



Hochschule Neu-Ulm  
University of Applied Sciences

Bachelorarbeit  
im Bachelorstudiengang  
**Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation**  
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm

**Die Berichterstattung über die Fashionunternehmen Vaude und Shein in den deutschen  
Tageszeitungen Süddeutsche und Frankfurter Allgemeine – eine vergleichende  
Inhaltsanalyse**

Erstkorrektor/-in: Prof. Dr. Barbara Brandstetter

Verfasser/-in: Melanie Anderl (Matrikel-Nr.: 297257)

Thema erhalten: 16.04.2024

Arbeit abgegeben: 16.08.2024

## Inhaltsverzeichnis

1	Genderverweis .....	II
2	Abbildungsverzeichnis.....	III
3	Abkürzungsverzeichnis .....	IV
4	Einleitung .....	1
5	Theoretischer Hintergrund.....	4
5.1	Das Medium Tageszeitung .....	4
5.2	Die Süddeutsche Zeitung .....	5
5.3	Die Frankfurter Allgemeine Zeitung .....	5
5.4	Die Nachricht.....	6
5.5	Nachrichtenfaktoren- und werte .....	7
5.6	Nachrichtenwerttheorie .....	8
5.7	Das Fashionunternehmen Vaude .....	8
5.8	Das Fashionunternehmen Shein .....	9
6	Wissenschaftliche Methode.....	10
6.1	Inhaltsanalyse .....	10
6.2	Untersuchung.....	11
6.3	Auswahlkriterien.....	11
7	Ergebnisse .....	15
7.1	Formale Kategorien.....	15
7.2	Inhaltliche Kategorien.....	36
7.3	Wertende Kategorien .....	63
8	Fazit – Ausblick .....	67
9	Anhang.....	I
9.1	Anhang A .....	I
9.2	Anhang B .....	XXX
10	Literaturverzeichnis.....	XLII
11	Eidesstattliche Erklärung .....	i

## 1 Genderverweis

In dieser Bachelorarbeit wird auf eine geschlechtergerechte Sprache geachtet. Um die Lesbarkeit zu verbessern, wird jedoch in einigen Fällen die männliche Form verwendet. Hierbei sind alle Geschlechter gleichermaßen gemeint. Die Nutzung der männlichen Form dient der sprachlichen Vereinfachung und soll keine Benachteiligung oder Missachtung anderer Geschlechter darstellen. Für Begriffe, die geschlechterneutral formuliert werden können, wird dies ebenso angewendet.

## 2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: "Berichterstattung der SZ von 2019 bis 2024 im Vergleich Vaude und Shein".....	16
Abbildung 2: "Berichterstattung der FAZ von 2019 bis 2024 im Vergleich Vaude und Shein".....	17
Abbildung 3: "Insgesamte Ressortverteilung der SZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	19
Abbildung 4: "Insgesamte Ressortverteilung der FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	19
Abbildung 5: "SZ-Ressortverteilung in Bezug auf die Vaude-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	20
Abbildung 6: "Berichterstattungen von SZ und FAZ bezüglich ihrer Länge im Zeitraum von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	22
Abbildung 7: "Anzahl der Vaude-Berichterstattung der SZ bezüglich ihrer Länge von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	23
Abbildung 8: "Insgesamte Längenverteilung der FAZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	24
Abbildung 9: "Insgesamte Absatzverteilung der Berichterstattung von SZ und FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	26
Abbildung 10: "Insgesamte Absatzverteilung der SZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	28
Abbildung 11: "Insgesamte Absatzverteilung der FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	29
Abbildung 12: "Insgesamte Themenverteilung der SZ und FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	36
Abbildung 13: "Themenverteilung der SZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	37
Abbildung 14: "Themenverteilung der FAZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	39
Abbildung 15: "Insgesamte Expertenverteilung von SZ und FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	46
Abbildung 16: "Expertenverteilung der SZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	47
Abbildung 17: "Expertenverteilung der FAZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024" .....	49

### 3 Abkürzungsverzeichnis

Bzw. beziehungsweise

Ca. circa

FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung

FWF Fair Wear Foundation

H&M Hennes & Mauritz

Mio. Millionen

SZ Süddeutsche Zeitung

Vgl. vergleiche

## 4 Einleitung

Schlagzeilen die Interesse wecken, wie zum Beispiel „Eine chinesische Dampfwalze rollt durch den Onlinehandel“ (Lindner, Schwarz, Theile, 2024, S.19) und „Ehrlichkeit zahlt sich aus“ (Hampel, 2024, S. 13) werden immer wieder in den deutschsprachigen Printmedien gedruckt, doch bis zur Erscheinung eines Artikels in der Zeitung, muss er einige Zwischenschritte durchlaufen. Viele Journalisten glauben, dass sie sofort erkennen können, ob eine Nachricht genug Nachrichtenfaktoren und -werte besitzt, um berichtenswert zu sein.<sup>1</sup> Dies entspricht jedoch nicht der tatsächlichen Theorie dahinter. Nicht ohne Grund wurden Richtlinien aufgestellt, anhand derer ein Journalist erkennen kann, ob etwas interessant genug ist, um in einer Zeitung veröffentlicht zu werden.<sup>2</sup> Beispielsweise wurden zur Erkennung spezifische Nachrichtenfaktoren und eine Nachrichtenwerttheorie entwickelt. Im späteren Verlauf der wissenschaftlichen Arbeit, werden diese detaillierter ausgeführt. Zudem ist es nicht möglich, die Neuigkeit in jeder Zeitung zu veröffentlichen. Sie muss zur Umgebung, in welcher die Zeitung agiert, passen. Dies schließt den Umfang der Pressefreiheit, die Verfügbarkeit von Technologien, die Marktbedingungen und die aktuellen journalistischen Praktiken und Standards ein.<sup>3</sup>

Im Laufe der Jahre verlor ein Großteil der Menschheit das Vertrauen in den Journalismus. Gerade wegen der Fake News ist der Zugang zu hochwertigen Nachrichtenquellen, wie Printmedien, heute besonders wichtig.<sup>4</sup> Aus diesem Grund werden in dieser vergleichenden Inhaltsanalyse ausschließlich Berichterstattungen aus den beiden deutschen überregionalen Printtageszeitungen „Süddeutsche Zeitung“ und der Qualitätszeitung<sup>5</sup> „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ analysiert. Diese fallen in die Kategorie der großen Zeitungen, welche im Besitz privater Unternehmen sind und eine nationale Ausrichtung mit einer breiten Leserschaft aufweisen können.<sup>6</sup> Somit sind diese auch nicht im Besitz der Regierung und werden von dieser auch nicht geleitet.<sup>7</sup> Sie gehören zu den Zeitungen, welche die größte Auflage im Land verbreiten und werden unter anderem als eine Art Spiegel Abbildung der öffentlichen

---

<sup>1</sup> Harcup/ O'Neill (2016)., S. 1470

<sup>2</sup> Mast/ Temmerman (2021)., S. 690

<sup>3</sup> Beach/ Hanlon (2023)., S. 2

<sup>4</sup> Beuthner/ Bomnüter/ Hansen/ Hennig-Thurau/ König (2023)., S. 109

<sup>5</sup> Bergmann/ Ossewaarde (2020)., S. 270

<sup>6</sup> Schönfelder/ Holmgaard (2019)., S. 91

<sup>7</sup> Buyx/McLennan/ Zimmermann (2023)., S. 3

Meinung in Deutschland angesehen.<sup>8</sup> Zudem ist bekannt, dass die Zeitungen der nord-europäischen Länder hinsichtlich ihrer Menge und thematischen Ausrichtung nicht im gleichen Ausmaß von den sozialen Medien abhängig sind, wie in den atlantischen Ländern<sup>9</sup>, weshalb eine Beleuchtung von Printmedien interessante Erkenntnisse mit sich bringen kann. Trotz der vielen Gemeinsamkeiten, weisen beide Tageszeitungen Unterschiede in ihrer thematischen Orientierung auf. Die SZ ist eher liberal und politisch umfangreich aufgestellt im Gegensatz zur FAZ. Letztere ist wirtschaftlich liberal und politisch konservativ gefächert. Damit ist gemeint, dass die FAZ traditionellere Ansichten und Werte besitzt. Zudem ist sie kritischer gegenüber schnellen gesellschaftlichen Veränderungen eingestellt.<sup>10</sup>

Um diese und weitere Differenzen der Berichterstattung der beiden Tageszeitungen aufzudecken, werden ausschließlich Artikel über die beiden Modeunternehmen Vaude und Shein in der Analyse berücksichtigt. Da die beiden Modeunternehmen von Grund auf unterschiedliche Unternehmensleitbilder besitzen und eine gegensätzliche Unternehmensphilosophie leben, treten hier Auffälligkeiten in Bezug auf Berichterstattungen besonders auf. So ist Vaude ein sehr umweltorientiertes Unternehmen mit einem großen Nachhaltigkeitsgedanken bei der Herstellung und Vertrieb ihrer Kleidung.<sup>11</sup> Im Gegensatz dazu steht Shein, denn in diesem Unternehmen dreht sich alles um Gewinn, Massenabfertigung von billig hergestellten Kleidungsstücken und dem stetigen Wachstum des Unternehmens. Dabei wird die Umwelt und Arbeitsbedingungen der Menschen außer Acht gelassen.<sup>12</sup>

Aufgrund der weitläufigen Reichweite der beiden Printmedien SZ und FAZ und ihrer verschiedenen thematischen Orientierung, stellt sich die Frage, in wie weit sich die Berichterstattung dieser unterscheidet. Damit schließt sich dem Thema „Die Berichterstattung über die Fashionunternehmen Vaude und Shein in den deutschen Tageszeitungen Süddeutsche und Frankfurter Allgemeine – eine vergleichende Inhaltsanalyse“, folgende Forschungsfrage an „Inwiefern berichten die deutschen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung über die Fashionunternehmen Vaude und Shein?“.

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, genaue Erkenntnisse darüber zu gewinnen, bei welchen Aspekten der Berichterstattung von SZ und FAZ es wesentliche

---

<sup>8</sup> Scherrer (2023), S. 6

<sup>9</sup> von Nordheim/ Boczek/ Koppers (2018)., S. 823

<sup>10</sup> Cazzamatta (2020)., S. 1050

<sup>11</sup> von Dewitz/ Bauer (2014)., S. 180, 182

<sup>12</sup> Cobbing/ Panhuber / Wohlgemuth (2022)., S. 23

Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten vorzufinden gibt. Diese werden mithilfe von Kategorien, wie Formalien, Inhalt und Wertungen detailliert ausgearbeitet. Zudem bestimmt ein zeitlicher Rahmen die Analysemenge der Berichterstattungen. Dieser beläuft sich auf den Zeitraum der letzten fünf Jahre von 01.01.2019 bis 31.05.2024. Innerhalb dieser Zeitspanne können eindeutige Merkmale sowie Veränderungen wahrgenommen werden.

Zu Beginn werden die Begriffe „Das Medium Tageszeitung“, „Die Süddeutsche Zeitung“, „Die Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Die Nachricht“, „Nachrichtenfaktoren- und Werte“, „Nachrichtenwerttheorie“, „Das Fashionunternehmen Vaude“ und „Das Fashionunternehmen Shein“, erklärt. Danach wird die verwendete wissenschaftliche Methode sowie die vergleichende Inhaltsanalyse, dargestellt und in ihrer Ausführung erläutert. Zudem werden die Auswahlkriterien für die Menge der Berichterstattungen definiert, damit nachvollziehbar ist, welche Artikel in der Analyse verwendet werden. Im weiteren Verlauf werden die Forschungsergebnisse untersucht und kritisch bewertet, sodass nachfolgend ein ausführliches und faktenbasiertes Fazit gegeben werden kann. Somit wird zum Schluss die Forschungsfrage beantwortet.

## 5 Theoretischer Hintergrund

In diesem Abschnitt werden grundlegende Begriffe und Namen erklärt. Zusätzlich werden aus passender wissenschaftlicher Literatur Informationen verarbeitet. Diese sollen den aktuellen Forschungsstand darstellen und zeigen auf, wie die folgende wissenschaftliche Arbeit darin integriert ist. Darüber hinaus beschreibt er die wissenschaftliche Relevanz des Inhalts der Arbeit. Zusätzlich vereinfacht er das allgemeine Verständnis für das zu erforschende Themengebiet.

### 5.1 Das Medium Tageszeitung

Zeitungen, die mindestens zweimal wöchentlich publiziert werden, fallen in die Kategorie der Tageszeitungen. Diese sind bekannt für ihre Aktualität<sup>13</sup> und bieten in der Regel eine breite Berichterstattung ohne thematische Einschränkungen.<sup>14</sup> Zu den charakteristischen Merkmalen einer Tageszeitung zählen Aktualität, Periodizität, Universalität und Publizität.<sup>15</sup> Im Jahr 2023 betrug die Leserschaft aller deutschsprachigen Tageszeitungen 34,6 Millionen Menschengruppen von 14 Jahren und älter, was 49,4% der deutschsprachigen Bevölkerung in dieser Altersgruppe entspricht.<sup>16</sup> Tageszeitungen weisen oft eine starke lokale und regionale Verankerung auf, weshalb die Publizität ein wesentliches Merkmal darstellt.<sup>17</sup> Aus diesem Grund verbreiten sie überwiegend Inhalte, die für die lokale Leserschaft von Interesse ist.<sup>18</sup> Dennoch haben sich auch bedeutende überregionale Tageszeitungen wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) und die Welt einen festen Platz in der Bevölkerung erobert. Überregionale oder nationale Zeitungen setzen den Großteil ihrer Verkaufsexemplare außerhalb ihres Kernverbreitungsgebiets ab. Es gibt jedoch auch Tageszeitungen, die zwar überregional tätig sind, aber dennoch einen deutlichen regionalen oder lokalen Schwerpunkt besitzen. Beispiele hierfür sind die Süddeutsche Zeitung (SZ) mit dem Zentrum ihrer Verbreitung in München, die Stuttgarter Zeitung und der Tagesspiegel mit Fokus auf Berlin.<sup>19</sup> Trotz des vielfältigen Angebots anderer Informationsquellen behält die Tageszeitung ihre Bedeutung als Medium bei. Dies liegt unter anderem an der höheren Glaubwürdigkeit im Vergleich zu elektronischen Medien, die zwar schneller sind und rund um die Uhr verfügbar,

---

<sup>13</sup> Hooffacker, Meier (2017)., S. 12

<sup>14</sup> Chandra/ Kaiser (2015)., S. 399

<sup>15</sup> Mast (2012)., S. 36

<sup>16</sup> BDZV (2023)., Website

<sup>17</sup> Mast (2012)., S. 36

<sup>18</sup> Kim/ Stice D. / Stice H./ White (2021), S. 2

<sup>19</sup> Mast (2012)., S. 36

aber auch vergänglicher und unzuverlässigere Informationen übermitteln können.<sup>20</sup> Darüber hinaus bieten Tageszeitungen eine bessere Orientierung zwischen der unübersichtlichen Informationsflut des Internets. Sie ermöglichen es, Hintergrundinformationen ausführlich zu präsentieren, wodurch das aktuelle Geschehen für den Leser besser einzuordnen ist. Ein weiterer Vorteil liegt in der Informationsaufnahme, da Leser diese steuern und im eigenen Tempo lesen können.<sup>21</sup> Trotz all dieser Vorteile müssen Zeitungen ihre Belegschaft reduzieren.<sup>22</sup> Dies tritt vor allem durch die steigende Internetnutzung seit den 2000er Jahren auf.<sup>23</sup>

## 5.2 Die Süddeutsche Zeitung

Die Süddeutsche Zeitung, abgekürzt SZ wird in der Printausgabe ohne die Wochenendausgabe von Montag bis Freitag gedruckt. Sie ist eine der am häufigsten zitierten Medien, was sie ihrer umfangreichen Recherche und ihrem investigativen Journalismus zu verdanken hat. Dieser wird mit den drei Adjektiven: unabhängig, kritisch und investigativ beschrieben. Die SZ berichtet breit über die Themenfelder Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Dadurch schafft sie es, transparent Informationen und Zusammenhänge weiterzuleiten und neue Perspektiven aufzustellen.<sup>24</sup> Die Leserschaft besteht aus 63% Männern und 37% Frauen mit einem durchschnittlichen Alter von 54 Jahren. Dabei erhalten sie ein monatliches Haushalts-Netto-Einkommen von 4.786 Euro. Somit fällt die Zielgruppe der SZ auf folgende Kategorien: 51% Akademiker, 42% Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren, 33% wirtschaftlich leistungsfähigste/gebildetste Schicht Stufe 1 und 28% Führungsposition, Führungskraft im Betrieb. Die Reichweite dieser Tageszeitung setzt sich aus 1.260.000 Lesern zusammen. Daraus resultierend kann die SZ eine verkaufte Auflage von 265.321 Exemplaren aufweisen (Stand: 01.01.2024).<sup>25</sup> Darüber hinaus ist diese Zeitung liberal und politisch sehr breit gefächert.<sup>26</sup>

## 5.3 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung, abgekürzt FAZ, ist eine deutsche Tageszeitung, die von Montag bis Samstag, mit Wochenendausgabe veröffentlicht wird. Sie erreicht,

---

<sup>20</sup> Anderson (2024)., S. 2

<sup>21</sup> Mast (2012)., S. 233

<sup>22</sup> Kim/ Stice D. / Stice H./ White (2021)., S. 1-2

<sup>23</sup> Cho/ Smith/ Zentner (2016)., S. 14

<sup>24</sup> Republic Objektprofil SZ (2024)., S. 1, 3-4, 7, 16

<sup>25</sup> Republic Mediadaten SZ (2024)., S. 1

<sup>26</sup> Cazzamatta (2022)., S. 1050

nach dem Stand von 01.01.2024 eine verkaufte Auflage von 186.206 Exemplaren und kann eine Reichweite von 841.000 Lesern aufweisen. Die Leserschaft der FAZ besteht aus 69% Männern und 31% Frauen. Das Durchschnittsalter beträgt 53 Jahre. Zudem umfasst die Zielgruppe dieser Tageszeitung die gehobene Gesellschaft, wie beispielsweise die obersten Führungsetagen von Ministerien, Unternehmen und Behörden. Die FAZ zeichnet einen unabhängigen Qualitätsjournalismus und eine aktuelle Informationswiedergabe aus. Darüber hinaus liefert sie ihrer Leserschaft immer wieder weitere Inspiration darüber, wie man mit Konsum umgehen kann. Aus diesen Gründen, beschreibt die FAZ ihre Zeitung für pluralistisch, führend und wirksam.<sup>27</sup> Allgemein behandelt dieses Printmedium wirtschaftliche Themen und ist eher konservativ eingestellt.<sup>28</sup>

#### 5.4 Die Nachricht

Eine Nachricht kann definiert werden als eine faktenorientierte und sachliche Darstellung eines aktuellen Ereignisses, die frei von Wertungen ist.<sup>29</sup> Sie muss neu und interessant sein und einen persönlichen Belang aufweisen. Insbesondere gewinnt eine Nachricht an persönlichem Belang, wenn sie regionale und lokale Informationen vermittelt. Dies stärkt die Bindung der Leserschaft an das Medium Tageszeitung. Die Integration des lokalen Umfelds in die Berichterstattung stellt einen bedeutenden Faktor dar, insbesondere im Kontext von Tageszeitungen, wie bereits in Abschnitt 4.1 beschrieben. Zudem ermöglicht die Herausarbeitung von Informationen eine individuelle Beratung der Leser, weshalb Tageszeitungen häufig Themen wie Geldanlage, Gesundheit, Studium, Ernährung, Reisen, Bauen und Körperpflege behandeln.<sup>30</sup> Der Zweck einer Nachricht besteht darin, dass die Leser den Inhalt verstehen. Dies wird durch einen speziellen formalen Aufbau erleichtert<sup>31</sup>, bei dem die Ereignisse nicht chronologisch, sondern nach dem Prinzip der umgekehrten Pyramide strukturiert werden. Dabei wird das Wichtigste zuerst präsentiert, gefolgt von abnehmender Bedeutung der Informationen. Um sicherzustellen, dass alle wesentlichen Aspekte abgedeckt sind, orientieren sich Journalisten an den sogenannten W-Fragen (Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum, Welche Folgen und Woher).<sup>32</sup> Des Weiteren muss jede Nachricht einen bestimmten Nachrichtenwert

---

<sup>27</sup> Republic Mediadaten FAZ (2024), S. 1

<sup>28</sup> Cazzamatta (2022), S. 1050

<sup>29</sup> Neuberger/ Kapern (2013), S. 46

<sup>30</sup> Wolff (2017), S. 12, 17

<sup>31</sup> Hooffacker, Meier (2017), S. 57, 58

<sup>32</sup> Neuberger/ Kapern (2013), S. 47

besitzen, um das Interesse des Publikums zu wecken.<sup>33</sup> Daraus abgeleitet, sollten Nachrichten die Elemente Aktualität, Allgemeines Interesse, Aufbau, Verständlichkeit, Objektivität<sup>34</sup>, Neuheit und persönlichen Belang<sup>35</sup> aufweisen.

## 5.5 Nachrichtenfaktoren- und werte

Die Aspekte des Nachrichtenwerts von Ereignissen und Themen werden durch Nachrichtenfaktoren bestimmt.<sup>36</sup> Ein hoher Nachrichtenwert wirkt sich in einer erhöhten Wahrscheinlichkeit der Veröffentlichung sowie einer größeren Aufmerksamkeit und Raumzuweisung innerhalb der Medienlandschaft aus.<sup>37</sup> Er setzt sich aus zwei Hauptkomponenten zusammen. Diese ist die Eigenschaft Neuheit und die Menge der auf das Ereignis zutreffenden Nachrichtenfaktoren.<sup>38</sup> Die Intensität, mit der die Nachrichtenfaktoren Bedeutung erlangen, korreliert direkt mit dem Nachrichtenwert und dem Interesse der Öffentlichkeit an der Information. Als bedeutungsvoll werden Informationen erachtet, die potenziell relevant für die Leserschaft sind, wie etwa nationale und internationale politische Angelegenheiten, wirtschaftliche Entwicklungen sowie Aktivitäten großer Unternehmen. Diverse Faktoren tragen zur Attraktivität von Nachrichten bei, darunter Gefühl, Fortschritt, Nähe, Sex, Kampf, Dramatik, Kuriosität und Folgeschwere.<sup>39</sup> Diese Faktoren beeinflussen auch die Klassifizierung einer Nachricht als weich oder hart. Weiche Nachrichten zeichnen sich durch eine primäre Motivation zur Unterhaltung aus, wobei der Unterhaltungswert höher gewichtet wird als der informative Inhalt. Daher erhalten die Werte Prominenz und Kuriositäten in diesem Kontext besondere Relevanz. Im Gegensatz dazu befassen sich harte Nachrichten vorwiegend mit den Themen Wirtschaft und Politik. Hier stehen das unmittelbare Interesse und die Betroffenheit der Öffentlichkeit sowie die potenziellen positiven oder negativen Auswirkungen im Vordergrund. Darüber hinaus legen harte Nachrichten einen höheren Wert auf inhaltliche, formale und ethische Qualität im Vergleich zu weichen Nachrichten.<sup>40</sup>

---

<sup>33</sup> Mast (2012)., S. 272

<sup>34</sup> Hooffacker, Meier (2017)., S. 58

<sup>35</sup> Wolff (2017)., S. 12

<sup>36</sup> Sommer/ Fretwurst/ Sommer/ Gehrau (2012)., S. 383

<sup>37</sup> Mast (2013)., S. 81

<sup>38</sup> Sommer/ Fretwurst/ Sommer/ Gehrau. (2012)., S. 384

<sup>39</sup> Wolff (2017)., S. 16

<sup>40</sup> Mast (2013)., S. 272

## 5.6 Nachrichtenwerttheorie

Die Nachrichtenwerttheorie ist ein allgemeines Konzept für die Auswahl von Meldungen. Es spiegelt jedoch auch die allgemeine menschliche Wahrnehmung und Kommunikation wider. Der Auslöser, damit die Nachrichtenwerttheorie angewendet werden kann ist ein Ereignis. Findet ein solches Ereignis statt, ordnet die Nachrichtenwerttheorie diesem einen bestimmten Nachrichtenwert zu. Zudem findet die journalistische Auswahl der Ereignisse in mehreren Zwischenschritten ab. Diese sind die Entdeckung eines Ereignisses, über den Reporter vor Ort über Nachrichtenagenturen und Redakteuren bis hin zur Entscheidung, ob die Nachricht veröffentlicht wird. Dabei wählen Journalisten und Leser häufig ähnliche Kriterien, um ein Ereignis als interessant oder unwichtig zu bewerten. Darüber hinaus muss die räumliche Verbreitung des Mediums beachtet werden. Aufgrund dieses Faktors, berichten Journalisten größtenteils über Geschehnisse im Verbreitungsradius, da diese die Rezipienten interessieren. Einige Beispiele, die oftmals publiziert werden sind: Ereignisse, die einen großen Schaden mit sich bringen, Konflikte unter einflussreichen Menschen, Regionen und Ländern oder Gewaltverbrechen. Es werden jedoch nicht nur negative Nachrichten veröffentlicht, sondern auch solche wie diese: Nachwuchs von prominenten Personen, Weltmeisterschaften und Weltrekorde, das Wetter oder bedeutsame Verkaufsstarts wie beispielsweise der Marke iPhone.<sup>41</sup>

## 5.7 Das Fashionunternehmen Vaude

Das Familienunternehmen Vaude<sup>42</sup> ist ein bekanntes Modeunternehmen, welches Outdoorartikel herstellt und verkauft. Von besonderer Bedeutung ist dabei ihr Streben nach Innovation und Nachhaltigkeit, um den Klimawandel entgegen wirken zu können.<sup>43</sup> Ein zentraler Aspekt ihrer Unternehmensphilosophie ist es, einen positiven Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten. Dies zeigt sich deutlich in ihrer Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern, globalen Partnern, zukünftigen Generationen und der Umwelt.<sup>44</sup> Seit der Gründung im Jahr 1974<sup>45</sup> verfolgt Vaude langfristige, zukunftsfähige Ziele, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte berücksichtigen. Die CEO von Vaude, Antje von Dewitz, legt großen Wert darauf, dass der Erfolg des Unternehmens nicht allein am finanziellen Gewinn gemessen wird. Er

---

<sup>41</sup> Sommer/ Fretwurst/ Sommer/ Gehrau (2012), S. 383-384

<sup>42</sup> Fiedler (2019), S. 719

<sup>43</sup> Fiedler (2019), S. 720

<sup>44</sup> Fiedler (2019), S. 719

<sup>45</sup> Fiedler (2019), S. 721

soll daran abgezielt werden, wie solidarisch, nachhaltig, gerecht, transparent, politisch engagiert und sozial ein Unternehmen agiert. Vaude ist Mitglied der Fair Wear Foundation (FWF) und setzt sich seit 2010 dafür ein, die Arbeitsstandards bei ihren Produzenten zu verbessern. Ihr Engagement wurde durch den Erhalt des Leader-Status in der besten Kategorie im Jahr 2015 erfolgreich bestätigt. Darüber hinaus hat das Unternehmen das Greenshape-Bewertungssystem für ihre Produkte entwickelt<sup>46</sup>, das als Standard für umweltfreundliche Outdoor-Produkte dient.<sup>47</sup> Die Anerkennung von Greenpeace als eines der Top 2 Labels unterstreicht die Wirksamkeit dieses Systems und hebt es deutlich von anderen Labels ab.<sup>48</sup>

## 5.8 Das Fashionunternehmen Shein

Das Unternehmen Shein wurde im Jahr 2015 in China von Chis Xu gegründet und ist seither unter diesem Namen bekannt.<sup>49</sup> Es fungiert als Online-Einzelhändler im Bereich Mode<sup>50</sup> und vertreibt preisgünstige Artikel, die hauptsächlich in China hergestellt werden. Das Produktsortiment von Shein erstreckt sich von Sonnenbrillen bis hin zu Hochzeitskleidern. Das Geschäftsmodell des Unternehmens basiert auf der Ausnutzung steuerlicher Schlupflöcher, einer flexiblen Anpassung an aktuelle Modetrends und geringer Berücksichtigung unternehmerischer sowie sozialer Verantwortung.<sup>51</sup> Trotz dieser Praktiken erlangte Shein schnell Popularität, insbesondere in den Regionen Amerika und Europa.<sup>52</sup> Zudem zeichnet sich das Fashionunternehmen durch eine ausgeprägte Präsenz in den sozialen Medien aus, insbesondere auf der Plattform TikTok.<sup>53</sup> Dadurch spricht es eine breite Zielgruppe an, vorwiegend junge Mädchen und Frauen.<sup>54</sup> Shein hat eine profitable Marktnische zwischen etablierten westlichen Modegiganten und kleineren Online-Konkurrenten erkannt und reagiert.<sup>55</sup> Diese Positionierung wurde gefestigt, als Shein im Jahr 2021 sowohl H&M als auch Zara in Bezug auf den Umsatz überholte und somit zum führenden Anbieter im Bereich der sogenannten Fast Fashion überholte.<sup>56</sup>

---

<sup>46</sup> Fiedler (2019), S. 720, 724-726

<sup>47</sup> Vaude Website

<sup>48</sup> Greenpeace (2023), S. 17, 3

<sup>49</sup> Olcott/ Eley (2021), S. 1

<sup>50</sup> Lee (2023), S. 1

<sup>51</sup> Olcott/ Eley (2021), S. 1

<sup>52</sup> Olcott/ LIU/ Li (2022), S. 1

<sup>53</sup> Olcott/ Eley (2021), S. 1

<sup>54</sup> Olcott/ LIU/ Li (2022), S. 1

<sup>55</sup> Lee (2023), S. 2

<sup>56</sup> Olcott/ Eley (2021), S. 1

## 6 Wissenschaftliche Methode

Das Hauptziel der wissenschaftlichen Methode, in diesem Fall der Inhaltsanalyse, besteht darin, die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Berichterstattungen der überregionalen Tageszeitungen SZ und FAZ aufzuzeigen. Zudem wird analysiert, inwieweit die Artikel eine Wertung enthalten.

Mit Hilfe eines Codebuchs lassen sich verschieden festgelegte und differenzierte Kategorien miteinander vergleichen. Diese enthalten sowohl formale und inhaltliche Aspekte sowie wertende Gesichtspunkte. Das Codebuch ist im Anhang B zu finden.

### 6.1 Inhaltsanalyse

Eine Inhaltsanalyse untersucht in der Regel eine umfangreiche Auswahl von Medien und Texten.<sup>57</sup> Im vorliegenden Fall werden die Tageszeitungen SZ und FAZ hinsichtlich ihrer Berichterstattung über die Modeunternehmen Vaude und Shein analysiert. Ziel dieser Analyse ist es, die Textsammlung systematisch auf vordefinierte Analyseeinheiten und Muster zu überprüfen. Hierbei wird die Berichterstattung auf die für die Inhaltsanalyse relevanten Merkmale reduziert. Das Ergebnis der Analyse beruht nicht auf der Interpretation einer einzelnen Medienbotschaft, sondern auf der Gesamtheit der untersuchten Textsammlung. Dadurch lassen sich wesentliche Tendenzen erkennen und allgemeine Aussagen ableiten. Diese fördern die Beantwortung der Forschungsfrage und beschreiben die Aussagen anschaulich.<sup>58</sup>

Die Daten sind von einfacher Qualität. Dadurch ist eine deskriptive Auswertung im späteren Verlauf der Analyse möglich. Eine Inhaltsanalyse folgt stets einem systematischen Vorgehen. Das heißt, die Textsammlung wird anhand festgelegter Regeln, die im Vorfeld definiert wurden, analysiert. Diese Regeln sind in einem sogenannten Codebuch dokumentiert (siehe Anhang B), welches einen zentralen Bestandteil der Inhaltsanalyse darstellt. Aus den genannten Gründen heraus, lässt sich diese Form der Inhaltsanalyse als quantitative Forschungsmethode einordnen und orientiert sich an den methodischen Richtlinien von Prof. Dr. Patrick Rössler (2017).<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Rössler (2017)., S. 17

<sup>58</sup> Rössler (2017)., S. 17

<sup>59</sup> Rössler (2017)., S. 20-21

## 6.2 Untersuchung

Die Analyse beschäftigt sich mit einer Stichprobe aus aller Artikel mit Erwähnung der Unternehmen Vaude und Shein, die seit Januar 2019 bis Mai 2024 in den beiden Tageszeitungen SZ und FAZ erschienen sind. Da es sich hierbei um zwei Zeitungen der gleichen Gattung handelt, ist der zu analysierende Anteil in einem überschaubaren Rahmen. Die Grundgesamtheit, also alle zu analysierenden Berichterstattungen, wird vor der Analyse durch Auswahlkriterien definiert. Daraus ergab sich die Codierung und die finale Analyse.

Das Untersuchungsziel dieser Arbeit besteht darin, eine Inhaltsanalyse der Printberichterstattung der Süddeutschen Zeitung sowie der Frankfurter Allgemeinen durchzuführen. Dabei dürfen nur Artikel berücksichtigt werden, welche die Modeunternehmen Vaude oder Shein aufgreifen. Durch unterschiedliche Auswahlkriterien, die auf den folgenden Seiten näher erklärt werden, soll herausgefunden werden, welche wesentlichen Unterschiede und Gemeinsamkeiten es bei der Berichterstattung der beiden Tageszeitungen zu den genannten Modeunternehmen gibt. Dabei wird nicht nur formal auf die Texte eingegangen, sondern auch inhaltliche und wertende Komponenten der Beiträge analysiert.

Die Forschungsfrage zielt darauf ab, die Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Berichterstattung von SZ und FAZ sowie die vorgenommenen Wertungen der Modeunternehmen Vaude und Shein möglichst eindeutig zu beantworten. Somit lautet diese wie folgt:

**Inwiefern berichten die deutschen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung über die Fashionunternehmen Vaude und Shein?**

## 6.3 Auswahlkriterien

Die Auswahlkriterien legen fest, aus welchem vorhandenen Material die Analyse besteht. Es ist notwendig, klar zu definieren, welche Medien in die Analyse einbezogen werden. Das bedeutet, dass eine Entscheidung darüber getroffen werden muss, welche speziellen Medien und Unternehmen berücksichtigt werden sollen. Darüber hinaus spielt der Untersuchungszeitraum eine entscheidende Rolle, da er festlegt, welche Veröffentlichungen innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens für die Analyse relevant sind. Durch die Festlegung des Zeitraums, der Medien und Unternehmen wird die Menge der zu analysierenden Daten eingegrenzt und somit die Grundlage für die systematische Untersuchung kreiert.

## Medienauswahl

In einer vergleichenden Inhaltsanalyse werden immer mindestens zwei Medien miteinander verglichen. In diesem Fall die SZ und die FAZ. Hierbei ist auch darauf zu achten, dass bei den beiden Tageszeitungen ausreichend viel zu analysierende Artikel zur Verfügung stehen. Da es sich hierbei um zwei überregionale Tageszeitungen handelt, sind insgesamt 96 Berichterstattungen, die die Modeunternehmen Vaude und Shein namentlich aufgreifen, vorzufinden. Zusätzlich ist darauf zu achten, dass die ausgewählten Artikel im zu analysierenden Zeitraum liegen und über der Mindestlänge von 300 Wörtern verfügen.

Die Entscheidung die Zeitungen SZ und FAZ zu analysieren ist außerdem von dem Merkmal geprägt, dass es sich hierbei um die einflussreichsten und meistgelesenen überregionalen Tageszeitungen in Deutschland handelt. Unterschiede zwischen ihnen liegen in der redaktionellen Ausrichtung und der Zielgruppe, weshalb eine vergleichende Inhaltsanalyse zu interessanten Ergebnissen führen kann. Die SZ ist eher linksliberal ausgerichtet, während die FAZ traditioneller, konservativer und wirtschaftsliberale Themen behandelt.<sup>60</sup> Durch den Vergleich beider Medien können vielfältige Perspektiven gewonnen werden und es werden die potenziellen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Darstellungen von den beiden Unternehmen Vaude und Shein deutlich. Ähnlich findet die Analyse zur Wertung der Artikel statt.

Zudem bezieht sich die Analyse ausschließlich auf die Printausgaben der beiden Tageszeitungen SZ und FAZ. Dies dient zum einen der Einschränkung der Untersuchungsmenge und zum anderen liegt der Fokus dadurch uneingeschränkt auf traditionellen Medien, die qualitativ hochwertige Artikel mit originalem und nicht verändertem Inhalt veröffentlichen. Dadurch haben sie ebenfalls den Ruf, besonders glaubwürdig zu sein. Außerdem haben sie durch ihre knappen Ressourcen den Vorteil ihren Inhalt präzise auf das Interesse der Leserschaft lenken zu können, auch nachzulesen im theoretischen Hintergrund, mit der Überschrift „Das Medium Tageszeitung“, dieser wissenschaftlichen Arbeit auf S. 4.

---

<sup>60</sup> Cazzamatta (2022), S. 1050

### Untersuchungszeitraum

Analysiert werden Berichterstattungen der vergangenen fünfzehn Jahre. Dies bezieht sich auf den Zeitraum vom 01.01.2019 bis 31.05.2024. Die Auswahl dieser Zeitspanne hat eine Vielzahl von Gründen. Zum einen erleichtert ein festgelegter Zeitraum die systematische Erhebung und Auswertung der Daten, zum anderen kommt eine stabile Zeitspanne der Vergleichbarkeit zwischen SZ und FAZ zugute. Dadurch entstehen nahezu dieselben Bedingungen. Zusätzlich bietet eine Zeitspanne von fast sechs Jahren einen idealen Zeitraum, um fundierte und repräsentative Aussagen treffen zu können. Außerdem sind die erhobenen Daten, aktuell und somit auf dem neusten Stand. Grundsätzlich kann angenommen werden, dass in diesen letzten fünfzehn Jahren einige gravierende Ereignisse, die das Weltgeschehen beeinflusst haben, in die Untersuchung miteinfließen. Beispielsweise waren diese Jahre geprägt von der COVID-19-Pandemie, welche in vielerlei Hinsicht Auswirkungen auf die Modeindustrie und die Unternehmen Vaude und Shein hatte. Dadurch erhielten Unternehmen, wie diese stärkere mediale Präsenz<sup>61</sup>, weshalb die Wahl des Untersuchungszeitraums eine wichtige Komponente in der Analyse darstellt.

### Unternehmenswahl

Die Wahl der Unternehmen, spiegelt ein bedeutsames Element der Untersuchung wider, denn auch wenn Vaude und Shein Modeunternehmen sind, kann man erhebliche Unterschiede erkennen. Dies trägt zu einer erfolgreichen vergleichenden Inhaltsanalyse bei, denn durch die verschiedenen Unternehmensprofile und Geschäftsmodelle kann die Berichterstattung in den deutschen Tageszeitungen durchaus in unterschiedliche Richtungen führen. Gerade die Themen Nachhaltigkeit und Fast Fashion sind in der heutigen Zeit mit viel Diskussionsbedarf behaftet. Dadurch erhält die Inhaltsanalyse ihre nötige Relevanz. Auch aufgrund der Tatsache, dass die beiden Modeunternehmen in den letzten Jahren signifikante mediale Präsenz erlangt und Kontroversen ausgelöst haben, wurde die Berichterstattung und Darstellung in den Zeitungen SZ und FAZ maßgeblich beeinflusst. Ein weiteres Argument, welches für die beiden Unternehmen in dieser Analyse spricht, ist das unterschiedliche Marktsegment und Zielgruppen, in denen die Unternehmen arbeiten. Diese Untersuchung kann Einblicke darin liefern, wie verschiedene Verbrauchersegmente in den deutschen Printmedien SZ und FAZ dargestellt werden.

---

<sup>61</sup> Wolter/ Mönning/ Maier/ Schneemann/ Steeg/ Weber/ Zika (2021), S. 16.

Nicht zu vergessen ist, dass beide Fashionunternehmen Vorreiter ihrer Spate sind, Vaude im Nachhaltigkeitsbereich und Shein in der Fast-Fashion-Industrie. Damit kann ausführlich darüber kalkuliert werden, wie einzelne Branchen in der Presse gezeigt werden. Zum Schluss bieten diese zwei Bekleidungsunternehmen eine große Menge an Themen, von Umweltbewusstsein, soziale Verantwortung, Arbeitsbedingungen, Konsumverhalten über Geschäftsstrategien und wirtschaftliche Erfolge, wie bereits in den beiden Teilbereichen des theoretischen Hintergrunds auf den Seiten 8-10, ausgeführt wird. Dies macht die Analyse umfassender und vielseitiger. Somit erhöht sich die Aussagekraft der vergleichenden Inhaltsanalyse.

## 7 Ergebnisse

In diesem Unterpunkt werden die Erkenntnisse aus der Analyse zusammengefasst. Diese werden beschrieben, Auffälligkeiten erklärt und anhand von Diagrammen veranschaulicht. Zuerst wird näher auf die formalen Aspekte der Analyse eingegangen, danach wird ein Überblick über die inhaltlichen Ergebnisse gegeben und zum Schluss werden die wertenden Aspekte erläutert. Die folgende Untersuchung beruht auf einem Codebuch, welches im Vorfeld erstellt wurde und im Anhang B einsehbar ist. Alle Merkmale die analysiert und geprüft wurden, sind dort vorzufinden. Darüber hinaus sind nur die formalen Aspekte systematisch überprüfbar. Die inhaltlichen und wertenden Erkenntnisse sind zum Teil Einschätzungen und Wahrnehmungen, durch näheres betrachten der Berichterstattungen.

### 7.1 Formale Kategorien

#### Erster Überblick

Betrachtet man die Codiertabellen 1 und 2 (siehe Anhang A) ist zuerst die unterschiedliche Anzahl der Berichterstattungen von SZ und FAZ in den Jahren von 2019 bis 2024 ersichtlich. So hat die SZ mit 52 Artikeln, sieben Beiträge mehr veröffentlicht, als die FAZ mit 44 Zeitungsartikeln. Daraus kann abgeleitet werden, dass die SZ in den vergangenen fünf Jahren den Modeunternehmen Vaude und Shein mehr Aufmerksamkeit geschenkt hat, als die FAZ.

Überprüft man dieses Ergebnis nochmals genauer, ist klar, dass bei der SZ sowie der FAZ die Berichterstattung über die Sportbekleidungsmarke Vaude größer ist, als über das Fast-Fashion-Unternehmen Shein. Von der insgesamten Anzahl der Berichterstattungen in der SZ beziehen sich 31 auf Vaude und 21 auf Shein. Dies entspricht einer prozentualen Verteilung von 60% zu 40%. Ähnlich sieht es auch bei der FAZ aus, welche ebenfalls 31 Artikel über Vaude publiziert hat, jedoch nur 23 Stück über Shein. Prozentual liegt die Verteilung hier bei 57% zu 43%. Dies spiegelt die Dominanz des deutschen Sport- und Outdoorartikelunternehmens in der deutschen Printberichterstattung wider. Aus diesen Ergebnissen heraus, kann abgeleitet werden, dass die SZ und die FAZ des Öfteren über das Unternehmen Vaude mit ihrem höherpreisigen Sport- und Outdoorprodukten und ihrem ausgeprägten Nachhaltigkeitswerten berichtet, als über den Billigmodeanbieter Shein.

Dies kann damit begründet werden, dass die Leserschaft der beiden deutschen Tageszeitung einer gehobeneren Gesellschaft angehören, die kein Interesse an Fast

Fashion hat und auch nicht den Lebensstandard aufweisen, um sich solch eine kostengünstige Mode kaufen zu müssen.

### Erscheinungsjahr

Blickt man nun auf die einzelnen Erscheinungsjahre genauer ist deutlich zu erkennen, dass beim Fortschreiten der fünfzehn Jahre auch die Berichterstattungen von SZ und FAZ zugenommen haben. Für die SZ sieht die Verteilung der Berichterstattungen über die vergangenen Jahre wie folgt aus:

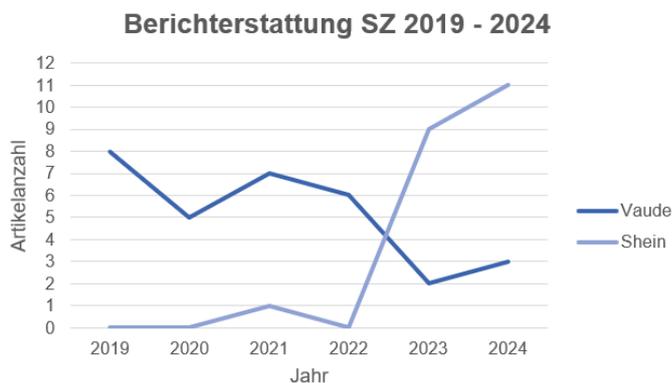


Abbildung 1: "Berichterstattung der SZ von 2019 bis 2024 im Vergleich Vaude und Shein"

2019: 8 Artikel (alle Vaude)

2020: 5 Artikel (alle Vaude)

2021: 8 Artikel (7 Vaude, 1 Shein)

2022: 6 Artikel (alle Vaude)

2023: 11 Artikel (2 Vaude, 9 Shein)

2024: 14 Artikel (3 Vaude, 11 Shein)

Dies ist ebenfalls einsehbar in den Codiertabellen 3 bis 8 (siehe Anhang A). Hier liegt der Großteil der Publikation von Artikeln auf den Jahren 2023 und 2024. Mit jeweils elf und 14 Berichterstattungen sind hier am meisten Beiträge entstanden. Nicht nur die Vergrößerung der Menge ist aufgefallen, sondern auch, dass die Fast-Fashion-Marke Shein erst seit 2023 einen höheren Bestandteil in der Berichterstattung der SZ aufweisen kann. Zusätzlich ist zu erkennen, dass in den ersten drei Jahren Vaude klar dominiert, doch dass sich dies gewandelt hat. In den Jahren 2023 und 2024 schwachen die Artikel über Vaude immens ab und der Anteil an Beiträgen über Shein hat gravierend zugenommen, vgl. Abb. 1.

Wenn man einen Blick auf die Codierungstabellen 9 bis 14 (siehe Anhang A) und damit auf die vergangene Berichterstattung der FAZ wirft, sieht es ähnlich aus wie bei der SZ. In den Jahren von 2019 bis 2022 sticht vor allem das Modeunternehmen Vaude heraus, denn es existiert lediglich ein einzelner Artikel von Shein aus dem Jahr 2019. Die Artikelanzahl von Vaude beträgt in demselben Zeitraum, 16 Artikel. In den Jahren 2023 und 2024 sieht es wiederum ganz anders aus. Hier wurden 22 Beiträge über den Fast-Fashion-Giganten Shein publiziert. Im Vergleich hat Vaude nur einen Bruchteil davon erreichen können. Mit sechs Artikeln liegt Vaude daher weit hinter Shein, einsehbar in Abb. 2. Für die FAZ sieht die Verteilung der Berichterstattungen über die Jahre 2019 bis 2024 wie folgt aus:

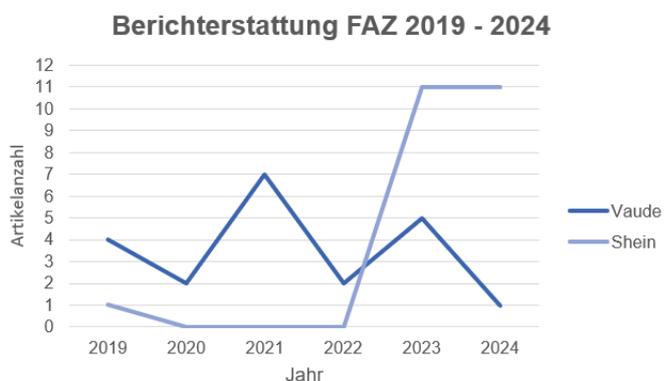


Abbildung 2: "Berichterstattung der FAZ von 2019 bis 2024 im Vergleich Vaude und Shein"

2019: 5 Artikel (4 Vaude, 1 Shein)

2020: 2 Artikel (alle Vaude)

2021: 7 Artikel (alle Vaude)

2022: 2 Artikel (alle Vaude)

2023: 16 Artikel (5 Vaude, 11 Shein)

2024: 12 Artikel (1 Vaude, 11 Shein)

Die Ergebnisse von SZ und FAZ können darauf zurückzuführen sein, dass Vaude in den Jahren von 2019 bis 2022 noch keine allzu große Konkurrenz durch den Billiganbieter Shein erfahren hat. Shein wurde 2015 in China gegründet, weshalb sich die Ausbreitung und der Erfolg dieser Modemarke zunächst im asiatischen Raum entwickelte und dann auf andere Kontinente und Länder überschwappte, bis nach Deutschland, wie bereits im Theorieteil S. 9-10 „Das Fashionunternehmen Shein“ erläutert wurde. Zudem entwickelten Anfang 2019 viele junge Menschen durch die

„Friday For Future“ Bewegung einen ausgeprägteren Sinn für Nachhaltigkeit<sup>62</sup>, weswegen dies ebenfalls eine Ursache der Berichterstattungen über Vaude und ihr Nachhaltigkeitskonzept sein kann. Für die vermehrte Berichterstattung über Shein in den vergangenen eineinhalb Jahren spricht vor allem der große Erfolg Sheins in Europa und der medialen Aufmerksamkeit, die damit einhergeht. Diese ist auf ihre gelungene Marketingstrategie und Ansprache ihrer Zielgruppe, größtenteils Teenager und junge Menschen mit geringem Budget, zurückzuführen, ebenfalls nachlesbar in Kapitel 4.6, S. 9-10. Somit sind sich die SZ und FAZ in Bezug auf ihre erschienenen Artikel und die Verteilung ihrer Beiträge auf die Modeunternehmen Vaude und Shein ähnlich aufgebaut.

### Ressort:

Ein weiteres Analysekriterium dieser Forschung ist die Ressortverteilung auf die publizierten Berichterstattungen von SZ und FAZ. Bei der Untersuchung der Berichterstattung der SZ haben sich die Ressorts: „Beilage“, „Buch Zwei“, „Feuilleton“, „Gesellschaft“, „Liebe & Leben“, „Medien“, „Mobiles Leben“, „Politik“, „Reise“, „Stil“, „Unterwegs“, „Wirtschaft“, „Wissen“ und „Wohnen & Genießen“ angesammelt. Dies sind insgesamt 14 Ressorts, zu dem mindestens ein Artikel zuordbar ist.

Bei der Analyse der Berichterstattung von der FAZ haben sind die Ressorts „Beruf und Chance“, „Politik“, „Technik und Motor“, „Verlagsbeilage“ und „Wirtschaft“ zusammengetragen. Hier beläuft sich die Summe der Ressorts auf fünf Stück.

Auffällig ist, dass die SZ eine erheblich größere Auswahl an Ressorts auf ihre veröffentlichten Artikel zwischen 2019 und 2024 verteilt hat. Mit 14 zu fünf Ressorts, ist dies ein prozentuale Verteilung der SZ und FAZ von 73,68% zu 26,32%. Aus diesen Analysedaten ergibt sich die Erkenntnis, dass die SZ ihre Ressorts engmaschiger auf Artikel verteilt, als die FAZ. Letztere agiert bei der Verteilung ihrer Ressorts auf publizierte Beiträge eher grobmaschig.

Die unterschiedliche Ressortverteilung ist auf den Inhalt der Berichterstattungen beider deutscher Tageszeitungen zurückzuführen. Die SZ ist dafür bekannt, linksliberal eingestellt zu sein. Das heißt ein großer Bestandteil der veröffentlichten Texte lassen sich in soziale Themen, Menschenrechtsthemen und Umweltsachen einordnen, siehe Kapitel 4.2. Etwas anders funktioniert es bei der FAZ. Sie spricht

---

<sup>62</sup> Wallis/ Loy (2021), S. 1.

oftmals Wirtschaftsthemen, Rechtsstaatlichkeit und klassische Bildungsideale an und vermittelt daher das Bild einer konservativen-liberalen Zeitung, wie bereits im Theoretischen Hintergrund, Kapitel 4.3, dargestellt ist. Daher ist die Vielfalt und Flexibilität an Themen bei der SZ größer, als bei der FAZ. Dies spiegelt sich an der Menge der Ressortanzahl wider.

Außerdem fällt auf, dass die betrachteten Artikel beider deutscher Tageszeitungen in dieser Analyse überwiegend in das Ressort „Wirtschaft“ eingeordnet sind. Betrachtet man die Verteilung der Ressorts bei der SZ insgesamt, wird klar, dass das Gebiet „Wirtschaft“ mit 33

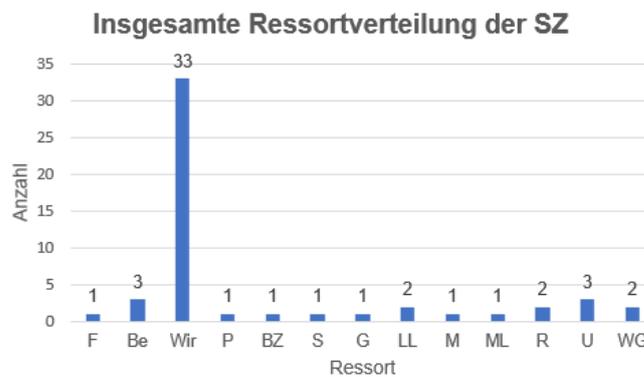


Abbildung 3: "Insgesamte Ressortverteilung der SZ von Januar 2019 bis Mai 2024"

Artikel am häufigsten verwendet wird, wie in Codiertabelle 15 zu sehen ist. Danach folgt mit einer weit aus kleinerer Anzahl an Beiträgen die Gebiete „Beilage“ und „Unterwegs“. Diese beinhalten jeweils drei Berichterstattungen. Mit zwei Artikeln pro Ressort schließen sich „Liebe & Leben“, „Reise“ und „Wohnen & Genießen“ an. Zum Schluss folgen die Gebiete mit jeweils einem Beitrag. Diese sind „Feuilleton“, „Politik“, „Buch Zwei“, „Stil“, „Gesellschaft“, „Medien“ und „Mobiles Leben“, siehe Abb. 3.

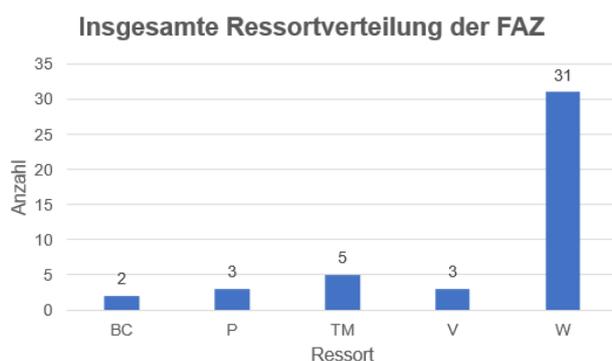


Abbildung 4: "Insgesamte Ressortverteilung der FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024"

Ähnlich spiegeln sich die Ergebnisse bei der Ressortverteilung der FAZ wider. Hier beinhalten 31 der 44 Artikel wirtschaftliche Aspekte. Danach folgen fünf Beiträge in der Kategorie „Technik und Motor“. Anschließend folgen „Politik“ und „Verlagsbeilage“ mit jeweils drei Berichterstattungen und das

Schlusslicht bildet das Ressort „Beruf und Chance“ mit zwei Zeitungsartikeln, auch einsehbar in Codiertabelle 16 und Abb 4. Daraus lässt sich schließen, dass vor allem im Zusammenhang mit den beiden Fashionunternehmen Vaude und Shein wirtschaftliche Themen behandelt wurden.

Betrachtet man die Ressortverteilung der SZ in Bezug auf Vaude bestätigt dies ebenfalls die Ergebnisse aus der insgesamten Analyse der Kategorie Ressort. Auch im detaillierten Hinblick auf Vaude werden 15 von 31 Artikeln in einen wirtschaftlichen Kontext eingeordnet. Zusätzlich zeigt die

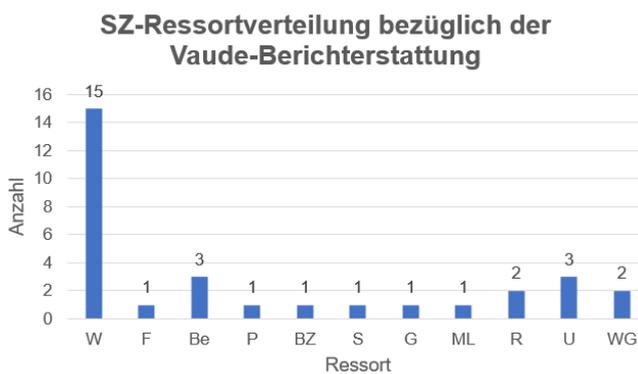


Abbildung 5: "SZ-Ressortverteilung in Bezug auf die Vaude-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024"

Analyse, dass die verschiedenen Artikel der SZ, die das Sport- und Outdoorbekleidungsunternehmen Vaude aufgreifen in der Ressortzuweisung vielfältiger sind, denn die restlichen Berichterstattungen sind auf die Ressorts „Feuilleton“ mit einer Berichterstattung, „Beilage“ mit drei Beiträgen, „Politik“ mit einem Artikel, „Buch Zwei“ mit einem Text, „Stil“ mit einer Berichterstattung, „Gesellschaft“ mit einem Artikel, „Mobiles Leben“ mit einem Beitrag, „Reise“ mit zwei Texten, „Unterwegs“ mit drei Artikeln und „Wohnen & Genießen“ mit zwei Berichterstattungen aufgeteilt. Dies wird in Codiertabelle 17 aufgeführt und kann zusätzlich in Abb. 5 nachgelesen werden.

Auch bei Betrachtung der Ressortverteilung der SZ in Bezug auf Shein sticht die Menge an wirtschaftlichen Themen heraus. So sind 18 von 21 Berichterstattungen wirtschaftlich geprägt. Darüber hinaus beschäftigen sich alle weiteren Artikel mit den Ressorts „Liebe & Leben“ mit zwei Berichterstattungen und „Medien“ mit einem Artikel. In Codiertabelle 18 sind diese Ergebnisse nachzulesen.

Insgesamt stehen wirtschaftliche Themen im Fokus, weil sie tiefgehende Einblicke in die Unternehmen von Vaude und Shein bieten und für eine breite Leserschaft, wie beispielsweise Männer und Frauen, Mitte 50 in Führungspositionen und wirtschaftlich geprägten Berufen relevant sind. Zum anderen sind die beiden Fashionunternehmen Vaude und Shein von großer wirtschaftlicher Bedeutung in ihrer Branche. Vaude verkauft hochwertige Produkte aus nachhaltigen Materialien und stellt so ein Vorbild für zukünftige Entwicklungen in dieser Branche dar. Shein spricht mit ihren Billigangeboten die Menschen an, welche sich Kleidung aus hochpreisigen Segmenten nicht leisten können, die aber dennoch Freude an Mode und Styling verspüren. Mit diesen beiden unterschiedlichen Strategien und Erfolgen beeinflussen sie nicht nur die Modebranche und die globale Wirtschaft, sondern schaffen auch Aufmerksamkeit in der Leserschaft. Diese Berichte erklären die Marktstrategien,

finanzielle Entscheidungen und nachhaltigen Maßnahmen beider Unternehmen, was für Investoren, Konsumenten und Brancheninteressierte gleichermaßen wichtig ist.

Begutachtet man nun die Ressortverteilung der FAZ in Bezug auf beide Modeunternehmen Vaude und Shein getrennt, sticht bei Vaude heraus, dass elf, also somit die meisten Artikel dem Ressort „Wirtschaft“ angehören. Allerdings gleicht es sich einigermaßen mit den restlichen Themengebieten „Technik und Motor“ mit fünf Berichterstattungen, „Beruf und Chance“ mit zwei Artikeln und „Verlagsbeilage“ mit drei Beiträgen aus. Diese sammeln zusammen eine Artikelanzahl von zehn Stück. Dieser Ergebnisstand kann in Codiertabelle 19 nachgesehen werden.

Bei näherer Betrachtung des Unternehmens Shein kann ein thematischer Schwerpunkt festgestellt werden. Von 23 Artikeln können 20 in das Ressort „Wirtschaft“ eingegliedert werden. Die restlichen drei Beiträge gehören dem Themengebiet „Politik“ an und spiegeln somit eine thematische Minderheit wider. Somit liegt in jedem Jahr, indem die FAZ über das Fashionunternehmen Shein berichtet hat der Fokus auf wirtschaftlichen Themen, wie auch klar aus Codiertabelle 20 hervorgeht.

Eine Begründung für die vielfältige Berichterstattung über Vaude ist dem großen Engagement des Sport- und Outdoorkleidungsherstellers hinsichtlich wirtschaftlicher Bereiche, aber auch sozialer, ökologischer und kultureller Themengebiete zu verdanken. Aufgrund dieser verschiedenen Aktivitäten können die Ressorts Feuilleton, Politik, Stil und Gesellschaft abgedeckt werden. Außerdem sind Themen wie Nachhaltigkeit und Innovation größtenteils von hoher Relevanz für Politik und Gesellschaft, weswegen Vaude hier ebenso eine gute Grundlage für Berichterstattungen bietet. Im Gegensatz dazu zeigt sich bei Shein eine eingeschränktere Ressortzuweisung auf. Dies kann begründet werden, durch die hohe Konzentration auf wirtschaftlichen Erfolg, innerhalb des Unternehmens. Erfolge werden hier daran gemessen, welcher Umsatz erreicht wird, welches Geschäftsmodell am besten funktioniert und welche Konkurrenten bereits überholt wurden. Dies spiegelt ausschließlich wirtschaftliche Werte wider, weshalb eine abwechslungsreichere Ressortverteilung bei der Berichterstattung schwierig zu erreichen ist.

### Länge

Die Daten der formalen Kategorie Länge zeigen auf, dass in der insgesamt Betrachtung der Berichterstattung von SZ und FAZ eine durchschnittliche Artikellänge

im Wörterbereich von 10,42 erreicht wurde (siehe Anhang A). Dies ist circa ein Wert zwischen 1001 und 1200 Wörtern. Bei näherer Untersuchung hat sich herausgestellt, dass Zeitungsartikel mit einer Wörteranzahl zwischen 701 und 800 in den vergangenen fünfzehn Jahren am häufigsten

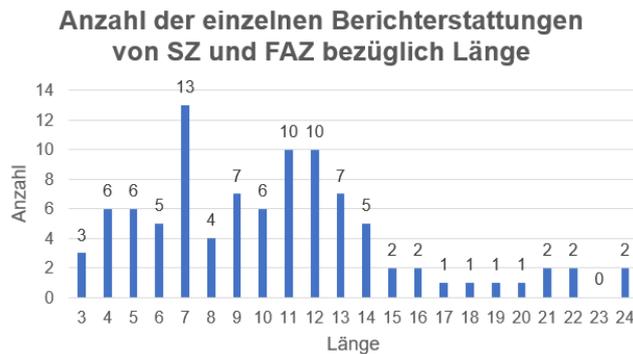


Abbildung 6: "Berichterstattungen von SZ und FAZ bezüglich ihrer Länge im Zeitraum von Januar 2019 bis Mai 2024"

veröffentlicht wurden. Mit 13 Berichterstattungen ist dies der höchste Wert, wie auch in Codiertabellen 21 und 22 nachgelesen werden kann. Danach folgen Beiträge zwischen 1101 und 1200 Wörtern und 1201 und 1300 Wörtern. Diese sind jeweils mit einer Anzahl von 10 in der Analyse vertreten. Die restlichen Artikel verteilen sich auf eine Bandbreite von mindestens 300 Wörtern bis maximal 2500 Wörtern, wie in Abb. 6 festzustellen ist. So verteilt sich die Codierung wie folgt: die Codierung drei, gibt es dreimal, die Codierungen vier, fünf und zehn gibt es ebenfalls dreimal, danach folgen die Codierungen sechs und 14, welche es jeweils fünfmal gibt. Anschließend folgt die Codierung acht, welche viermal existiert. Darauf folgen die Artikel mit der Codierung neun und 13, diese gibt es jeweils siebenmal. Anschließend folgen die Codierungen elf und 12, denn hier existieren jeweils zehn Stück in der Untersuchung. Mit den Codierungen 15, 16, 21, 22 und 24 schließen sich jeweils zwei Zeitungsartikel an. Übrig bleiben die Beiträge mit den Codierungen 17, 18, 19 und 20, diese sind in der Analyse jeweils einmal vertreten. Aus diesen Ergebnissen kann abgeleitet werden, dass sich die untersuchten Artikel auf eine Wörterspanne von 300 bis 2500 ausbreiten. Dabei fällt auf, dass je länger die Artikel werden, desto weniger oft sind sie in der Analyse vorhanden. Ein wenig mehr Berichterstattungen gibt es bei einem kurzen Wörterbereich. Die am stärksten vertretenen Längenbereiche sind 7, 11 und 12. Diese spiegeln die goldene Mitte des Wertebereichs und heben so hervor, dass an dieser Stelle die ideale Länge einer Berichterstattung abzustimmen ist.

Begründet können diese Ergebnisse damit werden, dass die beiden Tageszeitungen die richtige Balance zwischen ausreichend Information und Lesekomfort bieten wollen. Sind die Texte zu lang, könnte es passieren, dass die Aufmerksamkeitsspanne der Leser nicht standhält und sind die Texte zu kurz können keine fundierten Informationen in einem detaillierten Umfang verständlich beschrieben werden.

Die Untersuchung der Gesamtheit von SZ-Artikeln ergibt eine durchschnittliche Artikellänge im Wörterbereich von 11,16 (siehe Anhang A). Dies ergibt einen Wortbereich zwischen 1101 und 1300 Wörtern. Hier stechen ebenso wie in der Gesamtanalyse, die Artikel heraus, welche eine Länge von 701 bis 800 Wörtern besitzen. Es existieren in diesem Längenbereich sechs Berichterstattungen, siehe auch Codiertabelle 21. Alle anderen Artikel lassen sich wie folgt einteilen: mit der Codierung drei, 21 und 22 gibt es jeweils einen veröffentlichten Artikel. Die Codierungen vier, sechs, acht, 15, 16 und 24 erreichen in der Untersuchungsmenge jeweils zwei Publikationen. Einer Anzahl von drei Artikeln können sich die Codierungen fünf, und zehn verbuchen. Die Codierung neun gibt es viermal in der analysierten Menge und schließlich gibt es die Codierungen elf, 12 und 13 fünfmal.

Bezieht man nun ausschließlich Artikel in die Analyse, die Vaude thematisch aufgreifen, verteilt sich die Länge der Artikel besser auf die verschiedenen Analyseeinheiten. Hier fällt auf, dass die Beiträge aufgrund ihrer Länge nicht herausstechen, so gibt es vier Längenbereiche, die eine gleiche Anzahl an Berichterstattungen

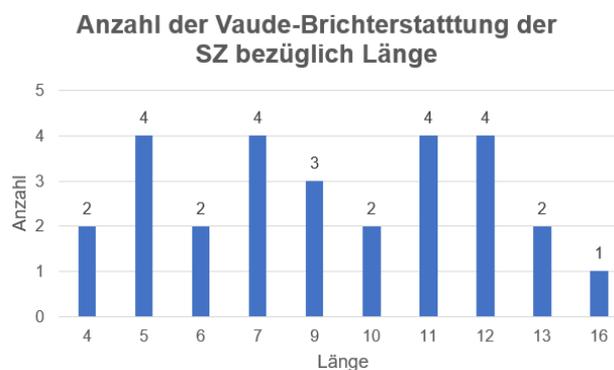


Abbildung 7: "Anzahl der Vaude-Berichterstattung der SZ bezüglich ihrer Länge von Januar 2019 bis Mai 2024"

aufweisen. Diese sind die Bereiche, die mit einer fünf, einer sieben, einer elf und einer 12 in der Codiertabelle 23 gekennzeichnet sind. Die anderen Artikel verteilen sich, wie in Abb. 7 zu sehen ist. Jeweils einen Zeitungsartikel können die Codierungen 16 und 22 verbuchen. Darauf folgen die Codierungen mit der Nummer vier, sechs, zehn, 13 und 24. Diese Längenbereiche gibt es jeweils zweimal in der Vaude-Analyse von der SZ. Am nächsten kommt die Codierung neun an den höchsten Wert heran, mit drei Zeitungsartikeln. Zusätzlich ergibt sich dadurch eine Durchschnittslänge der untersuchten 31 Artikel im Wörterbereich von 10,29 (siehe Anhang A). Dies liegt im Bereich von 1001 bis 1200 Wörtern und liegt somit etwas unter der Durchschnittslänge aller SZ-Artikel.

Vergleichbar sieht es auch in der Betrachtung der Berichterstattung von Shein-Artikeln aus. Ebenso wie bei Vaude teilen sich die analysierten Publikationen auf einen Wörterbereich von 400 bis 2500 auf. Dabei kann eine Höchstanzahl von 3 Artikeln den Texten zugeschrieben werden, die einem Wert von 1301 bis 1400 Wörtern und 1401 bis 1500 Wörtern besitzen. In Codiertabelle 24 wird dieses

Ergebnis deutlich. Die restlichen Berichterstattungen verteilen sich wie folgt: jeweils einen Artikel können die Codierungen neun, zehn, elf, 12 und 16 sich anrechnen. Die übrig gebliebenen Codierungen fünf, sieben, acht, 15 und 21 sind in der Schein-Untersuchungsmenge jeweils zweimal vertreten. Es ist zu erkennen, dass auch hier die Länge der Artikel nicht erheblich aus der Analyse heraussticht. Ein kleiner Unterschied zum Nachhaltigkeitsexperten Vaude besteht in der durchschnittlichen Artikellänge. Diese ist leicht erhöht und entspricht dem Wert aus dem Wörterbereich 11,95, was einer Wörteranzahl zwischen 1101 und 1300 entspricht, siehe Anhang A. Somit liegt dieser Wert ungefähr auf der gleichen Höhe wie in der Gesamtbetrachtung der SZ-Beiträge.

Da die SZ einen sehr weitläufigen Themenkreis aufweisen kann, haben die Journalisten in der Länge und je nachdem wo der Artikel in der Zeitung platziert wird einen größeren Spielraum. Zudem muss berücksichtigt werden, wie brisant das Thema für die Leserschaft ist und welche Menge an Informationen verfügbar ist bzw. wie viel Aufwand für die Recherche angebracht ist. Nach Betrachtung dieser Aspekte kann entschieden werden, wie intensiv ein Thema behandelt wird, was sich wiederum auf die Länge der Berichterstattung auswirkt.

Beleuchtet man nun den Analysebereich Länge anhand der FAZ-Berichterstattung kann festgestellt werden, dass hier, ebenso wie bei der SZ die Artikel einer Wortanzahl zwischen 701 und 800 herausstechen, siehe Codiertabelle 22. Diese Länge gibt es bei sieben der 44 Zeitungsartikel. Die restlichen 37

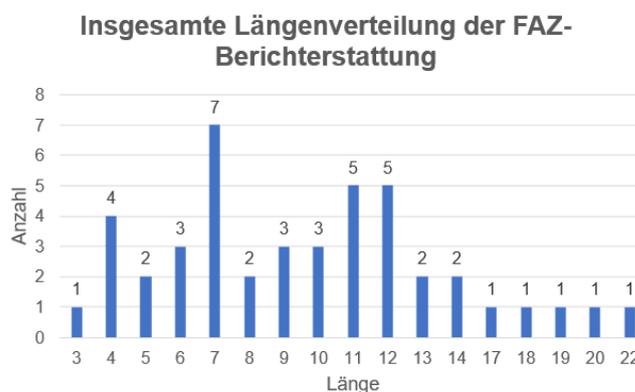


Abbildung 8: "Insgesamte Längenverteilung der FAZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024"

Beiträge verteilen sich auf einen Wortbereich zwischen 300 und 2300 Wörtern. So existieren die Codierungen drei, 17, 18, 19, 20 und 22 jeweils einmal in der analysierten Menge. Mit jeweils zwei Beichterstattungen folgen die Codierungen fünf und acht. Danach kommen die Codierungen sechs, neun und zehn mit jeweils drei Veröffentlichungen. Die Codierung vier gibt es in der Untersuchung ebenfalls viermal. Zum Schluss ist ersichtlich, dass die Codierungen elf und zwölf jeweils fünfmal in der Analyse erscheinen und sich somit direkt hinter dem Höchstwert einreihen, erkennbar in Abb. 8. Ein Unterschied in der Allgemeinen Betrachtung von der FAZ-Berichterstattung zur SZ-Berichterstattung ergibt sich bei der durchschnittlichen

Artikellänge. Diese liegt bei der SZ bei einem Wörterbereich von 11,16 und bei der FAZ bei einem Wörterbereich von 9,86 (siehe Anhang A). Somit sind die veröffentlichten Beiträge von SZ länger, als bei der FAZ.

Filtert man nun ausschließlich Berichterstattungen der FAZ mit Bezug auf das Modeunternehmen Vaude, stechen Artikel heraus, die mit ihrer Wortanzahl bei einem Wert zwischen 1101 und 1200 sowie zwischen 1201 und 1300 liegen. Von den insgesamt 21 publizierten Texten gehörten acht zu diesen zwei Wortbereichen, wie auch in Codiertabelle 25 einzusehen ist. Die restlichen Berichterstattungen verteilen sich auf jeweils eine bzw. zwei Berichterstattungen pro Längenbereich. Das heißt, die Codierungen fünf, neun, zehn, 13, 18, 19 und 20 gibt es jeweils einmal in der untersuchten Menge. Mit jeweils zwei Beiträgen pro Wörterbereich existieren die Codierungen sechs, sieben und 14. Die durchschnittliche Artikellänge beträgt bei dieser Teiluntersuchung im Wörterbereich 11,43 und ist somit deutlich höher, als die allgemeine Artikellänge bei der FAZ, die im Wörterbereich 9,86 liegt (siehe Anhang A).

Analysiert man die Berichterstattungen von der FAZ, die den Fast-Fashion-Anbieter Shein namentlich aufgreifen, ist bei der Beitragslänge ein Höchstwert von fünf veröffentlichten Artikeln mit einer Wortanzahl zwischen 701 und 800 zu erkennen. Dies ist in Codiertabelle 26 nachgewiesen. Die weiteren Artikel verteilen sich auf einen Wortbereich zwischen 300 und 2300. Dabei ist erkennbar, dass die Artikel mit den Codierungen 3, 5, 6, 11, 12, 13, 17 und 22 nur einmal in der Menge enthalten sind. Artikel mit der Codierung 8 und 9 gibt es jeweils zweimal und als letztes sind die Beiträge mit der Wortmenge zwischen 401 und 500 die Zweitlängsten Berichterstattungen dieser Einzelbetrachtung von FAZ. Sie erhalten die Codierung vier. Untersucht man bei dieser Betrachtung jeden Artikel und rechnet dann die durchschnittliche Artikellänge aus, beträgt der Wert des Wörterbereichs 8,43 (siehe Anhang A). Dieser Wert ist etwas tiefer als in der Gesamtbetrachtung von der FAZ, stellt jedoch noch keinen drastischen Unterschied dar. Im Gegensatz zu der Vaude-Berichterstattung zeigt sich eine größere Abweichung auf, denn dort liegt die durchschnittliche Artikellänge im Wörterbereich 11,43, siehe Anhang A.

Bei der Untersuchung dieser Analyseeinheit ist im Vergleich von SZ und FAZ vor allem aufgefallen, dass die Artikellängen der SZ meistens gleich verteilt sind und sich oftmals nur wegen einer Veröffentlichung, unterscheiden haben. Bei den Berichterstattungen der FAZ ist hinsichtlich dieses Faktors etwas mehr Abweichung vorhanden. Die meisten Artikel sammelten sich in der Anzahl eins und zwei, dennoch gab es bei Vaude, ebenso wie bei Shein immer einen herausstechenden

Längenbereich, den es am öftesten innerhalb der vergangenen fünfzehn Jahre gab. Bei Vaude sind es die Längenbereiche 11 und 12 mit jeweils vier Berichterstattungen und bei Shein der Längenbereich 7 mit fünf Artikeln. Zusätzlich ist aufgefallen, dass das Modeunternehmen Shein bei der SZ durchschnittlich längere Berichterstattungen aufweisen kann, als Vaude. Dies steht ganz im Gegenteil zur durchschnittlichen Beitragslänge von Shein in der FAZ. Hier ist diese deutlich kürzer als bei Vaude.

Aus den Ergebnissen kann folgende Begründung abgeleitet werden. Die etwas unterschiedliche Artikellänge der FAZ hinsichtlich der beiden Modeunternehmen kann darauf zurückgeführt werden, dass die Beiträge über Vaude einen etwas komplexeren Inhalt haben. Hier werden wirtschaftliche, technische und umweltbezogene Themen aufgeführt, während der thematische Schwerpunkt bei Shein auf wirtschaftliche Aspekte gerichtet ist. Daher kann abgeleitet werden, dass die Berichterstattung über Shein kürzer und prägnanter gehalten wird, als bei Vaude. Ein ähnliches Schema ergibt sich auch beim Vergleich der beiden Tageszeitungen, denn hier kann Vaude bei beiden Zeitungen längere Texte vorweisen, als Shein. Ebenso ist aufgefallen, dass die SZ eine gleichmäßigere Artikelverteilung in Bezug auf die Länge vorsieht, was einen konsistenteren Ansatz in der Artikelproduktion deuten lässt. Die FAZ ist dort hingegen flexibler und entscheidet vermutlich je nach Thema und Relevanz, wie lang ein Artikel werden soll. Außerdem spiegelt der Unterschied in der durchschnittlichen Artikellänge der beiden deutschen Tageszeitungen wider, dass die SZ ausführlichere Beiträge veröffentlicht, da sie diesen Ansatz der detaillierten Berichterstattung verfolgt, während die FAZ mit ihrer verhältnismäßig kurzen durchschnittlichen Artikellänge flexibler und prägnanter agiert.

### Absatz

Betrachtet man nun zusätzlich zur Länge die Absätze jedes Artikels und vergleicht diese zwei formalen Kriterien miteinander, fällt auf, dass sich die Analyseergebnisse der Absatzanzahl ähnlich verhalten, wie die der Länge. Heraus stechen größtenteils die Werte aus dem Mittelfeld

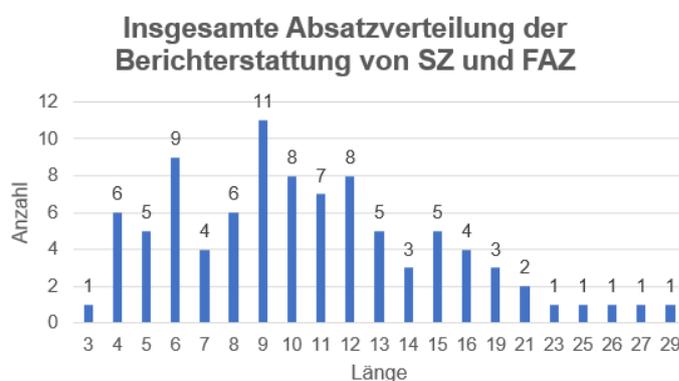
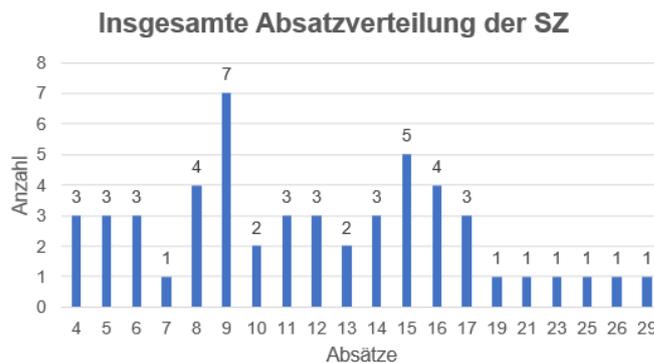


Abbildung 9: "Insgesamte Absatzverteilung der Berichterstattung von SZ und FAZ von Januar 2019 bis

der untersuchten Menge. Dies ist beispielsweise gut bei der Analyse der gesamten Berichterstattung von SZ und FAZ der vergangenen fünfzehn Jahre zu erkennen. Hier verteilt sich die Absatzanzahl wie folgt: Artikel mit der Absatzanzahl 3, 23, 25, 26, 27 und 29 gibt es einmal und bilden so die Randgrößen. Danach folgen die Absatzanzahlen, die bereits zweimal in der Untersuchungsmenge existieren. Diese haben die Codierung 21. Daraufhin folgen die Absatzanzahlen 14 und 19 mit jeweils drei Artikeln. Mit vier Artikeln in der Gesamtmenge gibt es die Codierungen sieben und 16. Im Anschluss füllen die Absatzanzahlen fünf, 13 und 15 mit jeweils fünf Berichterstattungen auf. Danach folgen die Codierungen vier und acht mit sechs Artikeln pro Codierung. Darauf folgt die Absatzanzahl elf mit sieben Beiträgen aus der Analysemenge. Mit acht Berichterstattungen schließen sich die Codierungen zehn und 12 an. Außerdem existiert mit neun Artikeln eine Absatzanzahl von sechs. Das höchste Vorkommen in der Untersuchungsmenge bietet die Absatzmenge neun mit elf Artikeln und sticht somit heraus, siehe Abb. 9. Aus diesem Analyseteil kann festgestellt werden, dass die Absatzanzahl der 96 einzelnen Artikel stark variiert vom kleinsten Wert drei bis zu einem maximalen Wert von 29. Auffällt, dass Artikel mit einer Absatzmenge von neun Absätzen am meisten vertreten sind, siehe auch Codiertabellen 27 und 28. Dies liegt dennoch wieder im Mittelfeld der verteilten Absätze und spricht somit für eine einigermaßen gleich verteilte Absatzmenge auf die Artikel.

Die gleichmäßige Verteilung der Absatzmengen kann damit begründet werden, dass die Redaktionen von SZ und FAZ eine vorausgelegte Struktur besitzen, an der sich Journalisten entlanghangeln. Außerdem muss in jedem Artikel die Lesbarkeit gewährleistet sein, weswegen mehrere Absätze in einem Text sinnvoll erscheinen. Dies trifft vor allem bei Berichterstattungen mit komplexen Themengebieten zu. Daher ist es nicht unbegründet, dass die Absätze hier im Bereich von drei bis 29 liegen. Die Veröffentlichungen über Vaude und Shein bieten eine große thematische Vielfalt, weswegen unterschiedliche Mengen an Absätzen sinnvoll sind, um Texte gut zu strukturieren.

Wirft man einen Blick ausschließlich auf die Berichterstattungen der SZ verteilt sich die Masse der Ergebnisse mit jeweils einem Artikel auf die Codierungen sieben, 19, 21, 25, 26 und 29.



Danach existieren jeweils drei Artikel auf die Absatzanzahlen vier, fünf, sechs, elf, 12, 14 und

Abbildung 10: "Insgesamte Absatzverteilung der SZ von Januar 2019 bis Mai 2024"

17. Dies bildet die kleinste Größe. Danach folgen alle Beiträge, die viermal vorkommen. Die Codierungen acht und 16 fallen in diese Spalte. Darauf folgen die Absatzanzahl 15, die in der SZ insgesamt in fünf Artikeln vertreten ist. Mit sieben Artikeln ist die Absatzanzahl neun am häufigsten in der Untersuchungsmenge vorzufinden, genauso wie bereits oben in der allgemeinen Betrachtung ersichtlich ist und in Abb. 10. Zusätzlich dazu ist die gleichmäßige Verteilung der Absatzanzahl auf die analysierten Artikel ähnlich zu den vorherigen Analyseergebnissen.

Betrachtet man die Datenmenge nochmals etwas genauer und erfasst ausschließlich Artikel, die in der SZ veröffentlicht sind und Bezug zu dem Modeunternehmen Vaude haben, breitet sich die Absatzanzahl etwas anders auf die Artikelmenge aus. Dabei existieren nur die Codierungen 7, 19 und 26 einmal in der Ergebnismenge. Zwei Artikel pro Absatzzahl können sich die Codierungen vier, fünf, elf, 13, 14, 15 und 16 verbuchen. Danach folgen die Absatzzahlen sechs und 12 mit jeweils drei Veröffentlichungen und zum Schluss bilden die Codierungen acht und neun die höchste Artikelanzahl mit vier Printbeiträgen pro Absatzanzahl. Bei diesem Analyseteil ist die Verteilung im Vergleich zu den beiden vorherigen Untersuchungen zwar ebenso gleichmäßig verteilt, doch die Datenmenge ist erheblich verschmälert, wie auch in Codiertabelle 29 nachgelesen werden kann. Sie bezieht sich lediglich auf eine Artikelmenge von eins bis vier. Zudem ist zu erkennen, dass hier ebenso wie bei den beiden allgemeineren Untersuchungen die Absatzanzahl neun in den meisten Artikeln wiederzufinden ist. Zusätzlich sticht hier die Absatzanzahl acht mit der gleichen Menge von Berichterstattungen heraus. Dies stellt wiederum einen Unterschied zu den beiden anderen Analyseabschnitten dar.

Untersucht man nun alleinig alle Berichterstattungen der SZ zum Thema Fast-Fashion-Händler Shein, können neue Erkenntnisse gewonnen werden. Die Zuteilung der einzelnen Absatzanzahlen beginnt mit den Absatzanzahlen, die jeweils nur einmal

in der Datenmenge vorkommen. Diese sind vier, fünf, elf, 14, 21, 23, 25 und 29. Danach folgen die Codierungen zehn und 16, die jeweils zwei Artikel für sich verbuchen können. Darauf folgen die Absatzanzahlen, die dreimal in der Untersuchungsmenge existieren. Diese umfassen die Codierungen neun, 15 und 17. Sie bilden somit die Absatzzahlen mit den meisten publizierten Printbeiträgen. Hier fällt die Gemeinsamkeit innerhalb der SZ-Artikel und der Allgemeinen Analyse auf, denn die Absatzanzahlen sind in etwa gleichmäßig auf die Menge der Berichterstattungen verteilt. Dennoch ist die Datenmenge bei Shein nochmals kleiner als bei Vaude. Zudem ist zwar die Absatzanzahl neun, wie bei den Analyseteilen zuvor die höchste, dennoch muss sie sich ihren Platz mit den beiden anderen Absatzanzahlen 15 und 17 teilen. Dies ist wiederum eine Codierung mehr, als bei der Vaude-Untersuchung im Absatz zuvor, wie in Codiertabelle 30 einzusehen ist. Schlussendlich sticht auch heraus, dass sich die Absatzmenge bei den Artikeln, die am meisten veröffentlicht wurden in ihrer Anzahl erheblich unterscheiden. Während neun eine Zahl im Mittelfeld zwischen vier und 29 ist, sind die Zahlen 15 und 17 eher höhere Zahlen, die sich tendenziell eher in die Kategorie der längeren Artikel eingliedern lassen.

Aus den Ergebnissen kann abgeleitet werden, dass die SZ viel Wert auf die Balance zwischen Information und Lesbarkeit des Artikels legt. Daraus resultiert eine ausgeglichene Verteilung der Absätze auf die Beiträge. Aufgefallen ist auch, dass die SZ bei ihrer Berichterstattung über Vaude häufiger mehr Absätze eingebaut hat, als bei der Berichterstattung über Shein. Hier sind es weniger Absätze. Dies kann auf die komplexere thematische Intensivität von Vaude-Texten zurückzuführen sein. Im Vergleich dazu werden Informationen zu Shein eher kompakt und gerade heraus zusammengefasst.

Auf der anderen Seite steht die FAZ. Bei der Analyse dieser Berichterstattungen breiten sich die Codierungen wie folgt aus: die Anzahl eins erhalten die Artikel mit einer Absatzanzahl von drei, 17, 21 und 27. Danach folgt die Nummer zwei, welche auf die Absatzanzahlen fünf, acht und 19 zutrifft. Im Anschluss erfolgen die Absatzanzahlen vier, sieben und 13. Diese besitzen die jeweils drei Beiträge. Mit einer

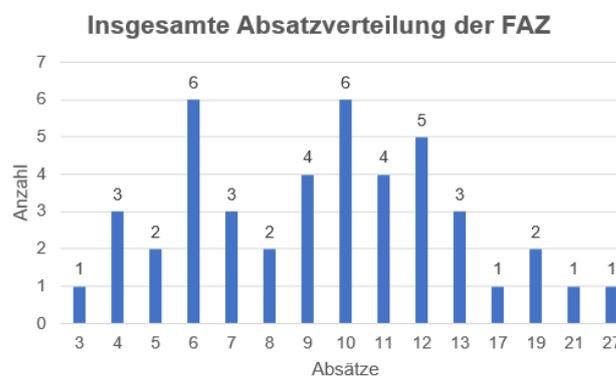


Abbildung 11: "Insgesamte Absatzverteilung der FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024"

Anzahl von vier gibt es Berichterstattungen mit einer Absatzanzahl von neun und elf. Die Codierung haben die Beiträge mit einer Absatzanzahl von sechs und zehn. Sie besitzen jeweils die Codierung sechs, siehe auch Abb. 11. In der allgemeinen Betrachtung der FAZ-Berichterstattung in Hinblick auf die formale Kategorie Absatz fällt auf, dass es deutlich weniger verschiedene Absatzanzahlen gibt im Vergleich zur allgemeinen Artikel-Analyse der SZ. So reicht bei der FAZ die Spanne von drei bis 13 plus 17, 19, 21 und 27, allerdings bei der SZ von vier bis 17 plus 19, 21, 23, 25, 26 und 29, siehe Abb. 10 und 11. Dies steht im Verhältnis 15 zu 20 Absatzanzahlen. Resultierend aus dieser Erkenntnis ist die Annahme, dass die SZ in höherem Maße mit der Länge bzw. der Absatzanzahl jedes Artikels variiert. Außerdem ist klar ersichtlich, dass die meisten Berichterstattungen entweder sechs oder zehn Absätze beinhalten. Diese beiden Werte sind im Vergleich zur SZ etwas unterhalb bzw. etwas oberhalb des ermittelten Wertes der SZ. Dieser liegt bei neun Absätzen pro Artikel. Daraus ergibt sich die Annahme, dass die FAZ im Kontrast zur SZ keine klare Richtlinie hat, an der man ableiten kann, welche Anzahl an Absätzen in einer Berichterstattung am häufigsten auftritt.

Einen detaillierteren Einblick erhält man bei der Untersuchung der Vaude-Artikel. Die Codierung eins erhalten alle Berichterstattungen mit einer Absatzanzahl von vier und fünf. Die Beiträge mit neun, zehn und 19 Absätzen bekommen die Codierung zwei. Außerdem existieren in der Untersuchungsmenge Artikel mit einer Absatzanzahl von sechs, elf und 13. Diese werden mit einer drei codiert. Die meisten veröffentlichten Beiträge haben 12 Absätzen und erhalten die Codierung vier. Hierbei ist besonders auffallend, dass sich die Berichterstattungsmenge und vor allem die Absatzmenge gravierend verkleinert hat. Ebenso ist der Höchstwert, vergleichend mit der allgemeinen Betrachtung der FAZ-Analyse nochmals geringer. Vergleicht man jedoch die SZ-Untersuchung mit Vaude-Bezug mit den jetzigen Ergebnissen, fällt auf, dass hier ein Gleichgewicht herrscht. Beide Parteien erreichen einen Höchstwert von vier, auch nachzusehen in den Codiertabellen 29 und 31. Zusätzlich stechen die Artikel mit der Codierung vier heraus, da dies nicht nur die Artikel mit der am meisten verwendeten Artikelanzahl ist, sondern 12 Absätze pro Artikel auch über dem Wert der Gesamtbetrachtung der FAZ-Berichterstattung ist. Diese sind sechs und zehn und sind somit geringer als bei der Vaude-Betrachtung.

Analysiert man die Berichterstattungen der FAZ von Shein verteilen sich die Artikel wie folgt: Die Absatzanzahlen drei, fünf, elf, 12, 17, 21 und 27 gibt es jeweils einmal in der Untersuchungsmenge. Die Codierung zwei bekommen die Beiträge mit der Absatzanzahl vier, acht und neun. Darauf folgen die Artikelanzahlen sechs und

sieben. Diese erhalten die Codierung drei. Die meisten Veröffentlichungen haben zehn Absätze in ihrem Text und bilden mit der der Codierung vier den höchsten Wert, einsehbar in Codiertabelle 32. Auch hier ist die Verteilung der verschiedenen Absatzanzahlen eingeschränkter als in der Gesamtansicht der FAZ-Artikel. Sie beläuft sich in diesem Fall auf eine Bandbreite von drei bis 12 plus 17, 21 und 27. Vergleicht man dies jedoch mit der FAZ-Berichterstattung mit Bezug auf Vaude ist die Auswahl bei Shein größer. Außerdem fällt auf, dass mit der größten Veröffentlichungsrate die Artikel mit zehn Absätzen herausstechen. Dies trifft genau den Wert, der in der Gesamtbetrachtung der FAZ ebenso am meisten publiziert wurde.

Diese Ergebnisse deuten auf eine geringere Variabilität in der Absatzanzahl hin. Daraus ist zu erkennen, dass die Redaktion der FAZ eine konsistentere und standardisierte Artikelstruktur bevorzugt. Durch dieses Vorgehen, gewöhnen sich die Leser an das Format und die Berichterstattung erlangt so eine höhere Verständlichkeit sowie Lesbarkeit. Nach dem Vergleich von Vaude und Shein fällt auf, dass die FAZ hier ebenso konsistent bleibt, so liegen Artikel von Vaude mit einem größeren Tiefgang und einer größeren Informationsdicht bei 12 Absätzen pro Beitrag und Artikel über Shein bei zehn Absätzen. Da die Themen von Shein sich vermehrt auf den wirtschaftlichen Sektor konzentrieren, wird hier eine standardisierte Länge und Absätze gewählt.

#### Aufmerksamkeit der Unternehmen innerhalb der Artikel:

Um genauer bewerten zu können, wie groß der Anteil an Aufmerksamkeit in jedem analysierten Artikel über die Modeunternehmen Vaude und Shein ist, wurden diese eingeteilt in groß, mittel und gering. Daraufhin ist bei der Gesamtbetrachtung der Berichterstattung von SZ und FAZ über die vergangenen fünfzehn Jahre folgende Auswertung erfolgt: von den insgesamt 96 Berichterstattungen sind sieben größtenteils oder vollkommen über eines der beiden Fashionunternehmen Vaude oder Shein. Somit ist die Aufmerksamkeit hier groß. Betrachtet man dies genauer sind hierbei sechs Artikel über den Fast-Fashion-Giganten Shein und ein Beitrag über das Nachhaltigkeitsunternehmen Vaude. Darüber hinaus haben 18 Berichterstattungen einen Aufmerksamkeitsgrad von mittel, das heißt der Text handelt über eines der beiden Modeunternehmen, jedoch nicht großteilig, aber dennoch mehr als Artikel mit geringer Aufmerksamkeit über das Unternehmen. Davon sind 12 Vaude-Beiträge und sechs Shein-Artikel betroffen. Schaut man sich nun die Berichterstattungen mit geringer Aufmerksamkeit für die beiden Unternehmen an, wird klar, dass diese den

größten Teil der Untersuchung ausmachen. Mit insgesamt 71 Artikeln, davon 39 mit Bezug zu Vaude und 32 in Zusammenhang mit Shein umfasst dies den restlichen Teil der Gesamtbetrachtung. Festzustellen ist, dass der geringe Aufmerksamkeitsgrad der beiden thematisierten Modeunternehmen in den deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ dominiert. Außerdem ist durch diese Erkenntnisse sichtbar, wie wenig Artikel in der Analysemenge vorhanden sind, die ausschließlich über eines der beiden Unternehmen berichten. Dabei ist überraschend festzustellen, dass obwohl Vaude insgesamt mehr Artikel aufweisen kann, dennoch Shein das Unternehmen ist, welches in Bezug auf einen großen Aufmerksamkeitsgrad dominiert. Zusätzlich kommt erschwerend für Shein hinzu, dass es wie bereits in vorherigen Abschnitten erklärt, erst seit 2023 vollkommen in der deutschen Printberichterstattung angekommen ist. Vaude hingegen ist bereits seit 2019 fest in den deutschen Tageszeitungen verankert, kann jedoch fast keine großen Aufmerksamkeitserfolge feiern und wird oft nur nebenbei in Berichten erwähnt. Heraussticht dennoch, dass doppelt so viele Artikel von Vaude einen Aufmerksamkeitsgrad von mittel erhalten, als von Shein.

Aus diesen Ergebnissen kann folgende Begründung abgeleitet werden. Die geringe Aufmerksamkeit der beiden Modeunternehmen in der Berichterstattung der deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ deutet darauf hin, dass die Unternehmen häufig im Kontext erwähnt werden, jedoch nicht genügend Sensationswert leisten, um auch der Mittelpunkt der Berichterstattung zu werden. Darüber hinaus erhält der Sport- und OutdoorbekleidungsHersteller Vaude, obwohl er mehr Artikel in der Gesamtmenge vorweisen kann, weniger Aufmerksamkeit, als der Fast Fashion Händler Shein. Dies kann damit begründet werden, dass Shein in der Gesellschaft mit ihren Unternehmenswerten und dem Geschäftsmodell, welches ausschließlich auf eine billige Produktion und großen Umsatz ausgerichtet ist, viele Kontroversen anspricht. Aus diesem Grund polarisiert ein Nachhaltigkeitsunternehmen, welches für eine Verbesserung der Verhältnisse in der Modebranche steht und diese auch umsetzt, nicht im gleichen Maß. Jedoch ist positiv für zu bewerten, dass die Artikelanzahl mit mittlerer Aufmerksamkeit doppelt so groß ist, als bei Vaude. Dies verdeutlicht, dass Vaude zwar nicht dominant in der Berichterstattung hervortritt, dennoch aber in einem bedeutsamen Kontext öfter als Shein erwähnt und unterstützend hinzugezogen wird.

Untersucht man nun, ausschließlich die Berichterstattung der SZ verdeutlicht sich das Bild der allgemeinen Betrachtung. Insgesamt gibt es seit den vergangenen fünfzehn Jahren, 53 erschienene Artikel. Drei davon haben einen großen

Aufmerksamkeitsgrad, elf sind als mittel einzustufen und den größten Anteil der Berichterstattungen besitzen einen geringen Anteil an Aufmerksamkeit für die Modeunternehmen Vaude oder Shein. Vertieft man die Analyse stellt sich heraus, dass bei den Artikeln mit großer Aufmerksamkeit, ausschließlich ein Unternehmen, Shein, thematisiert wird. Wirft man einen Blick auf den mittleren Aufmerksamkeitsgrad ist zu erkennen, dass acht Beiträge dabei auf das Sport -und Outdoorunternehmen Vaude eingehen und nur drei Beiträge auf Shein. Mit großem Abstand zu den beiden anderen Aufmerksamkeitsgraden haben die Artikel mit geringem Aufmerksamkeitsgrad die meisten Beiträge. Unter diese Kategorie fallen insgesamt 38 Berichterstattungen der 52, 23 davon sind über Vaude und 15 handeln von dem Fast-Fashion-Onlinehändler Shein, wie auch in Codiertabelle 33-35 ersichtlich ist. Auch hier fällt wieder auf, dass sich das Interesse für die beiden Unternehmen in Grenzen hält. Außerdem ist zu erkennen, dass es auch hier mehr Artikel gibt, die Vaude thematisch aufgreifen, jedoch die Aufmerksamkeit sehr geringgehalten wird oder sich mit anderen Themengebieten geteilt werden muss. Shein hat trotz ihrer kürzeren Bekanntheitszeit einen deutlichen Vorteil vor Vaude. Dieses Unternehmen sorgt öfter für große Aufmerksamkeit in den Printmedien und sticht so hervor.

Betrachtet man die Ergebnisse zur formalen Kategorie Aufmerksamkeit in Bezug auf die FAZ, wird klar, dass hier die Erkenntnisse ähnlich zu den bisherigen sind. In der FAZ wurden seit Anfang 2019 bis Ende Mai 2024 44 Berichterstattungen veröffentlicht. Diese haben sich wie folgt aufgeteilt: vier haben einen großen Aufmerksamkeitsgrad, sieben Artikel haben einen mittleren Aufmerksamkeitsgrad und 33 davon haben einen geringen Aufmerksamkeitsgrad. Blickt man genauer in die Analysedaten, ist ersichtlich, dass Vaude einen Artikel mit großer Aufmerksamkeit aufweisen kann und Shein drei von dieser Sorte hat. Schaut man sich den mittleren Aufmerksamkeitsgrad an, ist zu erkennen, dass vier Artikel Vaude thematisieren und drei den chinesischen Onlinehändler Shein. Wenn man zuletzt den geringen Aufmerksamkeitsgrad analysiert, fallen dabei 16 Berichterstattungen auf den Sport- und Outdoorhändler Vaude und 17 Beiträge auf Shein, siehe auch die Codiertabellen 36-38. Die Übereinstimmungen zwischen SZ und FAZ ist in dieser Kategorie nicht zu übersehen. Genauso wie in der SZ hat die FAZ einen sehr kleinen Anteil an einer großen Aufmerksamkeitsspanne für die Modeunternehmen Vaude und Shein. Darüber hinaus ist auch hier der Abstand zwischen mittlerer und geringer Aufmerksamkeitsgrad gravierend groß. Die meisten Artikel sammeln sich bei einem geringen Aufmerksamkeitsgrad an. Ein minimaler Unterschied zur deutschen Tageszeitung SZ ergibt sich darin, dass der Onlinehändler Shein bei den Beiträgen mit geringem Interesse, eine Berichterstattung mehr hat, als das

Nachhaltigkeitsunternehmen Vaude. Bei der SZ hat Vaude hinsichtlich des Kriteriums geringe Aufmerksamkeit, mehr Veröffentlichungen als Shein.

Begründet können diese Ergebnisse wie folgt. In beiden deutschen Tageszeitungen, SZ und FAZ, fallen die Artikel mit großer Aufmerksamkeit sehr gering aus. Dennoch ist festzustellen, dass hier immer das Fast-Fashion-Unternehmen Shein dominiert. Dies weist darauf hin, dass Shein in der Lage ist, durch spektakuläre oder kontroverse Ereignisse mehr mediale Aufmerksamkeit zu erzeugen, als Vaude. Während in der SZ mehr Artikel den mittleren Aufmerksamkeitsgrad für Vaude aufweisen, sind es in der FAZ mehr Artikel für Shein. Dies könnte darauf hindeuten, dass die beiden Zeitungen unterschiedliche Schwerpunkte und Interessen in ihrer Berichterstattung über diese Unternehmen setzen. Der größte Anteil der Artikel in beiden Zeitungen weist einen geringen Aufmerksamkeitsgrad auf. Dies deutet darauf hin, dass Vaude und Shein häufig in einem breiteren Kontext erwähnt werden, möglicherweise in Verbindung mit anderen Themen oder Ereignissen, die weniger stark polarisieren oder weniger spektakulär sind. Außerdem legt es die Vermutung nahe, dass andere Unternehmen in der Modebranche bessere Schlagzeilen und Neuigkeiten bieten. Trotz diesen Ergebnissen hat Shein im Vergleich zu Vaude etwas mehr in der Berichterstattung überzeugt, denn trotz der kürzeren Präsenz in den deutschen Medien hat Shein einen deutlichen Vorteil bei der generierten Aufmerksamkeit gegenüber Vaude. Dies kann auf die Kontroversen aber auch spektakulären Aspekte von Sheins Geschäftsmodell und deren schnelles Wachstum zurückzuführen sein.

#### Aufmerksamkeit und Länge:

Verbindet man nun die sieben Artikel mit großer Aufmerksamkeit mit der Kategorie Länge können einige interessante Erkenntnisse gewonnen werden. Daraus kann gewonnen werden, dass die Berichterstattungen der SZ mit großer Aufmerksamkeit tendenziell länger sind, als die Artikel der FAZ mit einem großen Aufmerksamkeitsgrad. Untersucht wurden die Beiträge der SZ, auch nachzusehen in Codiertabelle 1:

075 mit einer Länge von 7

030 mit einer Länge von 13

057 mit einer Länge von 16.

Dies ergibt eine durchschnittliche Wortanzahl von 12, welche in den Bereich von 1201 bis 1300 Wörtern fällt. Im Vergleich dazu werden bei der FAZ folgende veröffentlichten Artikel analysiert und können in Codiertabelle 1 nachgelesen werden:

026 mit einer Länge von 9

065 mit einer Länge von 4

087 mit einer Länge von 8

079 mit einer Länge von 17

Hierbei kam eine durchschnittliche Wortanzahl von 9,5 heraus. Diese fällt in den Zahlenbereich 901 bis 1000. Somit ist klar ersichtlich, dass die SZ längere Berichterstattungen mit großem Aufmerksamkeitsgrad erstellt, als die FAZ.

Aus den zuvor dargestellten Ergebnissen, lässt sich folgende Begründung ableiten. Vergleicht man die SZ mit der FAZ ist eine unterschiedliche redaktionelle Handhabung in Bezug auf das Verfassen von Artikeln zu erkennen. Die SZ setzt bei Themen mit potenziell viel Aufmerksamkeit auf eine tiefgehende Recherche und Darstellung der Informationen. Zudem kann angenommen werden, dass die Zielgruppe der SZ mehr Wert auf eine fundierte Berichterstattung legt, da ein großer Teil Akademiker, leistungsfähige Personen aus der Wirtschaft und aus der gehobeneren Schicht stammen. Diese Leserschaft beschäftigt sich viel und gern mit intensiven Themengebieten und ist interessiert an weitreichenden Informationen.

Die Art und Weise wie die FAZ ihre Berichterstattung gestaltet, kann dadurch begründet werden, dass die Präferenz hier eher auf kürzeren und prägnanteren Artikeln liegt. Diese Redaktion möchte das Wesentliche auf den Punkt bringen und nicht zu viele Informationen mit in den Text integrieren, welche vom Hauptgeschehen ablenken können. Ebenso spiegelt die Leserschaft Menschen wider, welche wenig Zeit haben, aber dennoch umfangreich über das Weltgeschehen informiert sein wollen.

## 7.2 Inhaltliche Kategorien

### Allgemeine Themenverteilung:

Insgesamte Themenverteilung der SZ und FAZ von 2019 bis 2014

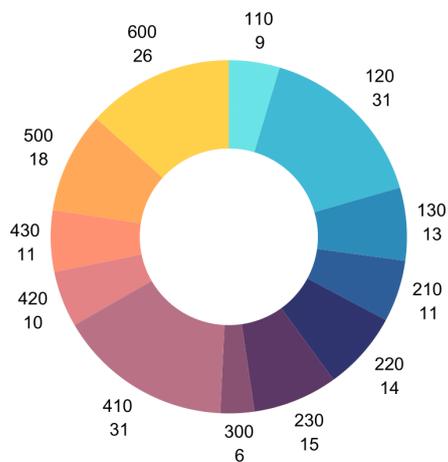


Abbildung 12: "Insgesamte Themenverteilung der SZ und FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024"

Wenn man die inhaltlichen Kategorien betrachtet, fällt vor allem die thematische Vielfalt der Berichterstattungen der vergangenen fünfzehn Jahre auf. Ein erster Überblick ergibt sich demnach wie folgt: der Themenbereich „Unternehmen“ wird unterteilt in die einzelnen Themen mit der Codierung 110, 120 und 130. Von diesen wurde 110, neunmal in Berichterstattungen aufgegriffen, 120, 31mal und 130, 13mal erwähnt. Blickt man auf den nächsten Themenabschnitt „Wirtschaft“ sind dazu die Themen mit folgender Codierung: 210, 220 und 230 zugehörig, vgl. Abb. 12. Untersucht man das Aufgreifen dieser Themen in SZ und FAZ kann festgestellt werden, dass das Thema 210, elfmal in der Gesamtmenge vorhanden ist, das Thema 220, 14mal und, dass Artikel mit dem Thema 230, 15mal existieren. Ein anderes Themengebiet ist das mit dem Namen „Technologie“, welches die Codierung 300 hat. Dieses hat keine Unterthemen und wird sechsmal in der Berichterstattung aufgegriffen. Als nächstes folgt der Themenblock „Nachhaltigkeit“, dieser ist in die Themen mit den Codierungen 410, 420 und 430 eingeteilt. Davon betreffen 31 Artikel der Gesamtmenge das Thema 410, zehn Beiträge das Thema 420 und elf Veröffentlichungen das Thema 430. Zum Schluss folgen die Themengebiete „Gesellschaft“, mit der Codierung 500 und „Sonstige“ mit der Codierung 600. Beide Themenblöcke haben jeweils keine Unterkategorien. In das zuerst genannte Themengebiet sind 18 Artikel zuordbar, zu Themengebiet 600 gehören 26 Berichterstattungen. Einen passenden Überblick bietet Abb.12. Herausstechen hier die Themen mit der Codierung 120, 410 und 600. Mit jeweils 31 und 26 Beiträgen, werden diese Themen am meisten in der Berichterstattung von SZ und FAZ aufgegriffen, wie auch in Codiertabelle 39-41 nachzulesen ist.

Die thematische Vielfalt und die Verteilung der Berichterstattungen zeigen die verschiedenen Interessen und Schwerpunkte der beiden deutschen Tageszeitungen. Diese hohe Menge an Artikeln zeigt, dass spezielle Unternehmensaktivitäten,

Nachhaltigkeit und eine große Auswahl sonstiger Themen besonders relevant für die Leser sind und daher eine zentrale Rolle in der Berichterstattung einnehmen. Die unterschiedliche Häufigkeit der Themen verdeutlicht zudem die Prioritäten der Redaktionen und spiegelt somit die gesellschaftliche Relevanz dieser Themen wider.

Wirft man nun einen Blick auf die gesamten Artikel, die ausschließlich in der SZ veröffentlicht wurden, verteilen sich die Themen ein wenig anders (vgl. Abb. 13). Zu dem Thema 110 können vier Beiträge zugeordnet werden. In das Thema 120 fallen 20 Berichterstattungen der vergangenen fünfjährigen Jahre. Fünf Beiträge erhalten die Codierung 210. Darüber hinaus bekommen sechs der Artikelmenge der SZ die Codierung 220. Mit der Codierung 230 schließen sich fünf Berichterstattungen an. In das Themengebiet mit der Codierung 300 fallen drei Veröffentlichungen. Weit mehr

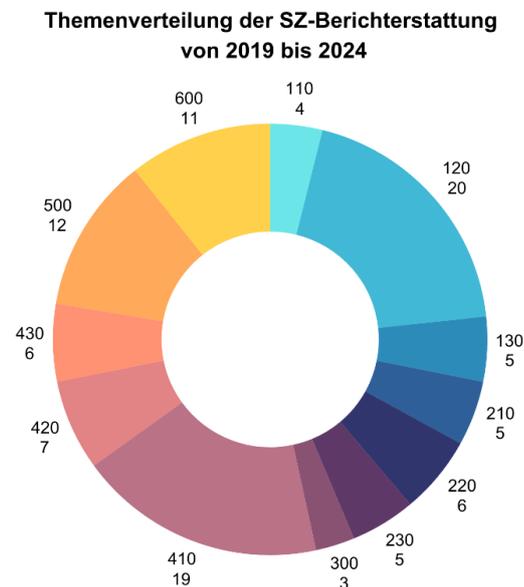


Abbildung 13: "Themenverteilung der SZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024"

Beiträge können mit der Codierung 410 versehen werden. Danach folgt das Thema mit der Nummer 420, welches sieben Artikel für sich gewinnen konnte. Das Thema 430 erhält nach der Analyse sechs Berichterstattungen. Das Doppelte kann der Themenblock 500 erreichen. Knapp dahinter liegt das letzte Themengebiet, 600, in welches elf Berichterstattung zuzuordnen sind, vgl. Abb. 13. In diesem Untersuchungsabschnitt stellt sich heraus, dass ebenso wie in der allgemeinen Betrachtung, die Themen 120, mit jeweils 20 Berichterstattungen und 410 mit jeweils 19 Artikeln am meisten Beiträge erhalten, siehe Codiertabelle 42.

Blickt man nun nochmals detaillierter auf die Analysemenge können nochmals genauere Erkenntnisse gewonnen werden. Betrachtet man zuerst Vaude sieht die Verteilung der Themen wie folgt aus: das Thema 110 wird zweimal aufgegriffen, das Thema 120 achtmal, das Thema 130 einmal, das Thema 210 fünfmal, das Thema 220 viermal, genauso wie das Thema 420, das Thema 230 dreimal, ebenso das Thema 430. Zum Schluss reihen sich die Themen 410 mit zehn Artikeln, 500 mit sechs Artikeln und 600 mit neun Artikeln. Aus diesen Analysedaten lässt sich schließen, dass die Themen mit den meisten Veröffentlichung, die Themen 120, 410 und 600 sind, nachzulesen in Codiertabelle 43. Daraus kann abgeleitet werden, dass

sich die meisten Artikel um die Themen Textilbranche und Produkte sowie Arbeitsbedingungen drehen. Gerade bei einem Unternehmen wie Vaude, bei dem die Nachhaltigkeit eine sehr große Rolle spielt, ist eindeutig zu erkennen, dass diese ebenfalls in die Berichterstattung miteinfließt.

Das Unternehmen Shein, spiegelt das Gegenteil zum zuvor genannten Unternehmen wider. Bei näherer Betrachtung der Ergebnisse dieser Berichterstattung ergeben sich folgende Ergebnisse: das Thema 110 erhält zwei Veröffentlichungen, Berichterstattungen, die in das Thema 120 hineinfallen, existieren in der Analysemenge 12mal. Mit erheblich weniger Artikeln, vier Stück, schließt sich das Thema 130 an, ebenso das Thema 430. Zum Thema 220 können zwei Berichterstattungen eingeordnet werden, genauso wie zum Thema 230 und zum Themengebiet 600. In den Themenblock 300 fallen drei Veröffentlichungen wie auch das Thema 420. Eine Artikelanzahl von neun erhält das Thema 410. Zum Schluss schließt sich das Themengebiet 500 an, welches sechs Berichterstattungen erhält. Auffällig ist auch, dass das Thema 210 in der Analysemenge nicht vertreten ist. Daraus ist erkennbar, dass die Themen 120 und 410 am meisten in der gesamten Untersuchungsmenge vertreten sind. Dabei handelt es sich um Berichterstattungen zum Thema „Textilbranche und Produkte“ und „Umwelt“, auch ersichtlich in Codiertabelle 44. Zum einen ist das Ergebnis zu erwarten gewesen, da die Berichterstattungen hauptsächlich über die Produkte des Unternehmens und die Textilbranche in der sie agieren berichten. Festzustellen ist auch, dass der andere große Teil der Artikel von Umwelt handelt. Shein ist ein Unternehmen, welches in Bezug auf Nachhaltigkeit überwiegend negative Schlagzeilen macht. Ob dies auch hier der Fall ist, wird im späteren Verlauf der Arbeit geklärt.

Die unterschiedlichen thematischen Schwerpunkte der SZ-Berichterstattung über Vaude und Shein lassen sich durch die Philosophie und Werte der beiden Unternehmen erklären. Vaude, bekannt für sein Engagement in der Nachhaltigkeit, zieht Berichterstattungen an, die dieses Thema betonen. Die häufigen Erwähnungen in den Kategorien 120 und 410 bestätigen dies. Shein hingegen, als Fast-Fashion-Unternehmen, ist oft Hauptgegenstand von Berichterstattungen, die sich kritisch mit den ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Modeindustrie auseinandersetzen und auf die fehlende Initiative Sheins gegenüber solch wichtigen Themengebieten hinweisen. Die häufigen Berichte über Textilprodukte und Umweltfragen bei Shein spiegeln diese Themenkomplexe wider.

Zusammenfassend zeigt die Analyse, dass die SZ einen breiten thematischen Fokus hat, der je nach Unternehmen variiert. Während Vaude vor allem mit

Nachhaltigkeitsthemen in Verbindung gebracht wird, wird Shein häufiger im Zusammenhang mit Umweltproblemen und gesellschaftlichen Fragen thematisiert. Diese Schwerpunkte reflektieren die verschiedenen Geschäftsmodelle und öffentlichen Wahrnehmungen der beiden Unternehmen.

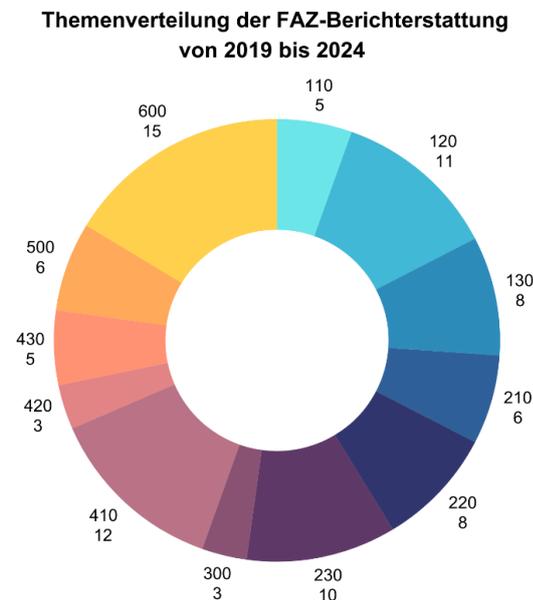


Abbildung 14: "Themenverteilung der FAZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024"

Analysiert man nun einzig die Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024 der FAZ ergibt sich eine andere Aufteilung der Themen, als bei der SZ (vgl. Abb. 14). Die insgesamt Analyse in Bezug auf FAZ-Artikel gliedert sich wie folgt: In das Thema 110 können sich fünf Beiträge eingliedern, genauso wie bei dem Thema 430. Zum Thema 120 gehören elf der Berichterstattungen, mit einem niedrigeren Wert, acht Artikel, gliedert sich die Themen 130 und 220 ein. Danach folgt das Thema 210, welches sechs Beiträge verbuchen kann. Dies trifft auch auf das Thema 500 zu. Das Thema

230 erzielt in den Untersuchungszeitraum zehn Artikel. Danach folgt der Themenblock 300, welcher eine Artikelanzahl von drei hat, sowie das Thema 420. Einen relativ hohen Wert hat das Thema 410 erreicht mit einer Anzahl von 12 Veröffentlichungen. Darüber hinaus kann man fünf Berichterstattungen zum Thema 500 zuordnen. Den höchsten Wert, mit 15 Veröffentlichungen in der FAZ, erreicht das Themengebiet 600. Aus diesen Ergebnissen kann die Erkenntnis gezogen werden, dass die meisten Berichterstattungen den Themen 600, 410 und 120 zuzuschreiben sind, wie auch an Codiertabelle 45 zu erkennen ist. Auch hier, genauso wie bei der SZ treten die Themen 410 und 120 hervor. Was bei diesem Analyseteilblock anders ist, ist die Einordnung vieler Berichterstattungen in die Kategorie „Sonstige“. Daraus kann geschlossen werden, dass die FAZ außergewöhnlichere und vielfältigere Themen in ihren Artikeln über Vaude und Shein behandelt als der im Codebuch festgelegte Rahmen darstellt und die SZ.

Wirft man nun einen tieferen Blick auf die Berichterstattungen, die ausschließlich das Fashionunternehmen Vaude aufgreifen erhält man weitere Ergebnisse. Somit verteilen sich die Themen wie nachfolgend aufgeführt. Das Thema 110 erhält eine

Berichterstattung, genauso wie der Themenblock 300 und das Thema 420. Zum Thema 120 konnten sich fünf Artikel einordnen, genauso wie zu dem Thema 220. Dicht gefolgt kommt das Thema 210 mit sechs Berichterstattungen. Mit zwei Berichterstattungen hat das Thema 230, 430 und 500 erheblich weniger Veröffentlichungen, als das Thema zuvor. Zum Schluss schließen sich die Themen 410 und 600 mit sieben Beiträgen an. Aus diesen Ergebnissen ist abzuleiten, dass die Themen mit einer Artikelanzahl von sieben und sechs am meisten publiziert wurden. Dazu zählen zum einen die Themen „Sonstige“ und „Umwelt“ und zum anderen das Thema „Wirtschaftspolitik“. Wie auch schon im allgemeinen Überblick über die FAZ-Berichterstattung ersichtlich wurde, stehen hier die Themen 600 und 410 im Vordergrund. Zudem konnte auch das Thema 210 erstmals in dieser Analysekategorie herausstechen, siehe Codiertabelle 46. Das gerade diese Themen besondere Aufmerksamkeit in der Berichterstattung von der FAZ in Bezug auf Vaude-Artikel bekommen, passt zu dem Engagement des Unternehmens. Auch das Thema Wirtschaftspolitik wird von Outdoor- und Sportkleidungshersteller Vaude des Öfteren aufgegriffen. Außerdem engagiert sich die CEO des Unternehmens Antje von Dewitz politisch.

Betrachtet man nun die Berichterstattung der FAZ, die das Fashionunternehmen Shein namentlich aufgreifen, verteilen sich die Themen nochmals anders. Das Thema 110 und der Themenblock 500 erhalten jeweils vier Veröffentlichungen. Mit sechs Artikeln hat das Thema 120, die zweithöchste Artikelanzahl. Danach folgen die Themen 130 und 230 sowie das Themengebiet 600 mit jeweils acht Publikationen. Die Themen 220 und 430 haben je drei Berichterstattungen. Mit einer Veröffentlichung weniger schließt sich der Themenblock 300 und das Thema 420 an. Zum Schluss erhält das Thema 410, fünf Beiträge in den letzten fünfzehn Jahren. Heraussticht das Thema 210, denn dieses wurde in der Berichterstattung nicht berücksichtigt. Aus diesen Ergebnissen kann abgeleitet werden, dass das Hauptaugenmerk der Berichterstattung auf den Themen 130, 230 und dem Themengebiet 600 liegt. Das sind die Themen „Konkurrenz“, „Finanzen“ und „Sonstige“, ebenso in Codiertabelle 47 nachzulesen. Hier kann man den Unterschied zu Vaude-basierten Artikeln der FAZ sehen, denn diese behandeln größtenteils die Themen „Umwelt“ und Wirtschaftspolitik“.

Die unterschiedlichen thematischen Schwerpunkte der FAZ-Berichterstattung über Vaude und Shein lassen sich durch die Ausrichtung der beiden Unternehmen erklären. Vaude, bekannt für sein Engagement in Sachen Nachhaltigkeit und Politik, wird in der FAZ-Berichterstattung häufig in diesen Kontexten thematisiert. Dies

spiegelt die Positionierung von Vaude als Vorreiter in diesen Bereichen wider. Shein hingegen, ein Fast-Fashion-Unternehmen, das auf schnellen Umsatz und Marktpräsenz abzielt, wird in der FAZ-Berichterstattung vor allem im Umfeld von Konkurrenz und finanziellen Aspekten behandelt. Die geringere Anzahl an Artikeln zu Nachhaltigkeitsthemen zeigt, dass dies nicht das Hauptaugenmerk von Shein ist, was auch zu den oftmals negativen Schlagzeilen in Bezug auf Umweltbelangen passt.

Die Analyse verdeutlicht, dass die beiden Modeunternehmen nicht nur unterschiedliche Geschäftsmodelle und Schwerpunkte besitzen, sondern dass diese Unterschiede auch in der Berichterstattung der FAZ widergespiegelt werden. Während Vaude für seine Nachhaltigkeits- und politischen Initiativen Anerkennung findet, steht bei Shein der finanzielle Erfolg und die Konkurrenzfähigkeit an erster Stelle. Dies zeigt, wie die Medien die unterschiedlichen Aspekte und Strategien der Unternehmen aufgreifen und behandeln.

#### Alleiniger Themenmittelpunkt:

Da die Berichterstattungen nicht immer nur zu speziell einem Thema zuordbar sind, kommt es teilweise auch zu einer thematischen Überschneidung von bis zu fünf verschiedenen Themen. In diesem Analyseabschnitt werden allerdings ausschließlich die Berichterstattungen untersucht, die konkret zu einem Thema zuzuordnen sind.

Untersucht man die Gesamtmenge der Berichterstattungen von SZ und FAZ über die beiden Modeunternehmen Vaude und Shein von Anfang Januar 2019 bis Ende Mai 2024, ist zu erkennen, dass dreißig Artikel davon einen Themenschwerpunkt aufweisen können. Die Verteilung dieser, auf die Themenauswahl gestaltet sich wie folgt: die Themen 110, 130, 230 und 430 erhalten keine Berichterstattungen. Mit jeweils zwei Beiträgen reihen sich der Themenblock 300 und das Thema 420 ein. Mit einem Artikel mehr, also drei Stück, schließen sich die Themen 210, 220 und 410 an. Das Themengebiet 500 erzielt in den vergangenen fünfzehn Jahren vier Veröffentlichungen. Danach folgt der Themenblock 600, welcher fünf Publikationen erreicht hat. Einem Höchstwert von acht Berichterstattungen im Untersuchungszeitraum kann das Thema 120 für sich entscheiden. Das Thema 120 mit der Bezeichnung „Textilbranche und Produkte“ hebt sich so mit zwei Artikeln ab und stellt somit das Thema dar, welches am meisten im alleinigen Mittelpunkt steht, auch nachzulesen in Codiertabelle 48. Da es sich in dieser Analyse um Berichterstattungen rund um die zwei Fashionunternehmen Vaude und Shein dreht, ist dieses Ergebnis zu erwarten gewesen.

Die Analyse zeigt, dass das Interesse und die Berichterstattung über Vaude und Shein in den deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ thematisch breit gefächert sind, jedoch bestimmte Bereiche, wie beispielsweise „Textilbranche und Produkte“, besonders im Fokus stehen. Dies ist angesichts der vorgelebten Werte, des Klimas der Unternehmen, des öffentlichen Interesses an Mode und dem damit verbundenen Konsumverhalten zu erwarten. Die Verteilung der Themen reflektiert die unterschiedlichen Schwerpunkte und Strategien der beiden Unternehmen sowie das breite Spektrum der journalistischen Berichterstattung.

Betrachtet man nun die einzelne Themenverteilung der SZ-Berichterstattung, fällt zuerst auf, dass die Artikelmenge kleiner ist. Sie liegt bei 19 Artikeln in den vergangenen fünfzehn Jahren. Die Analyse zeigt folgende Verteilung: Die Themen 110, 130, 230 und 430 haben, wie in allgemeinen Themenverteilung, keine Berichterstattungen für sich gewinnen können. Danach folgen die Themen 210 und 220 mit jeweils einem Artikel. Mit jeweils zwei Beiträgen kann der Themenblock 300 sowie das Thema 420 und das Themengebiet 600 erzielen. Die nächst höhere Anzahl an Beiträgen ist drei. Diese erhalten das Thema 410 und das Themengebiet 500. Die höchste Anzahl an Berichterstattungen pro Thema ist fünf. Diese Menge erhalten die Artikel mit der Codierung 120. Aus diesen Ergebnissen lässt sich die Erkenntnis ziehen, genauso wie in der insgesamten Betrachtung, dass das Thema 120 im alleinigen Mittelpunkt steht. Dieses hat aus Sicht der Menge, ebenfalls einen Abstand von zwei Berichterstattungen zur nächsthöchsten Anzahl an Berichterstattungen. Dieses Ergebnis ist zudem in Codiertabelle 49 einzusehen.

Analysiert man diese Ergebnisse nochmals genauer und teilt die Berichterstattungen der SZ nochmals auf in Artikel mit Vaude-Bezug und Shein-Bezug, ergeben sich weitere Ergebnisse. Die Aufteilung der Vaude-Beiträge sieht wie folgt aus: die Themen 110, 130, 230, 430 und das Themengebiet 300 erhalten jeweils keine Veröffentlichungen. Danach folgen alle Artikel mit jeweils einer Berichterstattung. Dies trifft auf die Themen 210 und 220 zu sowie auf den Themenblock 500. Die nächst höhere Anzahl an Publikationen ist zwei, welche es zum Thema 420 und zum Themengebiet 600 gibt. Darauf folgt das Thema 430, denn dieses konnte in den vergangenen fünfzehn Jahren, drei Berichterstattungen erzielen. Die höchste Artikelanzahl ist vier und diese gehen auf das Thema 120 zurück. Somit ist klar, dass das Thema mit dem Namen „Textilbranche und Produkte“ auch hier dominiert und den größten Anteil der Berichterstattung von SZ, im Kontext mit Vaude hat, ebenfalls nachzusehen in Codiertabelle 50. Zudem ist auffällig, dass von den 19 Beiträgen, mit Zuweisung eines Themas, 14 davon Vaude namentlich aufgreifen und nur fünf davon

Shein integrieren. Daraus lässt sich die Erkenntnis gewinnen, dass Vaude-Artikel fast dreimal so viele Artikel mit einem thematischen Schwerpunkt besitzen, als Shein-Artikel.

Untersucht man nun die Berichterstattung der SZ bezüglich dem Fashionunternehmen Shein kann folgende alleinige Themenverteilung festgestellt werden: die Themen 110, 130, 210, 220, 230, 410, 420, 430 und der Themenblock 600 erhalten keine Beiträge. Danach folgt das Thema 120 mit einer Veröffentlichung. Die beiden höchsten Werte fallen auf die Themengebiete 300 und 500, mit jeweils zwei Publikationen von Anfang Januar 2019 bis Ende Mai 2024. Daraus lässt sich schließen, dass die Themenblöcke mit dem Begriff „Technologie“ und „Gesellschaft“ die sind, mit dem höchsten thematischen Schwerpunkt. Allerdings ist die Menge der Artikel im Vergleich zu den Vaude-Beiträgen deutlich geringer. Aus diesem Grund stechen die Höchstwerte hier nicht allzu sehr aus der Masse heraus, siehe Codiertabelle 51. Überraschend an den Ergebnissen ist hier die Themenwahl, denn in der gesamten SZ-Analyse ist das Thema 120 stets am dominantesten, anders als bei den Shein-Artikeln. Hier überwiegen die Themengebiete „Technologie“ und „Gesellschaft“, was größtenteils die Werte und das Augenmerk des Modeunternehmens Shein widerspiegelt.

Von diesen Ergebnissen ausgehend, kann folgende Begründung abgeleitet werden. Das dominierende Thema „Textilbranche und Produkte“ zeigt die zentrale Rolle dieser Kategorie in der Berichterstattung der SZ über die Modeunternehmen Vaude und Shein. Dieser Ergebnisstand ist zu erwarten gewesen, da es das Kerninteresse dieser Branche widerspiegelt. Die unterschiedliche thematische Verteilung bei Vaude und Shein zeigt, dass die Berichterstattung stark von den jeweiligen Unternehmenswerten und -aktivitäten beeinflusst wird. Vaudes Fokus auf Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung spiegelt sich in den Artikeln wider, während Sheins technologische Innovationen und gesellschaftliche Auswirkungen im Mittelpunkt stehen. Die SZ verwendet eine gezielte Berichterstattung, denn sie konzentriert sich auf spezielle und relevante Themen, die auf die jeweiligen Unternehmen zutreffen.

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der FAZ-Berichterstattung der thematischen Schwerpunkte zusammengetragen. Während die SZ in diesem Bereich 19 Artikel aufweisen kann, sind es bei der FAZ etwas weniger, denn sie haben insgesamt eine Anzahl von elf Veröffentlichungen. Diese sind wie folgt verteilt: die Themen 110, 130, 230, 410, 420, 430 und das Themengebiet 300 können keine Berichterstattungen vorweisen. Der Themenblock 500 erhält einen Artikel aus den vergangenen fünfzehn Jahren. Danach schließen sich die Themen 210 und 220

mit jeweils zwei Veröffentlichungen an. Drei Berichterstattungen bilden somit die höchste Anzahl an Berichterstattungen mit einem thematischen Schwerpunkt und fallen auf das Thema 120 und den Themenblock 600. Aufgrund dieser Aufteilung der Themen, bewegen sich die Schwerpunkte zwischen den Themen „Textilbranche und Produkte“, „Wirtschaftspolitik“, „Globale Wirtschaft“, „Gesellschaft“ und „Sonstige“. Deutlich hervor treten die Bereiche „Sonstige“ und „Textilbranche und Produkte“, genauso wie bei der SZ, auch in Codiertabelle 52 ersichtlich.

Analysiert man nun ausschließlich Berichterstattungen der FAZ bezüglich des Sport- und Outdoorkleidungsherstellers Vaude verschiebt sich die Verteilung der alleinigen Themenschwerpunkte etwas. Die Ergebnisse stellen sich wie folgt auf: die Themen 110, 130, 230, 410, 420, 430 und das Themengebiet 300 erhalten keine Berichterstattungen im Untersuchungszeitraum. Mit einem Artikel schließt der Themenblock 500 dazu auf. Danach folgen die Themen 210, 220 und das Themengebiet 600 mit jeweils zwei Veröffentlichungen. Zum Schluss vereinnahmt das Thema 120 die meisten Beiträge und bildet so den thematischen Schwerpunkt der FAZ-Berichterstattung im Kontext von Vaude. Daraus kann geschlossen werden, dass das Thema „Textilbranche und Produkte“ ebenso wie bei der SZ-Berichterstattung bezüglich Vaude den größten thematischen Schwerpunkt bildet. Darüber hinaus fällt auf, dass das Themengebiet „Nachhaltigkeit“ keinen Schwerpunkt in der Berichterstattung erlangt hat, obwohl das Unternehmen Vaude für dieses Thema bekannt ist und sich intensiv damit auseinandersetzt. Diese Ergebnisse sind in Codiertabelle 53 nachzusehen.

Wirft man einen detaillierteren Blick auf die Schwerpunktverteilung der Berichterstattung von FAZ bezüglich Shein, ist die drastische Abweichung der Anzahl an Artikeln zu erkennen. Diese fällt auf eine Berichterstattung. Da hier Vaude noch zehn Beiträge erzielt hat, ist eine Veröffentlichung in Bezug zu Shein deutlich weniger. Aus diesem Grund stellt sich heraus, dass der einzige Artikel mit einem thematischen Schwerpunkt in das Themengebiet 600, namens „Sonstige“ einzuordnen ist. Alle restlichen Themen von 110 bis 500 werden nicht aufgegriffen. Daraus bildet sich die Erkenntnis, dass es in diesem Abschnitt der Analyse keinen exakten thematischen Schwerpunkt gibt, vgl. Codiertabelle 47.

Zusammenfassend ist zu erkennen, dass ein thematischer Schwerpunkt in der allgemeinen Betrachtung der Berichterstattung von SZ und FAZ, sowohl als auch in den beiden Analyseabteilungen des Fashionunternehmens Vaude festzustellen ist. Dieser heißt „Textilbranche und Produkte“. Die Artikel des Fast-Fashion-Händlers Shein fallen in der Untersuchung etwas aus der Reihe, denn hier stechen andere

Schwerpunkte, wie „Gesellschaft“ und „Technologie“ heraus. Besonders auffällig ist auch, dass Shein in der FAZ keinen thematischen Schwerpunkt aufweisen kann. Zudem ist zu bemerken, dass die Anzahl der Berichterstattungen in der Schwerpunktanalyse erheblich kleiner ist, als in der insgesamten Untersuchung der thematischen Orientierung. Diese steht im Verhältnis 96 zu 30. Somit ist klar, dass 68,75% der Gesamtheit an Artikeln nicht alleinig zu einem Thema zuordbar sind. Dies spricht für eine vielfältige Berichterstattung von SZ und FAZ.

Die geringere Anzahl von elf Artikeln in der FAZ im Vergleich zu 19 in der SZ könnte auf eine gezieltere oder weniger umfassende Berichterstattung über die beiden Modeunternehmen hinweisen. Die FAZ könnte sich darauf konzentrieren, spezifische, thematisch fokussierte Artikel zu publizieren. Die Tatsache, dass die Themen 110, 130, 230, 410, 420, 430 und das Themengebiet 300 keine Berichterstattungen aufweisen, könnte darauf hindeuten, dass diese Themen entweder weniger relevant sind oder nicht den redaktionellen Fokus der FAZ treffen. Wie in der SZ-Berichterstattung über Vaude steht auch bei der FAZ das Thema „Textilbranche und Produkte“ im Mittelpunkt. Dies ist aufgrund der Branche, in der Vaude agiert mit ihren zahlreichen Facetten zu erwarten. Obwohl Vaude für seine Nachhaltigkeitsbemühungen bekannt ist, spiegelt sich dies nicht in der FAZ-Berichterstattung wider. Dies könnte bedeuten, dass andere Themengebiete als wichtiger betrachtet werden oder dass Nachhaltigkeit in andere Berichterstattungen integriert werden soll bzw. ist. Die geringe Anzahl spezifischer Artikel über Shein und das Fehlen eines klaren thematischen Schwerpunkts könnte darauf hinweisen, dass Shein weniger im Hauptaugenmerk der FAZ-Berichterstattung steht oder dass die Berichterstattung über Shein weniger präzise erfolgt. Dies könnte darauf hinweisen, dass Shein in der FAZ-Berichterstattung nicht all zu dominant behandelt wird. Die Ergebnisse zeigen, dass die FAZ ihre Berichterstattung über Vaude und Shein unterschiedlich gewichtet und verschiedene thematische Schwerpunkte setzt. Während das Thema „Textilbranche und Produkte“ im Mittelpunkt steht, zeigt sich bei Shein eine geringere thematische Ausrichtung. Außerdem spiegelt die vielfältige, aber auch präzise Berichterstattung die redaktionellen Prioritäten und das Interesse der Leserschaft wider.

### Experten:

In diesem Analyseabschnitt werden die Experten, welche in der Berichterstattung von SZ und FAZ verwendet werden untersucht. In der insgesamten Betrachtung können folgende Ergebnisse festgestellt werden: in der Gesamtmenge sind 21 Experten

entdeckt worden, die der Codierung 901 entsprechen. Darüber hinaus sind vier Artikel mit der Expertencodierung 902, 910 und 914 erkannt worden. Experten mit der Codierung 903 und 913 erhalten die Codierung sieben. Danach schließt sich die Codierung



Abbildung 15: "Insgesamte Expertenverteilung von SZ und FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024"

904 an, welche in der Untersuchungsmenge einmal vorkommt, genauso wie die Codierung 908 und 912. Darüber hinaus existieren zwei Berichterstattungen mit der Codierung 905. Zählt man alle Artikel mit der Expertencodierung 906 zusammen, entsteht die Anzahl 13. Die Codierung 907 erhalten fünf Beiträge. Eine höhere Menge an Berichterstattungen im Untersuchungszeitraum kann die Codierung 909 für sich gewinnen. Eine kleinere Anzahl an Veröffentlichungen bringt die Expertencodierung 911 zusammen, sie erhält drei Beiträge. Nicht zu vergessen ist die Codierung 915, welche einen Anteil von 43 Berichterstattungen an der Gesamtmenge hat, wie auch in Abb.15 ersichtlich ist. Zum Schluss werden noch die Artikel zusammengezählt, die keinen Experten aufweisen können. Diese Zahl liegt bei 19. Daraus kann die Erkenntnis gezogen werden, dass die meisten Experten in einer Berichterstattungsmenge zwischen eins und 13 liegen. Nichts desto trotz existieren drei Expertenkatogorien, welche aus dieser Menge herausstechen. Diese ist die Codierung 901 mit 21 Artikeln, Codierung 909 mit 41 Beiträgen und die Codierung 915 mit 43 Veröffentlichungen. Daraus kann geschlossen werden, dass in den deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ die Expertenkatogorien Produkt- und Vertriebsexperte, Geschäftsführer und Führungskräfte und weitere Experten am beliebtesten sind, ebenfalls nachzulesen in Codiertabelle 54 und 55.

Die Analyse der Experten in der Berichterstattung von SZ und FAZ zeigt eine klare Präferenz für bestimmte Expertengruppen. Besonders häufig werden Produkt- und Vertriebsexperten und weitere Experten genutzt um themenbezogene Informationen gebeten. Dies deutet auf eine hohe Relevanz und Vertrauen der SZ und FAZ in deren Expertise hin. Gleichzeitig zeigt die Verteilung, dass es eine Vielfalt an Experten gibt, die je nach Thema und Relevanz herangezogen werden, während ein kleiner Teil der Berichterstattung ganz ohne Experten auskommt. Diese vielfältige Nutzung von Experten unterstreicht die Bemühungen der deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ, fundierte und gut recherchierte Artikel zu veröffentlichen.

Betrachtet man nun ausschließlich die Berichterstattung der SZ und ihrer Expertenauswahl, gliedern sich diese wie folgt auf: Mit einer Berichterstattung existieren die Experten mit der Codierung 905. Danach reihen sich die Expertencodierungen mit jeweils zwei Artikeln ein.



Abbildung 16: "Expertenverteilung der SZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024"

Diese sind 902, 904, 907 und 914. Jeweils drei Veröffentlichungen haben die Experten 903, 910 und 911 erreicht. Darüber hinaus haben die Experten mit der Codierung 913, vier Berichterstattungen. Außerdem hat die Codierung 906 eine Publikationsanzahl von zehn für sich gewinnen können. Danach folgen die Experten mit 901, denn diese konnten 15 Artikel erreichen. Im Anschluss kommt die Expertencodierung 915 mit 20 Veröffentlichungen im Untersuchungszeitraum und zum Schluss existieren 22 Berichterstattungen mit der Codierung 909. Außerdem existieren die Expertencodierungen 908 und 912 in der Gesamtmenge der SZ-Artikel nicht, siehe Abb. 16. Die Publikationen mit keiner Expertenerwähnung belaufen sich auf eine Anzahl von sieben. Daraus kann geschlossen werden, dass ebenso wie bei der insgesamten Betrachtung im Absatz zuvor die Codierungen 915, 909 und 901 aus der Masse hervorstechen. Diese haben eine überdurchschnittliche Dominanz in der Berichterstattung, die kaum zu übersehen ist. Mit den Werten 20, 22 und 15 weichen sie sehr weit von dem eigentlichen Wertebereich dieses Analyseabschnitts, der einen Umfang von null bis zehn hat, ab, auch in Codiertabelle 54 einsehbar. Außerdem ist festzustellen, dass die Codierungen 908 und 912 gar nicht in dieser Schnittmenge vorkommen. Daraus wird die Erkenntnis gezogen, dass die SZ in ihrer Berichterstattung sehr wenig bis gar keine Experten im Bereich Produktion und Beschaffung sowie Mobilität einsetzt. Nicht zu übersehen ist die deutlich verkleinerte Menge an Artikeln, die gar keinen Experten involviert hat. Noch bei der Gesamtbetrachtung lag dieser Wert bei 19, nun bei sieben. Das sind gerade einmal 36,84% der insgesamten Menge von 19. Daraus kann geschlossen werden, dass die SZ viel Wert auf Expertenmeinungen in ihren Artikeln legt und ihre Rechercheinformationen größtenteils mit qualitativen Interviews belegt.

Bezieht man nun die SZ-Berichterstattung ausschließlich auf Artikel, die das Fashionunternehmen Vaude namentlich aufgreifen, verteilt sich die Expertenmeinung wie folgt: Jeweils eine Veröffentlichung haben die Experten mit der Codierung: 902,

904, 911 und 914. Danach folgt die Expertencodierung 907, welche zwei Beiträge innerhalb des Untersuchungszeitraums aufweisen kann. Darüber hinaus existieren die Codierungen 903, 910 und 913 mit jeweils drei Publikationen. Danach reihen sich die Artikel ein, welche in acht Berichterstattungen aufgegriffen wurden und haben die Codierung 906. Darauf folgt die Expertencodierungen 901 und 915 mit neun Veröffentlichungen. Zum Schluss folgt die Codierung 909 mit der Höchstzahl an Artikeln in der Untersuchungsmenge. Diese ist die Zahl elf, siehe Codiertabelle 56. Auch hier bestehen Codierungen, die in der Berichterstattung nicht erwähnt wurden. Diese sind die Nummern 905, 908 und 912. Die Anzahl umfasst fünf Berichterstattungen. Aus diesen Ergebnissen bildet sich die Erkenntnis, dass es in der Vaude-Betrachtung keine herausstechenden Expertenkatogorien gibt. Die Verteilung ist einigermaßen ausgeglichen und liegt zwischen einem Wert von null bis elf. Trotzdem ist festzustellen, dass die drei Codierungen 901, 909 und 915 ebenso wie in den Abschnitten zuvor an der Spitze der Analyse sitzen. Hier hebt sich die 909 mit elf und somit zwei Berichterstattungen mehr noch ein wenig von dieser Spitze ab. Die Zahl der nicht erwähnten Expertenmeinungen hat sich bei Vaude um eine Codierung erhöht, als in der gesamten SZ-Betrachtung und umfasst die Codierungen 905, 908 und 912. Somit kann angenommen werden, dass Themen wie die Mobilität, Produktion und Beschaffung sowie Technologie und Innovation keine große Bedeutung in der Berichterstattung erhalten.

Wirft man nun einen detaillierteren Blick auf eigens die Artikel der SZ bezüglich des Fast-Fashion-Händlers Shein von Anfang Januar 2019 bis Ende Mai 2024 kommt folgende Expertenverteilung zustande: Eine Berichterstattung in den vergangenen fünfeneinhalb Jahren konnten die Codierungen 902, 904, 905, 913 und 914 erreichen. Danach folgen die Expertencodierungen 906 und 911 mit jeweils zwei Beiträgen in der Gesamtmenge der Shein-Veröffentlichungen. Danach reiht sich die Codierung 901 mit sechs Publikationen ein. Darauf folgen mit elf Berichterstattungen die Expertencodierungen 909 und 915 und stellen somit die Höchstmenge dar, wie auch in Codiertabelle 57 nachzulesen ist. Keine einzige Erwähnung in den Artikeln der SZ von Shein erhalten die Expertencodierungen 903, 907, 908, 910 und 912. Zum Schluss ist erkennbar, dass es zwei Beiträge gibt, die keine Experten enthält. Aus diesen Ergebnissen ist zu erkennen, dass die meisten Expertenkatogorien zwischen null und zwei Beiträge aus dem Untersuchungszeitraum aufweisen können. Die restlichen Codierungen haben eine Artikelanzahl von sechs und elf. Diese stechen in diesem Analyseabschnitt von der Masse heraus, da die Artikelmenge um einiges größer ist. Ganz im Gegenteil zur Vaude-Analyse. Somit ergibt sich die Erkenntnis, dass die Expertenbereiche Produkte und Vertrieb, Geschäftsführer und

Führungskräfte sowie weitere Experten besonders intensiv in die Berichterstattung des Modeunternehmens Shein miteinfließen. Trotzdem ist zu erkennen, dass ein Großteil der Expertenmasse keinen Gebrauch in den Veröffentlichungen über Shein findet. Diese beziehen sich auf die Bereiche „Wirtschaft“, „Arbeitsrechtler“, „Produktion und Beschaffung“, „Entwicklung“ und „Mobilität“. Positiv anzumerken ist jedoch, dass die Anzahl an Berichterstattungen mit keiner Expertenmeinung, als Fundierung der Informationen im Artikel, sehr gering sind. Im Vergleich zur Vaude-Betrachtung steht dies im Verhältnis fünf zu zwei.

Die Analyse der Expertenverteilung in der SZ-Berichterstattung zeigt, dass bestimmte Experten Kategorien, wie in der Gesamtbetrachtung dieser Kategorie insbesondere Produkt- und Vertriebsexperten und Geschäftsführer und Führungskräfte, als Experten eine dominierende Rolle spielen. Dies deutet auf eine hohe Wertschätzung und Abhängigkeit der SZ von diesen Experten hin, um fundierte und glaubwürdige Artikel zu produzieren. Gleichzeitig zeigt die spezifische Analyse der Berichterstattung über Vaude und Shein, dass es Unterschiede in der thematischen Fokussierung und Nutzung von Experten gibt, was auf unterschiedliche Schwerpunkte und Bedürfnisse in der Berichterstattung über diese beiden Unternehmen hinweist. Bei Vaude liegen diese auf den Experten Geschäftsführer und Führungskräfte, ebenso bei Shein. Ein kleiner Unterschied besteht in der hohen Menge an weiteren Experten bei Shein. Dies verstärkt die Annahme, dass die SZ rund um das Unternehmen Shein verschiedene Artikel veröffentlicht, in die nur eine Art von Experten nicht ausreichend ist.

In diesem Untersuchungsbereich, wird die FAZ-Berichterstattung im Allgemeinen und in Bezug auf die Fashionunternehmen Vaude und Shein beleuchtet. Die Verteilung der Experten stellt sich insgesamt wie folgt dar: Den Anfang machen die Expertenbereiche mit jeweils

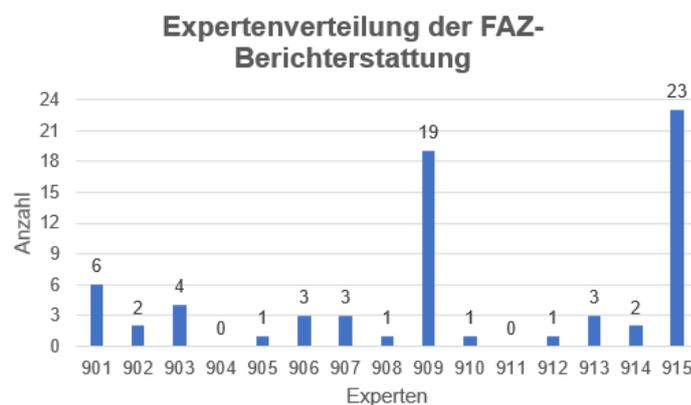


Abbildung 17: "Expertenverteilung der FAZ-Berichterstattung von Januar 2019 bis Mai 2024"

einem Artikel. Diese sind 905, 910 und 912. Danach folgen alle Codierungen mit zwei Beiträgen. In diesem Fall sind das die Nummern 902 und 914. Danach reihen sich die Expertencodierungen 906, 907 und 913 ein, denn diese erhalten jeweils drei Veröffentlichungen im Analysezeitraum. Vier Publikationen erreicht die Codierung 903. Darauf folgt die Codierung 901 mit einer Artikelanzahl von sechs im

Untersuchungszeitraum. Danach folgt mit einem großen Abstand die Codierung 909, denn diese kann 19 Berichterstattungen aufweisen. Zum Schluss reiht sich die Expertencodierung 915 ein, welche eine Artikelanzahl von 23 hat. Darüber hinaus hat die Codierung 911 keine Veröffentlichung in der FAZ-Berichterstattung erhalten. Zusätzlich ist zu erkennen, dass es 12 Publikationen in der Ergebnismenge gibt, die keine Expertenmeinung integriert hat, siehe auch Abb. 17. Daraus ergibt sich die Annahme, dass die meisten der Expertencodierungen im Artikelanzahlbereich zwischen null und sechs liegen. Auffallend ist demnach, dass die beiden Expertencodierungen 909 und 915 herausstechen, da sie eine weitaus größere Anzahl aufweisen können diese sind einmal 19 und zum anderen 23, einsehbar in Codiertabelle 55. Ähnlich sieht das auch bei der SZ-Betrachtung aus. Demnach geht hervor, dass die Expertenbereiche Geschäftsführer und Führungskräfte sowie weitere Experten bevorzugt in die Berichterstattung der FAZ aufgenommen werden. Zudem kann festgestellt werden, dass der Expertenbereich „Journalisten“ gar nicht berücksichtigt wird. Mit 12 Beiträgen ohne eine Expertenmeinung liegt dieser Wert höher als bei der SZ-Analyse und ergibt folgenden Entschluss: die FAZ hat öfter keine Expertenmeinung in ihrer Berichterstattung und vertraut deshalb mehr die eigens recherchierten Informationen ohne Unterstützung von Personen aus der Branche.

Die Analyse zeigt, dass die FAZ in ihrer Berichterstattung häufig auf Experten aus den Bereichen Geschäftsführung und Führungskräfte sowie weitere Experten setzt, was deren Bedeutung und Relevanz für eine fundierte Berichterstattung unterstreicht. Die FAZ verzichtet häufiger auf externe Expertenmeinungen und verlässt sich auf eigene Recherche und Analyse, als die SZ, was auf ein höheres Vertrauen in die eigenen journalistischen Fähigkeiten hinweist.

Bezieht man nun ausschließlich Artikel über das Sport- und Outdoorbekleidungsunternehmen Vaude in die Gesamtmenge der Beiträge, ergibt sich folgende Verteilung: Jeweils eine Berichterstattung pro Expertencodierung wird von den Nummern 905, 906, 908, 910, 912, 913 und 914 erzielt. Danach reihen sich die Codierungen 903, 904 und 907 mit zwei Veröffentlichungen im Untersuchungszeitraum ein. Darauf folgt die Codierung 901 mit einer Artikelanzahl von vier. Mit einem etwas größeren Abstand gesellt sich die Expertencodierung 915 mit 12 Artikeln dazu. Zum Schluss erhält die Codierung 909 mit einer Anzahl von 13 Berichterstattungen im Analysezeitraum den Höchstwert. Nicht zu vergessen sind die Expertenbereiche mit keinen Publikationen von Januar 2019 bis Mai 2024, diese besitzen die Codierung 902 und 911. Auf eine Expertenmeinung in den Artikeln verzichten in der untersuchten Menge, vier Berichterstattungen. Aus diesen

Ergebnissen ist zu erkennen, dass sich die meisten Expertenbereiche auf eine Artikelanzahl zwischen null und vier beschränken. In der Vaude-Betrachtung ist diese Spanne nochmals gesunken, im Vergleich zur allgemeinen FAZ-Analyse. Dennoch stechen zwei Expertencodierungen aus der Masse heraus. Die beiden Nummern 909 und 915 haben mit großem Abstand, 12 und 13 Veröffentlichungen je, die meisten und bilden somit die Spitze des Untersuchungsabschnitts. Daraus resultiert die Annahme, dass die Expertenbereiche „Geschäftsführer und Führungskräfte“ sowie „weitere Experten“ die häufigste Verwendung in der Berichterstattung von der FAZ bezüglich Vaude erhalten, vgl. Codiertabelle 58. Zudem kann festgestellt werden, dass die Expertenbereiche mit null Erwähnungen in den Publikationen eine niedrige thematische Verwendung zugrunde liegen. Dies betrifft die Bereiche „Marktforschung“ und „Journalisten“. Der Wert von vier Berichterstattungen, die keine Expertenmeinung aufgreifen, sagt aus, dass die FAZ in Bezug auf Vaude-Themen sehr viel Wert auf fundierte, qualitative Aussagen zur Unterstützung der Artikel legt. Im Vergleich zur allgemeinen FAZ-Analyse schneidet die Zahl vier sehr gut ab, denn diese macht einen prozentualen Anteil von 33,33% der Gesamtheit aus.

In diesem Abschnitt werden lediglich Berichterstattungen der FAZ in Bezug auf den Fast-Fashion-Giganten Shein betrachtet. Die Aufteilung der Experten gestaltet sich wie folgt: Experten mit einer Artikelanzahl von eins haben die Nummer 904, 907 und 914. Danach reihen sich die Codierungen 901, 902, 903, 906 und 913 ein, welche jeweils zwei Veröffentlichungen in den vergangenen fünf Jahren erreicht haben. Darüber hinaus erhält die Codierung 909 sechs Beiträge der FAZ. Danach folgt die Expertencodierung 915 mit elf Publikationen. Zum Schluss fällt auf, dass die Codierungen 905, 908, 910, 911 und 912 im Untersuchungszeitraum keine Berichterstattung erlangen konnten. Ebenso geht aus der Analyse heraus, dass es acht Artikel gibt, die keine Expertenmeinung in den Text integriert haben. Aus den gerade beschriebenen Ergebnissen kann festgestellt werden, dass die meisten Expertenbereiche eine Artikelanzahl zwischen null und zwei haben. Heraus stechen hier die die Codierungen 909 und 915 mit den Namen „Geschäftsführer und Führungskräfte“ und „Weitere Experten“, nachzulesen in Codiertabelle 59. Diese haben beide weitaus mehr Artikel aus der Gesamtmasse, als die restlichen Codierungen und zeigen auf, dass die FAZ bezüglich Shein-Themen diese Art von Experten bevorzugt. Im Kontrast dazu zeigen die Codierungen mit einer Artikelanzahl, über den Zeitraum Anfang Januar 2019 bis Ende Mai 2024, von null, dass in diese Expertise sehr wenig investiert wird und dass es dazu relativ wenig Berichterstattungen gibt. Mit fünf von 15 Expertenbereichen, stellt dies mit 33,33% eine hohe Menge dar. Außerdem ist zu erkennen, dass die FAZ mit Shein-Bezug

bedeutend mehr Artikel, das heißt doppelt so viele Beiträge, ohne Expertise vorweisen kann, als mit Vaude-Bezug. Daher verstärkt sich die Annahme, dass bei der Berichterstattung in Bezug auf Shein weniger exklusiven Content gibt, bzw. die Recherche der Journalisten zu einem jeweiligen Thema auszureichen scheint.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die SZ pro Experten eine Artikelanzahl zwischen null und zehn verteilt. Dies sieht bei der FAZ etwas anders aus. Hier ist die Artikelmenge etwas geringer und bezieht sich auf einen Bereich zwischen null und sechs. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal ist die Anzahl der Berichterstattungen, die keine Expertenmeinung involviert haben. In der insgesamten Betrachtung beider überregionalen Tageszeitungen beläuft sich diese Zahl auf 19. Splittet man diese nun auf die SZ und FAZ auf, wird zuerst klar, dass die SZ deutlich weniger, sieben Stück, aufweisen kann, als die FAZ mit ihren 12 Stück. Diese Erkenntnisse spiegelt sich auch in den Einzelbetrachtungen von Vaude-Beiträgen und Shein-Veröffentlichungen wider. Außerdem kann festgestellt werden, dass die SZ keine Expertenmeinungen in den Bereichen „Produktion und Beschaffung“ sowie „Mobilität“ eingesetzt hat. Darüber hinaus kamen in der Einzelbetrachtung der beiden Modeunternehmen Vaude und Shein folgende Bereiche mit keiner Berichterstattung hinzu: Technologie und Innovation, Wirtschaft, Arbeitsrechtler und Entwicklung. Auf die Shein-Artikel fallen die letzten drei Bereiche. Für die FAZ gilt im Abschnitt keine Expertenmeinungen folgende Verteilung: Marktforschung, Technologie und Innovation, Produktion und Beschaffung, Entwicklung, Journalisten und Mobilität. Hier ergeben sich ein paar Überschneidungen mit der SZ, jedoch ist auch ein gravierender Unterschied zu erkennen. Eine Gemeinsamkeit, die festzustellen ist, sind die priorisierten Expertenbereiche, die am häufigsten in den Texten der SZ und FAZ eingesetzt wurden. Dabei handelt es sich um die Codierungen 901, 909 und 915, welche den Expertenbereichen „Produkt- und Vertrieb“, „Geschäftsführer und Führungskräfte“ und „weitere Experten“ entspricht.

Diese Verteilung zeigt, dass die meisten Expertenkatgorien in der Berichterstattung über Vaude eher selten verwendet werden, wobei die Codierungen 909 und 915 deutlich hervorstechen. Dies deutet darauf hin, dass die FAZ besonders häufig auf Meinungen von Geschäftsführern, Führungskräften und weiteren Experten zurückgreift, wenn sie über Vaude berichtet. Daraus kann abgeleitet werden, dass nicht jedes Thema einem speziellen Expertenbereich zuordbar sind. Aus diesem Grund spiegelt sich hier eine vielfältige Berichterstattung wider. In der näheren Betrachtung von Shein zeigt sich eine ähnliche Tendenz wie bei Vaude, dass die FAZ besonders häufig auf Geschäftsführer, Führungskräfte und weitere Experten setzt.

Die Anzahl der Artikel ohne Expertenmeinung ist jedoch mit acht Artikeln deutlich höher, was darauf hinweist, dass die FAZ bei Shein weniger auf Expertenmeinungen zurückgreift.

Die Ergebnisse zeigen, dass die FAZ und SZ bei ihrer Berichterstattung unterschiedliche Ansätze verfolgen, wobei die FAZ häufiger auf eigene Recherche setzt und die SZ tendenziell mehr Expertenmeinungen integriert. Beide überregionalen Zeitungen haben jedoch auch Gemeinsamkeiten in der Bevorzugung bestimmter Expertenbereiche und zeigen eine ähnliche Verteilung bei der Nutzung von Expertenmeinungen in der Berichterstattung über Vaude und Shein.

### Expertenbereich

In diesem Abschnitt wird betrachtet, wie viele verschiedene Experten aus unterschiedlichen Bereichen in einem Zeitungsartikel der SZ oder FAZ agieren. Dabei haben sich folgende Ergebnisse ergeben: in der insgesamten Betrachtung beider Tageszeitungen mit jeweils beiden Unternehmen existieren 19 Berichterstattungen, welche keine Expertenmeinung beinhalten und fallen somit aus diesem Analyseabschnitt heraus. Ausschließlich Experten aus einem Wissensbereich gibt es in der Untersuchungsmenge 32-mal. Artikel mit Expertenmeinungen aus zwei Wissensgebieten können 19-mal gefunden werden. Mit einer Anzahl von drei Expertenbereichen ergeben sich 16 Beiträge von Anfang 2019 bis Mai 2024. Darauf folgen alle Berichterstattungen mit vier Experten aus verschiedenen Wissensbereichen. Zum Schluss bildet die Zahl fünf die höchste Anzahl an unterschiedlichen Expertenbereichen und kann in der Analysemenge dreimal erkannt werden, wie auch in erkennbar ist. Daraus kann die Erkenntnis geschlossen werden, dass die meisten Berichterstattungen Expertenmeinungen aus einem Wissensbereich enthalten. Zudem ist ersichtlich, dass je höher die verschiedenen Wissensbereiche werden, desto niedriger werden die Artikel. Dies kann ebenfalls in den Codiertabellen 60 und 61 nachgelesen werden. Daraus ergibt sich die Annahme, dass die SZ sowie die FAZ vermehrt Wert auf Expertenmeinungen aus einem Wissensbereich legen, um spezifische Thematiken ausführlich behandeln zu können.

Ein Grund, weshalb die beiden deutschen Tageszeitungen Expertenmeinungen aus einem Wissensbereich bevorzugen, besteht darin, dass die Recherche dadurch nicht zu umfangreich und zeitaufwendig wird. Zusätzlich spricht eine vielfältige Expertenauswahl aus demselben Wissenspool für eine tiefgehende und intensive

Darstellung eines speziellen Themas, welches dadurch der Leserschaft besonders verständlich nähergebracht wird.

Betrachtet man nun ausschließlich die Berichterstattung von der SZ, kann in der allgemeinen Ansicht, folgende Ergebnisse abgeleitet werden: sieben Artikel fallen, aufgrund ihrer fehlenden Expertenmeinung aus der Analyse. Beiträge mit Experten aus einem Wissenspool gibt es in der Untersuchungsmenge 20 Stück. Darüber hinaus existieren 12 Texte, die Expertenmeinungen aus zwei verschiedenen Wissensbereichen enthält. Darauf folgen die Berichterstattungen mit Experten aus drei verschiedenen Themenbereichen. Diese belaufen sich auf eine Anzahl von acht. Mit vier verschiedenen Expertengruppen können vier Artikel gefunden werden. Zum Schluss ist zu erkennen, dass die höchste Anzahl an unterschiedlichen Wissenspools fünf ist und dies trifft auch nur auf eine Berichterstattung aus dem Analysebereich zu, einsehbar in Codiertabelle 60.

Bezieht man nun diese Kategorie ausschließlich auf Artikel mit Bezug auf das Fashionunternehmen Vaude kommen folgende Ergebnisse zustande: fünf Berichterstattungen fallen aus der Untersuchungsmenge aufgrund ihrer fehlenden Expertenmeinung. Darauf folgen die Beiträge mit Experten aus einem Wissenspool. Davon existieren im Untersuchungszeitraum 12 Stück. Darüber hinaus können sechs Artikel mit drei verschiedenen Expertenbereichen gefunden werden. Zusätzlich ist zu erkennen, dass es zwei Beiträge gibt, welche vier unterschiedliche Themenbereiche darstellen. Zum Schluss ergibt sich aus der Analyse eine Höchstzahl von fünf verschiedenen Wissenspools. Dieser Fall existiert jedoch nur einmal in der Ergebnismenge, siehe Codiertabelle 62.

Wirft man nun einen detaillierteren Blick auf alle Berichterstattungen bezüglich des Fast-Fashion-Unternehmens Shein, können diese Ergebnisse erkannt werden: hier fallen zu Anfang bereits zwei Artikel aus der Analysemenge, da sie keine Expertenmeinung enthalten. Danach folgen die Beiträge mit Expertenmeinungen aus einem Wissensbereich. Davon gibt es acht Stück. Danach schließen sich die Berichterstattungen mit zwei verschiedenen Wissenspools an, welche eine Anzahl von sechs erreichen kann. Zusätzlich ist zu erkennen, dass es in der Untersuchungsmenge drei Artikel mit drei unterschiedlichen Berichterstattungen gibt. Zum Schluss ist zu erkennen, dass es zwei Texte gibt, welche eine Höchstanzahl von vier verschiedenen Wissensbereichen erreichen konnten, vgl. Codiertabelle 63.

Die Ergebnisse der Untersuchung lassen die Annahme vermuten, dass die SZ in ihrer Berichterstattung häufig Expertenmeinungen aus einem Wissensbereich bevorzugt, um spezifische Themen vertieft zu behandeln. Die Anzahl der Artikel nimmt ab, je

mehr Wissenspools abgedeckt werden, was auf die Komplexität und den Aufwand hinweist, der mit der Integration mehrerer Expertenmeinungen einhergeht. Die Berichterstattung über Vaude und Shein zeigt ähnliche Trends, wobei die Themen um Vaude tendenziell etwas breiter aufgestellt sind und mehr verschiedene Expertenmeinungen einbeziehen. Insgesamt legen die SZ-Artikel Wert auf fundierte, spezifische Expertenmeinungen, um tiefgehende und präzise Informationen zu liefern.

Analysiert man nun einzig die Berichterstattung der deutschen Tageszeitung FAZ, verteilend sich die Ergebnisse wie folgt: 12 Artikel fallen aus der Analysemenge, da sie keinen Experten enthalten. Danach kann eine Summe von 12 Beiträgen gezählt werden, welche Experten aus einem Wissenspool enthalten. Darüber hinaus existieren sieben Berichterstattungen mit zwei verschiedenen Expertenbereichen. Außerdem können acht Texte gefunden werden, welche Expertenmeinungen aus drei unterschiedliche Wissensbereiche enthalten. Mit vier unterschiedlichen Wissenspools schließen sich drei Berichterstattungen an. Diese werden nochmals überholt von zwei Artikeln, welche aus fünf unterschiedlichen Expertenbereichen bestehen. Eine Übersicht über die gewonnenen Ergebnisse können in der Codiertabelle 61 nachgesehen werden.

Untersucht man nun ausschließlich Artikel mit Vaude-Bezug aus der Gesamtmenge der FAZ könne folgende Ergebnisse aufgezeigt werden: in diesem Fall fallen zu Beginn vier Berichterstattungen, aufgrund ihrer fehlenden Expertenmeinung aus der Menge. Zusätzlich können fünf Beiträge gefunden werden, die Experten aus einem Wissenspool enthalten. Danach folgen vier Texte, welche eine Anzahl von zwei Expertenbereiche aufweisen können. Anschließend ist zu erkennen, dass fünf Berichterstattungen existieren, welche drei verschiedene Expertengruppen beinhalten. Darüber hinaus ist ersichtlich, dass es einen Beitrag gibt, welcher vier unterschiedliche Wissenspools vereint. Mit Expertenmeinungen aus fünf verschiedenen Wissensbereichen können zwei Berichterstattungen in der Ergebnismenge gefunden werden. Dies bildet die Höchstanzahl, siehe Codiertabelle 64.

Betrachtet man jetzt die Berichterstattung der vergangenen fünfzehn Jahre von der FAZ in Bezug auf Shein entsteht eine andere Verteilung der Ergebnisse. Diese sieht wie folgt aus: acht Beiträge fallen aus der Untersuchungsmenge, da sie keine Expertenmeinung enthalten. Darüber hinaus existieren sieben Texte, welche Experten aus einem Themenbereich besitzen. Danach schließen sich die Artikel an, die zwei Wissenspools vereinen. Davon gibt es drei Stück. Zusätzlich ist zu erkennen,

dass drei Berichterstattungen gezählt werden können, welche ebenso drei Wissensgebiete beinhalten. Zum Schluss kann eine Höchstzahl von vier Wissenspools innerhalb Artikel erkannt werden, welche sich auf Menge zwei beschränkt, wie in Codiertabelle 65 ersichtlich ist.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass die FAZ in ihren Artikeln oft Expertenmeinungen aus einem einzelnen Wissensbereich einbezieht, um spezifische Themen ausführlich zu behandeln. Mit zunehmender Anzahl an abgedeckten Wissensbereichen sinkt die Artikelanzahl, was auf die damit verbundene Vielschichtigkeit und den erhöhten Aufwand hinweist. Ähnliche Abläufe sind in der Berichterstattung über Vaude und Shein erkennbar, wobei Shein-Themen weniger multidisziplinär betrachtet werden. Insgesamt legt die FAZ großen Wert auf glaubwürdige und spezialisierte Expertenmeinungen, um umfassende und präzise Informationen bereitzustellen.

### Expertenanzahl

Betrachtet man die Menge der Experten, die pro Berichterstattung mit den Zeitungen SZ und FAZ interagieren, können neue Erkenntnisse gewonnen werden. Zu Beginn wird die Untersuchungsmenge in drei Kategorien eingeteilt. Diese sind 1001, was für einen Experten pro Artikel steht, 1002 als Codierung für mehrere Experten pro Beitrag und 1003. Diese Nummer bedeutet, dass kein Experte in der Berichterstattung zu finden ist.

Beginnt man nun mit der Analyse der Gesamtheit an Berichterstattungen von SZ und FAZ in Bezug auf den Aspekt Expertenanzahl, lassen sich folgende Ergebnisse erkennen: In der Untersuchungsmenge können 19 Artikel gefunden werden, welche keine Experten beinhalten. Darüber hinaus gibt es 17 Beiträge, welche jeweils nur einen Experten aufweisen. Danach muss man die Menge der Artikel definieren, die zwei oder mehr Experten beanspruchen. Wirft man einen detaillierteren Blick auf die Daten, ist ersichtlich, dass es insgesamt 60 Artikel gibt, welche mehrere Experten integriert. Davon sind 14 Beiträge mit zwei Experten versehen, 20 Beiträge mit drei Experten verfasst worden, 10 Artikel haben vier Experten, sechs Berichterstattungen erhalten eine Expertenanzahl von fünf. Danach folgen vier Texte, welche sechs Experten integriert haben, darauf folgt ein Artikel mit sieben Experten, im Anschluss sind zwei Beiträge, welche acht Experten beinhaltet. Darüber hinaus ist zu erkennen, dass es in der Analysemenge eine Berichterstattung existiert, die neun Experten integriert hat. Ebenso gibt es einen Artikel, welcher elf Experten dokumentiert hat und

zum Schluss ist ersichtlich, dass es einen Text gibt, welcher 12 Expertenmeinungen integriert, auch ersichtlich in Codiertabelle 66 und 67. Aus diesen Ergebnissen kann geschlossen werden, dass Artikel ohne Experten und Artikel mit genau einem Experten weniger häufig als Artikel mit mehreren Experten in der Untersuchungsmenge vorhanden sind. Zudem zeigt die Verteilung, dass eine Vielzahl von Artikeln zwei oder drei Expertenmeinungen integriert, während Artikel mit sehr vielen Experten, sieben oder mehr, eher selten in der Gesamtmenge vertreten sind.

Die Einteilung der Berichterstattungen in Kategorien basierend auf der Anzahl der Experten ermöglicht eine detaillierte Analyse der journalistischen Arbeitsweisen und Prioritäten der Zeitungen SZ und FAZ. Durch diese Kategorisierung kann nachvollzogen werden, in welchem Umfang Expertenmeinungen in der Berichterstattung berücksichtigt werden und wie häufig auf unterschiedliche Experten für die Vertiefung von Themen zurückgegriffen wird.

Die Analyse zeigt, dass Artikel ohne Experten und Artikel mit genau einem Experten weniger häufig vorkommen, was darauf hinweist, dass eine tiefere und breitere Expertise in der Berichterstattung der SZ und FAZ oft bevorzugt wird. Artikel, die mehrere Expertenmeinungen einbeziehen, sind zahlreicher, was darauf schließen lässt, dass eine vielfältige Perspektive und umfassende Darstellung von Sachverhalten angestrebt wird. Besonders häufig sind Artikel, die zwei oder drei Experten integrieren, während Beiträge mit einer sehr hohen Anzahl von Experten sieben oder mehr seltener erscheinen. Diese Verteilung unterstreicht die journalistische Herangehensweise, komplexe Themen durch verschiedene fachliche Einschätzungen zu beleuchten und den Lesern eine differenzierte Informationsbasis zu bieten. Die geringere Anzahl an Artikeln mit extrem vielen Experten kann auf den erhöhten organisatorischen Aufwand und die Notwendigkeit einer klaren und verständlichen Darstellung von Inhalten zurückgeführt werden.

Untersucht man nun ausschließlich die Berichterstattung der SZ, verteilen sich die Ergebnisse wie folgt: Es existieren sieben Artikel, welche keine Expertenmeinung beinhalten. Darüber hinaus ist ersichtlich, dass neun Artikel genau einen Experten beanspruchen. Beiträge mit mehr Experten gibt es hier insgesamt 36 Stück. Dies kann nochmals unterteilt werden Beiträge mit zwei Experten. Davon existieren elf Stück. Darüber hinaus gibt es 16 Berichterstattungen, welche eine Expertenanzahl von drei integriert. Darauf folgen fünf Beiträge, die vier Experten beinhalten und zum Schluss können vier Artikel gefunden werden, die eine Anzahl von fünf Experten beanspruchen, vgl. Codiertabelle 66. Es fällt auf, dass die SZ ihre Spanne an Expertenmeinungen auf null bis fünf beschränkt. Dies ist im Vergleich zur Allgemeinen

Analyse ein unterdurchschnittlicher Wert. Allerdings kann ebenso erkannt werden, dass zwar die Anzahl an Experten pro Artikel geringer ist, jedoch die Menge an Artikeln mit mindestens zwei Experten über die Hälfte der in der Gesamtmenge angegebenen 60 Artikeln überschreitet. Zusätzlich ist auffällig, dass die meisten Artikel eine Anzahl von drei Experten beinhaltet.

Diese Vorgehensweise spiegelt das Bestreben der SZ wider, fundierte und vielseitige Informationen zu bieten, ohne die Artikel zu überladen. Die bewusste Beschränkung auf maximal fünf Experten pro Artikel könnte darauf abzielen, die Lesbarkeit und Verständlichkeit der Artikel zu gewährleisten, während gleichzeitig ausreichend Fachwissen eingebracht wird, um eine tiefgehende Analyse zu ermöglichen.

Wirft man nun einen exakten Blick auf die SZ-Berichterstattung mit Vaude-Bezug verteilt sich die Analysemenge nochmal anders. Hier gibt es fünf Artikel, die keine Expertenmeinung besitzen. Außerdem existieren nur sechs Berichterstattungen mit jeweils einem einzigen Experten. Darüber hinaus können in der Untersuchungsmenge 20 Artikel gefunden werden, welche mindestens zwei Experten beinhalten. Von diesen 20 Berichterstattungen können jeweils fünf, zwei Experten aufweisen, zehn Beiträge drei Experten integrieren, vier Texte vier Experten mit einbringen und ein Artikel fünf Expertenmeinungen versammeln. Die Verteilung der Ergebnisse ist ebenfalls in Codiertabelle 68 einsehbar. Daraus ist zu erkennen, dass die zu analysierende Menge erheblich kleiner ist, aufgrund des Vaude-Bezugs. Darüber hinaus ist ersichtlich, dass hier ebenso wie in der Gesamtbetrachtung der SZ-Berichterstattung die Expertenmeinungen von null bis fünf variieren. Positiv zu erkennen ist, dass 55,56% der Artikel mit mindestens zwei Expertenmeinungen von der SZ einen Bezug zu Vaude aufweisen.

Diese Ergebnisse zeigen, dass die SZ auch bei spezifischen Themen wie Vaude großen Wert auf eine fundierte und vielfältige Berichterstattung legt, indem sie mehrere Experten einbezieht. Insbesondere die Tatsache, dass 55,56% der Artikel mit mindestens zwei Expertenmeinungen aus der Analyse herausgehen, unterstreicht das Bestreben der Zeitung, verschiedene Perspektiven zu beleuchten und somit eine umfassende Darstellung zu gewährleisten. Die Variation der Expertenanzahl von null bis fünf Experten ist ein weiteres Indiz dafür, dass die SZ bei der Themenbearbeitung flexibel vorgeht, je nach Relevanz und Komplexität des Themas. Diese Herangehensweise stellt sicher, dass die Artikel sowohl tiefgehende Informationen liefern und für die Leser gut verständlich bleiben.

Insgesamt zeigt die Analyse, dass die SZ in ihrer Berichterstattung mit Vaude-Bezug ähnlich verfahren wie in ihrer allgemeinen Berichterstattung: Sie setzt auf eine

ausgewogene Integration von Expertenmeinungen, um ihren Lesern fundierte und vielfältige Informationen zu bieten. Dies stärkt die Qualität und Glaubwürdigkeit der Berichterstattung und zeigt das Engagement der Zeitung für umfassende und gut recherchierte Artikel.

Geht man nun bei der SZ-Berichterstattung bezüglich Shein weiter ins Detail, kann folgende Verteilung abgeleitet werden: Betrachtet man die Menge an Artikeln ohne Expertenmeinung, fällt auf, dass sich diese Anzahl auf zwei beschränkt, was im Vergleich zur Vaude-Berichterstattung nochmals geringer ist. Die Artikel, welche genau einen Experten aufweisen können existieren dreimal in der Untersuchungsmenge. Darüber hinaus gibt es 16 Beiträge, die mindestens zwei Experten enthalten. Splittet man diese nochmals auf, ist ersichtlich, dass sechs Berichterstattungen zwei Experten aufweisen können, zusätzlich ist zu erkennen, dass weitere sechs Texte eine Expertenanzahl von drei integriert haben. Darauf folgt ein Artikel, welcher vier Experten kombiniert und zum Schluss folgen drei Berichterstattungen, die fünf Expertenmeinungen vereinen, siehe auch Codiertabelle 69. Folgende Erkenntnisse können daraus gewonnen werden. Die Anzahl von Texten, die keine Experten integriert haben, ist hier am geringsten. Darüber hinaus ist kann Shein mehr Berichterstattung mit fünf Expertenmeinungen aufweisen, als die Artikel mit Vaude-Bezug.

Diese Verteilung zeigt, dass die SZ bei der Berichterstattung über Shein häufig auf eine moderate bis hohe Anzahl von Expertenstimmen zurückgreift. Besonders auffällig ist, dass Shein mehr Berichterstattung mit fünf Expertenmeinungen aufweist als die Artikel mit Vaude-Bezug. Dies könnte darauf hindeuten, dass Themen rund um Shein eine intensivere Auseinandersetzung und breitere Perspektiven erfordern. Dem zugrunde liegt womöglich die Brisanz und Komplexität des Themas.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die SZ in ihrer Berichterstattung über Shein besonders großen Wert auf die Integration von Experten legt. Die geringe Anzahl an Artikeln ohne Experten und die hohe Anzahl an Artikeln mit mehreren Expertenmeinungen unterstreichen das Bestreben der Zeitung, eine tiefgehende und vielfältige Berichterstattung zu gewährleisten. Dies zeigt das Engagement der SZ, ihren Lesern fundierte und gut recherchierte Informationen zu bieten, insbesondere bei komplexen und kontroversen Themen wie Shein.

Beleuchtet man nun die FAZ-Berichterstattung, treten andere Ergebnisse in den Vordergrund. Demnach ergibt sich folgende Ergebnisverteilung: keine Experten enthalten in der Gesamtmenge 12 Berichterstattungen. Darüber hinaus existieren acht Artikel, die nur eine Expertenmeinung in den Text mit aufgenommen haben. Mehr

als einen Experten beinhalten 24 Beiträge. Schaut man sich nun diese Menge nochmal im Detail an, kann herausgelesen werden, dass es drei Texte gibt, welche eine Expertenanzahl von zwei aufgreifen, dass es vier Berichterstattungen gibt, die drei Expertenmeinungen besitzen und fünf Artikel gefunden wurden, welche vier Experten integrieren. Darüber hinaus können zwei Berichterstattungen fünf Experten aufweisen. Darauf folgen vier Beiträge, die eine Anzahl von sechs Expertenmeinungen beinhalten. Zudem erhält ein Text, sieben Experten und zwei Beiträge integrieren acht Experten. Danach folgen Berichterstattungen mit neun Expertenmeinungen, welche es einmal in der Gesamtmenge der FAZ gibt. Außerdem ist zu erkennen, dass es ebenso einen Artikel gibt, welcher elf Experten beansprucht. Zum Schluss beinhaltet ein Beitrag eine Expertenanzahl von 12. Dies entspricht dem Maximum, vgl. Codiertabelle 67. Aus diesen Ergebnissen kann herausgelesen werden, dass die Mehrheit der FAZ-Berichterstattungen Expertenmeinungen einbezieht, dies zeigt die Bedeutung von Expertenwissen in der Berichterstattung. Die Variabilität der Anzahl der Expertenmeinungen pro Artikel zeigt, dass eine Vielzahl von Artikeln darauf abzielt, vielfältige Perspektiven darzustellen. Extremfälle mit einer sehr hohen Anzahl an Experten, bspw. elf und zwölf sind selten und könnten auf besonders komplexe oder relevante Themen hinweisen, bei denen eine breite Expertenbasis erforderlich ist. Insgesamt verdeutlichen diese Erkenntnisse, dass die FAZ in ihrer Berichterstattung häufig auf Experten zurückgreift, was auf eine sorgfältige und vielschichtig journalistische Herangehensweise schließen lässt.

Die FAZ-Berichterstattung zeigt eine klare Tendenz, Expertenmeinungen in ihre Artikel einzubeziehen. Insgesamt kann aus den Ergebnissen die Erkenntnis gezogen werden, dass die Mehrheit der Berichterstattungen mindestens eine Expertenmeinung enthält. Dies unterstreicht die Bedeutung von Expertenwissen für die Berichterstattung der FAZ. Die Variabilität der Anzahl der Expertenmeinungen pro Artikel zeigt, dass eine Vielzahl von Artikeln darauf abzielt, unterschiedliche Perspektiven darzustellen. Extremfälle mit einer sehr hohen Anzahl an Experten, wie elf und zwölf, sind selten und könnten auf besonders komplexe oder relevante Themen hinweisen, bei denen eine breite Expertenbasis erforderlich ist.

Zusammenfassend verdeutlichen diese Erkenntnisse, dass die FAZ in ihrer Berichterstattung häufig auf Experten zurückgreift. Dies spricht für eine sorgfältige und vielschichtige journalistische Herangehensweise, die darauf abzielt, fundierte und vielseitige Informationen bereitzustellen.

Analysiert man nun die Artikel mit Vaude-Bezug dieser Teilmenge, ergeben sich folgende Ergebnisse: vier der untersuchten Beiträge haben keine Expertenmeinung

integriert. Darüber hinaus existieren drei Texte, welche jeweils nur einen Experten beinhalten. Zusätzlich ist zu erkennen, dass es 14 Berichterstattungen gibt, die zwei oder mehr Expertenmeinungen aufgreifen. Splittet man diese Menge nochmal auf, ist ersichtlich, dass es einen Artikel gibt, der genau zwei Experten integriert. Danach folgt ebenso ein Beitrag, der ausschließlich drei Experten anspricht. Zudem wurden drei Berichterstattungen gefunden, die vier Expertenmeinungen beinhalten. Außerdem ist zu erkennen, dass zwei Artikel existieren, die sechs Experten in ihrem Text aufgreifen. Des Weiteren ist ersichtlich, dass ein Beitrag aus der Untersuchungsmenge sieben Expertenmeinungen aufweisen kann. Danach folgt eine Berichterstattung mit einer Expertenanzahl von acht. Außerdem wurde eine Berichterstattung entdeckt, welche eine Zahl von neun Expertenmeinungen in einen Text integriert hat. Dann schließen sich die Berichterstattungen an, welche mit elf Experten auffallen. Zum Schluss fällt eine Berichterstattung ins Auge, denn diese bildet mit einer Expertenanzahl von 12, das Maximum an Expertenmeinungen, die in einem Text versammelt werden konnten. Diese Ergebnisse können in Codiertabelle 70 nachgelesen werden. Die Analyse der Vaude-bezogenen Artikel zeigt, dass die Mehrheit Expertenmeinungen integriert, wobei viele Berichterstattungen mehr als einen Experten zitieren. Vier Artikel enthalten keine Expertenmeinung, drei Artikel jeweils eine. 14 Artikel beinhalten zwei oder mehr Experten, darunter ein Artikel mit zwei Experten, einer mit drei, drei mit vier, zwei mit sechs, einer mit sieben, einer mit acht, einer mit neun, einer mit elf und einer mit zwölf Experten.

Diese Verteilung zeigt, dass die FAZ großen Wert auf Expertenwissen legt, um vielseitige und fundierte Berichterstattung zu gewährleisten. Besonders die Artikel mit vielen Expertenmeinungen unterstreichen die Komplexität und Relevanz der Themen, was auf eine sorgfältige und tiefgehende journalistische Herangehensweise hinweist.

Blickt man nun auf die Ergebnisverteilung von der FAZ-Berichterstattung bezüglich Shein verteilt sich die Masse wie folgt: insgesamt gibt es acht Artikel, welche keine Experten vorweisen können. Des Weiteren erstreckt sich die Anzahl an Beiträgen mit genau einer Expertenmeinung auf eine Breite von fünf Texten. Zusätzlich zu begutachten ist die Menge an Berichterstattungen, welche eine Expertenanzahl von zwei oder mehr besitzen. Diese ergibt eine Anzahl Menge von zehn. Analysiert man diese nochmals genauer ist erkennbar, dass zwei der Beiträge genau zwei Experten aufweisen können. Danach folgen die Artikel mit drei Experten. In dieser Form existieren drei Texte. Dann schließen sich die Berichterstattungen an, welche vier Experten in ihren Kontext integrieren. Davon ergibt sich eine Menge von zwei. Darüber hinaus ist ersichtlich, dass zwei der Artikel in der Untersuchungsmenge eine

Expertenanzahl von sechs besitzen. Schlussendlich zeigt sich, dass es eine Berichterstattung gibt, die eine Anzahl von acht Experten in ihrem Text beinhaltet. Dies bildet die Höchstmenge an Expertenmeinungen, siehe auch Codiertabelle 71. Diese Verteilung zeigt, dass die FAZ bei der Berichterstattung über Shein häufig Expertenmeinungen einbezieht. Besonders die Artikel mit mehreren Experten verdeutlichen den Anspruch der FAZ, Themen aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten. Die Höchstanzahl von acht Experten in einem Artikel weist auf die Komplexität und Bedeutung des Themas hin, was eine sorgfältige journalistische Herangehensweise unterstreicht.

Diese Verteilung zeigt, dass die FAZ bei der Berichterstattung über Shein häufig Expertenmeinungen einbezieht. Besonders die Artikel mit mehreren Experten verdeutlichen den Anspruch der FAZ, Themen aus verschiedenen Perspektiven fundiert zu beleuchten. Die Höchstanzahl von acht Experten in einem Artikel weist auf die Komplexität und Bedeutung des Themas hin, was eine sorgfältige journalistische Herangehensweise unterstreicht.

Zusammenfassend verdeutlicht der Vergleich, dass die FAZ sowohl bei Shein als auch bei Vaude auf Expertenwissen setzt, um fundierte und vielseitige Berichterstattung zu gewährleisten. Die Höchstzahlen an Expertenmeinungen in beiden Bereichen unterstreichen die Bemühungen der FAZ, komplexe Themen umfassend zu beleuchten und ihren Lesern eine gründliche und tiefgehende Analyse zu bieten. Beide Zeitungen legen großen Wert auf die Einbindung von Expertenmeinungen, um eine detailgetreue und vielseitige Berichterstattung zu ermöglichen. Die FAZ zeigt eine größere Variabilität in der Anzahl der Experten, was auf die tiefe und umfassende Analyse komplexer Themen hinweist. Die SZ hingegen beschränkt die Anzahl der Experten, um die Lesbarkeit und Verständlichkeit zu bewahren, bleibt aber dennoch bei der Integration von Expertenmeinungen konsequent, um verschiedene Perspektiven zu beleuchten. Die FAZ und SZ setzen beide auf Expertenwissen, um ihre Berichterstattung zu bereichern. Während die FAZ eine breitere und tiefere Einbindung zeigt, bleibt die SZ bei einer moderateren Anzahl an Experten, um ihre Artikel klar und verständlich zu halten. Beide Ansätze verdeutlichen das Engagement der Zeitungen, ihren Lesern qualitativ hochwertige, fundierte und vielseitige Informationen zu bieten.

### 7.3 Wertende Kategorien

#### Allgemeiner Überblick

Bei der Analyse der Berichterstattung von SZ und FAZ in den letzten fünfzehn Jahren sind nicht nur die formalen und inhaltlichen Kategorien ins Auge gestochen, sondern auch die wertenden Kriterien. Diese können neutral, positiv als auch negativ ausfallen und so das Weltbild eines Unternehmens, wie in diesem Fall Vaude und Shein maßgeblich beeinflussen. In diesem Abschnitt wird untersucht, in wie weit die deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ, Wertungen in ihre Berichterstattung mit einfließen lassen haben.

Blickt man hier auf die Gesamtmenge und intensiviert die Recherche nach Wertungen kann folgende Verteilung festgestellt werden: eine neutrale Bewertung innerhalb der Artikel von SZ und FAZ gegenüber den Fashionunternehmen Vaude und Shein können 57 Beiträge aufweisen. Darüber hinaus ist zu erkennen, dass 23 Texte eine positive Wertung enthalten und 23 Berichterstattungen negativ ausfallen, ebenfalls nachzulesen in den Codiertabellen 72-74. Diese Verteilung verdeutlicht, dass die deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ größtenteils neutral berichten, jedoch sowohl positive als auch negative Aspekte zu ungefähr gleichen Teilen berücksichtigen. Diese Ausgewogenheit ermöglicht den Lesern, ein differenziertes und objektives Bild von Vaude und Shein zu erhalten.

Beide Zeitungen streben an, ein umfassendes Bild der Unternehmen zu vermitteln. Diese Ausgewogenheit stellt sicher, dass die Leser die Möglichkeit haben, die Stärken als auch die Schwächen von Vaude und Shein zu erkennen, was zu einem fundierten Verständnis der Unternehmenspraktiken und -strategien führt.

Betrachtet man nun ausschließlich die SZ-Berichterstattung, fällt in der Gesamtbetrachtung folgende Aufteilung auf: 16 Artikel beziehen sich auf eine positive Wertung, sieben Beiträge fallen negativ für die Modeunternehmen Vaude und Shein aus und 29 Texte lassen den Eindruck einer neutralen Bewertung durch die SZ verspüren, einsehbar in den Codiertabellen 72-74. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die SZ bei der Berichterstattung über Vaude und Shein tendenziell eine ausgewogene Perspektive einnimmt. Der überwiegende Anteil an neutralen Artikeln zeigt, dass die Zeitung sich bemüht, objektiv zu berichten und den Lesern eine sachliche Basis für ihre Meinungsbildung zu bieten. Gleichzeitig ist die Anzahl der positiven Berichte mehr als doppelt so hoch wie die der negativen, was darauf hinweisen könnte, dass die SZ die positiven Aspekte und Errungenschaften der beiden Unternehmen stärker hervorhebt. Dies kann auf die Anerkennung von

nachhaltigen Prozessen bei Vaude oder auf erfolgreiche Geschäftspraktiken bei Shein zurückzuführen sein.

Die hohe Anzahl neutraler Artikel zeigt, dass die SZ eine ausgewogene und objektive Berichterstattung anstrebt. Positive Nachrichten über Fortschritte und Innovationen der Unternehmen sind für die Leser besonders relevant und attraktiv, was die stärkere Betonung positiver Aspekte erklärt. Die relativ geringe Anzahl negativer Artikel deutet darauf hin, dass die SZ entweder weniger negative Aspekte findet oder diese weniger betont, um eine konstruktive Berichterstattung zu fördern.

Wirft man nun die volle Aufmerksamkeit auf die SZ-Berichterstattung in Bezug auf das Fashionunternehmen Vaude, verändert sich die Verteilung nochmals. Diese sieht wie folgt aus: eine neutrale Wertung erhalten 14 Artikel, eine negative Beurteilung erlangt ein Beitrag und in 16 Texten wird das Unternehmen positiv dargestellt. Diese Ergebnisse lassen sich in Codiertabelle 75 einsehen. Diese Verteilung legt nahe, dass die SZ, Vaude überwiegend positiv betrachtet. Die hohe Anzahl positiver Artikel könnte darauf hinweisen, dass Vaude durch seine nachhaltigen und umweltfreundlichen Praktiken sowie durch andere unternehmerische Erfolge besonders positiv auffällt und entsprechend gewürdigt wird. Die Dominanz neutraler und positiver Bewertungen deutet darauf hin, dass die SZ eine ausgewogene und faire Berichterstattung anstrebt, dabei jedoch die positiven Aspekte des Unternehmens hervorhebt. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass nachhaltige und ethische Geschäftspraktiken im öffentlichen Diskurs zunehmend an Bedeutung gewinnen und daher verstärkt positiv beleuchtet werden.

Betrachtet man nun ausschließlich Berichterstattungen in der SZ bezüglich dem Fast-Fashion-Händler Shein, ist eine andere Verteilung der Wertung vorzufinden. Diese gestaltet sich wie folgt: demnach ist keine neutrale Berichterstattung zu erkennen, dafür jedoch sechs positiv gestaltete Artikel über Shein, allerdings aber auch 15 negativ gewertete Beiträge.

Die Berichterstattung der SZ über Shein zeigt ein klares Bild: Es gibt keine positiven Artikel, sechs negative Beiträge und 15 neutrale Texte, auch in Codiertabelle 76 nachzulesen. Diese Verteilung der Wertungen zeigt, dass die SZ, Shein überwiegend kritisch betrachtet. Das Fehlen positiver Berichterstattung und die Präsenz mehrerer negativer Artikel deuten darauf hin, dass Shein in der medialen Darstellung der SZ vor allem in einem negativen Licht erscheint. Dies könnte auf verschiedene Faktoren zurückzuführen sein, wie etwa umstrittene Geschäftspraktiken, soziale und ökologische Bedenken oder andere kritikwürdige Aspekte des Unternehmens.

Die hohe Anzahl neutraler Artikel zeigt jedoch, dass die SZ trotz der negativen Tendenz bemüht ist, objektiv zu berichten und den Lesern eine sachliche Basis für ihre Meinungsbildung zu bieten. Insgesamt zeigt sich, dass die SZ bei der Berichterstattung über Shein eine eher kritische Perspektive einnimmt, wobei neutrale Berichte die Grundlage für eine ausgewogene Darstellung bieten sollen.

Analysiert man nun die Berichterstattung der FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024, können neue Ergebnisse und Erkenntnisse gewonnen werden. Die Verteilung der Gesamtmenge der Artikel gliedert sich wie folgt auf: die neutrale Berichterstattung umfasst hier eine Anzahl von 28 Artikeln, eine positive Bewertung der Unternehmen kann in sieben Beiträgen vorgefunden werden und eine negative Ausrichtung der Texte ist in neun Texten zu erkennen. In den Codiertabellen 72-74 sind diese Ergebnisse vorzufinden. Diese Verteilung deutet darauf hin, dass die FAZ eine ausgewogene Berichterstattung anstrebt. Der hohe Anteil neutraler Artikel zeigt den Wunsch nach objektiver Information, während die sieben positiven Beiträge die Anerkennung von Erfolgen und positiven Aspekten der Unternehmen widerspiegeln. Die neun negativen Artikel hingegen weisen auf kritische Auseinandersetzungen hin, welche Probleme und Missstände aufzeigen. Insgesamt ermöglicht diese Ausgewogenheit den Lesern, ein differenziertes und umfassendes Bild der Unternehmen zu erhalten. Zudem spiegelt es die redaktionelle Integrität der FAZ wider, denn dadurch werden unterschiedliche Perspektiven in der Berichterstattung berücksichtigt.

Nimmt man nun die FAZ-Berichterstattung über Vaude ins Augenmerk ist eine andere Verteilung der Wertungen zu erkennen. Diese setzt sich wie folgt zusammen: eine neutrale Bewertung erhalten 17 Artikel, eine positive Beurteilung können vier Beiträge vorweisen und eine negative Einschätzung erhalten in dieser Untersuchungsmenge keine Texte, siehe auch Codiertabelle 77. Diese Verteilung deutet darauf hin, dass die FAZ, Vaude objektiv und ohne klare Wertung darstellt. Die Neutralität weist darauf hin, dass keine signifikanten Probleme oder herausragende Erfolge im Fokus stehen, während die positiven Berichte bestimmte positive Aspekte anerkennen, jedoch nicht dominieren. Die Abwesenheit negativer Bewertungen deutet darauf hin, dass keine kritischen Themen aufgegriffen wurden und Vaude im groben sehr selten zu kritisieren ist. Insgesamt reflektiert die überwiegend neutrale Berichterstattung den Wunsch der FAZ, Vaude ohne starke Wertungen sachlich darzustellen.

Schenkt man zudem ausschließlich Shein-Artikeln Aufmerksamkeit in der Berichterstattung der FAZ verteilen sich die Wertungen der Beiträge wie folgt: eine neutrale Bewertung können elf Texte aufweisen. Darüber hinaus beinhalten neun

Berichterstattungen eine negative Einschätzung durch den Journalisten und drei Artikel werden positiv beurteilt, vgl. Codiertabelle 78. Die hohe Anzahl neutraler Artikel deutet darauf hin, dass ein Großteil der Berichterstattung sachlich und ohne klare Wertung bleibt. Dies kann darauf hinweisen, dass die Berichterstattung vor allem Informationen darstellt, ohne sich stark auf positive oder negative Aspekte zu konzentrieren. Die neutralen Artikel bieten den Lesern eine objektive Sicht auf das Unternehmen und werden so nicht beeinflusst. Die neun negativen Artikel zeigen, dass erhebliche kritische Aspekte oder Probleme im Zusammenhang mit Shein thematisiert werden. Dies könnte auf Bedenken hinsichtlich der Geschäftspraktiken, sozialen oder ökologischen Themen hinweisen. Die drei positiven Berichte erkennen Erfolge oder erfreuliche Entwicklungen bei Shein an, wenn auch in deutlich geringerem Maße.

Zusammengefasst zeigt die Verteilung der Wertungen, dass die FAZ Shein vorwiegend kritisch betrachtet, jedoch auch neutrale und ab und zu positive Perspektiven bietet. Dies reflektiert einen ausgewogenen Ansatz, der sowohl die positiven als auch die problematischen Aspekte des Unternehmens berücksichtigt.

## 8 Fazit – Ausblick

Die vorliegende Arbeit ging der Frage nach „Inwiefern berichten die deutschen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung über die Fashionunternehmen Vaude und Shein?“. Für die Beantwortung wurde dieser Frage wurde eine qualitative Forschung unter Zuhilfenahme einer vergleichenden Inhaltsanalyse durchgeführt. Diese hat sich mit den Berichterstattungen der beiden deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ im Zeitraum von Januar 2019 bis Mai 2024 beschäftigt. Zudem wurden konkret die beiden Modeunternehmen Vaude und Shein betrachtet, die in ihrer Unternehmensphilosophie und ihren unternehmerischen Zielen nicht verschiedener sein könnten.

Betrachtet man zuerst die formalen Aspekte der Analyse haben sich folgende Ergebnisse zusammengetragen. Im Allgemeinen ist zu erkennen, dass es in der Gesamtmenge der Berichterstattungen mehr Artikel über Vaude, als über Shein gibt. Die SZ kann 52 und die FAZ 44 Veröffentlichungen vorweisen. Dies ist auf die unterschiedliche Lebensdauer der beiden Modeunternehmen zurückzuführen. Da Shein erst 2015 gegründet wurde und im Gegensatz zu Vaude kein deutsches Unternehmen ist, erstellt sich der Weg in die deutschen Printmedien schwerer als der von Vaude. Nichts desto trotz hat sich Shein in den deutschen Markt gekämpft, was ihre spätere Dominanz in den beiden Tageszeitungen ab dem Jahr 2023 erklärt. Betrachtet man die Ressorts beider Printmedien, ist aufgefallen, dass die SZ eine feingliedrigere Aufteilung dieser hat, als die FAZ. Eine prozentuale Verteilung fällt wie folgt aus: 14 zu fünf. Diese große Differenz liegt der thematischen Orientierung der beiden Zeitungen zugrunde. Die SZ ist in ihrer liberalen Haltung mit viel mehr Themenfreiheit gesegnet und berichtet über soziale, nachhaltige sowie wirtschaftliche Angelegenheiten. Die FAZ hingegen gilt eher als konservativ und setzt so ihren Fokus auf Wirtschafts- und Politikthemen. In der Untersuchung ist das Thema Wirtschaft besonders aus der Masse herausgestochen. Dies ist zu erwarten gewesen, da die Branche in denen die beiden Fashionunternehmen agieren, einen großen wirtschaftlichen Zusammenhang aufweist. Kommt man nun zur Länge der Berichterstattungen sind die meisten Beiträge von SZ und FAZ in einem Rahmen zwischen 701 und 800 Wörtern und stellt somit für beide Tageszeitungen die ideale Länge dar. Daraus ist zu interpretieren, dass der Text ausreichend Informationen aufweist und zugleich das Interesse der Leser bis zum Schluss hält. Betrachtet man die Unterkategorie „Absatz“ fällt auf, dass hier die meisten Berichterstattungen bei SZ neun Absätze aufweisen und bei der FAZ sechs und zehn. Daraus ist abzuleiten, dass dies die Parameter sind, an denen sich die Journalisten beim verfassen von Artikeln halten sollten, da sie das Ideal darstellen. Die Aufmerksamkeit, die den beiden

Modeunternehmen in den Beiträgen geschenkt wird, ist in den meisten Fällen eher als gering einzustufen. Außerdem werden oft Themen miteinander gekreuzt. Außerdem ist aufgefallen, dass Vaude, im Gegensatz zu Shein zwar mehr Artikel mit einem mittleren Aufmerksamkeitsgrad aufweisen kann, Shein jedoch das Unternehmen ist, welches deutlich mehr Berichterstattungen mit großer Aufmerksamkeit für sich gewinnen kann. Dies liegt zum einen an der Vielzahl an Kontroversen, aus welchen der chinesische Fast-Fashion-Händler kein Geheimnis macht und zum anderen an der schnellen Erschließung des Marktes und der Überholung der Konkurrenz. Außerdem ist aufgefallen, dass die SZ längere Berichterstattungen mit größerer Aufmerksamkeit erstellt, als die FAZ. Dies kann unter anderem daran liegen, dass die SZ viel Wert auf eine tiefgehende Recherche legt. Auch die Leserschaft, welche aus Akademikern und der gebildeten Schicht besteht, spricht für eine ausführliche Berichterstattung. Die FAZ hält ihre Texte eher knapper und bringt die Informationen auf den Punkt, denn ihre Zielgruppe umfasst Personen aus der Geschäftsführung und Führungskräfte, die einen stressigen Alltag und nicht viel Zeit haben. Als nächstes werden die inhaltlichen Faktoren zusammengefasst. Hier kristallisieren sich immer wieder die Themen „Textilbranche und Produkte“, „Umwelt“ und „Sonstige“ heraus. In beiden deutschen Tageszeitungen werden diese Bereiche in den Artikeln am häufigsten aufgefasst. Dieses Ergebnis war zu erwarten, da die beiden Fashionunternehmen nicht nur in diese Themengebiete fallen, sondern auch für Erstaunen und Kontroversen im Bereich Nachhaltigkeit sorgen. Zusätzlich zu diesen Themen, greift die FAZ das Thema „Wirtschaftspolitik“ auf, welches in die Kernberichterstattung dieser konservativen Zeitung fällt. Da sich hier die Themen überschneiden, ist es von großem Interesse auf welchem Thema die alleinige Aufmerksamkeit liegt. Wie zu erwarten ist es in den meisten Fällen bei SZ und FAZ das Thema „Textilbranche und Produkte“. Eine Ausnahme ist allerdings bei der SZ in Bezug auf Shein vorzufinden. Hier haben die Themen „Gesellschaft“ und „Technologie“ Vorrang. Vaude und Shein sind beides Unternehmen, die in der Modebranche tätig sind. Sie kommen täglich mit Textilthemen und Produkten aus ihrem Sortiment in Verbindung, daher ist dieses Ergebnis schlüssig. Der Unterschied zu Shein besteht in ihrer Präsenz in der Öffentlichkeit, in den sozialen Netzwerken und der gesellschaftlichen Wahrnehmung des Unternehmens. Zudem ist es ein innovatives Unternehmen, welches zunehmend schneller werdende Prozesse im Markt etabliert, sodass es innerhalb kürzester Zeit zum größten Fast-Fashion-Unternehmen herangewachsen ist. Betrachtet man die Experten jedes Artikels der SZ und FAZ ist schnell klar geworden, dass die am häufigsten vorkommenden Expertengruppen „Geschäftsführer und Führungskräfte“ sowie „weitere Experten“

und mit etwas Abstand die „Produkt- und Vertriebsexperten“ sind. Diese Erkenntnis fällt somit genau in den Aktionsbereich, in welchem die beiden Modeunternehmen agieren und kann so die Berichterstattungen mit der richtigen Expertise unterstützen. Ebenso wurde festgestellt, dass sich in beiden Tageszeitungen bis zu fünf Expertenbereiche ansammeln. So ist garantiert, dass die gewonnenen Informationen im Text in den richtigen Kontext gebracht sind. Die höchste Einsetzung an Experten konnte die FAZ mit 16 Experten erzielen. Dies fällt allerdings eher aus dem Rahmen und stellt eine Besonderheit dar. In der Regel sind es zwei bis drei eingesetzte Expertenmeinungen, die die Berichterstattung intensivieren. Zusätzlich wurden die wertenden Kriterien der Publikationen von SZ und FAZ untersucht. Dabei wurde festgestellt, dass die beiden deutschen Tageszeitungen größtenteils auf eine neutrale Berichterstattung setzten, danach folgen positive Artikel und zum Schluss negative Beiträge. Dieser Drang zur Neutralität hängt damit zusammen, dass die SZ und FAZ ihren Lesern das aktuelle Geschehen ohne große Beeinflussung zeigen wollen. Jeder Leser sollte sich sein eigenes Bild machen. Nichts desto trotz sind Wertungen nicht immer zu vermeiden. Die negativ behafteten Artikel beider Printmedien betreffen mehrheitlich den Fast-Fashion-Händler Shein. Dies ist zu erwarten gewesen, denn durch diverse Nachhaltigkeitskontroversen und dem schnellen Aufstieg in der Fast-Fashion-Branche vermittelt Shein für einen Großteil der Bevölkerung die falschen Werte.

Nach der Betrachtung der Ergebnisse, ist zu erkennen, dass die Arbeit Schwächen aufweist. Zuerst konzentriert sich die Analyse nur auf zwei deutsche Tageszeitungen, die SZ und die FAZ. Dadurch ist die Anzahl der Berichterstattungen eingeschränkt. Eine breitere Auswahl an Medienquellen hätte ein umfassenderes Bild der Berichterstattung liefern können. Zweitens bleibt die Bewertung der Expertenmeinungen noch zu oberflächlich. Es wird nicht ausreichend untersucht, wie die Expertenmeinungen die Berichterstattung beeinflussen. Drittens wird die Wertung der Berichterstattung hervorgehoben, ohne klar zu definieren, wie diese gemessen wurde, was die Aussagekraft der Ergebnisse einschränkt.

Zukünftige Forschungen könnten die Analyse auf weitere deutsche Tageszeitungen sowie Online-Medien und Fachzeitschriften ausdehnen, um ein umfassenderes Bild der Berichterstattung zu erhalten. Eine tiefere Untersuchung der Expertenmeinungen, einschließlich Interviews mit Journalisten und Experten, könnte aufzeigen, wie diese die Berichterstattung beeinflussen. Zudem wäre es wichtig, klare Kriterien zur Messung der Wertung von Berichterstattung zu entwickeln, um die Objektivität der Ergebnisse zu erhöhen.

## 9 Anhang

### 9.1 Anhang A

In Anhang A werden alle Codiertabellen beider deutscher Tageszeitungen SZ und FAZ im Zeitraum vom 01.01.2019 bis 31.05.2024 zusammengetragen. Diese werden mit Nummern und passenden Beschreibungen versehen, damit sie zu den richtigen Ergebnissen im Auswertungsteil dieser Arbeit zuordbar sind. Insgesamt ergeben sich 78 Tabellen.

#### Farblegende:

Gelb: Markierung der deutschen Tageszeitung SZ oder FAZ

Grün: Markierung der gewonnenen Ergebnisse aus der Analyse der Berichterstattung von SZ und FAZ

Keine Markierung: Übersicht der gewonnenen Ergebnisse von SZ und FAZ

*Codiertabelle 1: Artikelanzahl von SZ im Zeitraum 01.01.2019 bis 31.05.2024*

Formale Kategorien							
Nam <sup>x</sup>	Art.-N <sup>-</sup>	Datur <sup>-</sup>	Resso <sup>-</sup>	Umgang		Erscheinungsj <sup>-</sup>	Unternehme <sup>-</sup>
				Läng <sup>-</sup>	Absätze <sup>-</sup>		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	2	004	Be	7	16-mittel	2019	V
1	3	006	W/r	5	6-gering	2019	V
1	4	007	W/r	13	16-gering	2019	V
1	5	008	W/r	7	8-gering	2019	V
1	6	009	W/r	5	4-gering	2019	V
1	7	011	F	9	9-mittel	2019	V
1	8	012	W/r	4	6-gering	2019	V
1	9	013	W/r	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	13-gering	2020	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	W/r	7	9-gering	2020	V
1	14	020	W/r	9	9-gering	2021	V
1	15	021	W/r	10	13-gering	2021	V
1	16	024	W/r	7	5-mittel	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	F	12	16-gering	2021	V
1	19	030	W/r	13	16-groß	2021	S
1	20	032	W/r	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	W/r	11	11-gering	2022	V
1	23	036	F	12	16-gering	2022	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	25	038	W/r	11	12-gering	2022	V
1	26	040	W/G	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	28	043	W/r	10	9-gering	2023	S
1	29	044	W/r	8	10-gering	2023	S
1	30	045	W/r	13	16-gering	2023	S
1	31	046	W/r	3	4-gering	2023	S
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	33	054	LL	14	16-gering	2023	S
1	34	055	W/r	13	16-gering	2023	S
1	35	056	W/G	16	13-mittel	2023	V
1	36	057	W/r	16	21-groß	2023	S
1	37	063	W/r	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	40	071	W/r	14	16-gering	2024	S
1	41	074	W/r	5	8-gering	2024	V
1	42	075	W/r	7	10-groß	2024	S
1	43	076	W/r	11	17-gering	2024	S
1	44	077	W/r	15	23-gering	2024	S
1	45	078	W/r	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	W/r	12	17-mittel	2024	S
1	47	081	W/r	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	49	083	W/r	5	4-gering	2024	V
1	50	084	W/r	14	17-mittel	2024	S
1	51	086	W/r	21	25-gering	2024	S
1	52	090	W/r	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 2: Artikelanzahl von FAZ im Zeitraum 01.01.2019 bis 31.05.2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 3: Berichterstattung der SZ im Jahr 2019

Formale Kategorien								Inhaltliche Kategorien			
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02

Codiertabelle 4: Berichterstattung der SZ im Jahr 2020

Formale Kategorien								Inhaltliche Kategorien			
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 500	810	903	1001
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02

Codiertabelle 5: Berichterstattung der SZ im Jahr 2021

Formale Kategorien								Inhaltliche Kategorien			
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04

Codiertabelle 6: Berichterstattung der SZ im Jahr 2022

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03

Codiertabelle 7: Berichterstattung der SZ im Jahr 2023

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05

Codiertabelle 8: Berichterstattung der SZ im Jahr 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabelle 9: Berichterstattung der FAZ im Jahr 2019

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003

Codiertabelle 10: Berichterstattung der FAZ im Jahr 2020

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 11: Berichterstattung der FAZ im Jahr 2021

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12

Codiertabelle 12: Berichterstattung der FAZ im Jahr 2022

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name.T	Art.-Ni	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjal.T	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001

Codiertabelle 13: Berichterstattung der FAZ im Jahr 2023

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj.	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003

Codiertabelle 14: Berichterstattung der FAZ im Jahr 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj.	Unternehme	Thema	Wertunj	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 15: Ingesamte Ressortverteilung der SZ von Januar 2019 bis Mai 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj.	Unternehme
				Länge	Absätze		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 16: Insgesamte Ressortverteilung der FAZ von Januar 2019 bis Mai 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 17: SZ-Ressortverteilung von Vaude im Zeitraum Januar 2019 bis Mai 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj	Unternehmen
				Länge	Absätze		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V

Codiertabelle 18: SZ-Ressortverteilung von Shein im Zeitraum Januar 2019 bis Mai 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 19: FAZ-Ressortverteilung von Vaude im Zeitraum Januar 2019 bis Mai 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V

Codiertabelle 20: FAZ-Ressortverteilung von Shein im Zeitraum Januar 2019 bis Mai 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 21: Insgesamte Längenverteilung der Berichterstattung von SZ mit Augenmerk auf den am häufigsten vorkommenden Wörterbereich

Formale Kategorien							
Name	Art.-N.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj.	Unternehmen
				Läng.	Absätze		
1	003	F	4	5-gering	2019	V	
1	004	Be	7	15-mittel	2019	V	
1	006	Wir	5	6-gering	2019	V	
1	007	Wir	13	16-gering	2019	V	
1	008	Wir	7	8-gering	2019	V	
1	009	Wir	5	4-gering	2019	V	
1	011	P	9	9-mittel	2019	V	
1	012	Wir	4	6-gering	2019	V	
1	013	Wir	6	8-gering	2020	V	
1	014	BZ	24	19-gering	2020	V	
1	016	S	11	12-mittel	2020	V	
1	017	G	24	26-gering	2020	V	
1	019	Wir	7	9-gering	2020	V	
1	020	Wir	9	9-gering	2021	V	
1	021	Wir	10	13-gering	2021	V	
1	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	
1	027	Be	10	12-gering	2021	V	
1	029	Fr	12	16-gering	2021	V	
1	030	Wir	13	15-groß	2021	S	
1	032	Wir	11	14-gering	2021	V	
1	033	ML	22	9-gering	2021	V	
1	035	Wir	11	11-gering	2022	V	
1	036	Fr	12	15-gering	2022	V	
1	037	Be	12	14-mittel	2022	V	
1	038	Wir	11	12-gering	2022	V	
1	040	WG	6	6-gering	2022	V	
1	041	U	12	8-gering	2022	V	
1	043	Wir	10	9-gering	2023	S	
1	044	Wir	8	10-gering	2023	S	
1	045	Wir	13	16-gering	2023	S	
1	046	Wir	3	4-gering	2023	S	
1	048	U	9	7-mittel	2023	V	
1	054	LL	14	15-gering	2023	S	
1	055	Wir	13	15-gering	2023	S	
1	056	WG	16	13-mittel	2023	V	
1	057	Wir	16	21-groß	2023	S	
1	063	Wir	7	11-gering	2023	S	
1	066	LL	15	14-gering	2023	S	
1	070	U	13	11-mittel	2024	V	
1	071	Wir	14	16-gering	2024	V	
1	074	Wir	5	8-gering	2024	V	
1	075	Wir	7	10-groß	2024	S	
1	076	Wir	11	17-gering	2024	S	
1	077	Wir	15	23-gering	2024	S	
1	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	
1	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	
1	081	Wir	5	9-gering	2024	S	
1	082	M	9	5-gering	2024	S	
1	083	Wir	5	4-gering	2024	V	
1	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	
1	086	Wir	21	25-gering	2024	S	
1	090	Wir	21	23-gering	2024	S	

Codiertabelle 22: Insgesamte Längenverteilung der Berichterstattung von FAZ mit Augenmerk auf den am häufigsten vorkommenden Wörterbereich

Formale Kategorien							
Name	Art.-N.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsj.	Unternehmen
				Läng.	Absätze		
2	001	TM	7	5-mittel	2019	V	
2	002	TM	14	19-gering	2019	V	
2	005	BC	12	10-gering	2019	V	
2	009	W	6	6-gering	2019	V	
2	010	W	7	6-gering	2019	S	
2	015	W	12	10-gering	2020	V	
2	018	W	6	6-mittel	2020	V	
2	022	W	11	12-gering	2021	V	
2	023	TM	5	4-gering	2021	V	
2	025	W	14	11-mittel	2021	V	
2	026	V	9	9-groß	2021	V	
2	027	V	7	6-gering	2021	V	
2	030	V	12	9-gering	2021	V	
2	031	W	11	12-mittel	2021	V	
2	034	BC	18	12-gering	2022	V	
2	039	W	12	13-gering	2022	V	
2	042	W	20	11-gering	2023	V	
2	047	W	9	11-gering	2023	S	
2	049	W	13	13-gering	2023	V	
2	050	W	11	11-gering	2023	V	
2	051	W	5	5-gering	2023	S	
2	052	P	4	7-gering	2023	S	
2	053	P	6	8-gering	2023	S	
2	058	P	7	8-gering	2023	S	
2	059	TM	19	19-gering	2023	V	
2	060	W	10	9-gering	2023	S	
2	061	W	12	12-gering	2023	S	
2	062	W	13	17-gering	2023	S	
2	064	TM	11	12-gering	2023	V	
2	065	W	4	4-groß	2023	S	
2	067	W	3	3-mittel	2023	S	
2	068	W	8	10-mittel	2023	S	
2	069	W	7	10-gering	2024	S	
2	072	W	10	13-gering	2024	V	
2	073	W	11	9-gering	2024	S	
2	079	W	17	21-groß	2024	S	
2	081	W	7	6-gering	2024	S	
2	085	W	7	7-gering	2024	S	
2	087	W	8	7-groß	2024	S	
2	088	W	4	6-gering	2024	S	
2	089	W	9	10-mittel	2024	S	
2	091	W	22	27-gering	2024	S	
2	092	W	4	4-gering	2024	S	
2	093	W	10	10-gering	2024	S	

Codiertabelle 23: SZ-Berichterstattung bezüglich Länge von Vaude, die am häufigsten verwendet wurden im Zeitraum 2019 bis 2024

Name .T	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme .T
				Längi	Absätze		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V

Codiertabelle 24: SZ-Berichterstattung bezüglich Länge von Shein, die am häufigsten verwendet worden ist im Zeitraum 2019 bis 2024

Name .T	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme .T
				Längi	Absätze		
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 25: FAZ-Berichterstattung bezüglich Länge von Vaude, die am häufigsten verwendet wurde im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme .T
				Längi	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V

Codiertabelle 26: FAZ-Berichterstattung bezüglich Länge von Shein, die am häufigsten verwendet wurde im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme .T
				Längi	Absätze		
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 27: Insgesamte Absatzverteilung von der SZ im Zeitraum 2019 bis 2024 mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Absatzzahlen

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme .T
				Längi	Absätze		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 28: Insgesamte Absatzverteilung von der FAZ im Zeitraum 2019 bis 2024 mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Absatzzahlen

Formale Kategorien							
Name	Art.-N.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 29: Absatzverteilung der SZ bezüglich Vaude im Zeitraum 2019 bis 2024 mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Absatzzahlen

Formale Kategorien							
Name	Art.-N.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V

Codiertabelle 30: Absatzverteilung der SZ bezüglich Shein im Zeitraum 2019 bis 2024 mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Absatzzahlen

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-Nr	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjal	Unternehme .T
				Länge	Absätze		
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 31: Absatzverteilung der FAZ bezüglich Vaude im Zeitraum 2019 bis 2024 mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendete Absatzzahl

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-Nr	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjal	Unternehme .T
				Länge	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V

Codiertabelle 32: Absatzverteilung der FAZ bezüglich Shein im Zeitraum 2019 bis 2024 mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendete Absatzzahl

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-Nr	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjal	Unternehme .T
				Länge	Absätze		
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 33: Sammlung der SZ-Berichterstattung mit großer Aufmerksamkeit auf die Unternehmen Vaude und Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-Nr	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjal	Unternehme
				Länge	Absätze .T		
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S

Codiertabelle 34: Sammlung der SZ-Berichterstattung mit mittlerer Aufmerksamkeit auf die Unternehmen Vaude und Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-Nr	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjal	Unternehme
				Länge	Absätze .T		
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S

Codiertabelle 35: Sammlung der SZ-Berichterstattung mit geringer Aufmerksamkeit auf die Unternehmen Vaude und Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name .T	Art.-Nr	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjal	Unternehme
				Länge	Absätze .T		
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S

Codiertabelle 36: Sammlung der FAZ-Berichterstattung mit großer Aufmerksamkeit auf die Unternehmen Vaude und Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S

Codiertabelle 37: Sammlung der FAZ-Berichterstattung mit mittlerer Aufmerksamkeit auf die Unternehmen Vaude und Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S

Codiertabelle 38: Sammlung der FAZ-Berichterstattung mit geringer Aufmerksamkeit auf die Unternehmen Vaude und Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen
				Länge	Absätze		
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S

Codiertabelle 39: Sammlung der Gesamtmenge der Berichterstattung von SZ und FAZ in Bezug auf das Thema 120 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
				Längd	Absätze						
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 40: Sammlung der Gesamtmenge der Berichterstattung von SZ und FAZ in Bezug auf das Thema 410 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
				Längd	Absätze						
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 41: Sammlung der Gesamtmenge der Berichterstattung von SZ und FAZ in Bezug auf das Thema 600 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Umgang											
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsja	Unternehmen	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	20, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001

Codiertabelle 42: Sammlung der SZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Themen 120 und 410 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Umgang											
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsja	Unternehmen	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzahl
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03

Codiertabelle 43: Sammlung der SZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Themen 120, 410 und 600 in Bezug auf Vaude im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 500	810	903	1001
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WVG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	066	WVG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003

Codiertabelle 44: Sammlung der SZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Themen 120 und 410 in Bezug auf Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabelle 45: Sammlung der insgesamt FAZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Themen 120, 410 und 600 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien						Inhaltliche Kategorien					
Namn	Art-N	Datum	Umgang			Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
			Resso	Läng	Absätze						
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	830	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 46: Sammlung der FAZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Themen 210, 410 und 600 in Bezug auf Vaude im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien						Inhaltliche Kategorien					
Name	Art-N	Datum	Umgang			Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
			Resso	Läng	Absätze						
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07

Codiertabelle 47: Sammlung der FAZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Themen 130, 230 und 600 in Bezug auf Shein im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
				Längi	Absätze						
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 48: Ingesamte Berichterstattung von SZ und FAZ mit Augenmerk auf das am häufigsten verwendete Einzelthema 120 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
				Längi	Absätze						
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04

Codiertabelle 49: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude und Shein mit Augenmerk auf das am häufigsten verwendete Einzelthema 120 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Wertun	Experten	Expertenanzal
				Längi	Absätze						
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03

Codiertabelle 50: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf das am häufigsten verwendete Einzelthema 120 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003

Codiertabelle 51: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf das am häufigsten verwendeten Einzelthemen 300 und 500 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03

Codiertabelle 52: FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude und Shein mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Einzelthemen 120 und 600 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04

Codiertabelle 53: FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf das am häufigsten verwendete Einzelthema 120 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Resso	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07

Codiertabelle 54: SZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Experten 901, 909 und 915 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	085	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabellen 55: FAZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Experten 901, 909 und 915 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 500	830	901, 909, 915	1002-04
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 56: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf den am häufigsten verwendeten Experten 909 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03

Codiertabelle 57: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Experten 909 und 915 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03

Codiertabelle 58: FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Experten 909 und 915 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07

Codiertabelle 59: FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die am häufigsten verwendeten Experten 909 und 915 im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-gering	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 60: Insgesamte Berichterstattung der SZ mit Augenmerk auf die Anzahl der einzelnen Experten im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Vir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	4	007	Vir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	5	008	Vir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Vir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	8	012	Vir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	9	013	Vir	8	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 500	810	903	1001
1	13	019	Vir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Vir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Vir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Vir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	19	030	Vir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	20	032	Vir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Vir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Vir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	Vir	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	28	043	Vir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Vir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Vir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Vir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Vir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	35	056	Vir	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	36	057	Vir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Vir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	40	071	Vir	14	16-gering	2024	V	500	830	915	1002-02
1	41	074	Vir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	42	075	Vir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Vir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Vir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Vir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Vir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Vir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	49	083	Vir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
1	50	084	Vir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Vir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Vir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabelle 61: Insgesamte Berichterstattung der FAZ mit Augenmerk auf die Anzahl der einzelnen Experten im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Namn	Art-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Vertum	Experten	Expertenanzahl
				Längi	Absätze						
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 62: Sammlung der SZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die Verteilung der Expertenbereiche im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Namn	Art-N	Datum	Resso	Umgang		Erscheinungsja	Unternehme	Thema	Vertum	Experten	Expertenanzahl
				Längi	Absätze						
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wfir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	4	007	Wfir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	5	008	Wfir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Wfir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	8	012	Wfir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	9	013	Wfir	6	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 600	810	903	1001
1	13	019	Wfir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Wfir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wfir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wfir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	20	032	Wfir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wfir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wfir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WVG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	056	WVG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	41	074	Wfir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	49	083	Wfir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003

Codiertabelle 63: Sammlung der SZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die Verteilung der Expertenbereiche im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Umgang			Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
			Ressort	Länge	Absätze						
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	085	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabelle 64: Sammlung der FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die Verteilung der Expertenbereiche im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Umgang			Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
			Ressort	Länge	Absätze						
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07

Codiertabelle 65: Sammlung der FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die Verteilung der Expertenbereiche im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Umgang			Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
			Ressort	Länge	Absätze						
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 66: Sammlung der insgesamt SZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die Expertenanzahl im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien					
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang			Erscheinungsj	Unternehm	Thema	Wertun	Experten	Expertenanz
				Länge	Absätze							
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03	
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410,430	810	906,909,915	1002-04	
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906,913,915	1002-03	
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410,430	830	906	1001	
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003	
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210,520,530,600	810	901,907,910	1002-03	
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210,410	820	901	1001	
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02	
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V	210,220,420	830	907,910	1002-03	
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410,600	810	906,909,915	1002-04	
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901,906,909,910,915	1002-05	
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230,500	810	903	1001	
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906,909	1002-02	
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130,230,500	830	901,902	1002-03	
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903,909,914,915	1002-03	
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210,420,430,500	810	906,909,913	1002-03	
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220,230,410	810	904,906	1002-02	
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001	
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110,120,420,430	820	915	1002-03	
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220,600	830	901,909,913,915	1002-04	
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120,800	830	901	1002-04	
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02	
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909,915	1002-02	
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110,500	810	909	1002-03	
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110,120,410,600	830	909,911	1002-03	
1	26	040	W/G	6	6-gering	2022	V	120,410	830	915	1001	
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120,600	830	901	1002-03	
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02	
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120,230	830	909	1002-02	
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410,500	830	901	1001	
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130,230	830	909	1001	
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003	
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120,130,220,410,430	820	906	1002-03	
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120,130,410,420,430	820	901,906,909	1002-02	
1	35	056	W/S	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001	
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110,120,300	820	909,915	1002-02	
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909,913,915	1002-04	
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120,500	830	901,909,911,915	1002-05	
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003	
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02	
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500,600	810	-	1003	
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410,430	820	901,915	1002-05	
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500,600	830	909,915	1002-05	
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120,410	830	909	1001	
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120,410	830	906,914	1002-03	
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120,410	830	909,911,915	1002-03	
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120,220,410,420	830	-	1003	
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003	
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003	
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120,410	830	902,904,909,915	1002-03	
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909,915	1002-03	
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130,500,600	830	901,915	1002-02	

Codiertabelle 67: Sammlung der insgesamt FAZ-Berichterstattung mit Augenmerk auf die Expertenanzahl im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien					
Name	Art.-N	Datum	Resso	Umgang			Erscheinungsj	Unternehm	Thema	Wertun	Experten	Expertenanz
				Länge	Absätze							
2	53	001	TM	11	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003	
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120,410	830	909,910,915	1002-08	
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410,600	830	915	1002-03	
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210,410,420,430	830	909,915	1002-06	
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230,600	830	-	1003	
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907,909,915	1002-05	
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220,600	830	901,909,915	1002-04	
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500,600	830	-	1003	
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003	
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909,915	1002-09	
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110,600	810	909,915	1002-02	
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901,903,907,909	1002-04	
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909,915	1002-04	
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210,410	830	909	1002-12	
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210,230,410	810	901,912,915	1002-05	
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220,410	830	904	1001	
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120,210,220,230,300,600	830	901,904,905,909,915	1002-11	
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120,410	830	901	1001	
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001	
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908,909,915	1002-06	
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110,230	810	902	1001	
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500,600	830	-	1003	
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220,410	820	915	1002-02	
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410,420,430,500	820	-	1003	
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003	
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120,410,430,500	820	906,915	1002-03	
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230,600	820	915	1002-02	
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500,600	830	909,913,915	1002-06	
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410,430	810	906	1001	
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110,230	830	-	1003	
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110,130	820	-	1003	
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130,230	820	-	1003	
2	85	069	W	7	10-gering	2024	V	130,300	810	903	1001	
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903,909,914,913,915	1002-07	
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220,420,430	820	903,907,914,915	1002-06	
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120,130	830	902,909,913,915	1002-08	
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220,600	830	-	1003	
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120,130,230	830	904,909,915	1002-03	
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110,230	820	-	1003	
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909,915	1002-04	
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120,130,230	830	915	1002-03	
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130,300,600	810	901,909	1001	
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130,600	830	915	1001	
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120,410	830	906,909,915	1002-04	

Codiertabelle 68: Verteilung der SZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die Expertenanzahl im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 500	810	903	1001
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WIG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	28	042	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	058	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003

Codiertabelle 69: Verteilung der SZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die Expertenanzahl im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	9	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabelle 70: Verteilung der FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die Expertenanzahl im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Umgang		Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
				Länge	Absätze						
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07

Codiertabelle 71: Verteilung der FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die Expertenanzahl im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 72: Insgesamte Berichterstattung von SZ und FAZ mit Augenmerk auf eine positive Wertung in den Artikeln im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 500	810	903	1001
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001

Codiertabelle 73: Insgesamte Berichterstattung von SZ und FAZ mit Augenmerk auf eine negative Wertung in den Artikeln im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Art.-Nr.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl	
7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001	
19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03	
33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03	
34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02	
36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02	
37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04	
42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05	
75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02	
76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003	
78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03	
79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02	
83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003	
84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003	
87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06	
91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003	
92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04	

Codiertabelle 74: Ingesamte Berichterstattung von SZ und FAZ mit Augenmerk auf eine neutrale Wertung in den Artikeln im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-N.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsj.	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	8	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	w	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	57	010	w	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	58	015	w	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	w	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	w	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	w	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	64	027	v	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	v	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	w	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	68	039	w	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	w	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	70	047	w	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	71	049	w	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	w	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	80	062	w	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	82	065	w	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	86	072	w	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07
2	88	079	w	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	w	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	w	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	93	089	w	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	95	092	w	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	w	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

Codiertabelle 75: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die Artikel mit positiver, negativer und neutraler Wertung im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art.-N.	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsj.	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	1	003	F	4	5-gering	2019	V	600	830	915	1002-03
1	2	004	Be	7	15-mittel	2019	V	410, 430	810	906, 909, 915	1002-04
1	3	006	Wir	5	6-gering	2019	V	420	810	906, 913, 915	1002-03
1	4	007	Wir	13	16-gering	2019	V	410, 430	830	906	1001
1	5	008	Wir	7	8-gering	2019	V	420	810	-	1003
1	6	009	Wir	5	4-gering	2019	V	210, 520, 530, 600	810	901, 907, 910	1002-03
1	7	011	P	9	9-mittel	2019	V	210, 410	820	901	1001
1	8	012	Wir	4	6-gering	2019	V	220	830	903	1002-02
1	9	013	Wir	6	8-gering	2020	V	210, 220, 420	830	907, 910	1002-03
1	10	014	BZ	24	19-gering	2020	V	410, 600	810	906, 909, 915	1002-04
1	11	016	S	11	12-mittel	2020	V	410	830	901, 906, 909, 910, 915	1002-05
1	12	017	G	24	26-gering	2020	V	230, 500	810	903	1001
1	13	019	Wir	7	9-gering	2020	V	500	830	906, 909	1002-02
1	14	020	Wir	9	9-gering	2021	V	130, 230, 500	830	901, 902	1002-03
1	15	021	Wir	10	13-gering	2021	V	210	830	903, 909, 914, 915	1002-03
1	16	024	Wir	7	5-mittel	2021	V	210, 420, 430, 500	810	906, 909, 913	1002-03
1	17	027	Be	10	12-gering	2021	V	220, 230, 410	810	904, 906	1002-02
1	18	029	R	12	16-gering	2021	V	410	830	909	1001
1	20	032	Wir	11	14-gering	2021	V	220, 600	830	901, 909, 913, 915	1002-04
1	21	033	ML	22	9-gering	2021	V	120, 600	830	901	1002-04
1	22	035	Wir	11	11-gering	2022	V	120	810	901	1002-02
1	23	036	R	12	15-gering	2022	V	600	810	909, 915	1002-02
1	24	037	Be	12	14-mittel	2022	V	110, 500	810	909	1002-03
1	25	038	Wir	11	12-gering	2022	V	110, 120, 410, 600	830	909, 911	1002-03
1	26	040	WG	6	6-gering	2022	V	120, 410	830	915	1001
1	27	041	U	12	8-gering	2022	V	120, 600	830	901	1002-03
1	32	048	U	9	7-mittel	2023	V	120	810	-	1003
1	35	056	WG	16	13-mittel	2023	V	120	810	901	1001
1	39	070	U	13	11-mittel	2024	V	120	810	-	1003
1	41	074	Wir	5	8-gering	2024	V	500, 600	810	-	1003
1	49	083	Wir	5	4-gering	2024	V	410	810	-	1003

Codiertabelle 76: SZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die Artikel mit positiver, negativer und neutraler Wertung im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
1	19	030	Wir	13	15-groß	2021	S	110, 120, 420, 430	820	915	1002-03
1	28	043	Wir	10	9-gering	2023	S	120	830	901	1002-02
1	29	044	Wir	8	10-gering	2023	S	120, 230	830	909	1002-02
1	30	045	Wir	13	16-gering	2023	S	410, 500	830	901	1001
1	31	046	Wir	3	4-gering	2023	S	130, 230	830	909	1001
1	33	054	LL	14	15-gering	2023	S	120, 130, 220, 410, 430	820	906	1002-03
1	34	055	Wir	13	15-gering	2023	S	120, 130, 410, 420, 430	820	901, 905, 909	1002-02
1	36	057	Wir	16	21-groß	2023	S	110, 120, 300	820	909, 915	1002-02
1	37	063	Wir	7	11-gering	2023	S	300	820	909, 913, 915	1002-04
1	38	066	LL	15	14-gering	2023	S	120, 500	830	901, 909, 911, 915	1002-05
1	40	071	Wir	14	16-gering	2024	S	500	830	915	1002-02
1	42	075	Wir	7	10-groß	2024	S	410, 430	820	901, 915	1002-05
1	43	076	Wir	11	17-gering	2024	S	500, 600	830	909, 915	1002-05
1	44	077	Wir	15	23-gering	2024	S	120, 410	830	909	1001
1	45	078	Wir	9	9-mittel	2024	S	120, 410	830	906, 914	1002-03
1	46	080	Wir	12	17-mittel	2024	S	120, 410	830	909, 911, 915	1002-03
1	47	081	Wir	5	9-gering	2024	S	120, 220, 410, 420	830	-	1003
1	48	082	M	9	5-gering	2024	S	500	830	-	1003
1	50	084	Wir	14	17-mittel	2024	S	120, 410	830	902, 904, 909, 915	1002-03
1	51	086	Wir	21	25-gering	2024	S	300	830	909, 915	1002-03
1	52	090	Wir	21	29-gering	2024	S	130, 500, 600	830	901, 915	1002-02

Codiertabelle 77: FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Vaude mit Augenmerk auf die Artikel mit positiver, negativer und neutraler Wertung im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	53	001	TM	7	5-mittel	2019	V	120	830	-	1003
2	54	002	TM	14	19-gering	2019	V	120, 410	830	909, 910, 915	1002-08
2	55	005	BC	12	10-gering	2019	V	410, 600	830	915	1002-03
2	56	009	W	6	6-gering	2019	V	210, 410, 420, 430	830	909, 915	1002-06
2	58	015	W	12	10-gering	2020	V	500	830	907, 909, 915	1002-05
2	59	018	W	6	6-mittel	2020	V	220, 600	830	901, 909, 915	1002-04
2	60	022	W	11	12-gering	2021	V	500, 600	830	-	1003
2	61	023	TM	5	4-gering	2021	V	120	830	-	1003
2	62	025	W	14	11-mittel	2021	V	210	830	909, 915	1002-09
2	63	026	V	9	9-groß	2021	V	110, 600	810	909, 915	1002-02
2	64	027	V	7	6-gering	2021	V	210	830	901, 903, 907, 909	1002-04
2	65	028	V	12	9-gering	2021	V	600	830	909, 915	1002-04
2	66	031	W	11	12-mittel	2021	V	210, 410	830	909	1002-12
2	67	034	BC	18	12-gering	2022	V	210, 230, 410	810	901, 912, 915	1002-05
2	68	039	W	12	13-gering	2022	V	220, 410	830	904	1001
2	69	042	W	20	11-gering	2023	V	120, 210, 220, 230, 300, 600	830	901, 904, 905, 909, 915	1002-11
2	71	049	W	13	13-gering	2023	V	600	830	909	1001
2	72	050	W	11	11-gering	2023	V	220	830	908, 909, 915	1002-06
2	77	059	TM	19	19-gering	2023	V	120	810	-	1003
2	81	064	TM	11	12-gering	2023	V	410, 430	810	906	1001
2	86	072	W	10	13-gering	2024	V	220	830	903, 909, 914, 913, 915	1002-07

Codiertabelle 78: FAZ-Berichterstattung in Bezug auf Shein mit Augenmerk auf die Artikel mit positiver, negativer und neutraler Wertung im Zeitraum 2019 bis 2024

Formale Kategorien							Inhaltliche Kategorien				
Name	Art-Nr	Datum	Ressort	Länge	Absätze	Erscheinungsjahr	Unternehmen	Thema	Wertung	Experten	Expertenanzahl
2	57	010	W	7	6-gering	2019	S	230, 600	830	-	1003
2	70	047	W	9	11-gering	2023	S	120, 410	830	901	1001
2	73	051	W	5	5-gering	2023	S	110, 230	810	902	1001
2	74	052	P	4	7-gering	2023	S	500, 600	830	-	1003
2	75	053	P	6	8-gering	2023	S	220, 410	820	915	1002-02
2	76	058	P	7	8-gering	2023	S	410, 420, 430, 500	820	-	1003
2	78	060	W	10	9-gering	2023	S	120, 410, 430, 500	820	906, 915	1002-03
2	79	061	W	12	12-gering	2023	S	230, 600	820	915	1002-02
2	80	062	W	13	17-gering	2023	S	500, 600	830	909, 913, 915	1002-06
2	82	065	W	4	4-groß	2023	S	110, 230	830	-	1003
2	83	067	W	3	3-mittel	2023	S	110, 130	820	-	1003
2	84	068	W	8	10-mittel	2023	S	130, 230	820	-	1003
2	85	069	W	7	10-gering	2024	S	130, 300	810	903	1001
2	87	073	W	11	9-gering	2024	S	220, 420, 430	820	903, 907, 914, 915	1002-06
2	88	079	W	17	21-groß	2024	S	120, 130	830	902, 909, 913, 915	1002-08
2	89	081	W	7	6-gering	2024	S	220, 600	830	-	1003
2	90	085	W	7	7-gering	2024	S	120, 130, 230	830	904, 909, 915	1002-03
2	91	087	W	8	7-groß	2024	S	110, 230	820	-	1003
2	92	088	W	4	6-gering	2024	S	600	820	909, 915	1002-04
2	93	089	W	9	10-mittel	2024	S	120, 130, 230	830	915	1002-03
2	94	091	W	22	27-gering	2024	S	130, 300, 600	810	901, 909	1001
2	95	092	W	4	4-gering	2024	S	130, 600	830	915	1001
2	96	093	W	10	10-gering	2024	S	120, 410	830	906, 909, 915	1002-04

## 9.2 Anhang B

Codebuch zur Bachelorarbeit:

**Die Berichterstattung über die Fashionunternehmen Vaude und Shein in den deutschen Tageszeitungen Süddeutsche und Frankfurter Allgemeine – eine vergleichende Inhaltsanalyse**

Sommersemester 2024

Verfasser/in: Melanie Anderl (Matrikel-Nr. 297257)

## **1. Konzeptueller Rahmen**

### **1.1 Untersuchungsziel**

Das Ziel dieser Bachelorarbeit besteht darin, die Berichterstattung der deutschen Tageszeitungen Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung anhand der Fallbeispiele Vaude und Shein zu vergleichen. Dabei liegt der Fokus darauf, die grundlegenden Unterschiede sowie die spezifischen Schwerpunkte der Berichterstattung beider Zeitungen herauszuarbeiten. Des Weiteren wird untersucht, ob die beiden Printmedien in ihrer Berichterstattung eine positive oder negative Bewertung der Fashionunternehmen vornehmen. Zur systematischen Analyse der ausgewählten Zeitungsartikel und Daten wird ein Codebuch als Untersuchungsinstrument verwendet.

### **1.2 Vorgehensweise**

Die Analyse der Zeitungsartikel der beiden deutschen Tageszeitungen beinhaltet die systematische Untersuchung einer Vielzahl von Artikeln, um verschiedene Kategorien zu identifizieren, in die sie eingeordnet werden können. Jeder Artikel wird einer entsprechenden Kategorie zugeordnet. Sollten sich während des Analyseprozesses viele kleine Kategorien herausbilden, besteht die Möglichkeit, diese zusammenzufassen, um eine übersichtlichere Struktur zu gewährleisten.

### **1.3 Auswahleinheiten**

In beiden deutschen Tageszeitungen (SZ und FAZ) werden alle Artikel im Zeitraum vom 01.01.2019 bis 01.03.2024 analysiert. Zudem werden ausschließlich Artikel über die Fashionunternehmen Vaude und Shein über 300 Wörtern berücksichtigt.

Jeder Zeitungsartikel über die Fashionunternehmen VAUDE und Shein stellt eine Auswahleinheit fest, womit 79 Einheiten untersucht werden. Dabei sind 52 Artikel über VAUDE und 27 Artikel über Shein.

### **1.4 Analyseeinheiten**

Analysiert werden bei den beiden Tageszeitungen (SZ und FAZ) die Formalien. Diese entsprechen dem Namen des Mediums, der Artikelnummer, dem Datum, dem Ressort, dem Umfang und der Menge der Artikel pro Jahr.

Außerdem wird der Inhalt der Berichterstattung über die Unternehmen Vaude und Shein in den Tageszeitungen (SZ und FAZ) analysiert. Dieser Inhalt umfasst die verschiedensten Themen, wie beispielsweise Zahlen und Daten, Produkte und Konkurrenz der Unternehmen. Darüber hinaus wird die Wirtschaft mit den

Untergebieten Wirtschaftspolitik, globale Wirtschaft und Finanzen untersucht, genauso wie die Themen Technologie und Nachhaltigkeit. Bei Letzterem werden ebenso die Unterpunkte Umwelt, Arbeitsbedingungen und der Herstellungsprozess erforscht. Zusätzlich werden die Themen Gesellschaft und Sonstige analysiert.

Zuletzt werden wertende Artikel über die beiden Modeunternehmen Vaude und Shein untersucht. Dabei wird die Berichterstattung auf eine positive oder negative Bewertung und somit die Wirkung auf die Leser und Umfeld der Berichterstattung untersucht.

### 1.5 Kontexteinheit

Es wird analysiert, wie Informationen in den Artikeln der deutschen Tageszeitungen SZ und FAZ aufbereitet sind. Dabei wird auf die Unterschiede und Auffälligkeiten der Berichterstattungen in Bezug auf die Unternehmen Vaude und Shein geachtet.

## 2. Kategoriensystem

### 2.1 Formale Kategorien

#### **Name des Mediums**

In dieser Kategorie wird das Medium codiert. Das heißt, in welcher deutschen Tageszeitung ist der Artikel erschienen. Dabei werden alle Berichterstattungen aus der Süddeutschen mit 1 codiert und aus der Frankfurter Allgemeinen mit der Zahl 2 versehen.

- 1 Süddeutsche Tageszeitung
- 2 Frankfurter Allgemeine Tageszeitung

#### **Artikelnummer**

Hier werden die Artikel der gesamten Berichterstattung in der SZ und FAZ der vergangenen fünf Jahre aufgezählt, von **1** - **96**. Insgesamt umfasst die Berichterstattung 79ig Artikel.

#### **Datum**

Unter diesem Kriterium wird das Publikationsdatum der Analyseeinheiten von SZ und FAZ betrachtet und codiert. Das Datum wird im Format Tag/Monat/Jahr angegeben und aufsteigend chronologisch codiert. Dabei werden ausschließlich die Tage berücksichtigt, an denen ein Artikel erschienen ist.

<b>001</b>	08.01.2019	<b>032</b>	02.12.2021	<b>063</b>	27.11.2023
<b>002</b>	12.02.2019	<b>033</b>	04.12.2021	<b>064</b>	28.11.2023
<b>003</b>	13.02.2019	<b>034</b>	29.01.2022	<b>065</b>	29.11.2023
<b>004</b>	18.05.2019	<b>035</b>	09.02.2022	<b>066</b>	02.12.2023
<b>005</b>	25.05.2019	<b>036</b>	14.04.2022	<b>067</b>	20.12.2023
<b>006</b>	13.08.2019	<b>037</b>	31.05.2022	<b>068</b>	21.12.2023
<b>007</b>	30.08.2019	<b>038</b>	15.09.2022	<b>069</b>	08.01.2024
<b>008</b>	06.09.2019	<b>039</b>	31.10.2022	<b>070</b>	13.01.2024
<b>009</b>	10.09.2019	<b>040</b>	26.11.2022	<b>071</b>	03.02.2024
<b>010</b>	01.10.2019	<b>041</b>	03.12.2022	<b>072</b>	05.02.2024
<b>011</b>	02.10.2019	<b>042</b>	02.01.2023	<b>073</b>	13.02.2024
<b>012</b>	10.12.2019	<b>043</b>	27.01.2023	<b>074</b>	19.02.2024

<b>013</b>	09.01.2020	<b>044</b>	04.03.2023	<b>075</b>	22.02.2024
<b>014</b>	11.01.2020	<b>045</b>	06.03.2023	<b>076</b>	27.02.2024
<b>015</b>	04.02.2020	<b>046</b>	31.03.2023	<b>077</b>	28.02.2024
<b>016</b>	15.02.2020	<b>047</b>	17.04.2023	<b>078</b>	18.03.2024
<b>017</b>	07.03.2020	<b>048</b>	20.05.2023	<b>079</b>	19.03.2024
<b>018</b>	08.06.2020	<b>049</b>	22.05.2023	<b>080</b>	23.03.2024
<b>019</b>	18.11.2020	<b>050</b>	03.06.2023	<b>081</b>	25.03.2024
<b>020</b>	13.03.2021	<b>051</b>	14.06.2023	<b>082</b>	15.04.2024
<b>021</b>	05.05.2021	<b>052</b>	08.07.2023	<b>083</b>	25.04.2024
<b>022</b>	11.05.2021	<b>053</b>	19.07.2023	<b>084</b>	26.04.2024
<b>023</b>	25.05.2021	<b>054</b>	22.07.2023	<b>085</b>	08.05.2024
<b>024</b>	23.07.2021	<b>055</b>	03.08.2023	<b>086</b>	11.05.2024
<b>025</b>	28.09.2021	<b>056</b>	05.08.2023	<b>087</b>	14.05.2024
<b>026</b>	04.10.2021	<b>057</b>	12.08.2023	<b>088</b>	15.05.2024
<b>027</b>	20.10.2021	<b>058</b>	09.09.2023	<b>089</b>	17.05.2024
<b>028</b>	10.11.2021	<b>059</b>	04.10.2023	<b>090</b>	18.05.2024
<b>029</b>	11.11.2021	<b>060</b>	09.10.2023	<b>091</b>	21.05.2024
<b>030</b>	13.11.2021	<b>061</b>	20.10.2023	<b>092</b>	28.05.2024
<b>031</b>	26.11.2021	<b>062</b>	24.11.2023	<b>093</b>	29.05.2024

## Ressort

Hier wird das Ressort bestimmt, in welches ein Artikel eingeordnet wurde. Diese werden mit dem Anfangsbuchstaben des jeweiligen Ressorts abgekürzt.

Bei der SZ und der FAZ stehen folgende Ressorts zur Verfügung:

<b>Abk.</b>	<b>SZ</b>	<b>Abk.</b>	<b>FAZ</b>
<b>Be</b>	Beilage	<b>BC</b>	Beruf und Chance
<b>BZ</b>	Buch Zwei	<b>DW</b>	Deutschland und die Welt
<b>F</b>	Feuilleton	<b>F</b>	Finanzen
<b>G</b>	Gesellschaft	<b>P</b>	Politik
<b>LL</b>	Liebe & Leben	<b>TM</b>	Technik und Motor
<b>M</b>	Medien	<b>U</b>	Unternehmen
<b>ML</b>	Mobiles Leben	<b>V</b>	Verlagsbeilage
<b>P</b>	Politik	<b>W</b>	Wirtschaft
<b>R</b>	Reise		

<b>S</b>	Stil		
<b>U</b>	Unterwegs		
<b>Wir</b>	Wirtschaft		
<b>Wis</b>	Wissen		
<b>WG</b>	Wohnen & Genießen		

## Umfang

In diesem Abschnitt wird der Umfang jedes Artikels codiert. Hierbei wird in Länge der Artikel und Absätze, in denen die Fashionunternehmen erwähnt wurden, unterteilt.

### - Länge

Es werden die Wörter der Berichterstattung gezählt, damit ist der vollständige Artikel gemeint, das heißt mit Ressortenteilung, Überschrift, Unterüberschrift, Bildunterschrift und Autor. Zu beachten ist, dass ausschließlich Zeitungsartikel betrachtet werden, die länger als 300 Wörter sind. Somit beginnt die Nummerierung bei 3 und endet bei 24. Aus diesem Grund wird folgende Codierung aufgestellt:

<b>3</b>	300 - 400	<b>14</b>	1401 - 1500
<b>4</b>	401 - 500	<b>15</b>	1501 - 1600
<b>5</b>	501 - 600	<b>16</b>	1601 - 1700
<b>6</b>	601 - 700	<b>17</b>	1701 - 1800
<b>7</b>	701 - 800	<b>18</b>	1801 - 1900
<b>8</b>	801 - 900	<b>19</b>	1901 - 2000
<b>9</b>	901 - 1000	<b>20</b>	2001 - 2100
<b>10</b>	1001 - 1100	<b>21</b>	2101 - 2200
<b>11</b>	1101 - 1200	<b>22</b>	2201 - 2300
<b>12</b>	1201 - 1300	<b>23</b>	2301 - 2400
<b>13</b>	1301 - 1400	<b>24</b>	2401 - 2500

### - Absätze

In dieser Unterteilung werden die Absätze jedes Artikels zuerst insgesamt gezählt. Dabei werden Überschriften, Unterüberschriften, Teaser und Fragen zu den Absätzen nicht mitgezählt. Danach wird darauf geachtet, wie viel Aufmerksamkeit eines der beiden Modeunternehmen Vaude und Shein in den einzelnen Absätzen erhält. Dies lässt sich kategorisch einteilen in folgende drei Bereiche: großer Anteil

Aufmerksamkeit (der Artikel handelt überwiegend nur um eines der Modeunternehmen), mittelmäßiger Anteil Aufmerksamkeit (der Artikel handelt von einem der Modeunternehmen ungefähr gleichermaßen wie von anderen Komponenten) und geringer Anteil Aufmerksamkeit (der Artikel handelt kaum von einem der Modeunternehmen zum Beispiel wird es nur nebensächlich erwähnt).

Die insgesamt Anzahl an Absätzen in einem Artikel wird mit der Nummerierung **1 – 26** versehen. Um die Aufmerksamkeit der Unternehmen Vaude und Shein zu benennen und zu unterscheiden werden die folgenden drei Abkürzungen verwendet: groß, mittel, gering. Ein Bindestrich, verbindet die Zahlen mit den Buchstaben.

**groß**            großer Anteil Aufmerksamkeit

**mittel**            mittelmäßiger Anteil Aufmerksamkeit

**gering**            geringer Anteil Aufmerksamkeit

Vorlage: **6-groß**

### **Erscheinungsjahr**

Bei dieser Kategorie wird das Erscheinungsjahr, indem die Berichterstattung erschienen ist, codiert. Dabei werden die letzten fünfeneinhalb Jahre betrachtet, angefangen bei **2019**, gefolgt von **2020**, **2021**, **2022**, **2023** und zum Schluss **2024**. Da das Jahr 2024 noch nicht abgeschlossen ist, wird hier nicht das gesamte Jahr analysiert. Die Zeitungsartikel aus diesem Jahr beziehen sich ausschließlich auf die Monate Januar bis Mai.

## 2.2 Inhaltliche Kategorien

### **Fashionunternehmen**

In diesem Paragraphen werden die Zeitungsartikel mit den jeweiligen Buchstaben V oder S markiert. Diese stehen jeweils für ein Fashionunternehmen. Es wird das Unternehmen ausgewählt, welches inhaltlich in der Berichterstattung erwähnt wird.

**V** Vaude

**S** Shein

### **Thema**

In diesem Prozessabschnitt werden die Themen der individuellen Analyseeinheiten innerhalb der Auswahleinheiten codiert. Dazu werden Themenbereiche festgelegt, die wiederum Unterthemen beinhalten. Die zu analysierende Berichterstattung wird in diese eingeordnet. Dabei wird betrachtet, in welchem textlichen Kontext die beiden Unternehmen Vaude und Shein eingebettet werden.

#### **100 Unternehmen**

##### **110 Zahlen und Daten**

Beinhaltet alle neutralen Informationen über die Fashionunternehmen Vaude oder Shein. Dies können beispielsweise der Umsatz, die Gründung, Historie und Werte sein.

##### **120 Textilbranche und Produkte**

Dieser Unterpunkt betrachtet die Textilbranche im Allgemeinen sowie die Produkte dieser Branche. Darunter fällt zum Beispiel die Auswahl an Produkten, verliehene Siegel oder Preise, die sie erhalten haben genauso wie Abläufe und sämtliche Informationen, die in die Textilbranche eingeordnet werden können.

##### **130 Konkurrenz**

Hier wird der Markt der Fashionindustrie thematisiert. Zu dieser Unterkategorie gehören Berichterstattungen über konkurrierende Unternehmen oder neue Trends.

## **200 Wirtschaft**

### **210 Wirtschaftspolitik**

Dieser Abschnitt enthält staatliche Regulierungen, Steuerpolitik, Konjunkturprogramme sowie Entwicklungen im Export- und Importsektor und deren Einfluss auf die Wirtschaft.

### **220 Globale Wirtschaft**

Bei diesem Unterpunkt handelt es sich um Berichterstattungen rund um das Thema globale Wirtschaft. Daher werden hier Zeitungsartikel aufgegriffen, welche sich auf die Handelsförderung, das Währungsmanagement, Regulierungen von Investitionen und technologische Innovationen aus aller Welt beziehen.

### **230 Finanzen**

Dieser Gliederungspunkt enthält Bestandteile wie beispielsweise Börsennachrichten, Unternehmensereignisse, Wirtschaftsindikatoren und staatliche Haushalte.

## **300 Technologie**

Unter diesen Gesichtspunkt fallen alle Zeitungsartikel, die über die Technologie in jeglicher Form berichten. Darunter fällt der Fortschritt, der aktuelle Stand, KI oder die zukünftigen Ziele.

## **400 Nachhaltigkeit**

### **410 Umwelt**

Dies enthält sämtliche Themen zum Klimawandel, Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Dies schließt Berichterstattung über Umweltverschmutzung, erneuerbare Energien, Umweltschutzinitiativen, Naturschutzgebiete sowie Bemühungen zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks ein.

### **420 Arbeitsbedingungen**

Hierbei werden Faktoren der Berichterstattung analysiert, die über Arbeitsbedingungen, Sicherheit, Löhne, Arbeitszeit, Arbeitskultur, Gesundheit, Gleichberechtigung, Konflikte und Innovationen am Arbeitsplatz berichtet.

### **430 Herstellungsprozess**

Unter diesem Unterpunkt werden Zeitungsartikel eingeordnet, die über die Beschaffung von Materialien, die Transparenz der Lieferkette, die Fertigung der Kleidungsstücke und die Einhaltung der Standards informieren.

### **500 Gesellschaft**

Diese Kategorie enthält sämtliche Themen zu Kultur, Gesundheit und sozialen Entwicklungen. Dies umfasst Berichte über Gesundheitspolitik, soziale Ungleichheiten, kulturelle Entwicklungen und soziale Normen, die das Verhalten der Gesellschaft beeinflussen.

### **600 Sonstige**

Unter diesem Spiegelpunkt, fallen alle Artikel, die in die anderen Kategorien nicht einordbar sind, aber dennoch eine Wichtigkeit für die Analyse darstellen.

## **Wertung**

In diesem Stadium des Prozesses werden die Inhalte der einzelnen analysierten Einheiten innerhalb der ausgewählten Stichproben kategorisiert. Hier werden Wertungen formuliert, in die sich die Berichterstattung entsprechend klassifizieren lässt.

### **800 Wertung der Fashionunternehmen**

#### **810 positive Bewertung**

In diesem Abschnitt werden Berichterstattungen eingegliedert, die ein positives Licht auf die Fashionunternehmen (VAUDE oder Shein) werfen. Dazu zählt jede Art von positivem Feedback zu Projekten, Aktionen, Rezensionen und Entscheidungen des Unternehmens.

#### **820 negative Bewertung**

Hier werden Zeitungsartikel einsortiert, die eines der beiden Fashionunternehmen negativ bewerten. Dies kann in Form von Kritik, Ablehnung oder Distanzierung sein und bezieht sich immer auf die Aktivitäten und Entscheidungen des Unternehmens.

### **830 neutrale Bewertung**

Die Nummer 830 steht für eine neutrale Bewertung. Das heißt in der Berichterstattung ist weder eine positive Bewertung eines der Fashionunternehmen Vaude oder Shein noch eine negative Bewertung enthalten.

### **Experten**

In diesem Abschnitt werden Expertenstimmen in den einzelnen Analyseeinheiten erfasst und codiert. Dabei wird differenziert, ob die Personen in der Berichterstattung der Tageszeitungen SZ und FAZ über spezifische Expertise, praktisches Wissen oder Kompetenzen verfügen. Es wird die Anzahl der Expertenstimmen sowie deren Fachgebiet dokumentiert.

#### **900 Experten**

**901** Produkt- und Vertriebsexperte

**902** Marktforschungsspezialist

**903** Wirtschaftsexperten

**904** Finanzexperten

**905** Technologie- und Innovationsexperten

**906** Nachhaltigkeits- und Umweltexperten

**907** Arbeitsrechtler

**908** Produktions- und Beschaffungsberater

**909** Geschäftsführer und Führungskräfte

**910** Entwicklungsberater

**911** Journalisten

**912** Mobilitätsmanager

**913** Handelsexperte

**914** Politiker

**915** Weitere Experten

**1000** Anzahl der Experten und Expertinnen

**1001** Einzelne Personen

In diesem Fall wird nur die fett gedruckte Nummer in der Codierungstabelle notiert. Dies verdeutlicht, dass der Journalist, welcher den analysierten Zeitungsartikel verfasst hat, nur einen Experten darin aufgenommen oder zitiert hat.

**1002** Mehrere Personen

Hierbei werden die aufgeführten Experten im Artikel gezählt. Aus diesem Grund ergibt sich ein Zahlenpool von **02 bis 12**. Danach kommt die Anzahl der Experten. Dieser wird mit einem Bindestrich getrennt.

Vorlage: **1002-02**

**1003** Keine Experten

Diese Codierung wird sichtbar, wenn der Journalist für seine Berichterstattung keinen Experten gewählt hat.

## 10 Literaturverzeichnis

- Anderson K. (2024) What is news? Exploring differences in how younger and older cohorts use news in today's media environment, online im Internet, URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/22041451.2024.2344997?needAccess=true>, Abrufdatum: 12.06.2024.
- Beach B., Hanlon W. (2023) Historical newspaper data: A researcher's guide, online im Internet, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0014498323000359>, Abrufdatum: . 12.06.2024.
- Bergmann Z., Ossewaarde R. (2020) Youth climate activists meet environmental governance: Ageist depictions of the FFF movement and Greta Thunberg in German newspaper coverage, online im Internet, URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/17447143.2020.1745211?needAccess=true>, Abrufdatum: 03.07.2024.
- Beuthner M., Bomnüter U., Hansen N., König U., Hennig-Thurau T. (2023) More important than ever before? Assessing readers' willingness to pay for local news as a constituent for sustainable business models, online im Internet, URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/16522354.2023.2235942?needAccess=true>, Abrufdatum: 12.06.2024.
- Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) (2023): Zeitungen in Deutschland in Zahlen: Reichweite und Auflagengrößen., online im Internet URL: <https://www.bdzv.de/alle-themen/marktdaten/zeitungszahlen-reichweite-und-auflagenroessen>, Abrufdatum: 23.04.2024.
- Buyx A., McLennan S., Zimmermann B. (2023) Newspaper coverage on solidarity and personal responsibility in the COVID-19 pandemic: A content analysis from Germany and German-speaking Switzerland, online im Internet, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352827323000538>, Abrufdatum: 12.06.2024.
- Cazzamatta R. (2020) The role of wire services in the new millennium: An examination of the foreign-reporting about Latin America in the German press, online im Internet, URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1464884920944745>, DOI: 10.1177/1464884920944745, Abrufdatum: 03.07.2024.
- Chandra A., Kaiser U. (2015) Newspapers and Magazines, online im Internet, URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2479359](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2479359), Abrufdatum 12.06.2024.

Cho D., Smith M., Zentner A. (2016) Internet adoption and the survival of print newspapers: A country-level examination, online im Internet, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167624516301196>, Abrufdatum: 12.06.2024.

Cobbing M., Wohlgemuth V., Panhuber L. (2022) Mehr SHEIN als Sein, online im Internet, URL: <https://greenpeace.at/uploads/2022/11/mehr-shein-als-sein-report.pdf>, Abrufdatum: 20.04.2024.

Cobbing M., Wohlgemuth V., Vicaire Y. (2023) Die Labelmasche - Zehn Jahre nach Rana Plaza - Greenwashing des kaputten Fast Fashion-Systems online im Internet, URL: [Greenpeace\\_Report\\_Greenwashing\\_Fast\\_Fashion.pdf](#), Abrufdatum: 20.04.2024.

von Dewitz A., Bauer J. (2014) VAUDE: Nachhaltige Wertschöpfung als Unternehmensleitbild im Mittelstand, in: D'heur M. (Hrsg.), CSR und Value Chain Management: Profitables Wachstum durch nachhaltig gemeinsame Wertschöpfung, Springer, Berlin, Heidelberg, S. 173–186. DOI: 10.1007/978-3-642-39889-6\_5, Abrufdatum: 20.04.2024.

Fiedler L. (2019) Durch und durch nachhaltige Unternehmensstrategie bei VAUDE, in: Englert M., Ternès A. (Hrsg.), Nachhaltiges Management: Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln, Springer, Berlin, Heidelberg, S. 719–730. DOI: 10.1007/978-3-662-57693-9\_38, Abrufdatum: 12.06.2024.

Harcup T., O'Neill D. (2016) What is News?, online im Internet, URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1461670X.2016.1150193?needAccess=true>, Abrufdatum: 12.06.2024.

Hooffacker G. (2017) La Roches Einführung in den praktischen Journalismus, Springer, Wiesbaden, S. 1-266, ISBN: 9783658166571, Abrufdatum: 12.06.2024.

Kim M., Stice D., Stice H., White R. (2021) Stop the presses! Or wait, we might need them: Firm responses to local newspaper closures and layoffs, online im Internet, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0929119921001577>, Abrufdatum: 12.06.2024.

Lee J. (2023) Fast Fashion's Curious Comeback; Shein is getting buzz, but how sustainable is fast fashion as a business model?, in: Wall Street Journal (Online), online im Internet, URL:

<https://www.proquest.com/abiglobal/docview/2820310520/citation/30AF3A6911BA4DCFPQ/3?parentSessionId=gcPEaVDI0TBBNWydEZYER-cyWWFLsE%2FI5pr4Fvbv8gKc%3D&accountid=15918&sourcetype=Newspapers>,  
Abrufdatum: 20.04.2024.

Mast C. (2012) ABC des Journalismus, UVK Verlags-Gesellschaft, Konstanz, München, S. 19-596, ISBN: 9783867642897, Abrufdatum: 12.06.2024.

Mast J., Temmerman M. (2021) What's (The) News? Reassessing "News Values" as a Concept and Methodology in the Digital Age, online im Internet, URL:  
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1461670X.2021.1917445?needAccess=true>, Abrufdatum: 12.06.2024.

Neuberger C., Kapern P. (2013) Grundlagen des Journalismus, Springer, München, Köln, S. 13-211, DOI 10.1007/978-3-531-94191-2, Abrufdatum: 12.06.2024.

von Nordheim G., Boczek K., Koppers L. (2018) Sourcing the Sources, online im Internet, URL:  
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/21670811.2018.1490658?needAccess=true>, Abrufdatum: 03.07.2024.

Olcott E., Eley J. (2021) China's Shein storms US fast fashion: The brand has become the biggest in the American market by being cheaper and faster than rivals such as Zara. Its use of algorithms and TikTok for promotion appeals to Gen-Z, but is its model sustainable?, in: Financial Times, online im Internet, URL:  
<https://www.proquest.com/abiglobal/docview/2617904194/citation/30AF3A6911BA4DCFPQ/14?sourcetype=Newspapers>, Abrufdatum:  
20.04.2024.

Olcott E., LIU Q., Li G. (2022) Rivals seek to ride on Shein's coat-tails: Retail. E-commerce ByteDance and others play catch-up behind China group set to be biggest in fast-fashion, in: Financial Times, online im Internet, URL:  
<https://www.proquest.com/abiglobal/docview/2745182720/citation/30AF3A6911BA4DCFPQ/7?sourcetype=Newspapers>, Abrufdatum: 20.04.2024.

REPUBLIC Marketing & Media Solutions GmbH (2024) Mediadaten Frankfurter Allgemeine, Süddeutsche Zeitung, online im Internet, URL:  
[https://www.republic.de/fileadmin/07\\_Mediadaten/REPUBLIC\\_Mediadaten\\_FAZ\\_FAS\\_2024.pdf](https://www.republic.de/fileadmin/07_Mediadaten/REPUBLIC_Mediadaten_FAZ_FAS_2024.pdf), Abrufdatum: 03.07.2024.

REPUBLIC Marketing & Media Solutions GmbH (2024) Mediadaten Frankfurter Allgemeine, Süddeutsche Zeitung, online im Internet, URL: [https://www.republic.de/fileadmin/07\\_Mediadaten/REPUBLIC\\_Mediadaten\\_SZ\\_2024.pdf](https://www.republic.de/fileadmin/07_Mediadaten/REPUBLIC_Mediadaten_SZ_2024.pdf), Abrufdatum: 03.07.2024.

REPUBLIC Marketing & Media Solutions GmbH (2024) Süddeutsche Zeitung Objektprofil, online im Internet, URL: [https://www.republic.de/fileadmin/02\\_Print/SZ/REPUBLIC\\_SZ\\_Objektprofil\\_2024.pdf](https://www.republic.de/fileadmin/02_Print/SZ/REPUBLIC_SZ_Objektprofil_2024.pdf), Abrufdatum: 03.07.2024.

Rössler P. (2017) Inhaltsanalyse, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, S. 1-292, ISBN: 9783838547060, Abrufdatum: 12.06.2024.

Scherrer A. (2023) How media coverage of technologies affects public opinion: Evidence from alternative fuel vehicles in Germany, online im Internet, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210422423000370>, Abrufdatum: 12.06.2024.

Schönfelder W., Holmgaard S. (2019) Representations of child welfare services in Norwegian, Danish and German newspapers, online im Internet, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0190740918309769>, Abrufdatum: 12.06.2024.

Sommer D., Fretwurst B., Sommer K., Gehrau V. (2012) Nachrichtenwert und Gespräche über Medienthemen, in: Publizistik, Jg. 57, S. 381–401. DOI: 10.1007/s11616-012-0162-9, online im Internet, URL: [https://www.researchgate.net/profile/Denise-Sommer/publication/236880657\\_Nachrichtenwert\\_und\\_Gesprache\\_uber\\_Medienthemen/links/604b80fb299bf13c4fff74cf/Nachrichtenwert-und-Gespraeche-ueber-Medienthemen.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Denise-Sommer/publication/236880657_Nachrichtenwert_und_Gesprache_uber_Medienthemen/links/604b80fb299bf13c4fff74cf/Nachrichtenwert-und-Gespraeche-ueber-Medienthemen.pdf), Abrufdatum: 12.06.2024.

Vaude Website, VAUDE Storys, Über uns, Eine nachhaltige Marke, online im Internet, URL: <https://www.vaude.com/de/de/blog/post/eine-nachhaltige-marke.html>, Aufrufdatum: 20.04.2024.

Wallis H., Loy L. S. (2021) What drives pro-environmental activism of young people? A survey study on the Fridays For Future movement, in: Journal of Environmental Psychology, Jg. 74, S. 101581. DOI: 10.1016/j.jenvp.2021.101581, online im Internet, URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494421000347>,  
Abrufdatum: 12.06.2024.

Wolff V. (2017) Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus, Herbert von Halem Verlag,  
Köln, S. 11-334, ISBN: 978-7445-2053-9, S. 11-334, Abrufdatum: 12.06.2024.

Wolter M. I., Mönnig A., Maier T., Schneemann C., Steeg S., Weber E., Zika G.  
(2021) Langfristige Folgen der Covid-19-Pandemie für Wirtschaft, Branchen und  
Berufe., online im Internet, URL:  
<https://doku.iab.de/forschungsbericht/2021/fb0221.pdf>, Abrufdatum: 03.07.2024.

## 11 Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbständig angefertigt, nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, alle benutzten Quellen und Hilfsmittel angegeben, sowie wörtliche und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe.

München, den 16.08.2024

Ort, Datum

Melanie Anderl

Unterschrift