

# Codebuch zur Inhaltsanalyse im Projektkurs Lokaljournalismus

## Leistungsfähigkeit von lokalen Online-Medien

Codebuch V2 08.12.2020

### Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung.....</b>	<b>2</b>
1.1	Definitorischer Rahmen: Projektziel, Untersuchungsmaterial und Forschungsfragen.....	2
1.2	Codierablauf und allgemeine Codieranweisungen .....	4
1.3	Hinweise zum Aufbau der Kategoriensysteme .....	5
1.4	Hinweise zu Codes 0 / 77 / 99 .....	5
<b>2</b>	<b>Kategoriensystem .....</b>	<b>6</b>
2.1	Technische Angaben .....	6
2.2	Analyseeinheit Website .....	8
2.3	Analyseeinheit Artikel.....	17
2.4	Analyseeinheit Akteur'in.....	25
2.5	Analyseeinheit Statement .....	31
2.6	Liste der Webseiten.....	37

# 1 Einführung

## 1.1 Definitorischer Rahmen: Projektziel, Untersuchungsmaterial und Forschungsfragen

Das Projektziel ist der Vergleich von Online-Angeboten lokaler Medien (Legacy Media) und neuer Online-Only-Plattformen. Daraus sollen mögliche Inferenzschlüsse, welche die Inhalte der Medienangebote beeinflussen, identifiziert werden.

Mittels einer Inhaltsanalyse untersucht werden insgesamt 16 verschiedene Websites bzw. Plattformen aus den Gemeinden Spiez, Langenthal, Winterthur, Balsthal, Allschwil und Risch, wobei ein Stichprobenumfang von zehn Artikeln pro Website entsteht. Der Erhebungszeitraum erstreckt sich vom 16. bis 22. Oktober 2020, allenfalls bis zum 29. Oktober 2020.

### **Die übergeordnete Fragestellung lautet:**

*Wie kann die Leistungsfähigkeit von unterschiedlichen Anbietern (Legacy Media und neue Online-Only-Medien) mit Hilfe einer Inhaltsanalyse und dazugehörigen Leistungsindikatoren erfasst werden?*

### **Daraus ergeben sich die durch die Projektleitung konkretisierten Fragen:**

*Wie variiert die Qualität zwischen verschiedenen lokalen Medienangeboten?*  
(Deskriptive Analyse: Quellenvergleich zwischen klassischen (Legacy Media) und neuen Online-Only-Medien.)

*Welche Faktoren beeinflussen den Inhalt des Online-Angebots klassischer lokaler Medien sowie neuer Online-Only-Medien?* (Inferenzschlüsse)

Davon ausgehend wurden auf den Ebenen der Analyseeinheiten «Website», «Artikel», «Akteur'in» und «Statement» weitere Forschungsfragen gestellt sowie die Operationalisierung in Kategoriensysteme vorgenommen.

### **Forschungsfrage und Hypothesen auf der Ebene Website:**

*Wie unterscheiden sich die Anbieter'innen von lokalem Online-Journalismus?*

These 1: Die Online-Only-Medien haben mehr Interaktionsmöglichkeiten als die Legacy Media.

These 2: Die Legacy Media bieten eine breitere thematische Auswahl als die Online-Only-Medien.

### **Forschungsfrage und Hypothesen auf der Ebene Artikel:**

*Welche Leistungsindikatoren eignen sich besonders, um die Leistung von den Lokalmedien auf Artikelebene zu messen und wie lassen sich diese operationalisieren, so dass ein Vergleich zwischen den Legacy Media und den Online-Only-Media möglich ist?*

These 3:

Die Legacy Media sind in Bezug auf die lokaljournalistische Professionalität leistungsfähiger als Online-Only-Media.

These 4:

Die Eigenleistung im Lokalbereich konzentriert sich auf einige wenige Themen, andere Themen werden kaum bedient.

These 5:

Die Leistungsfähigkeit von Legacy Media und Online-Only-Media unterscheidet sich in den Leistungsdimensionen Relevanz, Vielfalt und Professionalität.

### **Forschungsfrage und Thesen auf der Ebene Akteur'in:**

*Wie unterscheiden sich Beiträge in Online-Angeboten von lokalen Medien von Beiträgen in Online-Angeboten von neuen Anbieter'innen/Plattformen in Bezug auf die Vielfalt und Relevanz der Akteur'innen?*

These 6:

Die Akteursrelevanz in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) ist höher als die Akteursrelevanz in neuen Online-Only-Media.

These 7:

Soziokulturelle Akteur'innen treten in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) und neuen Online-Only-Medien häufiger auf als politische Akteur'innen.

Thesen 8 und 9:

Die politischen Akteur'innen in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) und neuen Online-Only-Media werden mehrheitlich ohne Parteizugehörigkeit erwähnt.

Die politische Mitte wird in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) und neuen Online-Only-Medien öfter berücksichtigt als rechte oder linke Parteien.

### **Forschungsfrage und Thesen auf der Ebene Statement:**

*Wie kann Qualität in Online-Beiträgen von Legacy Media und neuen Online-Only-Plattformen auf der Ebene von Statements gemessen werden?*

These 10:

In Online-Only-Plattformen wird im Gegensatz zu Legacy-Media mehrheitlich meinungsbetont (ohne Begründung mit Fakten und Beispielen) argumentiert.

These 11:

In Beiträgen von Online-Only-Media wird im Gegensatz zu denen in Legacy-Media vorwiegend moralisch-emotional argumentiert.

## 1.2 Codierablauf und allgemeine Codieranweisungen

Der Codierablauf erfolgt in zwei, voneinander unabhängigen Prozessen:

- Codierung Website
- Codierung Artikel

Grundsätzlich gilt: Beim Codieren sollte nicht interpretiert werden, sondern ausschliesslich entlang des vorliegenden Textes und Inhaltes gearbeitet werden.

Der Artikel muss zunächst ganz durchgelesen werden.

Anschliessend wird systematisch vorgegangen, indem jeweils die Variablen einer Analyseebene vollständig erfasst werden, bevor zur nächsten Analyseebene gewechselt wird. Dabei wird entlang des Codebogens (Excel-Sheet) vorgegangen. Der Ablauf zum Codieren eines Artikels ist immer wie folgt: Ebene Artikel, Ebene Akteur'in, Ebene Statement.

Das Flussdiagramm veranschaulicht diesen Ablauf und zeigt auf, wie vorzugehen ist bei mehreren Akteur'innen und mehreren Statements:



### 1.3 Hinweise zum Aufbau der Kategoriensysteme

Die Kategoriensysteme sind alle nach einem einheitlichen Muster aufgebaut (siehe Muster-Tabelle unten). Jede Kategorie enthält zuvorderst einen Schlüsselcode (so tragen beispielsweise alle Kategorien der Analyseeinheit Website den Code W und sind dann durchnummeriert) gefolgt von der Kategorien-Bezeichnung. Darunter wird die Kategorie je nach Bedarf weiter erläutert, z.B. mit Definitionen und/oder weiteren Codieranweisungen. Beispiele zu Merkmalsausprägungen sind jeweils in kursiv gehalten.

<b>X1 Kategorien-Bezeichnung</b>	
Definition und weitere Anweisungen zur Kategorie	
<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	Merkmalsausprägung <i>Beispiel</i>
2	Merkmalsausprägung <i>Beispiel</i>
3	Merkmalsausprägung <i>Beispiel</i>

### 1.4 Hinweise zu Codes 0 / 77 / 99

#### **Code 0**

Interessierender Aspekt ist tatsächlich nicht vorhanden.

#### **Code 77**

Interessierender Aspekt kommt vor, aber es kann nicht klar entschieden werden in welcher Ausprägung (kann z.B. der Ausprägung 1 und 4 zugeordnet werden).

#### **Code 99**

Interessierender Aspekt kommt vor, aber passt in keine der aufgeführten Ausprägungen.

## 2 Kategoriensystem

### 2.1 Technische Angaben

#### T1 Codierer'in

Hier wird der Name der'des Codierers'in erfasst. Dieser Code wird für alle vier Analyseseinheiten im Codebogen erfasst.

Code	Ausprägung
1	Lea Bächli
2	Remo Bischoff
3	Vanessa Brogli
4	Giulia D'Amico
5	Idàlia Da Câmara Sardinha
6	Regina Eicher
7	Sandra Flückiger
8	Shanna Grütter
9	Jo Hoitink
10	Tamara Mächler
11	Almira Medaric
12	Stefanie Moser
13	Melanie Müller
14	Alexandra Muster
15	Désirée Rust
16	Charles Winkler

#### T2 Artikel-ID

Die ID wird aus dem Excel-File «Zuteilung\_Artikel\_und\_Website» kopiert und in die Zelle eingefügt (**copypaste**).

Die ID entspricht dem Dateinamen des Artikels, der sich zusammensetzt aus der Abkürzung der Plattform, der Art des Artikels (Nummer → z.B. 01 für «News») und einer Laufnummer. Die Artikel-ID wird für die Analyseeinheiten Artikel, Akteur'innen und Statement im Codebogen erfasst.

*z.B. SP BZ 01 01*

## T2a

### Spalte ist versteckt - nicht ausfüllen!

Dies ist eine mit einer Formel hinterlegten Spalte, die sich automatisch befüllt und die bei der Auswertung der Unterscheidung von Legacy Media und Online-Only-Media dienen wird.

## T3 Akteur-ID

Für jede'n Akteur'in wird eine Akteur-ID vergeben. Diese besteht aus der Artikel-ID und einer Laufnummer (beginnen bei 1).

*Beispiel: BT\_FB\_05\_003\_1*

Falls der/die Urheber'in als Akteur'in auftritt, wird er'sie zuerst erfasst und erhält die Laufnummer 0.

*Beispiel: BT\_FB\_05\_003\_0*

## T4 Webseite-ID

Die ID wird aus dem Excel-File «Zuteilung\_Artikel\_und\_Website» kopiert und in die Zelle eingefügt (**copypaste**).

*z.B. SP\_FB*

## T5 Statement-ID

Die Statement-ID setzt sich aus der Akteur-ID und einer Statement-Laufnummer (beginnend bei 1) zusammen.

*Beispiel: BT\_FB\_05\_003\_1\_1*

## 2.2 Analyseinheit Website

Im Folgenden werden mit Legacy Media die traditionellen Massenmedien gemeint, welche über zusätzliche Online-Angebote verfügen. Da die Inhalte zugleich physisch wie auch digital publiziert werden, handelt es sich dabei um hybride Medienunternehmen. Damit unterscheiden sie sich von den Online Only Medien wie den neuen nationalen Internet-Unternehmen, welche Plattformen für Gemeinden anbieten. Diese publizieren ihre Inhalte nur übers Internet. In diese Kategorie fallen auch Social Media Plattformen wie Facebook oder Instagram (Dahinden, 2020).

<b>W1 Medium</b>	
<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	MyLocalServices Spiez
2	Du bisch vo Spiez wed..
3	BZ Berner Oberländer
4	Crossiety Langenthal
5	BZ Langenthaler Tagblatt
6	Langenthaler Zeitung
7	CityMobile Winterthur
8	Du bisch vo Winterthur wenn...
9	Winterthurer Zeitung
10	Landbote
11	Du bisch vo Bauschtu
12	Anzeiger Thal Gäu Olten
13	CityMobile Allschwil
14	Allschwiler Wochenblatt
15	Du kommst aus Allschwil wenn...
16	Rischer Zeitung

<b>W2 Ortschaft des Mediums</b>	
Falls die Ortschaft auf der Webseite nicht ersichtlich ist, kann in der <a href="#">Liste</a> der Webseiten nachgeschaut werden.	
<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	Spiez
2	Langenthal
3	Winterthur
4	Allschwil
5	Balsthal
6	Risch



### W3 Art des Mediums

Bei den Legacy Media wird nur geschaut, ob das Onlineangebot kostenpflichtig ist oder nicht.

Code	Ausprägung
<b>Legacy Media - Zeitungen</b>	
11	Gratiszeitung <i>alle Artikel sind frei zugänglich</i>
12	Kostenpflichtige Zeitung <i>für alle Artikel muss ein Abo vorhanden sein</i>
13	Teilweise kostenpflichtig <i>gewisse Artikel sind frei zugänglich, bei anderen muss ein Abo vorhanden sein</i>
77	Nicht ersichtlich
<b>Neue nationale Internet-Unternehmen</b>	
21	Crossiety
22	MyLocalServices
23	CityMobile
<b>Social Media</b>	
31	Facebook

## Transparenz

### W4 Anzahl Leser'innen: Zahlen der Website

Angaben zur Anzahl der Online-Leser'innen kann auf der Website nachgeschaut werden. Oftmals findet sich die Angabe im Impressum oder in einem Reiter "Über uns", "Verlag" o.ä.

Code	Ausprägung
0	Keine Angabe
1	Angabe vorhanden

### W5 Anzahl Leser'innen: WEMF-Zahlen

Bitte im [WEMF-Bulletin](#) nachschauen, ob eine Angabe zu der Anzahl der Leser'innen vorhanden ist. Das WEMF-Bulletin kann mithilfe von CTRL + F (Windows) oder Command + F (Mac) durchsucht werden. Als Suchbegriff soll der Zeitungsname verwendet werden.

→ Code 0 und 1 nur für "Legacy Medias" (Zeitungen) verwenden. Code 2 nur verwenden, wenn das Medium kein Legacy Media ist.

Code	Ausprägung
0	Keine Angabe
1	Angabe vorhanden
2	Ist kein Legacy Media

### Interaktivität

#### W6 Kontaktmöglichkeiten zu Mitarbeiter'innen der Website: Kontakt per Telefonnummer

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Code	Ausprägung
0	Kontakt per Telefonnummer nicht möglich
1	Kontakt per Telefonnummer möglich

#### W7 Kontaktmöglichkeiten zu Mitarbeiter'innen der Website: Kontakt per Adresse

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Code	Ausprägung
0	Kontakt per Adresse nicht möglich
1	Kontakt per Adresse möglich

**W8 Kontaktmöglichkeiten zu Mitarbeiter'innen der Website:  
Kontakt per E-Mail**

Dazu zählen allgemeine (z.B. [info@medium.ch](mailto:info@medium.ch)) wie auch persönliche (z.B. [muster.name@medium.ch](mailto:muster.name@medium.ch)) E-Mail-Adressen. Diese sind oftmals zuunterst auf der Webseite im Footer, oder in einem Reiter "Über uns", "Kontakt" o.ä. zu finden.  
Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Code	Ausprägung
0	Kontakt per E-Mail nicht möglich
1	Kontakt per E-Mail möglich

**W9 Kontaktmöglichkeiten zu Mitarbeiter'innen der Website:  
Kontaktformular vorhanden**

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Code	Ausprägung
0	Kein Kontaktformular vorhanden
1	Kontaktformular vorhanden

**W10 Interaktionsmöglichkeiten: Chatfunktion**

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Bietet die Website eine Chatfunktion?

Code	Ausprägung
0	Chatfunktion nicht vorhanden
1	Chatfunktion vorhanden

### **W11 Interaktionsmöglichkeiten: Umfragen erstellen**

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Bietet die Website den Benutzenden die Möglichkeit, Umfragen zu erstellen? Dies ist v.a. bei Websites möglich, bei denen ein persönliches Benutzerprofil vorhanden ist.

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
0	Umfragen erstellen nicht möglich
1	Umfragen erstellen möglich

### **W12 Interaktionsmöglichkeiten: Kommentare**

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Webseite, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

Erlaubt die Website das Erstellen von Kommentaren? Dabei geht es um die Möglichkeit, dass Nutzer\*innen der Website Kommentare zu einzelnen Beiträgen verfassen können. Wenn diese bei mind. einem Artikel gegeben ist, kann eine 1 codiert werden.

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
0	Kommentare nicht möglich
1	Kommentare möglich

## **Thematische Unbegrenztheit**

### **W13 Partizipation der Nutzer\*innen: Erstellung von eigenen Beiträgen**

*z.B. offiziell publizierte Leserbriefe / Blogs / Beitrag einreichen möglich / eigene Posts möglich*

Falls die Angaben im E-Paper nicht ersichtlich sind, müssen sie auf der Website, auf der das E-Paper eingebettet ist, gesucht werden.

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
0	Erstellung von eigenen Beiträgen nicht möglich
1	Erstellung von eigenen Beiträgen möglich

## Rubriken

Als Rubriken werden alle thematischen Eingrenzungen verstanden. Geografische Einschränkungen (wie z.B. Regionales, Nationales, etc.) werden hier nicht aufgenommen. Ebenso werden keine Eingrenzungen nach der Form des Inhaltes (z.B. Podcast, Bildstrecke, etc.) gemacht.

### W14 Aktuelles / News / Neuigkeiten

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Gilt auch wenn die Rubrik nicht spezifisch "Aktuelles" oder "News", sondern z.B. "Winterthur" oder "Spiez" oder "Kanton Zürich" heisst.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

### W15 Events / Veranstaltungen / Aufführungen

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

### W16 Störungsmeldungen / Stadtmelder (v.a. für lokale Schäden) enthält Bauarbeiten, flackernde Strassenlampen etc.

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W17 Angebote & Dienstleistungen****(z.B. Marktplatz, Inserate, Nachbarschaftshilfe, Jobangebote)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W18 Administrative Informationen zu Gemeinde****(z.B. allgemeine Gemeindeinformationen, Abfall und Entsorgung, Wahltermine, Wahllokale, öffentliche Toiletten, Sportanlagen, Öffentlicher Verkehr, Verkehrsmelder)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W19 Wettervorhersage / Meteo**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W20 Sport****(z.B. Sport, Fussball, Leichtathletik, Eishockey)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W21 Wirtschaft****(z.B. Wirtschaft, Geld, Geschäftliches)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W22 Kultur & Geschichte****(z.B. Kultur, Film, Literatur, Musik, Theater)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W23 Technologie & Wissen**  
**(z.B. Digital, Autos, Wissen, Wissenschaft)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W24 Gesellschaftliches**  
**(z.B. Leben, Lifestyle, Reisen)**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden

**W25 Politik**  
**(z.B. Politik, Innenpolitik, Aussenpolitik, Wahlergebnisse)**  
**(Nicht zu verwechseln mit "Wahltermine" und "Wahllokale")**

Gibt es eine Rubrik, die genau so (oder synonym) benannt ist? Nur auf Titel und nicht auf Inhalt der Rubrik schauen.

Code	Ausprägung
0	Nicht vorhanden
1	Vorhanden



## 2.3 Analyseeinheit Artikel

<b>A1 Medium</b>		
<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>	<b>Abkürzung</b>
1	MyLocalServices Spiez	SP_MLS
2	Du bisch vo Spiez wed..	SP_FB
3	BZ Berner Oberländer	SP_BZ
4	Crossiety Langenthal	LT_CR
5	BZ Langenthaler Tagblatt	LT_BZ
6	Langenthaler Zeitung	LT_LZ
7	CityMobile Winterthur	WT_CM
8	Du bisch vo Winterthur wenn...	WT_FB
9	Winterthurer Zeitung	WT_WZ
10	Landbote	WT_LB
11	Du bisch vo Bauschtu	BT_FB
12	Anzeiger Thal Gäu Olten	BT_AZ
13	CityMobile Allschwil	AL_CM
14	Allschwiler Wochenblatt	AL_AW
15	Du kommst aus Allschwil wenn...	AL_FB
16	Rischer Zeitung	RI_ZT

### A2 Datum

Format JJJJMMTT

20201017

0 eintragen, falls kein Datum ersichtlich

### A3 Artikellänge (Anz. Wörter)

Hier wird die Anzahl der Wörter des Beitrags gezählt. Dazu zählen alle Wörter des Fliesstexts inkl. Überschrift, Unterzeile, Vorspann, Zwischenüberschriften und Bildbeschriftungen; ausgenommen sind Datum, Schlagwörter (z.B. auch Angabe der Rubrik), Uhrzeit der Veröffentlichung, Informationen zur Autorin, zur Anzahl der Leser, zur Anzahl der Kommentare sowie die Kommentare selbst; die Zählung wird mit Hilfe von Word vorgenommen.

#### A4 Thema

In dieser Kategorie geht es **nicht um die Funktion** des Artikels / Beitrags (zum Beispiel private Verkäufe), sondern um das **Hauptthema**. Wenn beispielsweise ein Katzenbett verkauft werden soll, ist dies unter 6 «Lifestyle / Haus / Wohnen» zu codieren (Haustiere).

Code	Ausprägung
1	Bildung <i>z.B. (Hoch-)Schulen, Studium, (Berufs-)Ausbildung</i>
2	Familie <i>z.B. Ehe, Geburt, Kinder, Tod</i>
3	Freizeit / Hobby <i>z.B. Spiele, Vereine (ohne Sport- und Musikvereine)</i>
4	Gesundheit / Medizin <i>z.B. Ernährung, Fitness, Medikamente, Wellness</i>
5	Kultur / Geschichte <i>z.B. Film, Literatur, Musik (mit Musikvereinen), Theater, historisches rund um die Gemeinde / Stadt</i>
6	Lifestyle / Haus / Wohnen <i>z.B. Beziehungen, Mode, Prominenz, Haushalt, Haustiere, Garten</i>
7	Katastrophen <i>z.B. Naturkatastrophen, Unfälle, Feuerwehr</i>
8	Politik <i>z.B. Gesetze, Initiativen, Referenden, Wahlen, Abstimmungen, Petitionen, Gemeindeversammlungen, Vernehmlassungen, Unterschriftensammlungen</i>
9	Reise <i>z.B. Sehenswürdigkeiten, Unterkunft</i>
10	Religion <i>z.B. Spiritualität, Weltreligionen, Esoterik</i>
11	Service <i>Terminkalender, Linksammlungen, Informationen zur Infrastruktur</i>
12	Sport <i>z.B. Sportvereine, Fussball, Leichtathletik</i>
13	Technik <i>z.B. Digitales, Autos, Motorfahrträder, Internet</i>
14	Natur / Umwelt <i>z.B. Atomkraft, Flora, Fauna, Wetter, Spaziergänge</i>
15	Wirtschaft / Geld <i>z.B. Einkaufen, Geschäftliches, Lotterie</i>
16	Recht / Sicherheit <i>z.B. Polizei, Verbrechen, Delikte, Militär, Prozesse</i>
17	Soziales / Wohlfahrt <i>z.B. Betreuung, Pflege, Spenden, Bevölkerung</i>
18	Verkehr <i>z.B. Strassenverkehr, Bahn, Flugzeugverkehr</i>
19	Essen / Trinken <i>z.B. Gastronomie, Wein, Rezepte</i>
20	Erotik / Sex <i>z.B. sexuelle Aufklärung, Pornografie</i>
99	Sonstiges

## A5 Art / Genre (journalistische Darstellungsform)

Auch Facebook-Posts und andere Online-Only-Angebote sollen auf ihre journalistische Darstellungsform geprüft werden.

Code	Ausprägung
1	Interview <i>Befragung einer Person mit dem Ziel Tatsachen und/oder die Meinung des Befragten zu erfahren. Die Darstellung folgt einem Frage-Antwort-Schema oder ist ausgetextet (gebautes Interview)</i>
2	Reportage <i>persönlich gefärbter Erlebnisbericht, der durch unterschiedliche Perspektivenwechsel möglichst anschaulich Rohmaterial von Augenzeugen zu einer in sich geschlossenen Geschichte verwebt. Der 'die Reporter' in war in der Regel selber dabei und/oder hat Akteur 'in begleitet und gibt persönliche Eindrücke wider.</i>
3	Bericht <i>sachliche Darstellung eines Sachverhalts mit prägnanter Formulierung; zumeist enthält schon der erste Satz die wichtigsten Informationen, z.B. um was bzw. um wen es geht</i>
4	Kommentar <i>Subjektiver Meinungsbeitrag in Form einer Erklärung und Beurteilung von Sachverhalten, Ereignissen und Entwicklungen, in der Glosse mit stärkerer humoristischer Prägung</i>
5	Kritik / Rezension <i>kritische Besprechung und Bewertung einer künstlerischen, wissenschaftlichen oder ähnlichen Arbeit</i>
6	Meldung, Nachricht <i>knappe Darstellung (max. 10 Zeilen) der wichtigsten Informationen zu einem Sachverhalt, besteht meist nur aus wenigen Zeilen</i>
7	Umfrage <i>Befragung mehrerer Personen zu einem vorgegebenen Thema; meist mit dem Ziel, die 'allgemeine Meinung' herauszufinden bzw. darzustellen</i>
8	Leserbrief
99	Passt zu keiner der oben genannten journalistischen Darstellungsformen

## A6 Titel des Artikels

0 eintragen, falls kein Titel vorhanden ist (beispielsweise bei Facebook)

Haupttitel (in der grössten Schrift)

## Relevanz

### A7 Aktualitätsrelevanz

Die Aktualität bezieht sich auf das **Hauptthema und/oder Hauptereignis** des Artikels. Kann der Zeitpunkt eines Ereignisses nicht eindeutig bestimmt werden (zum Beispiel «Jetzt werden Freiwillige gesucht», «Bald ist der Start geplant»), muss 99 «Sonstiges» codiert werden.

Code	Ausprägung
0	Nicht aktuell <i>Beispiel: alleinstehendes Bild ohne erschliessbaren Kontext oder Aktualitätsbezug</i>
1	Zeitlich-aktuell <i>Kurzer Zeitraum (max. 7 Tage) zwischen Hauptereignis u. Veröffentlichung, auch wenn von einem zukünftigen Ereignis berichtet wird (aktuelles Ereignis)</i> <i>Beispiel: Klimademo findet innerhalb von den nächsten 7 Tagen statt oder Bild von einer Feuerstelle, die am Tag zuvor verwüstet wurde</i>
2	Inhaltlich-aktuell <i>Latent aktuelle Themen sind z.B. soziale Probleme oder Themen, die eine Gesellschaft zwar durchgängig beschäftigen, für die aber immer erst neue Aktualität geschaffen werden muss (Thema, bzw. Problem ohne aktuellen Ereignisbezug)</i> <i>Beispiel: Es wird allgemein über Klimawandel berichtet, ohne aktuellen Ereignisbezug oder ein Bild mit einem Baum im Herbst, der schöne Herbstfarben zeigen soll</i>
99	Sonstiges

### A8 Relevanz

Die Relevanz bezieht sich auf das **Hauptthema** des Artikels, wer ist vom Thema betroffen, für wen ist es relevant?

Code	Ausprägung
1	gesamtgesellschaftlich nationale Problembetrachtung im Vordergrund (auch: Schweiz im internationalen Vergleich)
2	gesellschaftliches Subsystem kantonale/städtische Problematiken oder Sichtweisen von Bevölkerungsgruppen (auch bestimmte Branchen)
3	institutionelle, einzelne Behörden (Ämter), Organisationen, Firmen, Vereine etc.
4	individuell / privat
77	Nicht feststellbar

## Professionalität

### Beispiel:

19. Okt. 2020, 14:07 Uhr

#### Save the Date: Der Jahrgang 2002 feiert seine Volljährigkeit

Zum Anlass der Volljährigkeit lädt die Gemeinde Allschwil alle 165 Frauen und Männer mit Jahrgang 2002 am Freitagabend dem 20. November 2020 zu einem feinen Nachtessen ins Restaurant ZicZac ein.

Demnächst erhalten alle, in Allschwil wohnhaften und diesem Jahr volljährig gewordenen jungen Menschen, ihre Einladung zu diesem denkwürdigen Anlass. Dieses Jahr ist die Platzanzahl beschränkt, darum bitten wir euch um eine schnelle Anmeldung.

Der Gemeinderat, der Einwohnerratspräsident und Vertreter des Jugendrates Baselland freuen sich auf einen ungezwungenen und feierlichen Abend.

D. Schäfer, Freizeithaus Allschwil

### A9 Vollständigkeit: Was?

Die Beantwortung der 4 W Fragen dient die Überprüfung der Vollständigkeit des Artikels  
Der Artikel enthält die Antwort auf die Frage **Was** (Was ist passiert?)

Code	Ausprägung
1	Erfüllt
2	Nicht erfüllt

### A10 Vollständigkeit: Wann?

Der Artikel enthält die Antwort auf die Frage **Wann** (Datum und evtl. Uhrzeit des Geschehens oder Phrasen wie «letzten Freitag»)

Code	Ausprägung
1	Erfüllt
2	Nicht erfüllt

### A11 Vollständigkeit: Wer?

Der Artikel enthält die Antwort auf die Frage **Wer** (*Wer war dabei/beteiligt?*)

Code	Ausprägung
1	Erfüllt
2	Nicht erfüllt

### A12 Vollständigkeit: Wo?

Der Artikel enthält die Antwort auf die Frage **Wo** (an welchem **geographischen Ort**) (*Ort, an dem das Ereignis passiert ist*). Ist die Ortsangabe lediglich durch Interpretation des Publikationsortes (beispielsweise ortsspezifische Facebookgruppe oder Gemeindewebsite) abzuleiten, muss 2 «nicht erfüllt» codiert werden.

Code	Ausprägung
1	Erfüllt
2	Nicht erfüllt

### A13 Quellentransparenz Autorenschaft

Code	Ausprägung
0	keine Angaben vorhanden
1	Autor'in oder Autorenkollektiv nachvollziehbar (auch durch Kürzel)
2	Redaktion (red.) bzw. Kurzzeichen der jeweiligen Redaktion oder Angabe einer Firma oder einer Gemeindeverwaltung etc.
3	Agenturangabe im Text oder Kürzel ( <i>ap, afb, ats, sda, Reuters etc.</i> )
77	Nicht zuordbar

### **A14 Quellentransparenz Ebene Inhalt: Angabe Hauptquelle**

Erfassung der Quelle zum Hauptereignis.

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
0	Keine Angabe vorhanden
1	Professionelle Quelle <i>Nachrichtenagentur, Zeitung oder Zeitschrift, TV, Radio, Pressemitteilung o.ä.</i>
2	Partizipative Quelle <i>Webblog, kollektives Webangebot (z.B. Social Media) o.ä.</i>
3	Eigene Quelle <i>Persönliches Gespräch, z.B. mit einem Augenzeugen, Experte usw., eigenes Webangebot, eigene Erfahrungen etc.</i>
99	Andere

### **A15 Quellentransparenz Ebene Inhalt: Trennung von Werbung und Bericht**

Als Werbung gilt: namentliche Erwähnung von Waren, Dienstleistungen, Unternehmen oder Marken, wenn sie vom Autor mit dem Ziel getätigt wird, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistung zu fördern (Baerns 2004); die Zielsetzung des' der Autor'in kann lediglich vermutet werden.

Falls keine werbende Absicht im Artikel zu vermuten ist, muss 1 «erfüllt» codiert werden.

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	Erfüllt
2	Nicht erfüllt

### **A16 Authentizität: Direkte Zitate**

(Annähernd) wörtlich wiedergegebene Äusserung oder Textstelle, die von Anführungszeichen eingeschlossen wird. Durch Anführungszeichen markierte Titel, Namen oder reine Hervorhebungen werden nicht erfasst. 1 zu 1 Interviews werden als 1 «trifft zu» codiert.

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	Trifft zu
2	Trifft nicht zu

### **A17 Authentizität: Ich-Bezüge**

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	Trifft zu <i>trifft zu, wenn Pronomen wie ich, mir, mich, mein, unser, wir o.ä. vorkommen</i>
2	Trifft nicht zu

### **A18 Authentizität: Leseransprachen**

<b>Code</b>	<b>Ausprägung</b>
1	Trifft zu <i>trifft zu, wenn Pronomen wie du, dir, dein, dich, euer, ihr, Sie o.ä. vorkommen</i>
2	Trifft nicht zu



## 2.4 Analyseeinheit Akteur'in

**Akteur'in:** Als Akteur'innen gelten diejenigen realen Personen, Gruppen, Organisationen, Institutionen, Vereine oder sozialen Bewegungen, die im Beitrag **direkt zu Wort kommen** (z.B. Leserbrief, FB-Post) oder deren Aussagen **direkt oder indirekt zitiert** werden.

Auch die Urheber'innen der Beiträge können Akteur'innen sein, wenn sie ihre Meinung äussern.

Achtung: Kommentierende Personen sind keine Akteur'innen.

### Erfassung der Akteur'innen im Codebogen:

Die Akteur'innen werden der Reihe nach, wie sie im Beitrag erwähnt werden, erfasst.

➔ Falls kein'e Akteur'in vorhanden ist, direkt zum [nächsten Artikel gehen](#)

#### T3 Akteur-ID

Für jede'n Akteur'in wird eine Akteur-ID vergeben. Diese besteht aus der Artikel-ID und einer Laufnummer (beginnen bei 1).

*Beispiel: BT\_FB\_05\_003\_1*

Falls der/die Urheber'in als Akteur'in auftritt, wird er'sie zuerst erfasst und erhält die Laufnummer 0.

*Beispiel: BT\_FB\_05\_003\_0*

#### K1 Urheber'in

Hier wird erfasst, ob der'die Akteur'in gleichzeitig Urheber'in des Artikels/Posts ist.

Code	Ausprägung
0	Akteur'in ist nicht Urheber'in
1	Akteur'in ist Urheber'in des Artikels
77	kann nicht entschieden werden

## K2 Erkennungsmerkmale

Hier werden die Erkennungsmerkmale der Akteur\*innen codiert. Personen können namentlich, ohne Funktion erwähnt werden, sie können (nur) mit ihrer Funktion/Rolle erwähnt werden oder sie werden anonym aufgeführt. Gruppierungen, Institutionen, Unternehmen, etc. (→ keine natürlichen Personen) werden mit Code 4 codiert.

Code	Ausprägung
1	Nur Personennamen «Ignazio Cassis meint...»
2	Funktion / Rolle wird erwähnt «der EDA-Vorsteher Ignazio Cassis» «der EDA-Vorsteher sagt dazu...» «Präsident Hannes Lustig...» «SCL-Stürmer Dario x»
3	Anonym «Zwei junge Frauen» oder wenn kein Name erwähnt ist (z.B. anonyme*r Urheber*in, die*der sich äussert)
4	Gruppierung, Institution, Organisation, Unternehmen, Partei «Gemeindeverwaltung Allschwil»

## K3 Bezeichnung des\*der Akteurs\*in

Hier wird der Name des\*der Akteurs\*in **sowie** die dazugehörige Funktion/Rolle erfasst.

Beispiele:

Name + Funktion: «Max Musterfrau Inhaber\*in Fitness Factory»

Nur Funktion (weil im Text kein Name erwähnt): «der Präsident...»

Nur Name (weil im Text keine Funktion erwähnt): «Maxi Muster»

Gruppierungen/Institutionen etc.: «Gemeindeverwaltung Allschwil»

Falls kein Name bzw. keine Funktion/Rolle/Institution genannt ist, wird «Anonym» im Textfeld erfasst.

Code	Ausprägung
→	Textfeld

## K4 Zitation

Die Zitation bezeichnet die Art und Weise, wie ein'e Akteur'in zu Wort kommt. Falls Akteur'innen mit verschiedenen Zitierweisen vorkommen (direkt und indirekt), dann wird die direkte Rede gewählt.

Code	Ausprägung
1	Äussert sich direkt ( <i>Beispiele: Leserbrief, Kolumne, Urheber'in FB-Post</i> )
2	Zitiert in direkter Rede ( <i>Zitat in Gänsefüsschen. "Ich finde es eine Frechheit..."</i> )
3	Zitiert in indirekter Rede ( <i>sinngemässes Zitat</i> )
77	Kann nicht entschieden werden

## K5 Akteursrelevanz

Die Akteursrelevanz erfasst, welcher «Relevanzebene» die Akteur'innen zugeordnet werden. Es wird, falls vorhanden, immer die Rolle betrachtet. Die Akteur'innen vertreten in ihrer Rolle eine bestimmte Ebene.

1. Nationale bzw. internationale Relevanz (Vertreter'innen Institutionen / Unternehmen / Interessensgruppen auf nationaler/internationaler Ebene, Wissenschaft, Clubs oder Personen in nationalen Sportligen etc.)

*z.B. Bundesrätin Viola Amherd, Nationalrätin y, Bundesamt für x, schweizweite Interessensgruppen wie WWF, SC Bern, SBB, Tennisspieler Roger Federer etc.*

2. Regionale/lokale Relevanz (Vertreter'innen Institutionen / Unternehmen / Interessensgruppen auf kantonaler, regionaler oder lokaler Ebene; regionale bzw. lokale Vereine, Personen und Clubs von Regionalligen etc.)

*z.B. Regierungsmitglied x, Mitglied Gemeinderat, Tiefbauamt, Präsidentin des Musikvereins x etc.*

3. Mikroebene: Einzelperson oder mehrere Personen ohne Vertreter'innenfunktion auf nationaler bzw. internationaler oder regionaler/lokaler Ebene

*z.B. Hausfrau/Hausmann/Hausperson x, Kind Anastasia etc.*

4. Anonym

*z.B. Anonyme'r Urheber'in, «zwei junge Frauen» etc.*

Code	Ausprägung
1	Vertreter'innen auf nationaler bzw. internationaler Ebene
2	Vertreter'innen auf regionaler/lokaler Ebene
3	Einzelperson oder mehrere Personen ( <i>ohne Vertreter'innenfunktion auf nationaler oder regionaler Ebene</i> )
4	Anonym
77	Kann nicht entschieden werden

## K6 Rolle

Alle Akteur\*innen treten in einer bestimmten Rolle auf. Diese Rolle wird hier erfasst.

Code	Ausprägung
1	<p>Politische Akteur*innen  <i>Politiker*innen, Legislative, Exekutive, Gerichte, Verwaltung</i></p> <p>→ <a href="#">gehe zu K7 Parteizugehörigkeit</a></p>
2	<p>Ausländische Akteur*innen  <i>Ausländische Politiker*innen, Wissenschaftler*innen, Expert*innen, Unternehmer*innen etc. sowie internationale Organisationen, EU und NGOs.</i></p> <p>→ <a href="#">gehe direkt zur Analyseeinheit Statement</a></p>
3	<p>Wirtschaftliche Akteur*innen  <i>Gewerbe, Industrie, Unternehmen national und regional sowie Gewerkschaften, Wirtschafts-/Industrieverbände, Arbeitnehmer*innen- und Arbeitgeber*innenverbände.</i></p> <p>→ <a href="#">gehe direkt zur Analyseeinheit Statement</a></p>
4	<p>Soziokulturelle Akteur*innen  <i>Wissenschaft, Forschung, Bildung, Kirche/Religionsgemeinschaften, Sport, Kultur, Prominente, Einsatz- und Rettungskräfte (Polizei, Feuerwehr etc.), NGOs / Interessensverbände / Soziale Bewegungen (z.B. Pro Juventute), Initiativkomitees, Vereine, Privatpersonen</i></p> <p><b>Achtung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Wirtschaftsverbände, Arbeitgeber*innen- und Arbeitnehmer*innenverbände. werden den wirtschaftlichen Akteur*innen zugeordnet.</i></li> </ul> <p>→ <a href="#">gehe zu K8 Soziokulturelle Akteur*innen</a></p>
77	<p>Kann nicht entschieden werden (passt in mehrere Kategorien)</p> <p>→ <a href="#">gehe direkt zur Analyseeinheit Statement</a></p>
99	<p>Sonstige Akteur*innen</p> <p>→ <a href="#">gehe direkt zur Analyseeinheit Statement</a></p>

## K7 Parteizugehörigkeit

Hier wird die Parteizugehörigkeit von politischen Akteur\*innen erfasst.

Falls der\*die Akteur\*in kein\*e politische\*r Akteur\*in ist, kann das Feld leer gelassen werden.

Aufgelistet sind die im Parlament vertretenen Parteien. Andere Parteien werden unter «andere Partei oder explizit parteilos» (99) codiert.

Code	Ausprägung
0	Keiner Partei angehörig <i>Beispiel: Gemeindeverwaltung</i>
1	BDP, Bürgerliche-Demokratische Partei
2	CVP, Christlichdemokratische Volkspartei (inkl. CSP)
3	EDU, Eidgenössisch-demokratische Union
4	Ensemble à Gauche
5	EVP, Evangelische Volkspartei
6	FDP, Die Liberalen (inkl. LPS/Liberale Partei der Schweiz)
7	GLP, Grünliberale Partei
8	GPS, Grüne Partei der Schweiz
9	Lega dei ticinesi
10	PDA, Partei der Arbeit
11	SP, Sozialdemokratische Partei
12	SVP, Schweizerische Volkspartei
77	keine Parteizugehörigkeit ersichtlich (aber in dieser Funktion in der Regel einer politischen Partei angehörig) <i>Beispiel: Nationalrat xy → ohne Nennung der Partei</i>
99	Andere Partei oder explizit parteilos ( <i>“Max Muster, parteilos”</i> )

## K8 Soziokulturelle Akteur'innen

Hier werden soziokulturelle Akteur'innen genauer codiert.

Falls die'der Akteur'in kein'e soziokulturelle'r Akteur'in ist, kann das Feld leer gelassen werden.

Code	Ausprägung
1	Wissenschaft/Forschung, Bildungseinrichtungen, Schulen <i>Expert'innen aus der Wissenschaft, Lehrer'innen, Schulleiter'innen, Rektor'innen etc.</i>
2	Vertreter'innen von Kirchen und Religionsgemeinschaften <i>Vertreter'innen von Kirchen und Religionsgemeinschaften (Pfarrer'innen, Nonnen, Mönche, Imam'innen, etc.).</i>
3	Kultur, Show Business (Prominente) <i>Models, Sänger'innen, Musiker'innen, Schauspieler'innen, Künstler'innen, Autor'innen, etc.</i>
4	Sport <i>Profisportler'innen und Sportverbände/Clubs</i>
5	Einsatz- und Rettungskräfte <i>Polizei, Feuerwehr, Rettungskräfte, Sanitäter'innen, Armee, Zivilschutz, etc</i>
6	NGOs, Interessenverbände, soziale Bewegungen. <i>Interessenverbände und NGOs: z.B. Menschenrechte Schweiz (MERS) Schweizerisches Rotes Kreuz, Helvetas, Pro Juventute, alliance F, männer.ch, WWF, Greenpeace, amnesty international etc. Hierunter fallen auch Initiativkomitees, wenn diese explizit als Akteur'in auftreten.</i>
7	Vereine, aktive Vereinsmitglieder <i>Vertreter'innen von Vereinen sowie einzelne Vereinsmitglieder von z.B. Turnvereinen, Musikvereinen etc.</i>
8	Privatpersonen <i>Bürger'innen, Opfer, Betroffene, Zeug'innen, Anwäl't'innen etc.</i>
77	Kann nicht entschieden werden (passt in mehrere Kategorien)
99	Sonstige soziokulturelle Akteur'innen

## 2.5 Analyseeinheit Statement

Als Statement wird eine Aussage verstanden, die einen oder mehrere Standpunkt(e) beinhaltet. Rössler (2017) verwendet ausserdem Begriffe wie Meinungsäusserung oder Argument. Ein Artikel/ein Beitrag kann mehrere inhaltlich unterschiedliche Statements von einem oder mehreren Akteuren enthalten. Als ein Statement zählt also das, was von einem'r Akteur'in als Meinungsäusserung über den gesamten Artikel/Beitrag hinweg vermittelt wird – und das kann durchaus in verschiedenen Aussagen und Sätzen geschehen.

Unter neutraler Berichterstattung, Nachrichten und Inseraten werden keine Statements verstanden.

### Erfassung der Statements im Codebogen:

- Jedes Statement wird durch die Statement-ID gekennzeichnet. Diese leitet sich aus der Akteur-ID ab.
  - Sind es mehrere Statements von einem Akteur/einer Akteurin wird analog zum Codierprozess auf Ebene Akteur'in das erstgenannte Statement auch als erstes codiert. Somit sollte die Reihenfolge der Statements im Artikel der Reihenfolge im Excel (Zeilen) entsprechen.
- ➔ Falls kein Statement vorhanden ist, direkt zum'r [nächsten Akteur'in gehen](#).

### Hilfestellungen und Beispiele

- Ein Statement muss nicht "am Stück" sein, es kann sich auch aus verschiedenen Textstücken zusammensetzen. Man soll sich jeweils fragen: Gehört das inhaltlich noch zu derselben Aussage zu einem Thema? Wenn ja, zählt es als EIN Statement.
- Wenn sich bspw. ein'e Akteur'in für den Ausbau von Velowegen ausspricht, und dies im gleichen Zusammenhang einige Sätze später wieder tut, zählt dies als EIN Statement.
- Wenn diese'r Akteur'in zudem auch Kontra-Argumente vorbringt, wird dies als EIN Statement codiert (mit Perspektivenvielfalt, siehe S4), da EIN Thema.
- Wenn sich der/die Akteur'in im gleichen Beitrag zusätzlich zu einem anderen Thema äussert und seine Meinung kundtut (z.B. über die Überlastung von Autobahnen), liegt ein ZWEITES Statement vor, welches separat codiert wird.

## T5 Statement-ID

Die Statement-ID setzt sich aus der Akteur-ID und einer Statement-Laufnummer (beginnend bei 1) zusammen.

Beispiel: **BT\_FB\_05\_003\_1\_1**

## S1 Identifikation des Statements

Damit bei der Auswertung überprüft werden kann, ob ein Codierer'innenpaar dasselbe Statement erkannt hat, muss der Wortlaut 1:1 aus dem Text kopiert werden. Das Statement sollte dabei möglichst vollständig erfasst werden. Handelt es sich um sehr viel Text oder ist das Statement an sich über den ganzen Beitrag verteilt, kann auch nur der Anfang kopiert werden.

Code	Ausprägung
→	<i>Textfeld</i>

## S2 Platzierung Statement

Hier wird angegeben, in welchem Teil der Berichterstattung das Statement zum ersten Mal aufgeführt wird.

Code	Ausprägung
1	Statement im Titel/Intro
2	Statement in Unter- oder Zwischentitel
3	Statement irgendwo innerhalb des Artikels/Beitrags
4	Statement als wörtliches Zitat im Artikel/Beitrag ( <i>O-Ton der's Akteurin's, alles in Anführungszeichen</i> )



### S3 Thema

Hier geht es nicht um die Funktion des Statements, sondern um das Hauptthema.  
Beispielsweise wenn von Littering im Wald die Rede ist, codiert man nicht  
Recht/Sicherheit sondern Natur/Umwelt.

Code	Ausprägung
1	Bildung <i>z.B. (Hoch-)Schulen, Studium, (Berufs-)Ausbildung</i>
2	Familie <i>z.B. Ehe, Geburt, Kinder, Tod</i>
3	Freizeit / Hobby <i>z.B. Spiele, Vereine (ohne Sport- und Musikvereine)</i>
4	Gesundheit / Medizin <i>z.B. Ernährung, Fitness, Medikamente, Wellness</i>
5	Kultur / Geschichte <i>z.B. Film, Literatur, Musik (mit Musikvereinen), Theater, historisches rund um die Gemeinde / Stadt</i>
6	Lifestyle / Haus / Wohnen <i>z.B. Beziehungen, Mode, Prominenz, Haushalt, Haustiere, Garten</i>
7	Katastrophen <i>z.B. Naturkatastrophen, Unfälle, Feuerwehr</i>
8	Politik <i>z.B. Gesetze, Initiativen, Referenden, Wahlen, Abstimmungen, Petitionen, Gemeindeversammlungen, Vernehmlassungen, Unterschriftensammlungen</i>
9	Reise <i>z.B. Sehenswürdigkeiten, Unterkunft</i>
10	Religion <i>z.B. Spiritualität, Weltreligionen, Esoterik</i>
11	Service <i>Terminkalender, Linksammlungen, Informationen zur Infrastruktur</i>
12	Sport <i>z.B. Sportvereine, Fussball, Leichtathletik</i>
13	Technik <i>z.B. Digitales, Autos, Motorfahrträder, Internet</i>
14	Natur / Umwelt <i>z.B. Atomkraft, Flora, Fauna, Wetter, Spaziergänge</i>
15	Wirtschaft / Geld <i>z.B. Einkaufen, Geschäftliches, Lotterie</i>
16	Recht / Sicherheit <i>z.B. Polizei, Verbrechen, Delikte, Militär, Prozesse</i>
17	Soziales / Wohlfahrt <i>z.B. Betreuung, Pflege, Spenden, Bevölkerung</i>
18	Verkehr <i>z.B. Strassenverkehr, Bahn, Flugzeugverkehr</i>
19	Essen / Trinken <i>z.B. Gastronomie, Wein, Rezepte</i>
20	Erotik / Sex <i>z.B. sexuelle Aufklärung, Pornografie</i>
99	Sonstiges

## S4 Vielfalt (Perspektive)

Hier wird die Perspektivenvielfalt, also die Ausgewogenheit der Standpunkte innerhalb eines Statements eruiert.

Code	Ausprägung
1	Eine Perspektive (nur Pro oder nur Kontra) <i>Beispiel: Akteur'in spricht sich nur für oder nur gegen den Ausbau von Velowegen aus.</i>
2	Mehrere Perspektiven (ausgewogenes Pro und Kontra) <i>Beispiel: Akteur'in bindet im Statement Pro- und Kontra-Argumente gleichermaßen ein.</i>
3	Mehrere Perspektiven (mehrheitlich Kontra) <i>Beispiel: Akteur'in vertritt zwar den Standpunkt, dass der Ausbau von Velowegen nicht nötig ist, versteht aber auch die Sichtweise der Befürworter'innen.</i>
4	Mehrere Perspektiven (mehrheitlich Pro) <i>Beispiel: Akteur'in spricht sich für den Ausbau von Velowegen aus, nimmt aber auch Bezug auf Gegenargumente.</i>
77	Nicht ersichtlich

## S5 Objektivität (Argumentation)

Hier wird der im Statement dominierende Argumentationsstil (rational oder emotional) erfasst.

Code	Ausprägung
1	<p>Im Statement wird <u>vor allem</u> rational (kognitiv-normativ) argumentiert (Ereignisse werden differenziert dargestellt und problematisiert, Pro- und Kontra-Positionen werden abgewogen, Schlussfolgerungen werden abgeleitet, Kritik sowie Forderungen werden begründet.)</p> <p><i>Beispiel: "Doch der schwedische Weg ist auch in Schweden hoch umstritten. Fakt ist: Bislang wurden in dem Land weitaus mehr Corona-Infizierte gezählt als in anderen nordischen Ländern (aber weniger als etwa in Italien oder Spanien). Über 170 Menschen starben den Gesundheitsbehörden zufolge in Schweden bereits an Covid-19."</i></p>
2	<p>Im Statement wird <u>vor allem</u> gefühlsbetont, appellierend oder polemisch argumentiert (also eher moralisch-emotional, Stimmungslagen werden wiedergegeben, subjektive Äusserungen von Individuen stehen im Zentrum und Emotionen werden ausgelöst, ohne Argumente abzuwägen oder zu vermitteln).</p> <p><i>Beispiel: "Corona, der unsichtbare Feind, von Ausländern eingeschleppt. Wir sagten schon immer: Alle Grenzen zumachen. Keine Ausländer und Asylanten mehr in die Schweiz lassen!!"</i></p>
3	Neutral
77	Nicht ersichtlich

## S6 Objektivität (Begründung des Statements)

Hier wird erfasst, wie das Statement begründet ist. Werden beispielsweise Fakten und/oder Beispiele für die Untermauerung des Statements genutzt?

Code	Ausprägung
0	Keine Begründung <i>Das Statement wird von 'm Akteur'in ohne Begründung erwähnt.</i>
1	Begründung mit Beispielen <i>Das Statement ist mit Hinweisen auf Einzelfälle, individuelle Geschichten, Anekdoten etc. angereichert</i>
2	Begründung mit Zahlen/Fakten <i>Hinweise auf Zahlen, Statistiken, allgemein anerkanntes Wissen, Expertisen, Gutachten etc.</i>
3	Begründung mit Beispielen <u>und</u> Fakten
77	Kann nicht entschieden werden

## 2.6 Liste der Webseiten

Gemeinde	Name des Mediums	URL	Abkürzung	Anzahl Leser'innen	Quelle Anzahl Leser'innen
<b>Spiez</b>	MyLocalServices Spiez	Nicht vorhanden (App)	SP_MLS	nicht ersichtlich	
	Du bisch vo Spiez wed..	<a href="https://de-de.facebook.com/groups/451525428308833/?fref=mentions">https://de-de.facebook.com/groups/451525428308833/?fref=mentions</a>	SP_FB	1'478	eigene Angabe
	BZ Berner Oberländer	<a href="https://www.berneroberlaender.ch/region/oberland">https://www.berneroberlaender.ch/region/oberland</a>	SP_BZ	31'00	eigene Angabe
<b>Langenthal</b>	Crossiety Langenthal	<a href="https://crossiety.app/dorfplatz/langenthal/">https://crossiety.app/dorfplatz/langenthal/</a>	LT_CR	2'030	
	BZ Langenthaler Tagblatt	<a href="https://www.langenthalertagblatt.ch/">https://www.langenthalertagblatt.ch/</a>	LT_BZ	639'00	eigene Angabe
	Langenthaler Zeitung	<a href="https://langenthalerzeitung.ch/lang/">https://langenthalerzeitung.ch/lang/</a>	LT_LZ	14'315	eigene Angabe
<b>Winterthur</b>	CityMobile Winterthur	<a href="https://m.winterthur.ch/index.php?apid=4328333&amp;jsr=1">https://m.winterthur.ch/index.php?apid=4328333&amp;jsr=1</a>	WT_CM	nicht ersichtlich	
	Du bisch vo Winterthur wenn...	<a href="https://www.facebook.com/groups/625144164226019/">https://www.facebook.com/groups/625144164226019/</a>	WT_FB	4'583	eigene Angabe
	Winterthurer Zeitung	<a href="https://www.winterthurer-zeitung.ch/">https://www.winterthurer-zeitung.ch/</a>	WT_WZ	64'00	eigene Angabe
	Landbote	<a href="https://www.landbote.ch/winterthur">https://www.landbote.ch/winterthur</a>	WT_LB	89'00	eigene Angabe
<b>Balsthal</b>	Du bisch vo Bauschtu	<a href="https://de-de.facebook.com/groups/749919358353339/">https://de-de.facebook.com/groups/749919358353339/</a>	BT_FB	1'946	eigene Angabe
	Anzeiger Thal Gäu Olten	<a href="https://anzeigertgo.ch/">https://anzeigertgo.ch/</a>	BT_AZ	53'00	eigene Angabe
<b>Allschwil</b>	CityMobile Allschwil	<a href="https://allschwil.mopage.ch/index.php?apid=15754878">https://allschwil.mopage.ch/index.php?apid=15754878</a>	AL_CM	nicht ersichtlich	
	Allschwiler Wochenblatt	<a href="https://www.allschwilerwochenblatt.ch/">https://www.allschwilerwochenblatt.ch/</a>	AL_AW	21'157	eigene Angabe
	Du kommst aus Allschwil wenn...	<a href="https://de-de.facebook.com/groups/186467821526995/">https://de-de.facebook.com/groups/186467821526995/</a>	AL_FB	1'251	eigene Angabe
<b>Risch</b>	Rischer Zeitung	<a href="https://www.zg.ch/behoerden/gemeinden/risch-rotkreuz/verwaltung/aktuelles/dgmeind/rischer-zeitung-2020-1/riz-oktober/riz-oktober/download">https://www.zg.ch/behoerden/gemeinden/risch-rotkreuz/verwaltung/aktuelles/dgmeind/rischer-zeitung-2020-1/riz-oktober/riz-oktober/download</a>	RI_ZT	nicht ersichtlich	