalls auf andere Medien zu übertragen.

6.1. Redaktionelle Zuständigkeiten für die Berichterstattung

Um die Fülle, Vielfalt und Komplexität der Ereignisse und Entwicklungen bearbeiten zu können, die potenziell zum Gegenstand der Medienberichterstattung werden können, bilden Redaktionen eine spezifische Organisationsstruktur heraus, welche im Idealfall auf die journalistischen Konzepte, Ziele und Zielgruppen des spezifischen Mediums zugeschnitten ist. Auch wenn derzeit viele Redaktionen neue Modelle der Redaktionsorganisation testen, sind größere Print- und Onlineredaktionen auch heute noch meist in Ressorts gegliedert, die speziell für bestimmte Themenbereiche zuständig sind, etwa Politik, Wirtschaft, Sport und Lokales. Die Nachrichtenredaktionen von Hörfunk- und Fernsehsendern sind in der Regel weniger thematisch gegliedert, sondern unterscheiden eher verschiedene Aufgabenbereiche, etwa für Sendungsplaner/innen, Reporter/innen, Kamera- und Tonspezialisten oder Cutter (vgl. Meier 2007: 159 ff.).

Diese Organisationsstruktur bildet ein „strenges organisatorisches Korsett“ (Meier 2007: 160). Es ermöglicht es einerseits, dass die Redaktionen ihre komplexen Aufgaben regelmäßig und pünktlich bearbeiten. Andererseits kann es die Berichterstattung über bestimmte Themenbereiche strukturell bevorzugen oder beschränken. „Nur Themen, die in einer Redaktion strukturell verankert sind, werden wahrgenommen.“ (ebd.: 161). In Bezug auf den Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung heißt das: In Redaktionen, die spezielle Zuständigkeiten für Themen im Zusammenhang mit Armut definiert haben, werden diese Themen kontinuierlicher beobachtet als in Redaktionen ohne diese thematische Spezialisierung. Und die regelmäßige Beobachtung von Ereignissen und Entwicklungen im Zusammenhang mit Armut hat wahrscheinlich zur Folge, dass auch Themen jenseits spektakulärer Ereignisse und Aufsehen erregender Anlässe eher erkannt und zum Gegenstand der Berichterstattung werden.

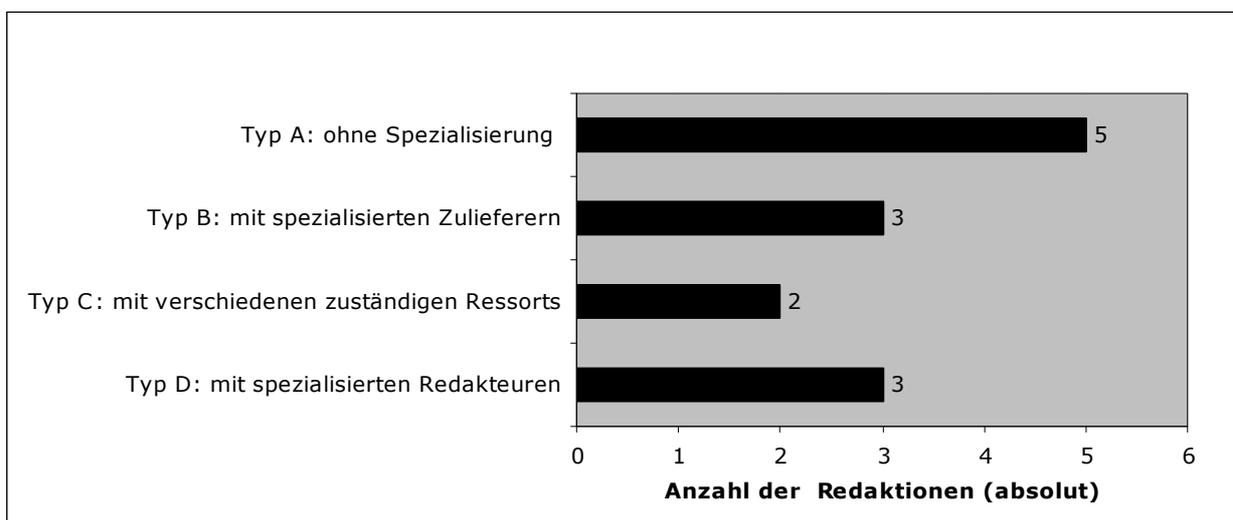
Außerdem geben themenspezifische Ressorts die Perspektive der Themenwahl vor. So betonen etwa die Redakteure der untersuchten Tageszeitungen, die in den Ressorts „Politik“ bzw. „Inland“ arbeiten, dass ein Ereignis Gegenstand politischen Handelns sein bzw. den Inlandsbezug aufweisen müsse, um im eigenen Ressort aufgegriffen zu werden. Andere Themen im Zusammenhang mit Armut werden entweder in anderen Ressorts behandelt oder, falls das Thema auch dort keine Zuständigkeit findet, nicht in die Berichterstattung aufgenommen.

In den Medien, die für diese Studie untersucht wurden, ist das Themenfeld Armut sehr unterschiedlich institutionalisiert. Aus den Angaben der Befragten lassen sich vier verschiedene Typen der redaktionellen Institutionalisation von Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung zusammenfassen (siehe Abbildung 25):

- *Typ A:* In fünf Redaktionen arbeiten die Redakteure grundsätzlich ohne thematische Spezialisierung und spezielle Zuständigkeiten. Allenfalls gibt es persönliche Interessen und Kenntnisse, die zu einer inoffiziellen Struktur führen. In diesen Redaktionen ist die Berichterstattung über Armut strukturell am wenigsten verankert. Hier ist es eher dem Zufall überlassen, ob Themen im Zusammenhang mit Armut entdeckt und aufgegriffen werden.

- *Typ B:* In drei Redaktionen verfügen die Redakteure zwar auch nicht über spezielle thematische Zuständigkeiten, jedoch können sie bei Bedarf auf angeschlossene oder zuliefernde Redaktionen und Studios zurückgreifen, in denen spezialisierte Journalistinnen und Journalisten arbeiten. Diese machen die Nachrichtenredaktion auf Themen im Zusammenhang mit Armut aufmerksam oder schlagen eigene Beiträge vor.
- *Typ C:* In zwei Redaktionen übernehmen verschiedene Ressorts die Verantwortung für die Armutsberichterstattung, und zwar jeweils aus ihrer Perspektive. Hier gibt es zwar keine spezifischen Zuständigkeiten für Armutsthemen, aber die Redakteure der Ressorts Wirtschaft, Politik, ‚Buntes‘ und Lokales sind jeweils aus ihrem Blickwinkel für die Berichterstattung über Armut zuständig. Hier können Armutsthemen kontinuierlicher beobachtet werden als in den Redaktionen ohne spezielle Zuständigkeiten. Allerdings kann es hier auch vorkommen, dass Themen ‚unter den Tisch fallen‘, weil sie inhaltlich in keines der verantwortlichen Ressorts passen.
- *Typ D:* In drei Redaktionen ist die Behandlung von Themen im Zusammenhang mit Armut grundsätzlich wie bei ‚Typ C‘ organisiert. Über die Ressortzuständigkeiten hinaus gibt es aber spezielle Redakteure, die insbesondere den Themenbereich der Sozialpolitik bearbeiten. Bei diesen Medien besteht grundsätzlich die größte Wahrscheinlichkeit, dass Themen im Zusammenhang mit Armut entdeckt und publiziert werden – mit dem Schwerpunkt auf sozialpolitischen Aspekten der Themen.

Abbildung 25: Organisationsformen der Armutsberichterstattung (N=13)



Bei dieser Unterscheidung lassen sich – auch wegen der geringen Fallzahl – keine Zusammenhänge mit den verschiedenen Medientypen herstellen. In allen Organisationsformen sind verschiedene Medientypen vertreten. Lediglich ‚Typ D‘ setzt sich ausschließlich aus Printmedien zusammen, die eine Spezialisierung einzelner Redakteure strukturell festgelegt haben – wahrscheinlich in Rückbindung an das journalistische Konzept, die Ziele und die Zielgruppen ihrer Blätter. Im Vergleich mit der Häufigkeit der Berichterstattung über Armut (vgl. Abschnitt 2.1.) zeigt sich, dass diese Medien im Un-

tersuchungszeitraum im Verhältnis zu ihrer Erscheinungsfrequenz deutlich häufiger über Armut berichten als diejenigen Medien, bei denen das Thema weniger organisatorisch verankert ist. Dies unterstreicht den Zusammenhang der Institutionalisierung von thematischen Zuständigkeiten mit der Häufigkeit der Berichterstattung über ein Thema.

In den Interviews weist ein Teil der befragten Journalistinnen und Journalisten zudem darauf hin, dass Armut ein Querschnittsthema darstelle, das in vielen verschiedenen thematischen Zusammenhängen zum Gegenstand der Berichterstattung werden könne und damit unterschiedlichste Ressorts betrifft. Umgekehrt könnten viele Themen, die mit Armut zusammenhängen, auch mit anderen Themenschwerpunkten behandelt werden.

„Manchmal machen sich einzelne Aspekte zu bestimmten Themen auch Konkurrenz: Zum Beispiel muss man ja beim Thema Aids nicht automatisch Zusammenhänge mit dem Aspekt Armut herstellen, sondern kann das Thema etwa auch unter dem Aspekt Diskriminierung am Arbeitsplatz abhandeln. Es kommt also darauf an, welchem Aspekt man bei einem Thema vor dem Hintergrund aktueller Diskussionen oder Ereignisse den Vorrang einräumt.“ (Andreas Werner, ARD aktuell)

Dies unterstreicht die Bedeutung redaktioneller Strukturen für die Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung: Dass ein Ereignis Armutsursachen oder -folgen haben kann, wird in den Redaktionen eher entdeckt, wenn spezielle Redakteure die Bearbeitung von Armutsthemen zuständig sind und durch ihren spezialisierten Blickwinkel Themen auch in ihren Zusammenhängen mit Armut erkennen.

6.2. Entscheidungskriterien der Themenauswahl und -darstellung

Die Auswahl und Bearbeitung von Themen für die Berichterstattung ist im Journalismus durch eine Vielzahl von Rahmenbedingungen und Entscheidungskriterien geprägt. In der Journalistenbefragung, die für diese Studie durchgeführt wurde, wurden die Befragten zum einen offen nach den Kriterien und Bedingungen ihrer Themenwahl gefragt. Zum anderen wurden sie gezielt zu einigen Entscheidungskriterien befragt, die auf der Basis des Forschungsstands relevant für den Umgang der Medien mit Armut und Ausgrenzung schienen. In den Antworten der Journalistinnen und Journalisten zeigen sich Bedingungen und Kriterien des journalistischen Entscheidens auf unterschiedlichen Ebenen. Neben formalen Entscheidungsgrundlagen wie dem verfügbare Platz und der verfügbaren Zeit für die Berichterstattung insgesamt finden sich allgemeine journalistische Nachrichtenfaktoren ebenso wie Faktoren, die eher auf der Ebene verschiedener redaktioneller Konzepte und Selbstbilder zu verorten sind: Die Bedeutung von Aktualität und konkreten Anlässen für die Berichterstattung sowie die Relevanz und das Renommee der Armutsberichterstattung in den Redaktionen. Die unterschiedliche Bedeutung der verschiedenen Entscheidungskriterien für die Themenauswahl und -darstellung der Redaktionen wird im Folgenden vorgestellt.

1. Verfügbarer Platz und verfügbare Zeit

In welchem Umfang einzelne Medien über Armut und Ausgrenzung berichten, hängt zentral mit dem *Platz* bzw. der *Zeit* zusammen, die ihnen für die tägliche bzw. wöchentliche Berichterstattung insgesamt zur Verfügung stehen. Während Onlinemedien theoretisch über unbegrenzten Raum für Text-, Bild- und Videobeiträge verfügen können, müssen Fernsehnachrichten mit einem kurzen, fest definierten Zeitraum auskommen.

„Wie dann bestimmte Themen in die Sendung kommen, hängt immer vom Tag oder auch vom Umfeld ab. Man muss für eine heute-Sendung ja auch bedenken, wie lang diese Sendung ist.“ (Anke Karioth, ZDF heute)

Bei Hörfunk- und Fernsehnachrichten ist nicht nur die Länge der Sendung, sondern auch die Länge der einzelnen Beiträge in der Regel stark formatiert.

„Wenn wir einem Thema viel Zeit in der Sendung widmen, sind das in der Regel zwei Minuten – abgesehen natürlich von Situationen mit Breaking News oder Tagen mit besonderen Themenschwerpunkten.“ (Gerhard Kohlenbach, RTL aktuell)

Bei Printmedien geben dagegen relativ festgefügte Plätze für bestimmte Themenrubriken und Darstellungsformen die Form der Berichterstattung vor, zum Beispiel die Wirtschaftsseiten als Raum für Wirtschaftsthemen, die „Seite Drei“ für Reportagen, die Meinungsseite für Kommentare. In diesen Ressorts und Rubriken müssen Themen um den verfügbaren Platz konkurrieren. Wenn sie nicht mehr auf die Ressortseiten passen, werden weniger wichtig bewertete Themen fallen gelassen. Andererseits existieren innerhalb der Ressorts in der Regel feste Plätze sowohl für lange als auch für kurze Artikel, so dass auch lange Beiträge gegebenenfalls sogar durch die Formatvorgaben angeregt werden. Bei Onlinemedien muss dagegen die Lesbarkeit auf dem Bildschirm beachtet werden. Weil zu lange Texte am Computer nicht mehr angenehm zu lesen sind, werden online überwiegend Beiträge mit einer mittleren Länge veröffentlicht. Damit wird deutlich, dass medien- und formatspezifischen Bedingungen die Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung deutlich prägen.

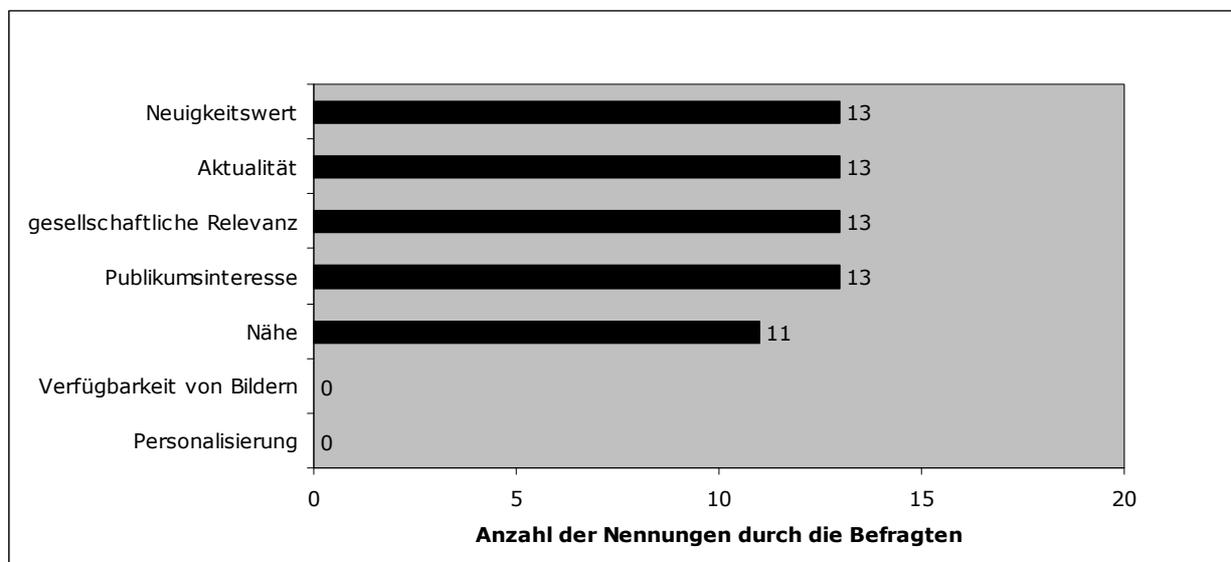
2. Bedeutung der allgemeinen Nachrichtenfaktoren

Die Auswahl von Themen für die Berichterstattung ist im Journalismus insgesamt durch Regeln und Routinen geprägt, die von den Journalistinnen und Journalisten in der Ausbildung erlernt werden, sich in der redaktionellen Sozialisation vertiefen und medienübergreifend angewendet werden. Eine besondere Rolle spielen dabei die so genannten Nachrichtenfaktoren. Sie stellen Kriterien dar, mit denen in den Redaktionen der Nachrichtenwert eines Ereignisses bewertet wird. Als solche Nachrichtenfaktoren gelten etwa Überraschung, (räumliche, politische, kulturelle) Nähe zur Lebenswelt des Publikums, Reichweite der Betroffenen, Prominenz und Einfluss von Personen, Konflikte und Kontroversen sowie die Möglichkeit, das Thema bildlich darzustellen (vgl. Ruhrmann et al. 2003).

Diese Kriterien werden zwar nachweislich medienübergreifend angewendet, aber innerhalb einzelner Medien und Ressorts unterschiedlich interpretiert und spezifiziert. Inwie-

fern die allgemeinen Nachrichtenfaktoren in den untersuchten Redaktionen für die Auswahl von Themen im Zusammenhang von Armut und Ausgrenzung angewendet werden, wird im Folgenden dargelegt (siehe Abbildung 26). Dabei gilt allerdings zu beachten, dass in der Befragung nicht die gesamte Bandbreite möglicher Nachrichtenfaktoren abgefragt wurde, sondern offen nach den Kriterien der Themenwahl gefragt wurde.

Abbildung 26: Kriterien der Themenwahl (N=13)



Ein Kriterium wird von allen Befragten zuerst genannt: Ereignisse müssen einen *Neuigkeitswert* haben, um in den Medien aufgegriffen zu werden. Der *aktuelle Anlass*, der beispielsweise in Form neuer statistischer Daten den „Aufhänger“ für eine Berichterstattung über Armut bietet, eröffnet den Redaktionen den Zugang zu einem Thema. Dabei werden sowohl das Kriterium der Aktualität als auch die Notwendigkeit eines konkreten Anlasses unterschiedlich interpretiert. Daher werden diese Kriterien in späteren Abschnitten genauer analysiert.

Weitere wichtige Auswahlkriterien, die von allen Befragten genannt werden, sind *gesellschaftliche Relevanz* und das potenzielle *Interesse des Publikums*. Dabei werden Relevanz und Publikumsinteresse daran festgemacht, dass ein Thema *Nähe zur Lebenswelt des Publikums* aufweist und *viele Menschen betrifft*.

„Armut ist dann ein Thema, wenn sie in der Lebenswirklichkeit in Deutschland in herausragender Weise relevant wird, zum Beispiel beim Thema Hartz IV natürlich, da hatten wir zuletzt das Beispiel der Bundesverfassungsgerichtsentscheidung zum Regelsatz für Kinder. [...] Das Thema [...] ist natürlich relevant, weil die Zahlen auch so hoch sind, dass sie uns alle interessieren müssen. Weil es in unserer Nachbarschaft immer wieder passiert und es eben nicht absolute Einzelfälle sind. Darum interessiert uns das auch.“ (Anne Reidt, ZDF heute journal)

Entsprechend beschreibt auch die überwiegende Mehrheit der Befragten (11) die Bedeutung *der räumlichen Nähe* für die Auswahl ihrer Themen, weil nahe Themen das Publikum mehr interessieren.

„Es macht natürlich einen riesigen Unterschied, ob ein Thema Deutschland oder das Ausland betrifft. Schwierigkeiten in Bombay interessieren unsere Leser so gut wie gar nicht. Da muss man schon einen ganz harten Fall haben, der fast schon spektakulär ist. Dann wird es wieder klickstark. Aber die Reportage über Mütter in Südafrika, denen es schlecht geht, ist weniger interessant als wenn das Stück in Dresden spielt.“ (Sebastian Holzapfel, FR Online)

Die *Verfügbarkeit von Bildern* ist für die befragten Journalistinnen und Journalisten – entgegen der Vermutung – kein Kriterium, das die mediale Behandlung eines Themas begünstigt oder behindert. Für den Hörfunk haben Bilder ohnehin keine Bedeutung; die Befragten der Print- und Onlinemedien äußern einhellig, dass Bilder zwar die Berichterstattung erleichtern und anschaulicher machen, jedoch kein Entscheidungskriterium darstellen. Und die Redakteurinnen und Redakteure der Fernsehsendungen äußern sogar einhellig, dass die Visualisierung von Themen gerade ihre Aufgabe und die tägliche Herausforderung bei allen Themen sei.

Ebenso halten alle Befragten die Möglichkeit für wichtig, Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung anhand von *Einzelfällen* zu beschreiben. Auch wenn die Personalisierung von Sachthemen Gefahren beinhaltet, trage sie zu einer verständlichen und anschaulichen Darstellung von Themen bei.

„Personalisierung ist immer ziemlich wichtig [...], weil abstrakte Zahlen über Armut nicht immer sehr effektiv medial zu verbreiten sind. Das sind Zahlen, die an den Menschen vorbeirauschen. Sicherlich schreckliche Zahlen, aber wenn man das runterbricht auf einzelne Schicksale, dann ist es eben sehr anschaulich. Und da bin ich der Meinung, dass man den Leser dadurch besser erreicht.“ (Martin Doerry, Der Spiegel)

Allerdings hält keiner der Befragten die Möglichkeit der Personalisierung für ein Entscheidungskriterium. Auch hier sei es die Aufgabe der Journalistinnen und Journalisten selbst, Betroffene für die Berichterstattung ausfindig zu machen.¹⁰

Insgesamt zeigt sich, dass die Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung zentral an den allgemeinen journalistischen Nachrichtenfaktoren orientiert ist. Neue, gesellschaftlich relevante und für das Publikum interessante Ereignisse werden zu Medienthemen. Kontinuierliche Entwicklungen hingegen werden daher deutlich weniger medial sichtbar: Solange kein Anlass – etwa eine neue Statistik oder ein politisches Statement – diese Entwicklung sichtbar macht und damit aktualisiert, entsprechen beständige Problemlagen oder langfristige Veränderungen weniger den Aufmerksamkeitsmustern der Redaktionen.

¹⁰ Die Personalisierung und Bebilderung der Berichterstattung wird in den untersuchten Redaktionen als Aufgabe der Journalistinnen und Journalisten betrachtet, nicht als ein Merkmal, das ein Ereignis mitbringen sollte. In weniger großen und gut ausgestatteten Redaktionen ist dies mit großer Wahrscheinlichkeit anders. Studien zur Berichterstattung über andere Themenbereiche zeigen: Wenn die personellen und zeitlichen Ressourcen in einer Redaktion knapp sind, werden Themen mit Bildern und handelnden Personen bevorzugt thematisiert (vgl. Ruhrmann et al. 2003).

3. Bedeutung von Tagesaktualität für die Themenwahl

Das Kriterium der Tagesaktualität spielt in allen untersuchten Medien eine zentrale Rolle. Alle Befragten halten einen aktuellen Anlass für die wichtigste Bedingung dafür, dass ein Thema Gegenstand ihrer Berichterstattung wird. Allerdings wird Aktualität sehr unterschiedlich weit gefasst. Zwei grundsätzlich unterschiedliche Entscheidungstypen lassen sich in der Anwendung dieses Kriteriums ausmachen (siehe Abbildung 27):

- Typ A: Zwei Befragte geben an, dass Ereignisse grundsätzlich tagesaktuell sein müssen, um in die Berichterstattung ihres Mediums aufgenommen zu werden. Sie erstellen tägliche Nachrichtensendung für das Fernsehen, die darauf ausgerichtet sind, über das Geschehen des Tages zu berichten.

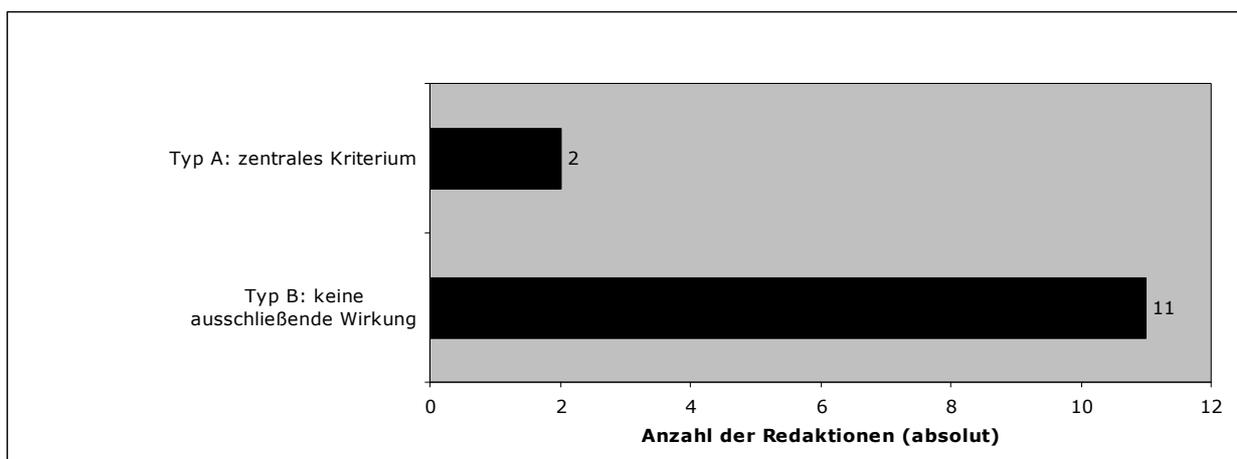
*"Ist ein Thema zeitlos, knüpft es also nicht wirklich an aktuelle Diskussionen oder Ereignisse an, hat es keine Chancen, in die tagesschau zu kommen."
(Andreas Werner, ARD aktuell)*

Wenn eine aktuelle Meldung im Zusammenhang mit Armut am Tag des Bekanntwerdens nicht in das Medienangebot aufgenommen wird, wird es nicht am kommenden Tag übernommen.

- Typ B: Im Unterschied dazu formulieren die Befragten der anderen Medien, dass Tagesaktualität keine ausschließende Wirkung hat in der Themenwahl hat. Dabei äußern vor allem die Redakteure der Printmedien und der Befragte von *Spiegel Online* die Unabhängigkeit von der Tagesaktualität.

„Wir haben auch Redakteure, die recherchieren und tiefer in ein Thema einsteigen. Diese Themen müssen dann nicht mehr tagesaktuell sein. Später etwas Ausführlicheres zum Thema Armut zu machen, passt sehr gut zu Spiegel Online. Wir machen nicht nur Nachrichten, sondern auch eigene Autorenstücke.“ (Anselm Waldermann, Spiegel Online)

Abbildung 27: Bedeutung von Tagesaktualität für die Themenwahl (N=13)



Diese unterschiedliche Herangehensweise, die grundsätzlich im redaktionellen Konzept verankert ist, kann natürlich deutliche Unterschiede in der Berichterstattungshäufigkeit zur Folge haben. Medien, die in der Armutsberichterstattung weniger an den Tag des Bekanntwerdens von Ereignissen und Meinungsäußerungen gebunden sind, haben häufiger die Möglichkeit über Armut zu berichten. Zwar ist die Bindung an Tagesaktualität in dieser Studie nur in zwei Fällen genannt worden. Allerdings ist anzunehmen, dass er gerade für Hörfunk- und Fernsehnachrichten auch in vielen anderen Medien Geltung hat – und damit die Berichterstattung über Armut prägt.

4. Bedeutung konkreter Anlässe für die Auswahl von Themen

Die Befragten aller Medien beschreiben die Bedeutung eines konkreten Ereignisses für die mediale Behandlung eines Themas. Die Häufigkeit einer Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung hängt nach der Meinung aller befragten Journalistinnen und Journalisten deutlich davon ab, inwiefern aktuelle Berichterstattungsanlässe bekannt werden.

Allerdings gibt es in den Redaktionen in unterschiedlichem Maß die Möglichkeit, auch ohne einen konkreten aktuellen „Aufhänger“ über Armut zu berichten, also Phänomene des Alltags in die Berichterstattung aufzunehmen (siehe Abbildung 28).

- Typ A: Zwei Befragte von TV-Nachrichtensendungen berichten, in dem kurzen, nachrichtlichen Aufbau ihrer Sendungen gebe es kaum Raum für Themen jenseits der tagesaktuellen Ereignisse.

„Die Themen der tagesschau werden von der Redaktion vor dem Hintergrund aktueller Diskussionen und Ereignisse gesetzt.“ (Andreas Werner, ARD aktuell)

- Typ B: Die Befragten von fünf Medien geben an, dass eine Berichterstattung unabhängig vom Anlass zwar grundsätzlich möglich ist, aber selten stattfindet. Diese Themen könnten sich in der Konkurrenz des tagesaktuellen Geschehens schlechter durchsetzen. Außerdem hängen sie von den Ideen und Beobachtungen einzelner Redakteure und Redakteurinnen ab.

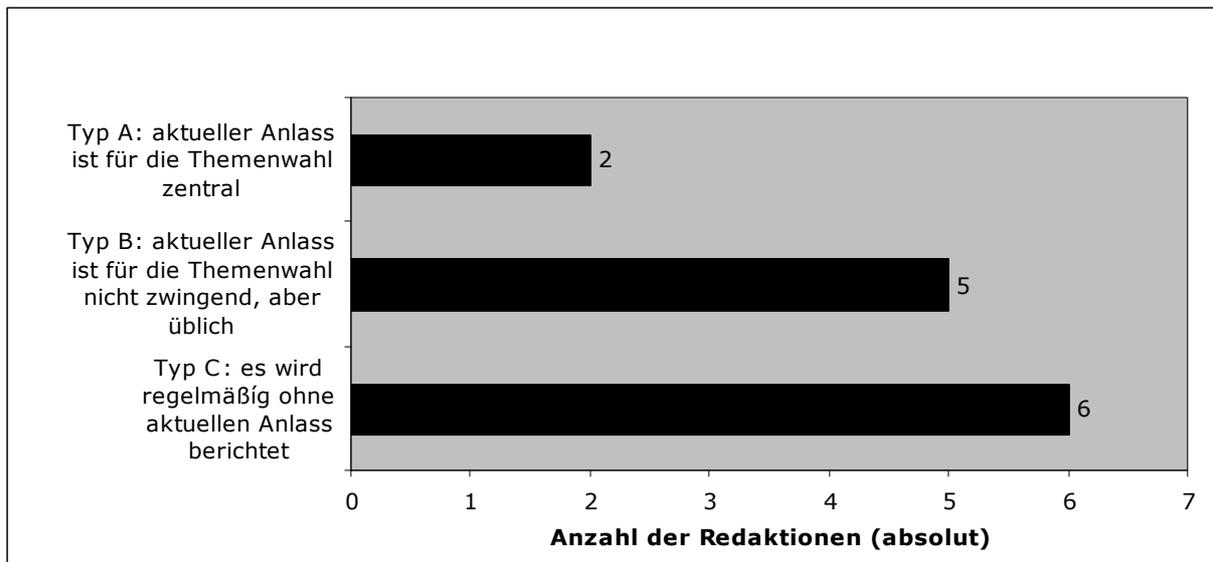
„Auch wenn Armut latent ja immer aktuell ist und wir auch immer mal wieder was zu diesen Bereichen machen, spielen offizielle Termine natürlich schon eine große Rolle. Aber wir bemühen uns dann, das Thema mit einer besondere Aufbereitung ins Programm zu bringen.“ (Gerhard Kohlenbach, RTL aktuell)

- Typ C: Immerhin für sechs Medien gilt nach Aussagen der Befragten (vor allem bei Printmedien), dass regelmäßig Themen ohne einen konkreten Anlass aufgegriffen werden. Die Befragten beschreiben *einen neuen Blickwinkel* auf ein bereits bekanntes Armutsphänomen explizit als Kriterium, das die Auswahl eines Themas begünstigt.

„Anlässe sind zum Beispiel, dass man einfach selber eine Idee hat, dass einem etwas auffällt im Bekanntenkreis oder auf der Straße. Dann entschließen wir uns unabhängig von irgendwelchen äußeren Anlässen dazu, etwas drüber zu machen.“ (Anselm Waldermann, Spiegel Online)

Doch auch diese Befragten weisen in den Gesprächen ausnahmslos darauf hin, dass die Berichterstattung ihrer Medien im überwiegenden Teil ereignis- und anlassbezogen ist – was auch in der Inhaltsanalyse sichtbar wird (siehe Abschnitt 4.2.).

Abbildung 28: Bedeutung von konkreten Anlässen für die Themenwahl (N=13)



Die unterschiedliche Abhängigkeit von aktuellen Anlässen für die Berichterstattung hat mit großer Wahrscheinlichkeit Folgen für die Häufigkeit und die Themen der Berichterstattung: Die Medien, die unabhängiger von aktuellen Anlässen arbeiten können, haben häufiger die Möglichkeit als andere über Armut zu berichten – nämlich auch in Zeiten, in denen keine offiziellen Termine eine Berichterstattung nahelegen. Aus diesem Grund behandeln sie eher ein größeres Themenrepertoire. Gerade im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung gibt es viele Akteure, die nicht oder nur schwach organisiert sind und selbst kaum die Möglichkeit haben, Medienaufmerksamkeit zu initiieren (siehe Abschnitt 4.5.). Ihre Probleme und Lebensstrategien werden wahrscheinlich eher dann zum Thema, wenn ein Medium in seinem redaktionellen Konzept und durch seine personelle Ausstattung auch eine anlassunabhängige Berichterstattung ermöglicht.

5. Relevanz der Armutsberichterstattung im redaktionellen Konzept

Der Umgang der Medien mit Armut wird außerdem dadurch bestimmt, welche Bedeutung die Redaktionen insgesamt den so genannten Sozialthemen beimessen. Denn die Relevanz von Themen im Zusammenhang mit Armut wird in den untersuchten Redaktionen grundsätzlich unterschiedlich bewertet, so dass in den Interviews drei verschiedene, nicht zwangsläufig bewusste redaktionelle Strategien zum Umgang mit Armut und Armutsrisiken beschrieben werden (siehe Abbildung 29):

- Typ A: Bei fünf Print- und Onlinemedien werden Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung besonders beachtet. Ein Grund dafür ist, dass Armut das Publikum dieser Medien besonders interessiert.

„Das klickt sehr gut und wird auch stark gelesen. Darauf bekommt man dann auch mehr Leserbriefe oder Artikelkommentare als bei anderen Themen.“ (Sebastian Holzapfel, FR Online)

Außerdem wird Armutsthematiken in zwei dieser Redaktionen ein besonderer Stellenwert eingeräumt, weil eine kontinuierliche Berichterstattung über diesen Themenbereich im eigenen Anspruch der Redaktionen liegt.

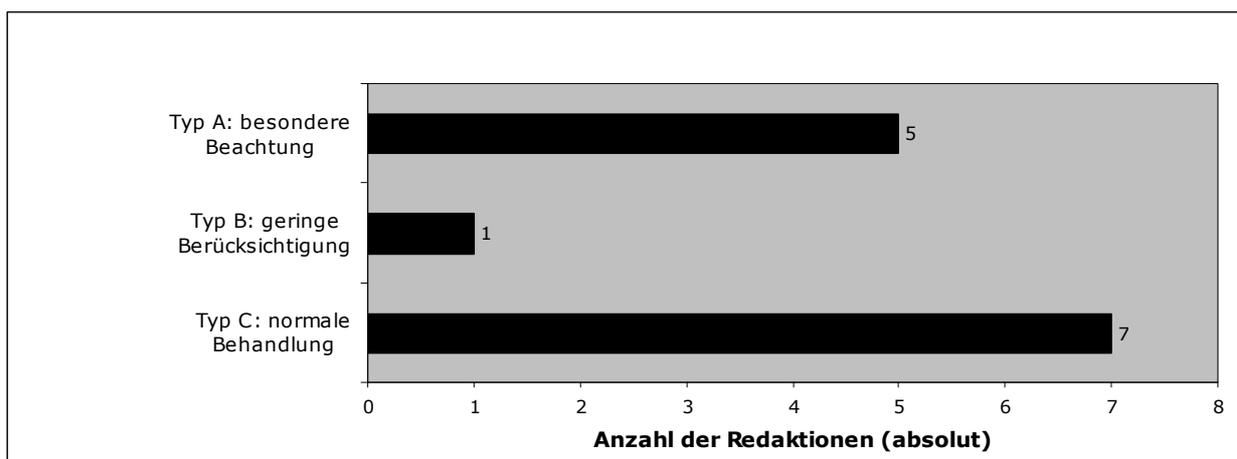
„Armut ist ein Dauerthema bei uns, da wir uns als Zeitung aus dem linken Spektrum mit der Verteilungsfrage beschäftigen.“ (Barbara Dribbusch, taz)

- Typ B: Im Gegensatz dazu steht eine Redaktion, in der die Berichterstattung über Armut nicht als wichtige Aufgabe im redaktionellen Selbstbild verankert ist. Hier muss die Berichterstattung über Armut eine besonders hohe Relevanzschwelle überwinden.

„Abgesehen von Meldungen des Statistischen Bundesamtes findet Armut als Thema kaum statt. Diese statistischen Meldungen gelangen meist nur in die ‚Kleinen Meldungen‘. Sie haben zum Teil auch Platzhalterfunktion, das heißt, man tauscht sie aus, wenn man interessantere Meldungen findet.“ (Uta Rasche, FAZ)

- Typ C: Bei den sieben verbleibenden Medien werden Armutsthemen zwar grundsätzlich als relevant und für das Publikum interessant beschrieben, jedoch finden sie keine besondere Beachtung. Über Armut wird berichtet, wenn aktuelle Ereignisse oder interessante Themenvorschläge Anlass dazu bieten.

Abbildung 29: Relevanz der Armutsberichterstattung in den Redaktionen (N=13)



Diese unterschiedlichen Bedeutungszuschreibungen können entweder explizit in redaktionellen Leitlinien oder Konzepten verankert sein, oder implizit das redaktionelle Selbstbild bestimmen. Sie prägen den Umgang eines Mediums mit Armut und sozialer Ausgrenzung, weil sie eine Bearbeitung dieser Themen entweder besonders nahe legen oder eher verhindern können.

6. Prestige von Armutsberichterstattung in den Redaktionen

Auf der impliziten Ebene der Redaktionskultur wird Armutsberichterstattung in den Redaktionen mit einem bestimmten Prestige verknüpft. Ausgehend von der These, dass die Berichterstattung über so genannte Sozialthemen in den Redaktionen eher schlecht angesehen ist und eine Berichterstattung über Armut daher nicht durch Karriereanreize gefördert wird, wurden die Journalistinnen und Journalisten der untersuchten Medien zum Prestige von Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung befragt. Erneut zeigen sich drei unterschiedliche Bewertungsmuster (siehe Abbildung 30):

- Typ A: In einer Redaktion wird das Ansehen der Armutsberichterstattung als schlecht eingeschätzt.

„Themen wie Straßenkinder, Drogenambulanz und HIV-Infizierte gelten bisweilen als Volontärsthemen – auch wenn es schwer ist, zu diesen Themen wirklich gute Texte zu schreiben. Doch das Prestige des Berichtenden ergibt sich zum Teil auch aus dem Prestige der Personen, über die er berichtet bzw. mit denen er zu tun hat.“ (Uta Rasche, FAZ)

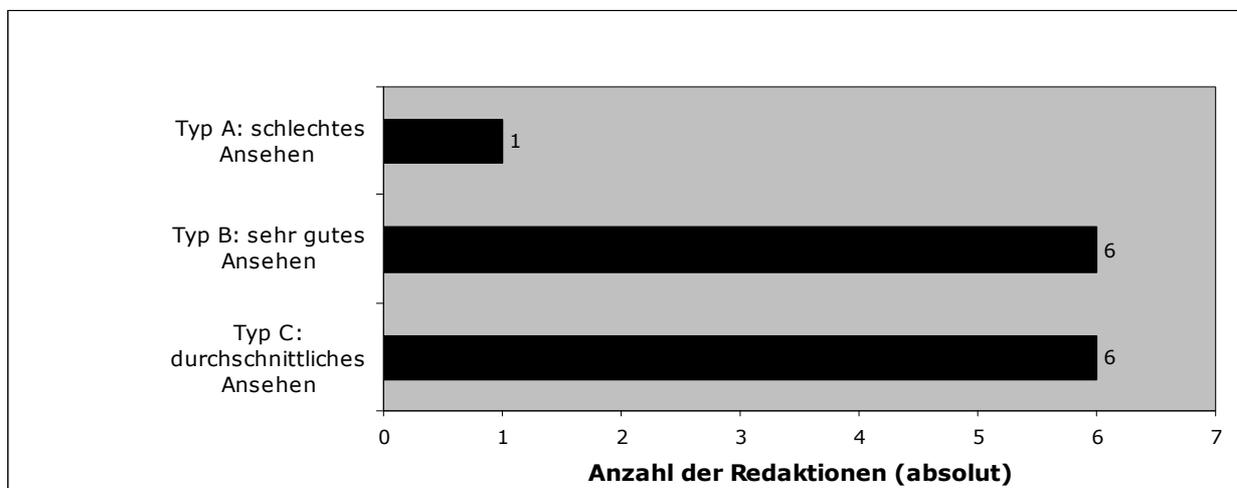
- Typ B: Eine Hälfte der Befragten (6) beschreibt das fragliche Themenfeld dagegen als angesehen und prestigereich.

„Ich denke, dass gerade diese Themen eine besonders hohe Aufmerksamkeit bekommen [...]. Es zählt meiner Meinung nach auch zu den Themen, mit denen man Journalistenpreise gewinnen kann.“ (Dr. Kolja Rudzio, Die Zeit)

- Typ C: Die zweite Hälfte der Befragten (6) hält das Ansehen von Themen im Zusammenhang mit Armut allerdings nicht für besonders gut oder schlecht.

„In der Hierarchie der Themen rangieren Armutsprobleme irgendwo in der Mitte. Sie sind nicht extrem wichtig, aber sie sind – auch nach der Diskussion der letzten Jahre – kein bloßes Randthema mehr.“ (Felix Berth, SZ)

Abbildung 30: Prestige der Armutsberichterstattung in den Redaktionen (N=13)



Mit diesen voneinander abweichenden Bewertungen ist das Prestige der Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung in den Redaktionen nicht abschließend auszumachen. Entsprechend kann das Ansehen des Themenbereichs auch nicht als erklärende Kategorie für den Umgang der Medien mit Armut herangezogen werden.

7. Bedeutung des journalistischen Lebensumfelds für die Themenauswahl

In der Leitfaden gestützten Befragung wurden die Journalistinnen und Journalisten mit einer These konfrontiert, mit der die Bedeutung ihres persönlichen *Lebensumfelds* für die Themenauswahl erfasst werden sollte. Die Vermutung lautete, dass Journalisten nur selten Themen im Zusammenhang mit Armut in ihrer eigenen Lebenswelt entdecken, weil sie überwiegend aus Milieus stammen, die nicht von Armut betroffen oder bedroht sind (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 69 f., 150 ff.). Diese These wird von gut der Hälfte der Befragten (7) mit verschiedenen Begründungen abgelehnt. Zum einen würde bereits relativ häufig über Armut berichtet. Zweitens sei Armut nicht mehr besonders weit vom Journalismus entfernt.

Weitere sechs Befragte halten einen Einfluss des persönlichen Umfelds zwar zumindest für möglich. Aber auch von ihnen wird eingewendet, dass sich diesbezüglich die Berichterstattung über Armut nicht von anderen Themen unterscheidet. Hier sei kein Entscheidungskriterium berührt, das speziell die Berichterstattung über Armut erklären könnte, denn auch mit Spitzensport oder Atomenergie seien die wenigsten Redakteure aus ihrem persönlichen Umfeld vertraut.

Mit diesen Antworten der Befragten lässt sich nicht klar beantworten, inwiefern das Lebensumfeld der Journalistinnen und Journalisten ihre Themenwahl prägt. Aus der Sicht der Befragten scheint es jedoch insgesamt plausibler, dass die Berichterstattung über Armut nicht speziell dadurch beeinflusst wird, dass nur wenige Journalisten von Armut betroffene oder bedrohte Menschen in ihrer eigenen Lebenswelt wahrnehmen.

6.3. Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildungsangeboten

Um im Rahmen des EJ 2010 das Bewusstsein von Medienvertretern für Themen im Zusammenhang mit Armut zu schärfen und die Medien für eine umfassende Berichterstattung über diesen Themenbereich zu gewinnen (siehe Abschnitt 1.), befasst sich die vorliegende Studie auch mit der Frage, inwiefern Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildungsangebote für Journalistinnen und Journalisten dazu beitragen können, den medialen Diskurs über Armut zu intensivieren. Im Folgenden werden die Einschätzungen zusammengefasst, die die Journalistinnen und Journalisten in den Leitfaden gestützten Interviews äußerten. Über diese Einschätzungen hinaus wies jedoch ein Großteil der Befragten (9) darauf hin, dass Armut als Medienthema ihrer Einschätzung nach in den vergangenen Jahren insgesamt deutlich an Bedeutung gewonnen habe.

„Ich bin der Ansicht, dass das Thema Armut – in unserer Sprache – ‚Konjunktur‘ hat. [...] Alles, was mit Armut zu tun hat, kommt relativ gut an, [...] weil es einem Großteil der Menschen draußen in der Welt auch nicht besonders gut geht. Das ist nah an

den Menschen und an deren Lebenswirklichkeit und an den Ängsten, die sie haben."
(Anke Karioth, ZDF heute)

„Armut hat schon verstärkt Interesse gefunden, die Einstellung zu dem Thema hat sich verändert. Die Wahrnehmung von der Schere zwischen Arm und Reich lässt die Sensibilität dafür einfach steigen. Spekulierte würde ich sagen, dass diese Ungleichheit früher noch einfacher hingenommen worden ist als heute.“ (Dr. Kolja Rudzio, Die Zeit)

Daher ist ein Großteil der befragten Journalistinnen und Journalisten nicht der Meinung, dass es überhaupt zusätzlicher Anstrengungen bedürfe, um den öffentlichen Diskurs über Armut anzuregen. Dennoch geben sie differenzierte Bewertungen zur Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildungsangeboten für ihre Berichterstattung ab.

1. Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit kann sich vielfältiger Instrumente bedienen. Ein zentraler Weg, mit dem die Anliegen verschiedenster gesellschaftlicher Bereiche in die Medien gelangen, sind dabei Pressemitteilungen. Allerdings werden diese Mitteilungen in den Medien selbst meist skeptisch betrachtet (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 121 ff.).

Auch die Befragten der vorliegenden Studie äußern einhellig die Meinung, dass zusätzliche oder anders gestaltete Pressemitteilungen kein geeigneter Weg seien, um eine größere Öffentlichkeit für Probleme der Armut herzustellen. Ohnehin gebe es zu viele und zu schlechte Pressemitteilungen, so dass viele Informationen auf diesem Weg in der Menge der Mitteilungen untergehen. Dennoch stellen Pressemitteilungen für fünf Befragte auch immer wieder wichtige Quellen und Ideengeber dar.

Ein großer Teil der befragten Journalistinnen und Journalisten (8) benennt jedoch einen anderen Weg, der in ihren Augen eine gesteigerte Medienberichterstattung über Armut und Ausgrenzung hervorrufen würde: Den Medien müssten eine größere Zahl aktueller Anlässe für eine Berichterstattung angeboten werden. Vor allem mehr Forschung und neue Daten über die verschiedenen Facetten der Armut werden von den Befragten gefordert.

„Mehr Pressemitteilungen auf keinen Fall. Wirklich interessante Studien, die auch neue Erkenntnisse beinhalten, die gut dargestellt sind, von verschiedenen Stellen, wie Behörden, Forschungseinrichtungen usw. – darauf würden wir in jedem Fall anspringen.“ (Anselm Waldermann, Spiegel Online)

Außerdem zeigen die Gespräche die Bedeutung von Pressekonferenzen, vor allem für die Befragten der Fernsehnachrichten, die ihre Berichterstattung an tagesaktuellen Ereignissen orientieren. Hier können Pressekonferenzen mit möglichst prominenten Gesprächspartnern in den Augen der Befragten noch deutlich häufiger eine Berichterstattung veranlassen.

Schließlich weisen vier der Befragten im Verlauf der Gespräche darauf hin, dass Wege aus der Armut nur wenig bekannt würden. Hervorragende Beispiele dazu, wie Armut überwunden werden kann, würden viele von ihnen eher in die Berichterstattung aufnehmen, wenn sie entsprechende Informationen und Anlässe hätten.

Damit zeigen die Journalistinnen und Journalisten in den Interviews sehr übereinstimmende Einschätzungen darüber, wie ein medialer Diskurs über Armut intensiviert werden könnte. Ihr Hinweis auf die Bedeutung von mediengerechten Anlässen für eine umfangreichere Behandlung von Armut in den Medien entspricht ihren Angaben über die zentralen Kriterien, nach denen Themen in die Berichterstattung aufgenommen werden (siehe Abschnitt 6.2.). Außerdem entspricht es den Befunden der Inhaltsanalyse: Sieben von zehn Beiträgen über Armut in den untersuchten Medien gehen auf ein Ereignis zurück, nur einer von zehn Beiträgen wurde ohne einen konkreten Ereignisbezug veröffentlicht.

2. Weiterbildungsangebote

Die Bedeutung von Workshops und Weiterbildungsangeboten für einen intensiveren medialen Diskurs über Armut schätzen die Befragten überwiegend gering ein. Nur drei Journalistinnen und Journalisten halten solche Angebote für sinnvoll, weil sie in ein komplexes Thema einführen und den Blick für Probleme der Armut schulen können. Alle weiteren Befragten (10) würden aus unterschiedlichen Gründen nicht an Workshops teilnehmen. Fünf Journalistinnen und Journalisten geben an, dass Weiterbildungsmaßnahmen viel zu zeitaufwändig seien und nicht mit den Ansprüchen ihres Berufsalltags zu vereinbaren seien. Drei Befragte halten Workshops für Themen im Zusammenhang mit Armut für zu speziell, als dass sie ihnen nutzen würden. Zwei Befragte äußern außerdem die Meinung, dass solche Workshops die Sensibilität für Themen im Zusammenhang mit Armut nicht erhöhen könnten. Ein Bewusstsein könne man nicht im Laufe eines Tages ändern, außerdem nähmen ohnehin nur Journalisten an einer Weiterbildung teil, die bereits eine gewisse Aufmerksamkeit für das Thema haben.

Damit erweisen sich Workshops insgesamt als eine Strategie, die nur punktuell eine gesteigerte mediale Aufmerksamkeit für Themen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung zur Folge haben kann. Sie setzen voraus, dass in einer hinreichenden Zahl von Medien überhaupt spezielle Zuständigkeiten für soziale Themen definiert sind. Erst in diesen Medien scheint sich eine spezielle Weiterbildung für den Arbeitsalltag der Journalistinnen und Journalisten inhaltlich anzubieten. Vor allem aber zeigen die Reaktionen der Befragten, dass ihnen die Zeit für Weiterbildungen fehlt. Dies entspricht den Befunden anderer Journalistenstudien, die ein sinkendes Zeitbudget sogar für die journalistischen Kerntätigkeiten ermitteln (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 80).

7. Fazit: Die Befunde der Studie und die öffentliche Wahrnehmung von Armut und sozialer Ausgrenzung

Die Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung ist besser als ihr Ruf – so zeigt es zumindest die Analyse der 17 ausgewählten Medien in einem zweiwöchigen Untersuchungszeitraum:

- Insgesamt berichten diese Medien über eine Vielzahl unterschiedlicher Themen, die verschiedene Facetten des weltweiten und vielschichtigen Phänomens Armut betreffen. Dabei konzentrieren sich die Medien zwar auf konkrete Ereignisse, die ihnen einen Anlass zur Berichterstattung bieten. Allerdings greifen sie gelegentlich auch Themen ohne äußere Anlässe auf und befassen sich mit Aspekten der Armut, die wegen ihrer gesellschaftlichen Relevanz als zeitlos aktuell gelten können. Ebenso ist die Berichterstattung über Neuigkeiten zwar ein zentrales Ziel der Redaktionen, jedoch bezieht sich fast die Hälfte der Beiträge – insbesondere bei Printmedien – auch auf Ereignisse, die mehr als eine Woche zurückliegen oder gar keinen konkreten Zeitbezug aufweisen (siehe Abschnitt 3.).
- Dabei werden Armut und Ausgrenzung von den Medien nicht zentral mit den einzelnen Schicksalen betroffener Menschen verknüpft. Vielmehr werden Probleme der Armut mit politischen und gesellschaftlichen Debatten, Systemmängeln und neuen statistischen Daten in Verbindung gebracht. Ein überwiegender Teil der untersuchten Beiträge nennt außerdem konkrete Ursachen und Folgen des beschriebenen Mangels. Immerhin die Hälfte der Beiträge enthält Vorschläge zur Überwindung von Armut. Damit wird deutlich, dass Fragen nach der strukturellen Bedingtheit durchaus zum Gegenstand der Medienberichterstattung werden. Da sich die Hälfte der untersuchten Beiträge auf Ereignisse und Entwicklungen in Deutschland beziehen, wird Armut als Problem des eigenen Landes beschreiben und nicht als fremdes Problem ausschließlich entfernter Weltregionen zugeschrieben. Als von Armut betroffene Menschen werden in der analysierten Berichterstattung verschiedene soziale Gruppen dargestellt (siehe Abschnitt 4.).
- Die Vermutung, dass Personalisierung, Emotionalisierung und Skandalisierung der Berichterstattung dazu beitragen, Sachfragen, Analysen und Problemzusammenhänge aus der öffentlichen Darstellung von Armut zu verdrängen, lässt sich für die untersuchten Medien insgesamt nicht bestätigen. Die Stilformen der Armutsberichterstattung sprechen mit erzählerisch-unterhaltenden oder nachrichtlichen Formaten verschiedene Publikumsgruppen an. Die sprachstilistische Gestaltung der Beiträge ist jedoch überwiegend neutral-informierend. Nur ein geringer Teil der Berichterstattung hat einen lockeren Sprachstil, einen geringen Abstraktionsgrad, eine große Personalisierung, emotionale Darstellungselemente oder eine skandalisierende Diktion (siehe Abschnitt 5.).

Mit diesen Befunden weist die untersuchte Armutsberichterstattung insgesamt eine größere inhaltliche Vielfalt und eine größere Problemorientierung auf, als auf der Basis der bisher vorhandenen Auseinandersetzungen mit dem Thema zu vermuten war (siehe Abschnitt 1.). Die analysierten Medien stellen unterschiedliche Probleme im Zusam-

menhang mit Armut und Ausgrenzung öffentlich dar und bringen sie mit unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen, Ursachen, Folgen und Lösungsmöglichkeiten in Verbindung. Im Untersuchungszeitraum konnten dadurch einzelne Bürgerinnen und Bürger ebenso wie die entscheidenden Institutionen und Akteure durchaus verschiedene Themen, Vorstellungen und Einstellungen zu Problemen der Armut und sozialen Ausgrenzung wahrnehmen.

Allerdings werden auf der Basis der vorliegenden Analyse auch Merkmale der Armutsberichterstattung erkennbar, die die öffentliche Reichweite von Armutsthematiken begrenzen – besonders dann, wenn man die ermittelten Merkmale auch auf Medien überträgt, die in dieser Studie nicht berücksichtigt wurden.

- Erstens berichten Teile der untersuchten Medien nur sehr selten über Armut und soziale Ausgrenzung. Es hängt daher deutlich von den jeweils genutzten Medien ab, inwiefern einzelne Menschen und Institutionen auf Probleme der Armut aufmerksam werden können. Dieser Befund verschärft sich, wenn man die Medienauswahl für die vorliegende Studie berücksichtigt: Die Analyse bezieht sich ausschließlich auf überregional berichtende Medien mit großen, meist gut ausgestatteten Redaktionen. Die Häufigkeit der Berichterstattung über Armut könnte daher deutlich geringer ausfallen, wenn man kleine Redaktionen mit beschränkten Ressourcen in den Blick nimmt. Denn insgesamt steht den Redaktionen heute immer weniger Personal für eigene Recherchen zur Verfügung (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006). Dies hat zur Folge, dass auch Themen im Zusammenhang mit Armut aufgrund von personellen Mängeln gegebenenfalls nicht (tagesaktuell) umgesetzt werden können und daher nicht veröffentlicht werden.
- Zweitens ist die Sichtbarkeit von Armutsthemen in den Medien eher gering. Ein großer Teil der untersuchten Beiträge wird an wenig prominenten Stellen im Angebot platziert und findet damit gegebenenfalls nur wenig Beachtung des Publikums.
- Drittens zeigen sowohl die analysierten Beiträge als auch die befragten Journalistinnen und Journalisten die Bedeutung aktueller Ereignisse als Anlässe der Berichterstattung auf. Das hat zur Folge, dass Probleme im Zusammenhang mit Armut überwiegend in Abhängigkeit von konkret darstellbaren Ereignissen zum Gegenstand der Berichterstattung werden. Themen, die ohne einen konkreten Anlass gelegentlich in der Berichterstattung auftauchen, werden eher zufällig von einzelnen Journalistinnen und Journalisten entdeckt und nicht systematisch in den Medien behandelt. Auch diese Einschränkung gewinnt an Gewicht, wenn man die Medienauswahl für diese Studie berücksichtigt: In kleineren, schlechter ausgestatteten Redaktionen stehen wahrscheinlich grundsätzlich wenige Kapazitäten für eigene Themensetzungen zur Verfügung. Hinzu kommt eine spezielle Beschränkung der Berichterstattung über Armut: Von Armut betroffene Personen ziehen sich eher aus der Öffentlichkeit zurück und sind wegen finanzieller Mängel oft von gesellschaftlicher Teilhabe ausgeschlossen. Sie sind in der Regel nicht organisiert, weshalb ihre Anliegen und Probleme nicht systematisch und durch eine funktionierende Öffentlichkeitsarbeit mit konkreten Anlässen für die Medien aufbereitet werden.

- Viertens wird die mediale Darstellung von Armut durch die redaktionellen Zuständigkeiten für diesen Themenbereich begrenzt. Selbst in den gut ausgestatteten Redaktionen, die hier untersucht wurden, sind nur selten spezielle Verantwortlichkeiten für Themen im Zusammenhang mit Armut definiert. Allerdings hängt es erkennbar von einer solchen organisatorischen Verankerung ab, ob Themen auch jenseits besonderer Ereignisse medial behandelt werden. Es ist anzunehmen, dass kleinere Redaktionen mit weniger Ressourcen noch seltener Strukturen aufweisen, die eine Berichterstattung über Armut jenseits aktueller Anlässe begünstigen.
- Fünftens werden auch in der vielfältigen Armutsberichterstattung, die im Untersuchungszeitraum vorzufinden war, stereotype Muster der Armut kommuniziert. So werden von Armut betroffene Personen in den Texten eher in Gruppen statt als Einzelpersonen dargestellt. Sie sind nur selten Quellen der Berichterstattung, noch seltener kommen sie in wörtlichen Zitaten selbst zu Wort. Besonders häufig bringen die Medien Kinder in Verbindung mit Armutsthemen – auch jenseits kinderspezifischer Themen. Die Abbildungen, die in den Print- und Onlinemedien im Zusammenhang mit Armut stehen, bestärken diese stereotype Darstellung. Dadurch wird die öffentliche Darstellung von Armut auf die Problemlagen ausgewählter Bevölkerungsgruppen reduziert.

Alles in allem zeigt sich, dass die Frage nach dem Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung nur mit einem differenzierten Fazit zu beantworten ist: Einerseits hängt es deutlich von den einzelnen Medien und ihren Redaktionen ab, ob und wie Themen im Zusammenhang mit Armut zum Gegenstand der Berichterstattung werden. Während einige Redaktionen sowohl über die Ausstattung als auch den Anspruch verfügen, Themen selbst zu entdecken und durch eigenen Recherchen aufzubereiten, hängen (viele) andere Medien deutlich von äußeren, aktuellen Anlässen ab, die eine Berichterstattung motivieren. Nimmt man andererseits die Berichterstattung über Armut insgesamt in den Blick, so wird deutlich, dass Armut in ihren verschiedenen Ausprägungen durchaus öffentlich thematisiert und analysiert wird. Von einer grundsätzlichen Verdrängung des Themas aus der Öffentlichkeit kann nach den Befunden dieser Studie daher keine Rede sein.

8. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Die Schlussfolgerungen dieses Berichts sollen zeigen, wie die Befunde der vorliegenden Studie im Rahmen des EJ 2010 dazu genutzt werden können, das Bewusstsein von Medienvertretern für Themen im Zusammenhang von Armut zu schärfen und die Medien für eine umfassende Berichterstattung über diesen Themenbereich zu gewinnen. Dazu werden aus den ermittelten Strukturen und Strategien der Armutsberichterstattung entsprechende Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Sowohl die untersuchten Medieninhalte als auch die befragten Journalistinnen und Journalisten weisen vor allem auf die Bedeutung aktueller Anlässe für die Armutsberichterstattung hin (siehe Abschnitte 3.2. und 6.2.). Da Armut und soziale Ausgrenzung in der Regel langfristige und kontinuierliche Problemlagen darstellen, werden in diesen Themenbereichen nicht ohne weiteres aktuelle Anlässe erkennbar. Zudem suchen von Armut betroffene Menschen nur selten die Öffentlichkeit, sondern ziehen sich eher zurück.

Die Medienstrategie sollte vor allem darauf ausgerichtet sein, in regelmäßigen Abständen *Anlässe* für die Medienberichterstattung zu erzeugen, indem neue Erkenntnisse und Entwicklungen im Zusammenhang mit Armut umfassend öffentlich präsentiert werden.

Dabei sollten die möglichen Anlässe der Berichterstattung möglichst selten ausschließlich in Form von Pressemitteilungen kommuniziert werden. Die befragten Journalistinnen und Journalisten halten zusätzliche oder anders gestaltete Pressemitteilungen für keinen geeigneten Weg, um eine größere Öffentlichkeit für Probleme der Armut herzustellen. Da es ohnehin zu viele Pressemitteilungen gebe, gingen Informationen auf diesem Wege eher unter. Zudem sei es wichtig, dass nicht nur über eine Presseinformation, sondern über ein konkretes Ereignis berichtet werden könne (siehe Abschnitt 6.3.).

Es empfiehlt sich, die Medien möglichst häufig in Form von *Pressekonferenzen* zu informieren. Dadurch wird ein Ereignis geschaffen, das als Berichterstattungsanlass dienen kann. Dabei verhelfen möglichst prominente Gesprächspartner zu einer besonderen medialen Beachtung von Armut und sozialer Ausgrenzung.

Anlässe, die immer wieder zu einer Berichterstattung über Armut und Ausgrenzung führen, sind vor allem Studien, Berichte und Statistiken, die von Forschungseinrichtungen, Ministerien, Verbänden und Behörden stammen (siehe Abschnitt 3.2.). In der Befragung äußern die Journalistinnen und Journalisten ihr Interesse an neuen Forschungsergebnissen und statistischem Material über die verschiedenen Facetten der Armut (siehe Abschnitt 6.3.).

Um eine gesteigerte mediale Aufmerksamkeit für Probleme der Armut und sozialen Ausgrenzung zu erhalten, empfiehlt es sich, *Forschung* über einzelne Problembereiche in Auftrag zu geben und die Ergebnisse öffentlich vorzustellen. Im Rahmen des EJ 2010 kann auch eine *wissenschaftliche Konferenz*, die Armut in Europa vergleicht, den Medien Anlass zur Berichterstattung bieten und gegebenenfalls sogar zu einer Serie von Beiträgen führen. Um den Zeitaufwand für die Medienvertreter möglichst gering zu halten, bietet sich eine *abschließende Pressekonferenz* zu einer solchen Tagung an.

Ein Teil der Befragten weist darauf hin, dass Wege aus der Armut nur wenig öffentlich bekannt würden. Hervorragende Beispiele dazu, wie Armut überwunden werden kann, würden die Journalistinnen und Journalisten eher in die Berichterstattung aufnehmen, wenn sie entsprechende Informationen und Anlässe hätten (Kapitel 6.3.).

Erfolgversprechend erscheint es, im Rahmen einer Presseveranstaltung *Wege aus der Armut* vorzustellen. Wichtig dabei ist, dass nicht nur erfolgreiche Einzelfälle präsentiert werden, damit sich die Berichterstattung nicht auf nur auf diese einzelnen Beispiele konzentriert. Vielmehr sollten, etwa im Rahmen von Kurzvorträgen, Strukturen zur Überwindung von Armut beschrieben und am Beispiel einzelner Personen illustriert werden.

Für die Medienstrategie des EJ 2010 empfiehlt es sich ferner, die unterschiedlichen redaktionellen Strukturen und Strategien der Armutsberichterstattung in den einzelnen Medienbereichen zu beachten (siehe Abschnitte 6.1. und 6.2.). Ein großer Teil der überregionalen Medien verfügt über Hauptstadtreaktionen in Berlin. Größere Presseveranstaltungen zu Themen im Zusammenhang mit Armut können also vor Ort ausgerichtet werden. Darüber hinaus erreichen jedoch auch regionale Medien einen großen Teil der Öffentlichkeit. Ebenso verfügen die überregionalen Medien über Regionalredaktionen bzw. -korrespondenten. Diese bieten den Hauptredaktionen immer wieder Beiträge im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung an (siehe Kapitel 6.1.).

Eine erfolgreiche Medienstrategie ist auch regional verankert. Kurze *Regionalkonferenzen*, auf denen die Probleme der Armut und sozialen Ausgrenzung vor Ort beschrieben und Lösungsvorschläge aufgezeigt werden, finden ihren Weg nicht nur in die Regionalmedien, sondern werden gegebenenfalls auch überregional veröffentlicht. Ebenso aussichtsreich ist es, die *Projekte des EJ 2010* mit regionalem Bezug jeweils in ihrer Region in einer Pressekonferenz umfassend vorzustellen.

Von Armut betroffene Personen stehen in der untersuchten Medienberichterstattung selten im Mittelpunkt (siehe Abschnitte 4.1. und 4.4.), obwohl die befragten Journalistinnen und Journalisten Einzelfälle als Beispiele für die Berichterstattung bevorzugen. Dennoch kommen von Armut Betroffene in den Medien selten selbst in Form von Zitaten zu Wort (siehe Abschnitt 4.5.). Auch die Bilder in Print- und Onlinemedien stellen arme Menschen in Deutschland selten dar und verwenden dann eher stereotype Abbildungen von obdachlosen und bettelnden Menschen (siehe Abschnitt 5.3.). Allerdings

sind von Armut Betroffene für die Medien eine schwer zugängliche Bevölkerungsgruppe, die allenfalls schwach organisiert ist und sich im Vergleich zu anderen sehr wenig in der Öffentlichkeit präsentiert. Daher ist es – gerade für Redaktionen mit geringen Ressourcen – eine Herausforderung, von Armut betroffene Ansprechpartner zu finden, die sich für die Berichterstattung zur Verfügung stellen.

Eine angemessene Darstellung von Armut betroffener Menschen in der Öffentlichkeit kann gefördert werden, indem Behörden und Verbände von Armut betroffene *Ansprechpartner für die Medien* ermitteln und vermitteln.

Die befragten Journalistinnen und Journalisten schätzen die Bedeutung von Workshops und Weiterbildungsangeboten für einen intensiveren medialen Diskurs über Armut überwiegend gering ein. Vor allem fehlten die Zeit und der Nutzen einer solchen Spezialisierung (siehe Abschnitt 6.3.).

Anstelle von Workshops mit Weiterbildungscharakter ist es erfolgversprechender, konkrete Ereignisse und Entwicklungen im Zusammenhang mit Armut in einzelnen *Presseveranstaltungen* zu präsentieren. Anders als in Workshops erhalten die Journalistinnen und Journalisten mit diesen Veranstaltungen die Gelegenheit für eine Berichterstattung.

Ein Großteil der befragten Journalistinnen und Journalisten weist darauf hin, dass Armut als Medienthema in den vergangenen Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen habe. Das Interesse der Medien und ihres Publikums an Informationen über Probleme der Armut und sozialen Ausgrenzung sei insgesamt sehr groß. Auch erfolgreiche Wege aus der Armut finden ihrer Meinung nach große Aufmerksamkeit (siehe Abschnitt 6.3.). Die Medienstrategie des EJ 2010 kann daher auf einem grundsätzlich großen Interesse der Öffentlichkeit für Themen im Zusammenhang mit Armut aufbauen.

Allerdings wurde in der durchgeführten Untersuchung nur ein kleiner Ausschnitt der Medien in den Blick genommen: Ausschließlich journalistische Medienangebote mit überregionaler Verbreitung wurden analysiert (siehe Abschnitte 1. und 2.1.). Es ist allerdings anzunehmen, dass die öffentliche Wahrnehmung von Armut und sozialer Ausgrenzung nicht nur durch die journalistische Berichterstattung, sondern auch durch unterhaltende Medienangebote im Fernsehen bestimmt wird. Insbesondere die so genannten Talkshows, Reality-Shows und Doku-Soaps stellen Formate dar, in denen unter Umständen ein völlig anderes Bild der Armut gezeichnet wird als in den untersuchten journalistischen Medien.

Um ein vollständiges Bild der medialen Darstellung von Armut und sozialer Ausgrenzung zu erhalten und in der Medienarbeit berücksichtigen zu können, empfiehlt sich eine Analyse der Unterhaltungsformate im Fernsehen.

Literaturverzeichnis

Bundesregierung (2008): Lebenslagen in Deutschland. Dritter Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung. Bundesanzeiger Verlag: Köln.

Butterwegge, Christoph (2009): Vom medialen Tabu zum Topthema? Armut in Journalismus und Massenmedien. In: Journalistik Journal, Jg. 12, Nr. 2. Seiten: 30-31.

Dame, Florentine (2009): Framing ‚neue Armut‘. Der Deutungskampf um ein soziales Problem in der medialen Arena. Unveröffentlichte Magisterarbeit am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Groebel, Jo (2005): Kultivierungshypothese. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinstüber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK. Seiten: 189-194.

Kelle, Udo (2007): Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung. Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte. Wiesbaden: VS.

Koch, Ansgar (2009): Visuelle Stereotype im öffentlichen Zuwanderungsdiskurs? Pressefotos von Migranten in deutschen Tageszeitungen. In: Petersen, Thomas/Schwender, Clemens (Hrsg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem. Seiten: 58-78.

Lobinger, Katharina (2009): Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Bild-Text-Interaktionen. In: Petersen, Thomas/Schwender, Clemens (Hrsg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem. Seiten: 109-123.

Luhmann, Niklas (²1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mann, Lena/Tosch, Jana (2005): Armut im Blickfeld. Darstellung und Wahrnehmung durch die Medien. In: Zentrum für transdisziplinäre Geschlechterforschung (Hrsg.): Armut und Geschlecht. ZTG Bulletin 29+30. Seiten: 161-171.

Mayring, Philipp (⁶1997): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.

Meier, Klaus (2007): Journalistik. Konstanz: UTB/UVK.

Reinemann, Carsten (2003): Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart. Köln: Böhlau.

Rössler, Patrick (2005): Agenda-Setting. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinstüber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK. Seiten: 11-13.

Ruhrmann, Georg/Woelke, Jens/Maier, Michaela/Diehlmann, Nicole (2003): Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Opladen: Leske + Budrich.

Ruhrmann, Georg (2005): Nachrichtenselektion. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinsteuber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK. Seiten: 317-320.

Schanne, Michael (1996): Armut in den Medien. In: Meier, Werner A./Schanne, Michael (Hrsg.): Gesellschaftliche Risiken in den Medien. Zur Rolle des Journalismus bei der Wahrnehmung und Bewältigung gesellschaftlicher Risiken. Zürich: Seismo. Seiten: 185-205.

Scholl, Armin (²2009): Die Befragung. Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. 2. Auflage. Konstanz: UVK.

Stang, Richard (2008): Armut und Öffentlichkeit. In: Huster, Erst-Ulrich/Boeckh, Jürgen/Mogge-Grotjahn, Hildegard (Hrsg.): Handbuch Armut und soziale Ausgrenzung. Wiesbaden: VS. Seiten: 577-588.

Vock, Rita (2009): Was ist wichtig? Eine Kritik der Nachrichtenauswahl. In: Journalistik Journal, Jg. 12, Nr. 2. Seiten: 14-15.

Weischenberg, Siegfried (³2004): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. 3. Auflage. Wiesbaden: VS.

Weischenberg, Siegfried (2001): Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitätsstandards für die Medienpraxis. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK.

C. Anhang

A1. Untersuchungsdesign

Entsprechend des Forschungsauftrags kombiniert die vorliegende Studie eine Inhaltsanalyse von 17 Nachrichtenmedien mit einer telefonischen Befragung von verantwortlichen Journalistinnen und Journalisten dieser Medien. Im Folgenden werden die Konzeption und Durchführung von Inhaltsanalyse und Befragung dargelegt sowie in ihrer Reichweite und Gültigkeit eingeordnet.

A1.1. Konzeption und Durchführung der Inhaltsanalyse

Der Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung wurde im ersten Untersuchungsschritt mit einer Inhaltsanalyse untersucht. Die Inhaltsanalyse erfasst in einem Untersuchungszeitraum von 14 Tagen alle Text-, Bild- und Bewegtbildbeiträge, die in den 17 von der Auftraggeberin ausgewählten zentralen Nachrichtenmedien zu den Themenbereichen Armut und soziale Ausgrenzung publiziert wurden.

Tabelle 1: Medien der Inhaltsanalyse

| Mediengattung | Titel | Erscheinungsweise | Anzahl der Ausgaben im Untersuchungszeitraum |
|----------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------|
| Printmedien | Süddeutsche Zeitung | werktägl. (mo-sa) | 12 |
| | Frankfurter Allgemeine Zeitung | werktägl. (mo-sa) | 12 |
| | tageszeitung (taz) | werktägl. (mo-sa) | 12 |
| | BILD | werktägl. (mo-sa) | 12 |
| | BILD am Sonntag | wöchentl. (so) | 2 |
| | Die Zeit | wöchentl. (do) | 2 |
| | Der Spiegel | wöchentl. (mo) | 2 |
| | Focus | wöchentl. (mo) | 2 |
| | Fernsehen | ZDF heute (19.00 Uhr) | tägl. |
| ZDF heute journal | | tägl. | 14 |
| ARD Tagesschau (20.00 Uhr) | | tägl. | 14 |
| ARD Tagesthemen | | tägl. | 14 |
| RTLaktuell (18.45 Uhr) | | tägl. | 14 |
| Hörfunk | DLF Informationen am Morgen (5-9 Uhr) | mo-sa | 12 |
| | RBB Inforadio Berlin-Brandenburg (5-9 Uhr) | tägl. | 14 |
| Online-Medien | Spiegel Online | tägl. | 14 |
| | Frankfurter Rundschau Online | tägl. | 14 |
| Summe der untersuchten Ausgaben | | | 180 |

Diese Medienangebote wurden im Zeitraum vom 2.11.2009 bis 15.11.2009 (Kalenderwoche 45 und 46) auf ihre Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung untersucht. Grundlage waren jeweils die gesamten Medienangebote, inklusive ihrer Verlagsbeilagen. Ausgenommen waren bei der Süddeutschen Zeitung das „Süddeutsche Magazin“ sowie die Beilage „The New York Times International Weekly“, welche mit eigenen Redaktionen als eigenständige Medienangebote gelten.

Bei den Online-Medien musste außerdem der Umfang, welcher durch ihre Link- und Archivstruktur fast unbegrenzt ist, für die Analyse definiert werden. Darüber hinaus haben Online-Medien keine festgelegte Erscheinungshäufigkeit, sondern verändern ihr Angebot ständig. In Abstimmung mit der Auftraggeberin wurde daher ein forschungspraktisch realisierbarer Modus festgelegt, nach dem die Analyseeinheiten bestimmt wurden. So wurde der Stand der Online-Angebote täglich um ca. 12 Uhr mittags festgehalten. Es wird davon ausgegangen, dass zu diesem Zeitpunkt die aktuellen Beiträge des Vormittags in den Online-Auftritten aufgenommen worden sind. Die Beiträge, die nachmittags und nachts veröffentlicht werden, sind in der Regel auch um 12 Uhr noch auf den vorderen Seiten des Angebots erkennbar. Um den Umfang der Analyse trotz der Link- und Archivstrukturen nachvollziehbar zu begrenzen, wurden ferner alle Beiträge auf den Startseiten der Online-Angebote berücksichtigt, außerdem wurden die Ressortseiten der Ressorts „Politik“, „Wirtschaft“ und „Panorama/Gesellschaft“ mit allen auf den Übersichtsseiten angezeigten Artikel analysiert. Bei dem Angebot von FR Online wurden außerdem die Rubriken „Frankfurt & Hessen/Nachrichten“ sowie „Video-Nachrichten“ berücksichtigt. Eine erste Durchsicht der zur untersuchenden Angebote hat gezeigt, dass auf diese Weise diejenigen Rubriken berücksichtigt werden, in denen Themen im Zusammenhang mit Armut und sozialer Ausgrenzung mit größter Wahrscheinlichkeit erscheinen oder mit denen sie mindestens mit einem Link verbunden sind. Außerdem erreichen Beiträge, die auf tieferen Ebenen des Angebots verlinkt sind, im Untersuchungszeitraum nicht (mehr) eine große Öffentlichkeit, sondern nur noch gezielt Suchende. Daher sind sie nicht zentral dafür geeignet, die aktuelle Herstellung von Öffentlichkeit für Armutsthemen zu untersuchen.

Auswahl der Beiträge

Bei der Auswahl der Beiträge wurde ein breiter Begriff von Armut und sozialer Ausgrenzung zu Grunde gelegt, um möglichst die gesamte Bandbreite der Berichterstattung über das vielschichtige Phänomen zu berücksichtigen. In Anlehnung an den „Dritten Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung“ (2008: 286) wird Armut als Mangel an Teilhabe- und Verwirklichungschancen verstanden. Neben Armut als Situation der ökonomischen und materiellen Unterversorgung wird auch die mangelnde Teilhabe am wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Leben berücksichtigt. Armut als Thema der Medienberichterstattung wird also dann beobachtet, wenn eine finanzielle und materielle Unterversorgung oder ein Mangel in zentralen Lebenslagedimensionen wie Erwerbsbeteiligung, Bildung, Gesundheitsversorgung, Wohnen sowie politische und gesellschaftliche Partizipation thematisiert wird.

Als Gegenstand der Inhaltsanalyse wurden alle Beiträge in den genannten Medien ausgewählt, welche im Titel, in der Leadzeile oder in der Moderation explizit Armut, Verarmung, Not, Verelendung, Ausgrenzung, soziale Benachteiligung oder Bedürftigkeit thematisieren oder auf den Mangel an Erwerbsbeteiligung, Bildung, Gesundheitsversorgung (inkl. Ernährung), Wohnmöglichkeiten, Partizipation und Entwicklungsmöglichkeiten verweisen. Diese breite und wenig eingeschränkte Beschreibung eröffnet ein relativ weites Themenfeld, innerhalb dessen die Medien über Armut, Armutsrisiken und soziale Ausgrenzung berichten konnten. Ausgeschlossen wurden jene Beiträge, in denen Themenaspekte aufgegriffen werden, die zwar empirisch eng mit Armut und Ausgrenzung verknüpft sind (z.B. Krankheiten, Kriminalität, Bildung, Migration), in denen innerhalb des Beitrags aber kein expliziter Zusammenhang mit Armut, Armutsrisiken und Ausgrenzung hergestellt wird. Ausgeschlossen wurden ebenfalls die (wenigen) Beiträge, deren Bebilderung zwar auf Armut verwies, die im Text jedoch keinen Bezug zu Armutsthematiken hatten (Beispiel: ein Bericht über den neuen Entwicklungsminister Niebel im Spiegel 45/2009 mit einem Bild von Kindern in Bangladesch).

Für die Auswahl der Beiträge wurden folgende Filterschritte angewandt:

1. Beim Sichten: Was ist das Thema des Beitrags? Werden Armut oder Armutsrisiken thematisiert? Armut und Armutsrisiken werden von Ungerechtigkeit, Ungleichheit, Unfreiheit, Gewalt etc. unterschieden.
 - Wenn Armut als Verarmung, Not, Verelendung, Ausgrenzung, soziale Benachteiligung oder Bedürftigkeit, als Mangel an Erwerbsbeteiligung, Bildung, Gesundheitsversorgung (inkl. Ernährung), Wohnmöglichkeiten, Partizipation und Entwicklungsmöglichkeiten betroffen sind, wird der Beitrag in die Medienauswahl aufgenommen.
 - Wenn Themenaspekte thematisiert werden, die empirische eng mit Armutsrisiken verknüpft sind (Arbeitslosigkeit, Niedriglöhne, Verschuldung, Geringqualifizierung, Migration, Krankheit, Behinderung, Sucht, Renten, etc.), wird eine zweite Prüfung vorgenommen:
2. Beitrag genauer prüfen: Der Beitrag wird dann in die Medienauswahl aufgenommen, wenn das Armutsrisiko in seinem Zusammenhang mit Armut und Mangel expliziert wird (z.B. Schulabschlüsse im Zusammenhang mit Armut, Zuwanderung als Ursache für Armut, etc.).¹¹

Mit dem beschriebenen Verfahren wurden im Untersuchungszeitraum 75 Beiträge über Armut und Armutsrisiken in den untersuchten Medien identifiziert.

¹¹ Beispielsweise war Arbeitslosigkeit im Untersuchungszeitraum ein wichtiges Medienthema, weil die ehemaligen Quelle-Mitarbeiter gegen ihre kurzfristige Entlassung protestierten und die Beschäftigten von Opel sich um ihre Arbeitsplätze sorgten, nachdem General Motors die Entscheidung bekannt gegeben hatten, Opel nicht zu verkaufen. Dennoch wurde diese Berichterstattung nicht in die vorliegende Untersuchung aufgenommen, weil sie in keinem Fall den Zusammenhang von Arbeitslosigkeit mit Armut und Armutsrisiken als zentrales Thema beinhaltete.

Tabelle 2: Analytierte Medienbeiträge über Armut und soziale Ausgrenzung

| Medium | Datum | Seite/Sende- minute | Überschrift/Thema |
|--------------|------------|------------------------|-------------------------------------------------------|
| SZ | 02.11.2009 | 19 | Reich und trotzdem arm |
| SZ | 02.11.2009 | 6 | „Die großen Aufgaben warten nicht“ |
| SZ | 02.11.2009 | 18 | Auf der Spur von Robin Hood |
| SZ | 03.11.2009 | 19 | Sechs Euro im Monat zum Leben |
| SZ | 03.11.2009 | 9_3 | Alles ist erleuchtet |
| SZ | 05.11.2009 | 25 | Reden über das Unsagbare |
| SZ | 10.11.2009 | 19_3 | Regionale Hartz IV-Sätze |
| SZ | 10.11.2009 | 8_3 | Zwang zum Glück |
| SZ | 11.11.2009 | 26_3 | Von einem, der an der Flasche hängt |
| SZ | 11.11.2009 | 1_1 | Warten auf Hilfe |
| SZ | 12.11.2009 | 19_1 | Otto gründet Vorzeigefabrik in Bangla- desch |
| SZ | 13.11.2009 | 33_3 | Vergessene Grenze zwischen Arm und Reich |
| SZ | 13.11.2009 | 19_3 | Das Versagen der Helfer |
| SZ | 05.11.2009 | 5_3 | Volljährig mit 16 |
| SZ | 05.11.2009 | 5_3 | Angst vor Hartz IV-Gegnern |
| SZ | 04.11.2009 | 19_3 | Förderung mit Folgen |
| SZ | 14.11.2009 | 27_3 | Adidas für Arme |
| FAZ | 02.11.2009 | 11 | Farbe für die Sonnenstadt |
| FAZ | 04.11.2009 | B6 | Freiraum fürs Leben |
| FAZ | 06.11.2009 | 16_3 | Mehr Grundsicherung |
| FAZ | 06.11.2009 | 16_3 | „Klimawandel trifft Arme extrem hart“ |
| Faz | 10.11.2009 | 7_3 | Kritik an Australiens Regierung |
| FAZ | 10.11.2009 | 13_3 | Sinn regt Staffelung von Hartz IV an |
| FAZ | 11.11.2009 | 13_3 | Gegen abgestufte Hartz IV-Sätze |
| FAZ | 12.11.2009 | 13_3 | Aufruf zum Hungerstreik |
| FAZ | 14.11.2009 | 8_3 | Manchmal hilft der Blick auf ein Einzel- schicksal |
| taz | 02.11.2009 | 10 | „Schlimmer als Dantes Inferno“ |
| taz | 02.11.2009 | 21_1 | Nächster Halt: Bahnhofsbank |
| taz | 03.11.2009 | 11 | USA versuchen Politikwechsel |
| taz | 04.11.2009 | 9 | Frauen als billige Produzenten |
| taz | 04.11.2009 | 21_1 | Reisefreiheit für Asylbewerber |
| taz | 06.11.2009 | 06_3 | Grundsicherung immer öfter benötigt |
| taz | 11.11.2009 | 10_3 | Die Mauer zwischen Afrika und Europa steht |
| taz | 12.11.2009 | 10_3 | Hunger hindert Kinder an normaler Ent- wicklung |
| taz | 12.11.2009 | 7_3 | „Alte leben nicht auf Kosten Jüngerer“ |
| taz | 04.11.2009 | 05_3 | Im gelobten Land |
| taz | 13.11.2009 | 5_3 | Eine Mauer um die Armut |
| taz | 14.11.2009 | 11_3 | Ohne Titel (alleinstehendes Bild) |
| taz | 14.11.2009 | 31_3 | „Ich schwitze mehr“ |
| taz/Le Monde | 13.11.2009 | 8_3 | Hungernde Bauern |
| taz/Le Monde | 13.11.2009 | 9_3 | Käse aus Kenia |
| taz/Le Monde | 13.11.2009 | 3 | Menschenrechte für die Schwächsten |

| | | | |
|-------------------|------------|----------|----------------------------------------------------|
| Bild | 02.11.2009 | 11 | 50 Cent retten diesen kleinen Jungen vor dem Tod |
| Bild | 07.11.2009 | 1_1 | Mehr Asylbewerber |
| Die Zeit | 05.11.2009 | 23 | Wo bleibt die Gerechtigkeit? |
| Die Zeit | 12.11.2009 | 6_3 | Die vergessenen Flüchtlinge |
| Die Zeit | 12.11.2009 | 47_1 | Die Würde der Armut |
| Die Zeit | 12.11.2009 | 8_3 | Heute schon gegessen? |
| Der Spiegel | 02.11.2009 | 109 | Gefährliches Wachstum |
| Der Spiegel | 02.11.2009 | 38 | Bier oder Bildung |
| Focus | 02.11.2009 | 184f | Die Rächer der Armen |
| Focus | 09.11.2009 | 172_3 | Obdachlose an die Arbeitsfront für Olympia 2014? |
| ZDF heute | 05.11.2009 | 8:20:00 | Mehr Grundsicherungs-Empfänger 2009 |
| ZDF heute | 04.11.2009 | 11:30:00 | Weniger Schuldner in Deutschland |
| ZDF heute journal | 05.11.2009 | 15:20:00 | Mehr Grundsicherungs-Empfänger 2009 |
| ARD Tagesschau | 05.11.2009 | 9:54:00 | Mehr Grundsicherungs-Empfänger 2009 |
| ARD Tagesschau | 06.11.2009 | 9:22:00 | Konferenz: Auswirkungen des Klimawandels |
| ARD Tagesthemen | 05.11.2009 | 14:05:00 | Mehr Grundsicherungs-Empfänger 2009 |
| ARD Tagesthemen | 13.11.2009 | 12:01:00 | AIDS-krankte Kinder und Jugendliche in der Ukraine |
| RTL aktuell | 12.11.2009 | 3:42:00 | Kinderheim in Rumänien |
| DLF | 02.11.2009 | 0:10:35 | Unterversorgung Armer bei Impfung gegen Malaria |
| DLF | 02.11.2009 | 01:13:47 | Gesunkenes Flüchtlingsboot vor Australien |
| DLF | 06.11.2009 | 03:17:50 | Woche der Bibliothek - arme Kinder lesen |
| DLF | 10.11.2009 | 01:02:22 | Hurricane Ida - Lebensmittel-Unterstützung |
| DLF | 13.11.2009 | 00:39:30 | Israels Pläne für Flüchtlinge und Asylsuchende |
| RBB | 02.11.2009 | 01:04:20 | Spanien: Flüchtlinge in Lagern |
| Spiegel Online | 09.11.2009 | | Regional gestaffelte Hartz IV-Sätze |
| Spiegel Online | 12.11.2009 | | Neue Heimat Campingplatz |
| Spiegel Online | 13.11.2009 | | Uno-Generalsekretär hungert |
| FR Online | 03.11.2009 | | Scheibenwaschen verboten |
| FR Online | 03.11.2009 | | Fußball als Hoffnungsträger (Video) |
| FR Online | 06.11.2009 | | Mehr Alte brauchen Hilfe |
| FR Online | 06.11.2009 | | Abschöpfen für die Armen |
| FR Online | 12.11.2009 | | Arme an der Kirchentür |
| FR Online | 06.11.2009 | | Schuldenfalle schnappt 2010 zu |

Variablen der Analyse

Analyseeinheit ist der Beitrag (Print, Online, Hörfunk und TV) über Armut und soziale Ausgrenzung. Erhoben wurden folgende Variablen:

Tabelle 3: Variablen der Inhaltsanalyse

| | |
|------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Titel | Akteure: Zuordnung |
| Medium | Akteure: Geschlecht |
| Erscheinungstag | Akteure: Alter |
| Position | Akteure: Wörtliche Zitation |
| Ressort | Quellen der Berichterstattung |
| Sichtbarkeit | Darstellungsform |
| Autorenschaft | Sprachstils |
| Autorenschaft/Geschlecht | Abstraktionsgrad der Darstellung |
| Umfang | Emotionalität der Darstellung |
| Anmoderation/Abmoderation (TV, Hörfunk) | Personalisierung |
| Teaser/Ankündigung (TV, Hörfunk) | Tenor der Berichterstattung |
| Hauptthema* | Skandalisierung/Dramatisierung |
| Nebenthema 1* | Urheber der Anprangerung |
| Nebenthema 2* | Anzahl Abbildungen (Print, Online) |
| Anlass des Beitrags* | Abbildungen: Größe |
| Aktualität | Abbildungen: Bildgattung |
| Ereignisation | Abbildungen: Bildmotive* |
| thematischer Bezug | Abbildungen: Einstellungsgröße |
| Dimension der Armut | Abbildungen: Kameraperspektive |
| Ursachen der Armut* | Abbildungen: Personen- vs. Sachdominanz |
| Folgen der Armut* | Abbildungen: Abstraktionsgrad |
| Vorschläge zur Überwindung des Mangels* | Abbildungen: Bezug zum Text |
| Urheber des Lösungsvorschlags | Abbildungen: Emotionsgehalt |
| Nennung von Armut betroffener Personen | Abbildungen: Akteure - Zuordnung |
| Zuordnung von Armut betroffener Personen | Abbildungen: Akteure - Namensnennung |
| | Abbildungen: Akteure - Geschlecht |
| | Abbildungen: Akteure - Alter |
| | Abbildungen: Akteure - Aktivität |

* Diese zentralen Variablen wurden qualitativ erhoben. Themen, Anlässe, beschriebene Ursache und Folgen der Armut sowie Bildmotive wurden offen erfasst und induktiv in Kategorien zusammengefasst.

Zuverlässigkeit und Reichweite der Analyse

Nach einer intensiven Codiererschulung und durch die enge Zusammenarbeit der beiden Codiererrinnen konnte eine sehr große Reliabilität von 0.9 erreicht werden. Das heißt: Bei Vergleichsmessungen der zentralen inhaltlichen Variablen werteten die Codiererrinnen überwiegend gleich aus, so dass die Messung als sehr zuverlässig gelten kann.

Dennoch unterliegt die Analyse einer Beschränkung, die mit der geringen Fallzahl von 75 Beiträgen einhergeht. Die geringe Fallzahl resultiert aus der Beschränkung des Untersuchungszeitraums auf 14 Tage und aus der Beschränkung der untersuchten Medien auf die genannten 17 Nachrichtenmedien. Sie hat Folgen für die Auswertung, Darstel-

lung und die Interpretation der Befunde: Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt aufgrund der Fallzahl von unter 100 Beiträgen nicht anhand exakter Prozentwerte, sondern mit in Schritten von fünf Prozentpunkten gerundeten Werten. Dies ist notwendig, um in der Darstellung nicht eine Exaktheit zu suggerieren, die auf der Basis von 75 Fällen nicht besteht. Bei der Interpretation der Befunde sind Abweichungen von fünf Prozentpunkten daher noch nicht als Unterschied zu verstehen. Zudem können die Analysekategorien aufgrund der geringen Fallzahl nicht innerhalb der verschiedenen Medientypen differenziert dargestellt werden.

Die Reichweite der Inhaltsanalyse wird durch die bewusste Medienauswahl und den Untersuchungszeitraum geprägt: Mit den 17 ausgewählten Nachrichtenmedien bezieht sich die Untersuchung auf überregional verbreitete Medien, die über große Redaktionen mit einer verhältnismäßig guten personellen Ausstattung verfügen. Ein großer Teil der untersuchten Angebote gilt als Qualitätsmedien. Mit *Bild* und *Bild am Sonntag* werden zudem zwei Boulevardzeitungen und mit *RTL aktuell* das Angebot eines privatkommerziellen Fernsehsenders grundsätzlich berücksichtigt. Allerdings finden diese Medien kaum Niederschlag in den Ergebnissen der Inhaltsanalyse, weil während des Untersuchungszeitraums in der *Bild*-Zeitung nur zwei Beiträge, bei *RTL aktuell* ein Beitrag und in der *Bild am Sonntag* kein Beitrag im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung publiziert wurden. Daher treffen die Befunde der Analyse vor allem Aussagen über den Umgang überregionaler Qualitätsmedien mit Armut und sozialer Ausgrenzung.

Zudem beziehen sich die Befunde auf einen Erhebungszeitraum, der aus journalistischer Sicht als „nachrichtenarme Zeit“ gilt (siehe Abschnitt 4.1.). Inwiefern die ermittelten Berichterstattungsmuster über größere Zeiträume hinweg oder in Zeiträumen mit besonderen Ereignissen im Zusammenhang mit Armut und Ausgrenzung angewandt werden, müsste in einem langfristiger und umfangreicher angelegten Forschungsprojekt ermittelt werden.

A1.2. Konzeption und Durchführung der Journalistenbefragung

Um Erklärungsmuster für das Zustandekommen der Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung zu gewinnen und die Befunde der Inhaltsanalyse zu validieren, wurden im Zeitraum vom 10.12.2009 bis 21.12.2009 bei den inhaltsanalytisch untersuchten Medien 13 verantwortliche Journalistinnen und Journalisten mittels leitfadengestützter Interviews befragt.

Die Befragung erfolgte aus forschungspraktischen Gründen mündlich-telefonisch. Da der Untersuchungszeitraum kurz war und teilweise in die Weihnachtszeit fiel, ließen sich persönliche Interviews nicht in der gebotenen Zeit realisieren. Zudem fallen für Telefonbefragungen deutlich geringere Kosten an. Schließlich ist auch die Qualität persönlich-mündlicher Befragungen insgesamt nicht nachweislich besser als die von telefonischen Interviews, welche durch größere Anonymität der Befragungssituation sogar zu offenerem Antwortverhalten führen können (vgl. Scholl ²2009: 42 f.).

Auswahl der Befragten

Befragt werden sollten diejenigen Personen, die bei den inhaltsanalytisch untersuchten Medien für die Berichterstattung über Armut und soziale Ausgrenzung verantwortlich sind. Da Armut ein Querschnittsthema ist, das in vielfältigen thematischen Zusammenhängen zum Gegenstand der Berichterstattung werden kann (z.B. soziale Sicherungssysteme im Politikressort, Bildung und Armut im Wissensressort, Arbeit und Armut im Wirtschaftsressort, usw.), war es nicht möglich, ein spezifisches Ressort zu definieren, aus dem die Befragten stammen sollten. Daher wurden in den Redaktionen jeweils zunächst diejenigen Personen angesprochen, die als Redaktionsleiter/in, Mitglied der Chefredaktion oder als Chefin/Chef vom Dienst (CvD) über die Themenauswahl und -kombination der gesamten Sendung, des gesamten Blattes bzw. des gesamten Online-Angebots mitbestimmen. Sie konnten entweder selbst gut darüber Auskunft geben, warum bestimmte Themen in das Angebot aufgenommen bzw. nicht thematisiert werden. Oder sie vermittelten eine geeignete Person in der Redaktion, die wegen ihrer inhaltlichen Spezialisierung Fragen zum Umgang ihres Mediums mit Armutsthematiken besonders gut beantworten konnten.

Bei der Planung der Studie war vorgesehen, bei der Auswahl der Befragten außerdem möglichst gleichermaßen Frauen und Männer als Auskunftspersonen zu berücksichtigen. Dies ließ sich jedoch nicht vollständig realisieren, da in den untersuchten Medien weniger Frauen als Männer zu den oben genannten Zielpersonen gehörten. So wurden von den 13 Interviews schließlich 9 Gespräche mit männlichen Befragten geführt, in vier Fällen waren die Befragten weiblich.

Journalistinnen und Journalisten von *Bild*, *Bild am Sonntag* und *Focus* wurden nicht befragt, weil diese Redaktionen trotz mehrfacher Anfragen keine Gesprächspartner zur Verfügung stellten.

Die Interviews zum Umgang der Medien mit Armut und sozialer Ausgrenzung wurden mit folgenden Journalistinnen und Journalisten geführt:

Tabelle 4: Gesprächspartner der Interviews

| Mediengattung | Titel | Ansprechpartner/in | Funktion | Datum des Interviews |
|---------------|--------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------|----------------------|
| Printmedien | Süddeutsche Zeitung | Felix Berth | Redakteur im Ressort Politik | 16.12.2009 |
| | Frankfurter Allgemeine Zeitung | Uta Rasche | Redakteurin im Ressort Politische Nachrichten | 16.12.2009 |
| | tageszeitung | Barbara Dribbusch | Redakteurin im Ressort Inland | 11.12.2009 |
| | BILD | ** | | |
| | BILD am Sonntag | ** | | |
| | Zeit | Dr. Kolja Rudzio | Redakteur im Ressort Wirtschaft | 10.12.2009 |
| | Der Spiegel | Martin Doerry | stellv. Chefredakteur | 11.12.2009 |
| | Focus | ** | | |
| Fernsehen | ZDF heute (19.00 Uhr) | Anke Karioth | Planungsredakteurin | 15.12.2009 |
| | ZDF heute journal | Anne Reidt | Redaktionsleiterin | 21.12.2009 |
| | ARD Tagesschau (20.00 Uhr) | Andreas Werner | Chef vom Dienst ARD aktuell | 18.12.2009 |
| | ARD Tagesthemen | | | |
| | RTLaktuell (18.45 Uhr) | Gerd Kohlenbach | Redaktionsleiter | 17.12.2009 |
| Hörfunk | DLF Informationen am Morgen (5-9 Uhr) | Christoph Heinemann | Redaktionsleiter | 15.12.2009 |
| | RBB Inforadio Berlin-Brandenburg (5-9 Uhr) | Uwe Götz | Chef vom Dienst | 18.12.2009 |
| Online-Medien | Spiegel Online | Anselm Waldermann | Ressortleiter Wirtschaft | 17.12.2009 |
| | Frankfurter Rundschau Online | Sebastian Holtzapfel | Redaktionsleiter | 16.12.2009 |

** Die Teilnahme an der Befragung wurde abgelehnt.

Themen der Befragung

In Anlehnung an den Stand der Forschung und an die Befunde der Inhaltsanalyse wurden folgende Themenbereiche in den Interviews besprochen:

3. Themen und Anlässe der Berichterstattung,
4. die organisatorische Einbindung von Armutsthematiken in die Redaktionen,
5. Öffentlichkeitsarbeit und Workshops für Journalistinnen und Journalisten als mögliche Maßnahmen für einen intensiveren öffentlichen Diskurs über Armut,

Zuverlässigkeit und Reichweite

Die Interviews dauerten durchschnittlich knapp 24 Minuten, wobei das Kürzeste 11,5 Minuten und das Längste 33 Minuten in Anspruch nahmen. Sie wurden aufgezeichnet, verschriftlicht und mit der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse (vgl. Mayring ⁶1997; Scholl ²2009: 71 ff.) systematisch ausgewertet. Die Antworten können als zuverlässig gelten, da die Gesprächsatmosphäre bei allen Interviews offen und vertrauensvoll war

und die Gesprächspartner sich ausnahmslos ernsthaft und reflektiert an der Befragung beteiligten. Zudem wurde allen Befragten insofern Vertraulichkeit zugesichert, als dass ihre Aussagen nur nach einer Autorisierung im vorliegenden Bericht veröffentlicht werden.

Ebenso wie die Inhaltsanalyse ist die Reichweite der Befragungsergebnisse durch die Medienauswahl bestimmt. Die Befunde der Befragung stehen daher nicht für die gesamte Medienlandschaft, sondern gelten im Wesentlichen für überregionale Qualitätsmedien. Allerdings geben die ermittelten Entscheidungsstrukturen und -strategien durchaus Hinweise darauf, welche Bedingungen und Kriterien die Berichterstattung über Armut in anderen Medien prägen.

A2. Ergebnistabellen

Tabelle 5: Anzahl und Anteil der Beiträge nach Medien (N=75)

| Medium | Anzahl der Beiträge absolut | Anteil der Beiträge in gerundeten Prozent |
|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------|
| Süddeutsche Zeitung | 17 | 25 |
| Frankfurter Allgemeine Zeitung | 9 | 10 |
| taz | 16 | 20 |
| Bild | 2 | 5 |
| Bild am Sonntag | 0 | 0 |
| Zeit | 4 | 5 |
| Der Spiegel | 2 | 5 |
| Focus | 2 | 5 |
| ZDF heute | 2 | 5 |
| ZDF heute journal | 1 | 0 |
| ARD Tagesschau | 2 | 5 |
| ARD Tagesthemen | 2 | 5 |
| RTL aktuell | 1 | 0 |
| DLF | 5 | 5 |
| RBB | 1 | 0 |
| Spiegel Online | 3 | 5 |
| FR Online | 6 | 10 |

Tabelle 6: Länge der Beiträge nach Größenklassen (N=75)

| Größenklasse | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| kurz: kleiner als eine achteil Zeitungseite oder kürzer als eine Minute | 40 |
| mittel: eine achteil bis eine halbe Zeitungseite oder eine bis vier Minuten | 40 |
| groß: größer als eine halbe Zeitungseite oder länger als vier Minuten | 20 |

Tabelle 7: Länge der Print- und Onlinebeiträge (Anteil der Beiträge an Größenklassen in gerundeten Prozent)

| Größenklasse | Printbeiträge (N=52) | Onlinebeiträge (N=8) ¹² |
|------------------|----------------------|------------------------------------|
| 1/8 Zeitungseite | 40 | 25 |
| 1/4 Zeitungseite | 25 | 50 |
| 1/2 Zeitungseite | 20 | 25 |
| 3/4 Zeitungseite | 20 | 0 |

¹² Die Länge des Online-Videobeitrags wurde in diese Auswertung nicht einbezogen. Er dauerte 2 Minuten, 21 Sekunden.

Tabelle 8: Länge der Fernseh- und Hörfunkbeiträge (Anteil der Beiträge an Größenklassen in gerundeten Prozent)

| Größenklasse | Fernsehbeiträge (N=8) | Hörfunkbeiträge (N=6) |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| kürzer als 1 Minute | 60 | 35 |
| 1-4 Minuten | 40 | 15 |
| länger als 4 Minuten | 0 | 50 |

Tabelle 9: Verteilung der Beiträge in Printmedien auf Ressorts (N=52)

| Ressort | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-------------------------------|---------------------------------------------|
| Titelseite | 5 |
| Politik | 15 |
| Wirtschaft/Geld | 35 |
| Kultur/Feuilleton | 0 |
| Panorama/Neues aus aller Welt | 5 |
| Lokales | 5 |
| Reportage/Seite 3 | 5 |
| Meinung/Kommentar | 5 |
| Deutschland | 5 |
| Ausland | 15 |
| taz-Beilage Le Monde | 5 |
| Sonstige | 5 |

Tabelle 10: Sichtbarkeit der Berichterstattung

| Platzierung des Beitrags | Anzahl der Beiträge (absolut) |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Print (N=52) | |
| Platzierung auf der Titelseite der Zeitung/des Magazins | 2 |
| Platzierung auf der ersten Seite eines weiteren Buches | 8 |
| Platzierung auf der letzten Seite eines Buches | 2 |
| Platzierung in der Mitte eines Buches | 40 |
| Fernsehen (N=8) | |
| Platzierung zu Beginn der Sendung | 0 |
| Platzierung im weiteren Verlauf der Sendung | 8 |
| davon: mit Teaser/Ankündigung | 1 |
| Hörfunk (N=6) | |
| Platzierung zu Beginn einer Sendestunde | 0 |
| Platzierung im weiteren Verlauf der Sendestunde | 6 |
| davon: mit Teaser/Ankündigung | 1 |
| Online (N=9) | |
| Platzierung auf der Startseite | 0 |
| Platzierung auf einer Ressortstartseite (Überschrift u. Leadtext) | 5 |
| Platzierung auf einer Ressortstartseite (Link u. ggf. Kurzüberschrift) | 4 |
| davon: Beitrag ist sichtbar ohne Bildlauf | 2 |

Tabelle 11: Urheber der Berichterstattung (N=75)

| Urheber | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Journalist/in mit Namen | 60 |
| Journalist/in bzw. Redaktion mit Kürzel | 10 |
| Nachrichtenagentur | 10 |
| Mischform: Redaktion bzw. Autor/in mit Agentur | 5 |
| keine Kennzeichnung | 15 |

Tabelle 12: Autoren der Berichterstattung nach Geschlecht (N=75)

| Geschlecht | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-------------------|--------------------------------------------------------|
| männlich | 40 |
| weiblich | 30 |
| nicht bestimmbar | 30 |

Tabelle 13: Hauptthemen der Berichterstattung (N=75)

| Hauptthema des Beitrags | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Hunger/Hungerstreik | 10 |
| Politische Bedingungen der Armut | 15 |
| Kinder und Armut | 5 |
| Grundsicherung | 10 |
| Flüchtlinge | 15 |
| Hilfe/Hilfsorganisationen | 5 |
| Beschäftigung/Bezahlung | 5 |
| Verschuldung | 5 |
| Hartz IV-Regelungen | 10 |
| Krieg/Gewalt | 5 |
| Klima und Armut | 5 |
| Wohnen und Armut | 5 |
| Gesundheitsversorgung | 5 |
| Sonstiges Hauptthema | 10 |

Tabelle 14: Anlässe der Berichterstattung in Anlasskategorien (N=75)

| Anlasskategorie | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|------------------------|--------------------------------------------------------|
| Ereignis | 70 |
| Stellungnahme | 15 |
| Thema | 15 |
| nicht zuzuordnen | 5 |

Tabelle 15: Anlässe der Berichterstattung (N=75)

| Anlass des Beitrags | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Bericht/Statistik | 25 |
| Hilfsprojekt/Aktion | 10 |
| Interview/Forderung | 15 |
| Jahrestag | 5 |
| Konferenz | 5 |
| politische Entscheidung/Antrag/Papier | 15 |
| Unglück/Konflikt | 5 |
| Anlass nicht erkennbar/nicht zuzuordnen | 15 |

Tabelle 16: Aktualität der Berichterstattung (N=75)

| Aktualität | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------|--------------------------------------------------------|
| Keine/latente Aktualität | 20 |
| Niedrige Aktualität | 25 |
| Mittlere Aktualität | 10 |
| Hohe Aktualität | 40 |
| Nicht feststellbar | 5 |

Tabelle 17: Thematische Bezüge der Berichterstattung (N=75)

| Dominanter thematischer Bezug | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Einzelschicksal | 5 |
| Systemmängel mit Armutsfolgen | 30 |
| Statistik, neue Datenlage | 20 |
| politische/gesellschaftliche Debatte | 30 |
| Karitatives/Hilfsprojekte/Aufruf zur Hilfe | 10 |
| Anderer Themenschwerpunkt | 10 |

Tabelle 18: Dimensionen der Armut in der Berichterstattung (N=75)

| Dimension der Armut | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Materielle Armut | 55 |
| Immaterielle Armut | 5 |
| Mischform | 35 |
| keine nähere Präzisierung möglich | 5 |

Tabelle 19: Ursachen der Armut (N=75)

| Ursache von Armut | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Politische Entscheidungen | 40 |
| Arbeitslosigkeit | 30 |
| niedrige Löhne, Sozialbudget | 30 |
| Migration, Flucht, Asyl | 30 |
| Gesundheitsversorgung, Krankheit, Behinderung | 25 |
| Wohnen, Unterkunft, Segregation | 20 |
| Familienstruktur | 20 |
| Wirtschaft | 20 |
| Gesellschaftlicher Wandel, Strukturwandel | 15 |
| Verschuldung | 10 |
| Bildungsmangel | 10 |
| Natur, Klima | 10 |
| Krieg, Konflikt | 10 |
| Schicksalsschlag | 10 |
| Eigenverantwortung | 10 |
| Alter | 5 |
| Hunger | 5 |
| keine Ursache thematisiert | 5 |

Tabelle 20: Folgen der Armut (N=75)

| Folge von von Armut | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Ausgrenzung, mangelnde Partizipationsmöglichkeiten | 40 |
| Gesundheitsrisiko, Mangelernährung | 30 |
| Chancenungleichheit | 25 |
| Wohnungslosigkeit, Mangel an Strom etc. | 20 |
| Verwahrlosung | 15 |
| Kriminalität, Gewalt | 15 |
| Kluft zwischen Arm und Reich | 10 |
| keine Folge thematisiert | 25 |

Tabelle 21: Vorschläge zur Überwindung von Armut (N=75)

| Vorschlag zur Überwindung von Armut | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Änderungen des geltenden Rechts | 20 |
| Unterstützung von Hilfsorganisationen | 10 |
| Geld im erwirtschafteten Land reinvestieren | 5 |
| besser Förderung/Aufklärungsarbeit | 5 |
| Sonstige Vorschläge | 10 |
| kein Vorschlag genannt | 50 |

Tabelle 22: Urheber der Vorschläge zur Überwindung von Armut (N=75)

| Urheber des Vorschlags | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Politische Institutionen/Vertreter | 15 |
| Soziale Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände/Vertreter | 10 |
| Wissenschaftliche und Forschungsinstitutionen | 10 |
| Autor/in | 10 |
| Sonstige Urheber | 5 |
| kein Vorschlag genannt | 50 |

Tabelle 23: Geographischer Rahmen der Berichterstattung (N=75)

| Ereignisation bzw. -region | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Bundesrepublik Deutschland | 50 |
| andere EU-Länder | 5 |
| andere europäische Staaten (Nicht-EU) | 0 |
| Staaten der ehem. Sowjetunion | 0 |
| Nordamerika | 0 |
| Mittel- und Südamerika | 5 |
| naher und mittlerer Osten | 0 |
| Afrika | 10 |
| Asien/Australien/Neuseeland | 10 |
| Supranationale Ebene | 15 |
| keinem Staat zuzuordnen | 5 |

Tabelle 24: Personen und Personengruppen in der Berichterstattung (N=75)

| Personengruppe | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Personen | 95 |
| andere Privatpersonen | 35 |
| Behörden bzw. Vertreter/innen | 40 |
| Sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände bzw. Ver- | 50 |
| Kirchen bzw. Vertreter/innen | 15 |
| Gewerkschaften bzw. Vertreter/innen | 5 |
| Politische Institutionen bzw. Vertreter/innen | 65 |
| Medien, Publizist/in, Nachrichtenagenturen | 20 |
| Wirtschaftsunternehmen bzw. Vertreter/innen | 30 |
| Kultureinrichtungen bzw. Vertreter/innen | 10 |
| Wissenschaftliche und Forschungsinstitutionen bzw. Vertre- | 25 |
| Sonstige Personengruppe | 15 |

Tabelle 25: Einzelpersonen als Akteure der Berichterstattung: Beitragsebene (N= 75)

| Einzelperson | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Person | 30 |
| andere Privatperson | 15 |
| Vertreter/in einer Behörde | 10 |
| Vertreter/in sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände | 25 |
| Vertreter/in einer Kirche | 10 |
| Vertreter/in einer Gewerkschaft | 0 |
| Politiker/in | 40 |
| Publizist/in | 5 |
| Vertreter/in eines Wirtschaftsunternehmens | 10 |
| Vertreter/in einer Kultureinrichtung | 10 |
| Wissenschaftler/in | 20 |
| Sonstige Personen | 10 |

Tabelle 26: Einzelpersonen als Akteure der Berichterstattung: Akteursebene (N= 233)

| Einzelperson | Anteil der Akteure (in gerundeten Prozent) |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Person | 20 |
| andere Privatperson | 10 |
| Vertreter/in einer Behörde | 0 |
| Vertreter/in sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände | 15 |
| Vertreter/in einer Kirche | 5 |
| Vertreter/in einer Gewerkschaft | 0 |
| Politiker/in | 30 |
| Publizist/in | 0 |
| Vertreter/in eines Wirtschaftsunternehmens | 5 |
| Vertreter/in einer Kultureinrichtung | 5 |
| Wissenschaftler/in | 10 |
| Sonstige Personen | 5 |

Tabelle 27: Von Armut betroffenen Personen in der Berichterstattung (N=75)

| Personengruppen | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Kinder | 40 |
| Familien | 25 |
| Alte Menschen | 25 |
| Arbeitslose | 25 |
| Migranten | 25 |
| Empfänger von Sozialhilfe und Grundsicherung | 20 |
| Kranke Menschen, Menschen mit Behinderung | 20 |
| Hungernde Menschen | 15 |
| Wohnungslose | 10 |
| Menschen in armen Ländern/Entwicklungsländern | 10 |
| Alleinerziehende | 5 |
| Geringqualifizierte | 5 |
| Empfänger von Niedriglöhnen | 5 |
| Mittelschicht | 5 |
| Sonstige | 5 |

Tabelle 28: Geschlecht der Einzelpersonen in der Berichterstattung (N=233)

| Einzelpersonen | Anteil männl. Akteure (in gerundeten Prozent) | Anteil weibl. Akteure (in gerundeten Prozent) |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Person (n=43) | 50 | 50 |
| andere Privatperson (n=22) | 85 | 15 |
| Vertreter/in einer Behörde (n=6) | 100 | 0 |
| Vertreter/in sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände (n=32) | 55 | 45 |
| Vertreter/in einer Kirche (n=12) | 90 | 10 |
| Vertreter/in einer Gewerkschaft (n=1) | 100 | 0 |
| Politiker/in (n=67) | 85 | 15 |
| Publizist/in (n=3) | 65 | 35 |
| Vertreter/in eines Wirtschaftsunternehmens (n=7) | 85 | 15 |
| Vertreter/in einer Kultureinrichtung (n=11) | 80 | 20 |
| Wissenschaftler/in (n=20) | 75 | 25 |
| Sonstige Einzelpersonen (n=8) | 75 | 25 |

Tabelle 29: Alter der Einzelpersonen in der Berichterstattung (N=233)

| Einzelpersonen | Kind | Erw. | Alt | k.A. |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| von Armut betroffene Personen (n=43) | 25 | 70 | 5 | 0 |
| andere Privatpersonen (n=22) | 0 | 95 | 0 | 5 |
| Vertreter/in einer Behörde (n=6) | 0 | 100 | 0 | 0 |
| Vertreter/in sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände (n=32) | 0 | 100 | 0 | 0 |
| Vertreter/in einer Kirche (n=12) | 0 | 85 | 15 | 0 |
| Vertreter/in einer Gewerkschaft (n=1) | 0 | 100 | 0 | 0 |
| Politiker/in (n=67) | 0 | 95 | 5 | 0 |
| Publizist/in (n=3) | 0 | 100 | 0 | 0 |
| Vertreter/in eines Wirtschaftsunternehmens (n=7) | 0 | 100 | 0 | 0 |
| Vertreter/in einer Kultureinrichtung (n=11) | 0 | 55 | 0 | 45 |
| Wissenschaftler/in (n=20) | 0 | 95 | 0 | 5 |
| Sonstige Einzelpersonen (n=8) | 0 | 90 | 0 | 10 |

Tabelle 30: Quellen der Berichterstattung (N=75)

| Quellen | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Personen | 20 |
| andere Privatpersonen | 15 |
| Behörden bzw. Vertreter/innen | 15 |
| Sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände bzw. Vertreter/innen | 30 |
| Kirchen bzw. Vertreter/innen | 10 |
| Gewerkschaften bzw. Vertreter/innen | 5 |
| Politische Institutionen bzw. Vertreter/innen | 45 |
| Medien, Publizist/in, Nachrichtenagenturen | 15 |
| Wirtschaftsunternehmen bzw. Vertreter/innen | 10 |
| Kultureinrichtungen bzw. Vertreter/innen | 5 |
| Wissenschaftliche und Forschungsinstitutionen bzw. Vertreter/innen | 20 |
| Sonstige Quellen | 10 |

Tabelle 31: Zitierte Einzelpersonen pro Personengruppe (N=233)

| Personengruppe | Anteil der zitierten Akteure (in gerundeten Prozent) |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Personen (n=43) | 50 |
| andere Privatpersonen (n=22) | 45 |
| Vertreter/in einer Behörde (n=6) | 65 |
| Vertreter/in sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände (n=32) | 90 |
| Vertreter/in einer Kirche (n=12) | 40 |
| Vertreter/in einer Gewerkschaft (n=1) | 0 |
| Politiker/in (n=67) | 50 |
| Publizist/in (n=3) | 0 |
| Vertreter/in eines Wirtschaftsunternehmens (n=7) | 70 |
| Vertreter/in einer Kultureinrichtung (n=11) | 35 |
| Wissenschaftler/in (n=20) | 55 |
| Sonstige Einzelpersonen (n=8) | 35 |

Tabelle 32: Personengruppen nach zitierten Akteuren (N=129)

| Zitierte Personengruppen | Anteil der zitierten Akteure (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Personen | 15 |
| andere Privatpersonen | 10 |
| Behörden bzw. Vertreter/innen | 0 |
| Sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände bzw. Vertreter/innen | 25 |
| Kirchen bzw. Vertreter/innen | 5 |
| Gewerkschaften bzw. Vertreter/innen | 0 |
| Politische Institutionen bzw. Vertreter/innen | 25 |
| Medien, Publizist/in, Nachrichtenagenturen | 0 |
| Wirtschaftsunternehmen bzw. Vertreter/innen | 5 |
| Kultureinrichtungen bzw. Vertreter/innen | 0 |
| Wissenschaftliche und Forschungsinstitutionen bzw. Vertreter/innen | 10 |
| Sonstige Quellen | 0 |

Tabelle 33: Stilformen der Berichterstattung (N=75)

| Stilformen | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Feature/Magazinbeitrag | 30 |
| Bericht | 20 |
| Meldung/Nachricht im Film | 15 |
| Reportage | 15 |
| Interview | 5 |
| Essay | 5 |
| Publikumskommentar/Leserbrief | 5 |
| Alleinstehendes Bild | 5 |
| Kommentar | 0 |
| Personenportrait | 0 |

Tabelle 34: Sprachstil der Berichterstattung (N=75)

| Sprachstil | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------|--------------------------------------------------------|
| nüchterner Sprachstil | 70 |
| lockerer Sprachstil | 20 |
| nicht entscheidbar | 10 |

Tabelle 35: Emotionalität der Berichterstattung (N=75)

| Grad der Emotionalität | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| nüchterne/eher nüchterne Darstellung | 60 |
| emotionale/eher emotionale Darstellung | 25 |
| Darstellung ist weder nüchtern noch emotional | 15 |

Tabelle 36: Abstraktionsgrad der Berichterstattung (N=75)

| Abstraktionsgrad | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Darstellung eines spezifischen Falls | 25 |
| abstrakt-problembezogene Darstellung | 55 |
| Kombination spezifischer und abstrakter Darstellung | 20 |

Tabelle 37: Personalisierung der Berichterstattung (N=75)

| Grad der Personalisierung | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| keine/geringe Personalisierung der Darstellung | 40 |
| mittlere Personalisierung der Darstellung | 40 |
| große Personalisierung der Darstellung | 15 |

Tabelle 38: Tenor der Berichterstattung (N=75)

| Tenor | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------|
| kein Tenor erkennbar | 40 |
| eher optimistische Darstellung | 10 |
| ausgeglichene Darstellung | 25 |
| eher pessimistische Darstellung | 25 |

Tabelle 39: Skandalisierung der Berichterstattung (N=75)

| Grad der Skandalisierung | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| neutrale Darstellung | 60 |
| schwache Anprangerung von Missständen | 20 |
| durchgängige Anprangerung von Missständen | 20 |

Tabelle 40: Beiträge mit Abbildungen in Print- und Onlinemedien (N=60)

| Abbildungen pro Artikel | Anteil der Beiträge (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ohne Abbildung | 30 |
| eine Abbildung | 50 |
| zwei Abbildungen | 15 |
| drei Abbildungen | 10 |

Tabelle 41: Bildgattungen der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Bildgattung | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Fotografie | 80 |
| Infografik | 15 |
| Fotomontage/Collage | 0 |
| Karikatur | 0 |
| Zeichnung/Illustration/Reproduktion | 5 |

Tabelle 42: Bildmotive der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Bildmotive | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Kind/er in von Armut betroffener Region | 20 |
| Erwachsene/r in von Armut betroffener Region | 15 |
| Grafik/Diagramm | 15 |
| Häuser/Unterkunft/Wohnviertel | 10 |
| Bedürftige/r, Obdachlose/r, Bettler/in, Sammler/in, Straßenkünstler/in, in Europa | 10 |
| Porträt, Redner/in | 10 |
| Flüchtling/e | 5 |
| Sonstige Bildmotive | 20 |

Tabelle 43: Abstraktionsgrad der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Abstraktionsgrad | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Darstellung eines spezifischen Falls | 65 |
| abstrakt-problembezogene Darstellung | 25 |
| nicht entscheidbar | 10 |

Tabelle 44: Textbezug der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Textbezug | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|------------------------|-----------------------------------------------------------|
| kein Textbezug | 5 |
| symbolischer Textbezug | 40 |
| konkreter Textbezug | 50 |
| nicht klassifizierbar | 5 |

Tabelle 45: Emotionsgehalt der Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Emotionsgehalt | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| keine Emotionen/neutrales Bild | 65 |
| positive Emotionen | 15 |
| negative Emotionen | 20 |

Tabelle 46: Personen- vs. Sachdominanz der Fotografien in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Dominantes Motiv der Abbildung | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Personendominanz | 60 |
| Sachdominanz | 15 |
| nicht klassifizierbar/keine Fotografie | 25 |

Tabelle 47: Einstellungsgröße der Fotografien in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Einstellungsgröße | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Groß-/Nah-/Detailaufnahme | 20 |
| Halbnah-/Halbtotlaufnahme | 50 |
| Total-/Weitaufnahme | 10 |
| nicht klassifizierbar/keine Fotografie | 20 |

Tabelle 48: Kameraperspektive der Fotografien in Print- und Onlineartikeln (N=63)

| Kameraperspektive | Anteil der Abbildungen (in gerundeten Prozent) |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Augenhöhe | 55 |
| starke Aufsicht | 15 |
| starke Untersicht | 10 |
| nicht klassifizierbar/keine Fotografie | 20 |

Tabelle 49: Dargestellte Einzelpersonen auf den Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=59)

| Einzelperson | Anteil der dargestellten Akteure (in gerundeten Prozent) |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| von Armut betroffene Person | 75 |
| andere Privatperson | 10 |
| Vertreter/in einer Behörde | 0 |
| Vertreter/in sozialer Einrichtungen und Wohlfahrtsverbände | 0 |
| Vertreter/in einer Kirche | 5 |
| Vertreter/in einer Gewerkschaft | 0 |
| Politiker/in | 5 |
| Publizist/in | 0 |
| Vertreter/in eines Wirtschaftsunternehmens | 0 |
| Vertreter/in einer Kultureinrichtung | 0 |
| Wissenschaftler/in | 0 |
| Sonstige Personen | 5 |

Tabelle 50: Merkmale der von Armut betroffenen Einzelpersonen auf den Abbildungen in Print- und Onlineartikeln (N=45)

| Merkmale | Ausprägung | Anteil der Akteure (in gerundeten Prozent) |
|-----------------|-------------------------|-------------------------------------------------------|
| Namensnennung | mit Namen genannt | 20 |
| | nicht mit Namen genannt | 80 |
| Geschlecht | männlich | 55 |
| | weiblich | 45 |
| Alter | Kind | 50 |
| | Erwachsene/r | 45 |
| | Alte/r | 5 |
| Aktivität | eher aktiv | 50 |
| | eher passiv | 45 |