

1.	Einleitung	4
2.	Theoretischer Rahmen der Studie	6
2.1	Nachrichtenwerttheorie	7
2.2	Nachrichtenfaktoren in der Auslandsberichterstattung	10
2.3	Einstellungsforschung	11
2.3.1	Stereotyp	12
2.3.2	Feindbild und Vorurteil	13
2.3.3	Image	14
2.3.4	Bild	15
2.3.5	Exkurs: Das Deutschlandbild im Ausland	17
2.3.6	Selbstbild: Europa und die EU	20
2.3.7	Fremdbild: Die EU in der Welt	23
2.4	EU-Berichterstattung	24
2.5	Zusammenfassung	30
3.	Untersuchungsland Ecuador	32
3.1	Beziehungen zwischen der EU, der CAN, Deutschland und Ecuador	36
3.1.1	Entwicklungspolitik der EU	38
3.1.2	Handelspolitik der EU	39
3.1.3	Handelspolitik Ecuadors	41
3.1.4	Migrationspolitik der EU	41
3.2	Mediensystem in Ecuador	43
3.2.1	Politische Grundlagen und Besitzverhältnisse	44
3.2.2	Rechtliche Grundlagen	45
3.2.3	Status und Ausbildung der Journalisten	48
3.2.4	Presse	50
3.2.5	Hörfunk	51
3.2.6	Fernsehen	52
3.2.7	Internet	52
3.2.8	Geschichte der Presse	53
3.3	Bedeutung der Nachrichtenagenturen in Ecuador	55
3.4	Struktur der analysierten Tageszeitungen	58
3.4.1	<i>El Universo</i>	58
3.4.2	<i>El Comercio</i>	59
3.4.3	<i>Hoy</i>	62
4.	Quantitative und qualitative Inhaltsanalyse	64
4.1	Ergebnisse der Inhaltsanalysen	64
4.1.1	Nachrichtenfaktoren	65
4.1.2	Quellen	68
4.1.3	Themen der EU-Artikel	69
4.1.4	Struktur der EU-Artikel	70
4.1.5	Einordnung der EU-Artikel	70
4.1.6	Textgattungen	71
4.1.7	EU-Charakteristika	71
5.	Expertenbefragung ecuadorianischer Journalisten	77
5.1	Ergebnisse der Expertenbefragung	78
5.2	Kritische Reflexion der Methodik	82

6.	Zusammenfassung und Ausblick.....	84
7.	Literaturverzeichnis	86
	Anhang.....	103
7.1	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen.....	103
7.2	Tabellen.....	103
7.3	Auflistung der Experteninterviews	103
7.4	Ausgewählte Ergebnisse aus Experteninterview zusammengefasst	104