

Abstract: Ab dem 25. August 2023 prägte die sogenannte „Flugblatffäre“ die politische und mediale Landschaft Deutschlands. Die Kontroversen wurden durch die öffentliche Diskussion über ein antisemitisches Flugblatt aus den 1980er Jahren ausgelöst, das Hubert Aiwanger, dem Bundesvorsitzenden der Freien Wähler, zugeschrieben wurde. Sie führten zu einer intensiven Berichterstattung in den Massenmedien. Und sie lösten eine Diskussion aus, ob Aiwanger in seinem Amt bleiben dürfe oder nicht. Auch prägte Aiwangers Vorwurf, es handele sich um eine Schmutzkampagne der Medien, die Berichterstattung.

Die Arbeit beschäftigt sich daher mit der Frage, welche Merkmale die Onlineberichterstattung über den Fall Aiwanger hinsichtlich ihres Umfangs, ihrer Inhalte und der Bewertung seiner Person im Laufe der Zeit kennzeichneten. Außerdem galt zu identifizieren, welche Strategien der Verfasser der Beiträge zu erkennen sind. Zum einen stellte sich daher die Frage, ob die Medien innerhalb der Berichterstattung bevorzugt das Täter- oder das Opfer-Framing nutzten. Auch wird analysiert, ob sie ihre Meinung hinsichtlich des Konflikts mithilfe des Hoch- bzw. Herunterspielens bestimmter Themen (instrumentelle Aktualisierung) oder der Auswahl passender Zitate anderer Akteure (opportune Zeugen) zum Ausdruck brachten. Zur Beantwortung dieser Fragen wurde eine quantitative Inhaltsanalyse der vier Onlinemedien *bild.de*, *sueddeutsche.de*, *faz.net* und *nn.de* durchgeführt.

Es zeigte sich, dass die mediale Aufmerksamkeit rund um den Fall Aiwanger hoch war, da eine intensive Berichterstattung zu verzeichnen war. Thematisch war die Onlineberichterstattung begrenzt, da sie im Wesentlichen von nur zwei Themen dominiert wurde. Der Gesamttenor der Berichterstattung war insgesamt negativ. Allerdings dominierte weder der Täter- noch der Opfer-Frame die Berichterstattung. Der Gesamttenor der Aussagen der Journalisten fiel insgesamt ebenfalls negativ aus. Das Ausmaß der negativen Bewertungen Aiwangers hat sich zwischen den vier analysierten Onlinemedien unterschieden. So ist die redaktionelle Linie der *sueddeutschen.de*, der *faz.net* und der *nn.de* stark negativ, bei der *bild.de* ist sie leicht positiv. Diese Unterschiede können jedoch nur in kleinen Teilen durch instrumentelle Aktualisierung mithilfe von Themen und opportunen Zeugen erklärt werden. Ein Hochspielen der Konfliktsicht der vier Medien konnte höchstens bei den Themen „Veröffentlichung des Flugblatts“ und „Aiwangers Äußerungen“ verzeichnet werden. Mit den häufigen Zitaten von SPD- und von Grünen-Politikern liefern *sueddeutsche.de*, *faz.net* und *nn.de* Hinweise auf den Einsatz opportuner Zeugen.

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Sabine Sonnemann

E-Mail: sabine.sonnemann@uni-hohenheim.de