

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1. Einleitung	11
1.1 Fragestellungen und Themenskizze	12
1.2 Begriffsbestimmungen	14
2. Wirtschaftsberichterstattung: Entwicklung, Aufgaben und Probleme	16
2.1 Kommunikationstheoretische Grundlagen	16
2.2 Die Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung in Deutschland - ein kurzer Überblick	21
2.3 Wirtschaftsberichterstattung heute	23
2.3.1 Aufgaben der Wirtschafts-/Unternehmensberichterstattung in den Printmedien	23
2.3.2 Die Wirtschafts-/Unternehmensberichterstattung in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften	26
2.3.3 Die Wirtschafts-/Unternehmensberichterstattung in Lokal- und Regionalzeitungen	27
2.4 Forschungsüberblick zur Wirtschafts- und Unternehmensberichterstattung	28
2.4.1 Inhaltsanalysen zur Wirtschafts-/Unternehmensberichterstattung	30
2.5 Probleme der Wirtschafts-/ Unternehmensberichterstattung in den Printmedien	34
2.6 Das Verhältnis zwischen Wirtschaftsjournalismus und Public Relations	36
2.6.1 PR und Wirtschaftsjournalismus am Beispiel einer Wirtschaftsredaktion	37

2.6.2	PR und Berichterstattung am Beispiel der Landes- pressekonferenz Nordrhein-Westfalens und den PR-Aktivitäten eines Industrieunternehmens	38
2.6.3	Geringe Transformationsleistung der Medien bei Pressekonferenzen	39
3.	Die Automobilindustrie und der „Fall López“	40
3.1	Situation und Bedeutung der Automobilindustrie	40
3.2	Die „Vertrauensfrage“	44
3.3	Der „Fall López“	48
3.3.1	Überblick über die Ereignisse in chronologischer Reihenfolge	48
3.3.2	Der „Fall López“ in den bundesdeutschen Medien	49
3.4	Public Relations und Kommunikationspolitik der Automobilindustrie in der Beurteilung	51
4.	Das HANDELSBLATT	56
4.1	Definition und Zielsetzung des HANDELSBLATTES	56
4.2	Geschichte und Entwicklung des HANDELSBLATTES	58
4.3	Die Organisationsstruktur des HANDELSBLATTES	59
4.4	Die Rezipienten des HANDELSBLATTES	61
4.5	Aufbau des HANDELSBLATTES	62
4.6	Unternehmensberichterstattung im HANDELSBLATT	65
5.	Darstellung der Automobilindustrie im HANDELSBLATT	67
5.1	Forschungsleitende Fragestellungen und Hypothesen	67
5.2	Untersuchungsanlage	69
5.2.1	Merkmale und Gegenstand der Inhaltsanalyse	69
5.2.2	Anlage und Durchführung der Inhaltsanalyse	71

5.2.3	Untersuchungsobjekt und -zeitraum	72
5.2.4	Untersuchungseinheit	73
5.2.5	Operationalisierung der Inhaltsanalyse (Kategoriensystem).....	73
5.3	Untersuchungsergebnisse und Interpretation	78
5.3.1	Einleitung	78
5.3.2	Formale Merkmale	79
5.3.2.1	Die Illustration der Berichterstattung.....	81
5.3.2.2	Die Fundorte der Berichterstattung.....	81
5.3.2.3	Journalistische Stilform und Typ der Berichterstattung	83
5.3.2.4	Vermittlungsquellen	87
5.3.2.5	Vermittlungsanlässe	88
5.3.3	Themen und Akteure	90
5.3.3.1	Das Themenspektrum.....	90
5.3.3.2	Die Handlungsträger.....	97
5.3.3.2.1	Die Unternehmen der Automobilindustrie als Objekte und Subjekte der Berichterstattung.....	103
5.3.3.2.2	Die Bewertung der Automobilindustrie im HANDELSBLATT	106
5.3.4	Konfliktdarstellung.....	114
5.3.5	Vertrauendendenzen in der Berichterstattung.....	115
6.	Zusammenfassung und Schlußbetrachtung	118
7.	Abkürzungsverzeichnis	123
8.	Literaturverzeichnis.....	123
9.	Anhang.....	138
9.1	Tabellen	138
9.2	Abbildungen.....	139

9.3	Codebuch:	140
9.3.1	Allgemeine Codieranweisungen	140
9.3.2	Kategorienschema	140
9.3.3	Operationalisierung einiger wichtiger Grundbegriffe.....	155
	Die Autorin	159