
Anhang 1: Deskriptive Statistiken	2
Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien I	2
Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien II	6
Anhang 2: Codebuch	7
Allgemeine Erläuterungen	7
Ablauf der Codierung	8
Aufbau des Kategoriensystems	8
Kategoriensystem	9
Anhang 3: Reliabilitätstests	34
Anhang 4: Interviewleitfaden	36

Anhang 1: Deskriptive Statistiken

Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien I

Tabelle A1: Übersicht Variable 11_Tweet_Link, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ja, eigenes Medium	273	30,8	30,8	30,8
Ja, anderes Medium	182	20,6	20,6	51,4
Nein	430	48,6	48,6	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A2: Übersicht Variable 12_Tweet_Kontext, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Öffentliches	742	83,8	83,8	83,8
Persönliches	134	15,1	15,1	99,0
Öffentliches und Persönliches	1	0,1	0,1	99,1
Uneindeutig	8	0,9	0,9	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A3: Übersicht Variable 13_Tweet_Meinung, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ja	535	60,5	60,5	60,5
Nein	350	39,5	39,5	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A4: Übersicht Variable 14_Tweet_Bewertung, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Keine Bewertung	499	56,4	56,4	56,4
Überwiegend negativ	222	25,1	25,1	81,5
Ausgewogen	18	2,0	2,0	83,5
Überwiegend positiv	146	16,5	16,5	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A5: Übersicht Variable 15_ Tweet_Themen, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Politik	575	65,0	65,0	65,0
Wirtschaft	5	0,6	0,6	65,5
Kultur	1	0,1	0,1	65,6
Sport	23	2,6	2,6	68,2
Gesellschaft & Alltag	1	0,1	0,1	68,4
Wissenschaft & Technik	15	1,7	1,7	70,1
Medien & Internet	233	26,3	26,3	96,4
Sonstiges	14	1,6	1,6	98,0
Uneindeutig	18	2,0	2,0	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A6: Übersicht Variable 16_ Tweet_Ereignisraum, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Deutschland	169	19,1	19,1	19,1
Österreich	579	65,4	65,4	84,5
Ausland	27	3,1	3,1	87,6
In- und Ausland	4	0,5	0,5	88,0
Kein Ereignisraum	100	11,3	11,3	99,3
Uneindeutig	6	0,7	0,7	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A7: Übersicht Variable 17_Tweet_Handlungsträger, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Legislative	1	0,1	0,1	0,1
Exekutive	4	0,5	0,5	0,6
Judikative	2	0,2	0,2	0,8
Parteien	46	5,2	5,2	6,0
Politiker	382	43,2	43,2	49,2
Interessensverbände	11	1,2	1,2	50,4
Organisierte	6	0,7	0,7	51,1
Zivilgesellschaft & Interessengruppen				
Medien & Journalisten	256	28,9	28,9	80,0
Wissenschaft	1	0,1	0,1	80,1
Wirtschaft	5	0,6	0,6	80,7
Sonstige	19	2,1	2,1	82,8
Leistungsrolle				
Einfache Bürger	84	9,5	9,5	92,3
Kein Handlungsträger	68	7,7	7,7	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A8: Übersicht Variable 18_Tweet_Tonalität, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Informationsorientiert	529	59,8	59,8	59,8
Unterhaltungsorientiert	338	38,2	38,2	98,0
Ratgeber- /serviceorientiert	8	0,9	0,9	98,9
Unklar / nicht eindeutig	10	1,1	1,1	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A9: Übersicht Variable 19_Tweet_Hinweis, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ja	456	51,5	51,5	51,5
Nein	429	48,5	48,5	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A10: Übersicht Variable 20_Tweet_Transparenz, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ja	215	24,3	24,3	24,3
Nein	670	75,7	75,7	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A11: Übersicht Variable 21_Tweet_Feedback, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Ja	3	0,3	0,3	0,3
Nein	882	99,7	99,7	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A12: Übersicht Variable 22_Tweet_Kommunikationsart, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Persönliche Kommunikation	184	20,8	20,8	20,8
Öffentliche Kommunikation	701	79,2	79,2	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien II

Tabelle A13: Übersicht Variable 23_Korruptions_Frame, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Korruption als persönliche Verfehlung	194	21,9	21,9	21,9
Korruption als systemische Verfehlung	64	7,2	7,2	29,2
Kein solcher Frame	627	70,8	70,8	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A14: Übersicht Variable 24_Angriff/Verteidigung_Frame, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Expliziter Angriff	55	6,2	6,2	6,2
Impliziter Angriff	272	30,7	30,7	36,9
Explizite Verteidigung	3	0,3	0,3	37,3
Implizite Verteidigung	4	0,5	0,5	37,7
Kein solcher Frame	551	62,3	62,3	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Tabelle A15: Übersicht Variable 25_Allgemein_Frame, gesamt

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Verantwortung	190	21,5	21,5	21,5
Human-Interest	240	27,1	27,1	48,6
Konflikt	23	2,6	2,6	51,2
Moral	15	1,7	1,7	52,9
Ökonomie	6	0,7	0,7	53,6
Kein solcher Frame	411	46,4	46,4	100,0
Gesamt	885	100,0	100,0	

Anhang 2: Codebuch

Allgemeine Erläuterungen

Die Grundgesamtheit der vorliegenden Studie bilden alle von politischen Journalist:innen verfassten Tweets der ausgewählten 18 Medien (siehe Kapitel 9.1.2). Pro Medium wurden bis zu zehn Journalist:innen, kategorisiert nach ihrer Reichweite auf Twitter, analysiert. Das inhaltliche Aufgreifkriterien für die Berücksichtigung eines Tweets in der Inhaltsanalyse stellt die Beschreibung der Ibiza-Affäre und/oder damit einhergehende Vorgänge sowie der Verbreitungszeitraum vom 17. Mai bis 3. Juni 2019 dar.

Die Gestaltung eines Codebuchs folgt keinen „festen Regeln oder Vorgaben, sie bleibt prinzipiell dem Forscher selbst überlassen“ (Rössler, 2017, S. 95). Um eine intersubjektiv nachvollziehbare Umsetzung zu gewährleisten, wird sich an den von Rössler (2017, S. 97) genannten Gestaltungsvorschlägen orientiert. Das vorliegende Codebuch ist in vier Teile untergliedert: Zunächst werden verschiedene formale Variablen in Bezug auf die Tweets als Analyseeinheiten und die Twitteraccounts der Journalist:innen beschrieben, gefolgt von zwei Variablengruppen mit inhaltlichen Variablen. Die Variablen sind zudem mit Codierhinweisen und an realen Tweets angelehnten Beispielen versehen.

Insgesamt verfügt das Codebuch über einen Umfang von 24 Variablen mit neun Variablen für die formale Erfassung der Tweets und politischen Journalist:innen, zwölf Variablen entfallen auf die inhaltliche Analyse der Tweets und schließlich drei Variablen zur Erfassung der verwendeten Frames. Zwei Framekategorien werden dabei aus früheren Studien zum Framing im Kontext politischer Skandale von Berti (2019) und J. Maier et al. (2019) übernommen. Die Variable zur Erfassung themenübergreifender Frames entstammt der in unterschiedlichen Kontexten validierten Kategorisierung von Semetko und Valkenburg (2000). Alle weiteren verwendeten Variablen und ihre Ausprägungen wurden von Neuberger et al. (2011), Nuernbergk (2016) und van Dalen et al. (2012) übernommen und in Abhängigkeit des Untersuchungsgegenstandes der vorliegenden Arbeit – falls notwendig – angepasst.

Die verwendeten Codieranweisungen und Variablenbeschreibungen werden in weiten Teilen von der durch Neuberger et al. (2011) im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) durchgeführten Studie zum Einfluss von Twitter auf den professionellen Journalismus übernommen und eine Adaption bei einzelnen Variablen durchgeführt. Zudem werden ergänzend Variablenbeschreibungen von Engelke (2018) verwendet. Die Variablenbeschreibungen und ihre Ausprägungen sind in einigen Fällen nicht fortlaufend nummeriert, da während der Erstellung des Codebuchs einzelne Variablen oder Ausprägungen entfernt wurden.

Ablauf der Codierung

Die genaue Beschreibung des Ablaufs einer Codierung dient der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit der Studie. Wie Brosius et al. (2016) konstatieren, kann die Durchführung der Codierung „unter Umständen, je nach Komplexität derselben, genau festgelegt werden“ (S. 158).

Angesichts der Tatsache, dass die Codierung abseits des Reliabilitätstests durch den Autor selbst vorgenommen wurde, wird eine ausführliche Darstellung des Codierablaufs verzichtet.

Aufbau des Kategoriensystems

Variablengruppe: Formale Kategorien I

Beitragsnummer

Codierer

Erscheinungszeitpunkt

Umfang

Variablengruppe: Formale Kategorien II

Medium

Anzahl an Follower

Anzahl an Friends

Account-Name

Name des Journalisten / der Journalistin

Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien I

Link	Handlungsträger
------	-----------------

Kontext	Tonalität
---------	-----------

Meinung	Hinweis
---------	---------

Bewertung	Transparenz
-----------	-------------

Themen	Feedback
--------	----------

Ereignisraum	Kommunikationsart
--------------	-------------------

Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien II

Korruptions-Frames

Angriff/Verteidigungs-Frames

Themenübergreifende Frames

Kategoriensystem

Variablenname	Codieranweisung	Codes/Ausprägung
Variablengruppe: Formale Variablen I		
01_Beitragnummer	<p>Jeder Tweet erhält eine fortlaufende Nummer.</p> <p>Die Nummer setzt sich aus vier Ziffern zusammen. Die erste Ziffer entspricht dem Code des jeweiligen Codierers (siehe Variable 2). Anschließend werden die Beiträge fortlaufend durchnummeriert.</p> <p>Die Nummer wird ohne Leerzeichen oder Punkte vergeben.</p>	NUMERISCH
02_Codierer	<p>Hier wird der Codierer des Tweets erfasst.</p> <p>Die Codierung der Nummer erfolgt ohne Leerzeichen oder Punkte.</p> <p>Beispiel: 1. = 1</p>	<p>1 = Valentin Eder 2 = Maximilian Eder</p>
03_Erscheinungszeitpunkt	<p>Hier wird der Erscheinungszeitpunkt des Tweets im Format TT.MM.JJJJ erfasst.</p> <p>Beispiel:</p>	TT.MM.JJJJ

	<p>Warum die Medien über das #Strache-Video berichten mussten https://sz.de/1.4462476 7:35 nachm. · 25. Mai 2019 · Twitter for iPhone</p> <p>Erscheinungszeitpunkt = 25.05.2019</p>	
04 _Tweet_Umfang	<p>Hier wird der Umfang des Tweets in Wörtern erfasst. Als ein einzelnes Wort zählen unter anderem Emoticons, Hashtags, Hyperlinks und @-Mentions.</p> <p>Beispiel: FPÖ-Chef Strache auf Ibiza heimlich gefilmt. Hier ist das #StracheVideo https://t.co/x5nucZZQeZ via @SPIEGELONLINE</p> <p>Umfang = 13</p>	NUMERISCH
Variablengruppe: Formale Variablen II		
05_Medium_Journalist	<p>Hier wird nach Möglichkeit erfasst, für welches Medium der Journalist oder die Journalistin tätig ist.</p> <p>Die Zugehörigkeit wird der Beschreibung in der sogenannten Biografie des Accounts entnommen.</p> <p>Beispiel: Max Mustermann</p>	<p>1 = Der Spiegel 2 = Stern 3 = Focus 4 = Bild 5 = Süddeutsche Zeitung (SZ) 6 = Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) 7 = Die Welt 8 = Die Tageszeitung (taz) 9 = Die Zeit</p>

	<p>@MaxMuster Redakteur - Hauptstadtbüro DER SPIEGEL</p> <p>Medium = Spiegel</p>	<p>11 = News 12 = Trend 13 = Profil 14 = Kronen Zeitung 15 = Kleine Zeitung 16 = Die Presse 17 = Kurier 18 = Der Standard 19 = Falter 20 = Unklar</p>
07_Anzahl_Follower	<p>Hier wird die Anzahl der Follower des Journalisten / der Journalistin erfasst.</p> <p>Die Anzahl wird der Beschreibung in der sogenannten Biografie des Accounts entnommen.</p> <p>Die Codierung erfolgt ohne Leerzeichen, Kommata oder Punkte zwischen den Ziffern.</p> <p>Beispiel: 690 Folge ich 3.215 Follower</p> <p>Follower = 3215</p>	NUMERISCH
08_Anzahl_Friends	<p>Hier wird die Anzahl der Accounts erfasst, denen der Journalist oder die Journalistin folgt.</p>	NUMERISCH

	<p>Die Anzahl wird der Beschreibung in der sogenannten Biografie des Accounts entnommen. Die Codierung erfolgt ohne Leerzeichen, Kommata oder Punkte zwischen den Ziffern.</p> <p>Beispiel: 678 Folge ich 3.218 Follower</p> <p>Friends = 678</p>	
09_Name_Account	<p>Hier wird der Account-Name des Journalisten oder der Journalistin erfasst.</p> <p>Der Account-Name wird der Beschreibung in der sogenannten Biografie des Accounts entnommen. Die Codierung erfolgt ohne @-Zeichen vor dem Namen.</p> <p>Beispiel: Max Mustermann @MaxMuster Redakteur - Hauptstadtbüro DER SPIEGEL</p> <p>Account = MaxMuster</p>	STRING

10_Name_Verfasser	<p>Hier wird nach Möglichkeit der echte Name des Verfassers codiert werden, der den Profilangaben zu entnehmen ist, im Format VORNAME, NACHNAME</p> <p>Der echte Name wird der Beschreibung in der sogenannten Biografie des Accounts entnommen. Die Codierung erfolgt im Format VORNAME NACHNAME</p> <p>Beispiel: Max Mustermann @MaxMuster Redakteur - Hauptstadtbüro DER SPIEGEL</p> <p>Name = MAX MUSTER</p>	STRING
Variablengruppe: Inhaltliche Variablen I		
11_Tweet_Link	<p>Hier wird erfasst, ob der Tweet einen Link zu einem externen journalistischen Beitrag enthält.</p> <p>Auch der Link zu Sendehinweisen und Retweets mit Inhalt wird als ein Medium gezählt.</p> <p>Beispiel: FPÖ-Chef Strache auf Ibiza heimlich gefilmt. Hier ist das #StracheVideo https://t.co/x5nucZZQeZ via @SPIEGELONLINE</p>	1 = Ja, eigenes Medium 2 = Ja, anderes Medium 3 = Nein

12_Tweet_Kontext	<p>Hier wird der direkte Inhalt des jeweiligen Tweets erfasst. Linkstrukturen und Hashtags müssen einbezogen werden, um den Kontext eines Eintrags eindeutig bestimmen zu können.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Öffentliches codiert werden, wenn gesellschaftlich relevantes Geschehen oder Themen von allgemeinem Interesse dokumentiert, diskutiert oder bewertet werden.</p> <p>Öffentlich sind alle Tweets, die als Beitrag zu einem öffentlichen Diskurs verstanden werden können. Dies umfasst sowohl die Darstellung eines öffentlich relevanten Sachverhalts als auch dessen Bewertung oder eine private Meinungsäußerung zu einem öffentlich relevanten Thema. Empfehlungen und Hinweise auf öffentlich relevante Themen sind ebenfalls als öffentlich zu codieren.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Der designierte FPÖ-Chef und Vizekanzler Hofer äußert sich erstmals via Video - und betont, dass die FPÖ weiter hinter Innenminister Kickl steht https://t.co/hzUVd3288B</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Persönliches codiert werden, wenn persönliche Erfahrungen, Erlebnisse oder Meinungen im</p>	<p>1 = Öffentliches 2 = Persönliches 3 = Öffentliches und Persönliches 4 = Uneindeutig</p>
------------------	---	--

	<p>Mittelpunkt stehen und deren Inhalte dem persönlichen Erleben zugeordnet werden können.</p> <p>Persönliches betrifft den privaten Bereich, bei denen die eigene Person, sozialen Beziehungen im persönlichen Umfeld oder Alltagstätigkeiten oder -probleme im Mittelpunkt steht.</p> <p>Beispiel: Da freue mich drauf! https://t.co/wmiU0HD8gS</p> <p>Die Variable kann mit 3 = Öffentliches und Persönliches codiert werden, wenn zwei Aussagen im Tweet identifiziert werden, von denen die eine eindeutig öffentlich und die andere eindeutig persönlich ist. Liegt eine Vermischung zum Beispiel in Form einer privaten Äußerung zu einem öffentlich relevanten Thema vor, wird der Ausprägung 1 = Öffentlich Vorrang gegeben.</p> <p>Die Variable kann mit 4 = Uneindeutig codiert werden, wenn der Kontext nicht eindeutig identifizierbar ist oder Unsicherheit besteht, auf welchen Sachverhalt sich der Tweet bezieht.</p>	
13_Tweet_Meinung	<p>Hier wird erfasst, ob der Tweet eine Meinungsäußerung, Stellungnahme, Bewertung oder einen Kommentar enthält.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Ja codiert werden, wenn der Tweet Rückschlüsse auf die eindeutige Meinung des Journalisten oder</p>	<p>1 = Ja 2 = Nein</p>

	<p>der Journalistin über einen bestimmten Sachverhalt zu lässt. Bei einem Re-Tweet mit Meinungsäußerungen, Stellungnahmen, Bewertungen oder Kommentaren anderer Twitter-Nutzer:innen kann dieser ebenfalls mit dieser Ausprägung codiert werden.</p> <p>Beispiel: Die Herkunft des Ibiza-Videos ändert nichts am eigentlichen Inhalt. Es zeigt die Korruption österreichischer Politiker. Die Urheberschaft ist eine wichtige Frage, aber nicht die erste zu stellende Frage.</p> <p>Meinung = 1</p>	
14_Tweet_Bewertung	<p>Hier werden die Bewertung und Einstellung des Journalisten oder der Journalistin bezüglich des im Tweet behandelten Themas und zu journalistischen Recherchen erfasst.</p> <p>Bezugspunkt für die Einschätzung ist die vermutete Wahrnehmung eines durchschnittlichen Twitter-Nutzenden.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Überwiegend negativ codiert werden, wenn eine vornehmlich negative Bewertung oder Meinungsäußerung erkennbar ist, die sich auf das im Tweet genannte Thema bezieht.</p>	<p>0 = Keine Bewertung 1 = Überwiegend negativ 2 = Ausgewogen 3 = Überwiegend positiv</p>

	<p>Beispiel: Diesmal hat #Strache den Bogen überspannt. Die Ausrede von der „b’soffenen G’schicht“ zieht nicht #Strachevideo</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Ausgewogen codiert werden, wenn positive und negative Bewertungen des im Tweet genannten Themas geäußert werden.</p> <p>Beispiel: Philippa hält trotz #IbizaVideo zu ihrem Mann https://t.co/K4u80vl2om via @BILD</p> <p>Die Variable kann mit 3 = Überwiegend positiv codiert werden, wenn eine vornehmlich positive Bewertung oder Meinungsäußerung erkennbar ist, die sich auf das im Tweet genannte Thema bezieht.</p> <p>Beispiel: Ein sehr guter Kommentar von @wulfschmiese im @heutejournal zum #strachevideo https://t.co/N0ID6LyEJV</p>	
15_Tweet_Themen	<p>Hier wird der allgemeine Themenbereich des Tweets erfasst.</p> <p>Neben den an den klassischen Sparten des Journalismus orientierten Themenbereichen wurden die Themen Gesellschaft/Alltag, Wissenschaft/Technik, Unterhaltung und Medien/Internet ergänzt.</p>	<p>1 = Politik 2 = Wirtschaft 3 = Kultur 4 = Sport 5 = Gesellschaft/Alltag 6 = Wissenschaft/Technik</p>

	<p>Für die Zuordnung ist der Schwerpunkt des Themas entscheidend. Wenn durch das Lesen des Tweets keine eindeutige thematische Zuordnung vorgenommen werden kann, sind Linkstrukturen und Hashtags zu berücksichtigen.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Politik codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit politischen Inhalten, Akteur:innen und Prozessen der Innen- und Außenpolitik, oder politische Krisen, Affären und Skandale befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Wirtschaft codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit wirtschaftlichen Prozessen, Krisen, Affären und Skandale oder den Handlungen eines auf langfristige Gewinnerzielung ausgerichteten, privaten und autonomen Unternehmens befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 3 = Kultur codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit geistig-künstlerischen Inhalten in den Bereichen Kino und Film, Fernsehen, Literatur und Kunst beschäftigt.</p> <p>Die Variable kann mit 4 = Sport codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit Bewegungs-, Spiel- und Wettkampfformen und deren Kontexten befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 5 = Medien/Internet codiert werden, wenn der Schwerpunkt des Tweets auf professionellen und</p>	<p>7 = Unterhaltung 8 = Medien/Internet 9 = Sonstiges 10 = Uneindeutig</p>
--	---	---

	<p>alternativen journalistischen Medien, dem Verhältnis zwischen Publikum und Journalismus, Medienunternehmen und journalismusbezogenen Krisen, Affären und Skandale bzw. dem Internet oder sozialen Medien liegt.</p> <p>Die Variable kann mit 6 = Wissenschaft/Technik codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit wissenschaftlichen Erkenntnissen aller Fachrichtungen beschäftigt.</p> <p>Die Variable kann mit 7 = Unterhaltung codiert werden, wenn der Tweet Elemente der Popkultur zu Schwerpunkt hat.</p> <p>Die Variable kann mit 8 = Gesellschaft codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit gesellschaftlichen Akteur:innen, wie Kirche und Religion oder Prominente, oder gesellschaftlichen Themen wie soziale Beziehungen und soziale Inklusion, Zeitgeist und Zeitgeschehen oder Lifestyle beschäftigt. Grundsätzlich gilt, dass die zuvor definierten Ausprägungen im Zweifel vorrangig zu codieren sind.</p> <p>Die Variable kann mit 9 = Sonstiges codiert werden, wenn ein Thema erkennbar, aber nicht in den vorgegebenen Ausprägungen zu verorten ist.</p>	
--	--	--

	<p>Die Variable kann mit 10 = Uneindeutig codiert werden, wenn nicht zweifelsfrei zu identifizieren ist, um welches Sachgebiet es sich handelt.</p>	
<p>16_Tweet_Ereignisraum</p>	<p>Hier wird der jeweilige Ereignisraum des Tweets erfasst. Unter Ereignisraum wird der zentrale Raum des jeweiligen Ereignisses verstanden.</p> <p>Hier wird allgemein erfasst, wo der Ereignisraum schwerpunktmäßig – sofern er genannt wird oder aus dem Kontext erkennbar ist – zu verorten ist. Der Ereignisort hat diesbezüglich Vorrang vor der Herkunft der handelnden Akteur:innen. Es wird nicht der Betroffenheitsraum, sondern der Ausführungsort codiert, wenn er eindeutig erkennbar ist. Bei Einzelpersonen kann nicht vom üblichen Aufenthalts-/Handlungsort auf den Ort des im Tweet berührten Ereignisses geschlossen werden.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Deutschland codiert werden, wenn sich der in dem Tweet genannte Ereignisraum schwerpunktmäßig in Deutschland liegt.</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Österreich codiert werden, wenn sich der in dem Tweet genannte Ereignisraum schwerpunktmäßig in Österreich liegt.</p>	<p>1 = Deutschland 2 = Österreich 3 = Ausland 4 = In- und Ausland 5 = Kein Ereignisraum 6 = Uneindeutig</p>

	<p>Die Variable kann mit 3 = Ausland codiert werden, wenn sich der in dem Tweet genannte Ereignisraum schwerpunktmäßig nicht in Deutschland oder Österreich, sondern einem anderen Land liegt.</p> <p>Die Variable kann mit 4 = In- und Ausland codiert werden, wenn sich der in dem Tweet genannte Ereignisraum schwerpunktmäßig in Deutschland oder Österreich und einem anderen Land liegt.</p> <p>Die Variable kann mit 5 = Kein Ereignisraum codiert werden, wenn sich in dem Tweet kein Ereignisraum genannt wird.</p> <p>Die Variable kann mit 6 = Uneindeutig codiert werden, wenn in dem Tweet ein nicht eindeutig zu identifizierender Ereignisraum genannt wird.</p>	
17_Tweet_Handlungsträger	<p>Hier werden die zentralen Handlungstragenden erfasst. Es wird immer der im Tweet zuerst genannte oder zentrale Handlungstragende codiert.</p> <p>Handlungstragende sind Personen, Gruppen, Organisationen oder Institutionen, die im Tweet genannt werden. Sie können eine Handlung vollziehen, mit einem Ereignis in Zusammenhang gebracht werden, oder sie werden im Tweet mit einer Aussage zitiert. Handlungstragende kann auch der Verfasser des</p>	<p>1 = Legislative 2 = Exekutive 3 = Judikative 4 = Parteien 5 = Politiker 6 = Interessenverbände 7 = Organisierte Zivilgesellschaft– Interessengruppen 8 = Medien & Journalisten</p>

	<p>Tweets sein. Es wird immer der im Tweet zuerst genannte Handlungstragende codiert. Bezugspunkt ist die Einschätzung des durchschnittlichen Twitter-Nutzenden.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Legislative codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Parlamenten (Bundestag, Nationalrat, Bundesrat, Landtage, Kreistage und Kommunalparlamente) befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Exekutive codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Regierungen (Bundesregierung inkl. Kanzler:in und Minister, Landesregierung, Bürgermeister:in, Landrät:in), Verwaltungen (Bundes- und Landesbehörden), Polizei, Bundeswehr, Bundesheer, Feuerwehr befasst. Bei einer Doppelfunktion einer handelnden Person ist die Exekutive der zentrale Handlungsträger.</p> <p>Die Variable kann mit 3 = Judikative codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Gerichten und Richter:in, Staatsanwaltschaft, Pflichtverteidiger:in befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 4 = Parteien codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit einer politischen Partei befasst. Dabei steht nicht das Amt eines Politikers oder einer Politikerin im Mittelpunkt, sondern seine Parteizugehörigkeit.</p>	<p>9 = Wissenschaft</p> <p>10 = Wirtschaft</p> <p>11 = Sonstige Leistungsrolle</p> <p>12 = Einfache Bürger, öffentlich nicht bekannte Person(engruppe)</p> <p>13 = Kein Handlungsträger</p>
--	--	---

	<p>Die Variable kann mit 5 = Politiker codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit Politiker:innen befasst. Bei einer Doppelfunktion einer handelnden Person als Exekutive, ist die Exekutive der zentrale Handlungsträger.</p> <p>Die Variable kann mit 6 = Interessenverbände codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Kirchen, Wohlfahrtsinstitutionen, Gewerkschaften, Arbeitgeberverbände oder sonstigen Verbände befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 7 = Organisierte Zivilgesellschaft – Interessengruppen codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit NGOs, Bürgerinitiativen und anderen Gruppierungen befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 8 = Medien & Journalisten codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Redaktionen, Publizist:innen, Journalist:innen, Medien und Nachrichtenagenturen befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 9 = Wissenschaft codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Forschungseinrichtungen oder wissenschaftlichen Instituten befasst.</p>	
--	---	--

	<p>Die Variable kann mit 10 = Wirtschaft codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig beispielsweise mit Unternehmen, Versicherungen oder Banken befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 11 = Sonstige Leistungsrolle codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit handelnden Personen befasst, die nicht in der Liste zu finden sind, wie beispielsweise Sportler, Schauspieler etc.</p> <p>Die Variable kann mit 12 = Einfache Bürger, öffentlich nicht bekannte Person(en)gruppe codiert werden, wenn sich der Tweet schwerpunktmäßig mit nicht organisierten Gruppen befasst.</p> <p>Die Variable kann mit 13 = Kein Handlungsträger codiert werden, wenn kein Handlungsträger zweifelsfrei zu identifizieren ist.</p>	
18_Tweet_Tonalität	<p>Hier wird die Tonalität der Themenbehandlung erfasst.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Informationsorientiert codiert werden, wenn die Themenbehandlung eher durch Faktentreue, Neutralität und Objektivität gekennzeichnet ist. Die Vermittlung von Informationen steht im Vordergrund.</p> <p>Beispiel: Aktuelle OGM-Umfrage: 44 Prozent aller Österreicher glauben</p>	<p>1 = Informationsorientiert 2 = Unterhaltungsorientiert 3 = Ratgeber-/ serviceorientiert 4 = Unklar / nicht eindeutig</p>

	<p>an #Strache Comeback, bei den FPÖ-Anhängern sogar 60 Prozent</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Unterhaltungsorientiert codiert werden, wenn das Thema in erster Linie unterhaltend aufbereitet ist, die Themenbehandlung im Tweet z. B. durch Personalisierung, die Ansprache von Gefühlen, persönlichen Meinungen, satirische oder ironische Äußerungen auszeichnet.</p> <p>Beispiel: Ein neuer Hit aus #lbiza im deutschen TV 😊 https://t.co/NLx52tFqwr</p> <p>Die Variable kann mit 3 = Ratgeber-/ serviceorientiert codiert werden, wenn die Vermittlung von praktisch anwendbarem Wissen im Mittelpunkt steht (Handlungsanweisungen, „Tipps und Tricks“), dass die Rezipienten zur Lösung eigener Probleme verwenden können.</p> <p>Beispiel: Lesenswerter Beitrag über #lbiza – wann investigativer Journalismus ethisch gerechtfertigt ist https://t.co/s9SScd7xAd</p> <p>Die Variable kann mit 4 = Unklar/nicht eindeutig codiert werden, wenn nicht zweifelsfrei zu identifizieren ist, um welche Tonalität es sich handelt.</p>	
--	---	--

19_Tweet_Hinweis	<p>Hier wird erfasst, ob der Tweet a) direkt Medieninhalte oder b) durch Links Medieninhalte, beispielsweise in Form von Links auf „Fundstücke“ im Netz oder journalistische Quellen, zur Rezeption durch eine Angabe empfiehlt.</p> <p>Eine eindeutige Formulierung zur konkreten Handlungsaufforderungen muss nicht zwingend gegeben sein.</p> <p>Beispiel: Perspektive aus der Schweiz: Das #IbizaVideo und die «Kronen-Zeitung»: Regiert Österreichs größtes Boulevardblatt tatsächlich mit? https://t.co/JYaHQvntu via @nzz</p> <p>Hinweis = 1</p>	1 = Ja 2 = Nein
20_Tweet_Transparenz	<p>Hier wird erfasst, ob der Tweet eine Erklärung oder andere Hintergrundinformationen, beispielsweise durch die Nennung von Zitaten oder Zusammenfassungen, zu einem bereits publizierten Beitrag enthält.</p> <p>Beispiel: Wiener Manager und die Ibiza-Affäre: „Ich habe mehrere tausend Euro gespendet“ https://t.co/Ex5vVeELv8 via @profilonline</p> <p>Transparenz = 1</p>	1 = Ja 2 = Nein

21_Tweet_Feedback	<p>Hier wird erfasst, ob Journalist:innen ihr Publikum auffordern, ein Feedback zu dem Tweet zu geben.</p> <p>Beispiel: Entlassung oder Rücktritt: Was meint ihr? #strachevideo #ibizagate</p> <p>Feedback = 1</p>	<p>1 = Ja 2 = Nein</p>
22_Tweet_Kommunikationsart	<p>Hier wird die Kommunikationsart des Journalisten oder der Journalistin erfasst.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Persönliche Kommunikation codiert werden, wenn in dem Tweet Informationen mitgeteilt werden, die einen persönlichen Eindruck, wie beispielsweise den emotionalen Zustand, aktuellen Standort etc. betreffen.</p> <p>Beispiel: Heute ist es vorbei mit der FPÖ. Endlich. #stracheruecktritt</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Öffentliche Kommunikation codiert werden, wenn Inhalte mit sozialer oder öffentlicher Relevanz kommuniziert werden. Sie kann persönliche Eindrücke von politischen oder anderen gesellschaftlichen Ereignissen enthalten, aber die Informationen selbst sind ein Beitrag von allgemeinem Interesse.</p>	<p>1 = Persönliche Kommunikation 2 = Öffentliche Kommunikation</p>

	<p>Beispiel: Keine Innenpolitik? Durch die aktuellen Meldungen ändert sich natürlich das Thema von #imzentrum. Details zum aktuellen Stand folgen. https://t.co/5e59zb78pW</p> <p>Kommunikationsart = 1</p>	
<p>Variablengruppe: Inhaltliche Kategorien II</p>		
<p>23_Korruptions_Frame</p>	<p>Hier wird erfasst, ob in dem Tweet der vorliegende Sachverhalt als Korruption aufgefasst wird.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Korruption als persönliche Verfehlung codiert werden, wenn in dem Tweet die Handlungen von Personen als Ursache der Korruption, ein negatives moralisches Urteil gegenüber Personen oder die Lösung der Korruption in der Bestrafung der korrupten Personen durch rechtliche Maßnahmen und politische Ächtung dargestellt werden.</p> <p>Beispiel: FPÖ-Chef #Strache und Ibiza: Die Korruption des Vizekanzlers #strachevideo https://t.co/hP4eT0RE53</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Korruption als systemische Verfehlung codiert werden, wenn in dem Tweet die Ursachen</p>	<p>1 = Korruption als persönliche Verfehlung 2 = Korruption als systemische Verfehlung 3 = Kein Frame</p>

	<p>der Korruption im politischen System insgesamt oder (in einigen Fällen) in der Gesellschaft dargestellt werden.</p> <p>Beispiel: Die FPÖ mit einem schweren Eigentor. #Strache und #Gudenus politisch erledigt, aber wer wusste noch von den Vereinen?</p> <p>Die Variable kann mit 3 = kein Frame codiert werden, wenn ein Frame nicht zweifelsfrei zu identifizieren ist.</p>	
24_Angriff/Verteidigung_Frame	<p>Hier wird erfasst, ob in dem Tweet der genannte Sachverhalt angegriffen oder verteidigt wird.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Expliziter Angriffsframe codiert werden, wenn in dem Tweet das Verhalten von korrupten Personen als persönliche Schuld oder Normverletzung dargestellt wird. Dabei müssen alle Frame-Elemente (bestimmte Definition des Problems, ursächliche Interpretation, Handlungsempfehlung und moralische Bewertung) genannt werden.</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Impliziter Angriffsframe codiert werden, wenn in dem Tweet das Verhalten von korrupten Personen als persönliche Schuld oder Normverletzung dargestellt wird. Dabei müssen zwei oder drei Frame-Elemente (bestimmte Definition des Problems, ursächliche Interpretation,</p>	<p>1 = Expliziter Angriffsframe 2 = Impliziter Angriffsframe 3 = Expliziter Verteidigungsframe 4 = Impliziter Verteidigungsframe 5 = Kein Frame</p>

	<p>Handlungsempfehlung und moralische Bewertung) genannt werden.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Sieben Stunden #StracheVideo zeigen uns: „naiv“ wirkt er wirklich nicht. Wirkt er korrupt und bestechlich? Sicher. Das ist verwerflich und hier musste der Fall kommen https://t.co/aLaScJaLg</p> <p>Die Variable kann mit 3 = Expliziter Verteidigungsframe codiert werden, wenn in dem Tweet das Verhalten von korrupten Personen verteidigt, erklärt wird oder Sympathie für das gezeigt wird für das, was die Personen getan haben. Dabei müssen alle Frame-Elemente (bestimmte Definition des Problems, ursächliche Interpretation, Handlungsempfehlung und moralische Bewertung) genannt werden.</p> <p>Die Variable kann mit 4 = Impliziter Verteidigungsframe codiert werden, wenn in dem Tweet das Verhalten von korrupten Personen verteidigt, erklärt wird oder Sympathie für das gezeigt wird für das, was die Personen getan haben. Dabei müssen zwei oder drei Frame-Elemente (bestimmte Definition des Problems, ursächliche Interpretation, Handlungsempfehlung und moralische Bewertung) genannt werden.</p>	
--	--	--

	<p>Beispiel:</p> <p>Gute Recherche zum #StracheVideo. Sorgfältig zu recherchieren ist wichtiger denn je. Bitte: Kauft Zeitungen und schließt (Digi-)Abos von @DerSPIEGEL @SZ @falter_at ab, damit es weiter gehen kann.</p> <p>Die Variable kann mit 5 = kein Frame codiert werden, wenn ein Frame nicht zweifelsfrei zu identifizieren ist.</p>	
25_Allgemein_Frame	<p>Hier werden die allgemeinen thematischen Frames erfasst.</p> <p>Die Variable kann mit 1 = Verantwortungsframe codiert werden, wenn in einem Tweet die Verantwortung für seine Ursache oder Lösung einzelnen Personen oder Gruppen zugeschrieben wird.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Heinz-Christian Strache trägt die Verantwortung. Er sitzt in der Falle. https://t.co/kSDipKoYqY</p> <p>Die Variable kann mit 2 = Human-Interest-Frame codiert werden, wenn in einem Tweet ein Ereignis, eine Frage oder ein Problem mit einer Person oder aus einem emotionalen Blickwinkel dargestellt wird.</p>	<p>1 = Verantwortungsframe 2 = Human-Interest-Frame 3 = Konfliktframe 4 = Moralframe 5 = Ökonomieframe 6 = Kein Frame</p>

Beispiel:

Minister Blümel trägt #imzentrum türkisene Socken. Ganz passend zum #ibizagate

Die Variable kann mit **3 = Konfliktframe** codiert werden, wenn in einem Tweet ein Konflikt zwischen Individuen, Gruppen oder Institutionen genannt wird.

Beispiel:

Verschwörungsdenken bei der FPÖ: WIR gegen DIE – schuld sind immer die anderen #lbiza

Die Variable kann mit **4 = Moralframe** codiert werden, wenn in einem Tweet ein Ereignis, Problem oder Frage im Zusammenhang mit religiösen Lehren oder moralischen Vorschriften genannt wird.

Beispiel:

Fehlende Moral von #Strache auf ganzer Linie. Fällt er einfach auf so eine 08/15-Show rein #lbiza

Die Variable kann mit **5 = Ökonomieframe** codiert werden, wenn in einem Tweet ein Ereignis, ein Problem oder eine Angelegenheit im Hinblick auf die wirtschaftlichen Folgen, die es für eine Person, eine Gruppe, eine Institution, eine Region oder ein Land haben wird, dargestellt wird.

	<p>Beispiel:</p> <p>Gemeinnützige Vereine im FPÖ-Umfeld, die bei Wirtschaftstreibenden Spenden einsammeln. https://t.co/ndaAwyVhdk via @profil</p> <p>Die Variable kann mit 6 = kein Frame codiert werden, wenn ein Frame nicht zweifelsfrei zu identifizieren ist.</p>	
--	---	--

Anhang 3: Reliabilitätstests

Tabelle A16: Reliabilitäten aller Variablen des Intercoderreliabilitätstests

Variablengruppe	Variable	Holstis RC (rH)	Krippendorffs α (r_α)
Formale Kategorien I	03_Erscheinungszeitpunkt	1	1
	04_Beitraglänge	1	1
	Durchschnittswert	1	1
Formale Kategorien II	05_Medium_Journalist	1	1
	07_Anzahl_Follower	1	1
	08_Anzahl_Friends	1	1
	09_Name_Account	1	1
	10_Name_Verfasser	1	1
	Durchschnittswert	1	1
Inhaltliche Kategorien I	11_Tweet_Link	.92	.78
	12_Tweet_Kontext	.87	.65
	13_Tweet_Meinung	1	.72
	14_Tweet_Bewertung	.89	.36
	15_Tweet_Themen	.81	.36
	16_Tweet_Ereignisraum	.81	.59
	17_Tweet_Handlungsträger	.90	.57
	18_Tweet_Tonalität	.86	.63
	19_Tweet_Hinweis	.96	.42
	20_Tweet_Transparenz	.95	.53
	21_Tweet_Feedback	1	1
	22_Tweet_Kommunikationsart	.98	.70
	Durchschnittswert	.91	.61
Inhaltliche Kategorien II	23_Korruptions_Frame	.98	.83
	24_Angriff/Verteidigung_Frame	.95	.70
	25_Allgemein_Frame	.99	.69
	Durchschnittswert	.97	.74
Durchschnittswert		.97	.84

n=90

Tabelle A17: Reliabilitäten aller Variablen des Intracoderreliabilitätstests

Variablengruppe	Variable	Holstis RC (rH)	Krippendorffs α (r_α)
Formale Kategorien I	03_Erscheinungszeitpunkt	1	1
	04_Beitraglänge	1	1
	Durchschnittswert	1	1
Formale Kategorien II	05_Medium_Journalist	1	1
	07_Anzahl_Follower	1	1
	08_Anzahl_Friends	1	1
	09_Name_Account	1	1
	10_Name_Verfasser	1	1
	Durchschnittswert	1	1
Inhaltliche Kategorien I	11_Tweet_Link	.90	.77
	12_Tweet_Kontext	.96	.76
	13_Tweet_Meinung	.99	.74
	14_Tweet_Bewertung	.88	.33
	15_Tweet_Themen	.96	.69
	16_Tweet_Ereignisraum	.96	.72
	17_Tweet_Handlungsträger	.95	.79
	18_Tweet_Tonalität	.81	.59
	19_Tweet_Hinweis	.90	.64
	20_Tweet_Transparenz	.93	.55
	21_Tweet_Feedback	1	1
	22_Tweet_Kommunikationsart	.99	.84
	Durchschnittswert	.93	.70
Inhaltliche Kategorien II	23_Korruptions_Frame	.96	.74
	24_Angriff/Verteidigung_Frame	.91	.66
	25_Allgemein_Frame	.93	.84
	Durchschnittswert	.93	.75
Durchschnittswert		.97	.86

n=90

Anhang 4: Interviewleitfaden

Ziel des Leitfadeninterviews

Erfahrungen politischer Journalist:innen in Deutschland und Österreich hinsichtlich einer journalistischen Nutzung von Twitter und Kommunikationsstrukturen innerhalb des sozialen Mediums erheben.

Einleitung

Ich forsche derzeit für meine Dissertation an der Universität Passau zur Twitter-Kommunikation von Journalist*innen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Ibiza-Affäre in Österreich. Vor diesem Hintergrund interessieren mich Ihre Erfahrungen zur Nutzung von Twitter im Rahmen Ihrer journalistischen Arbeit und spezifische Kommunikationsstrukturen innerhalb des sozialen Mediums.

Die Ergebnisse des Interviews ergänzen die im vergangenen Jahr erhobenen Daten und sollen Mitte 2022 im Rahmen der Dissertationsschrift wissenschaftlich publiziert werden. Diese kann Ihnen gerne zur Verfügung gestellt werden.

Das Interview wird in etwa 30 Minuten dauern. Sind Sie damit einverstanden, dass ich das Interview aufnehme, um es besser transkribieren zu können?

[Zustimmung abwarten]

Ich würde zudem gerne Ihre Organisation und Ihre Funktion nennen, wenn das für Sie in Ordnung ist. Wenn gewünscht, werden Ihnen die verwendeten Zitate vor einer Veröffentlichung vorlegen. Sind Sie damit einverstanden?

[Zustimmung abwarten]

Themenbereich 1: Erfahrungen zur Nutzung von Twitter in der journalistischen Arbeit

- Welche Gründe haben Sie dazu veranlasst auf Twitter aktiv zu werden?
- Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, ob Sie Twitter verlassen würden?
- Ganz allgemein gefragt: Wofür eignet sich Twitter in Ihrer journalistischen Arbeit besonders gut?
- Wie wichtig würden Sie Twitter für Ihre tägliche Arbeit als Journalist [Journalistin] einschätzen?
- Bestehen redaktionelle Regeln bei der Veröffentlichung von Tweets hinsichtlich bestimmter Inhalte?

Themenbereich 2: Erfahrungen zu Kommunikationsstrukturen von Twitter

- Nutzen Sie mehrere Twitter-Accounts für das private und berufliche Umfeld?
- Nutzen sie Twitter hauptsächlich für Hinweise auf eigene journalistische Beiträge?
- Welche anderen Beitragsinhalte werden von Ihnen auf Twitter gepostet?
- Nutzen Sie Twitter zum Austausch mit anderen Twitter-Nutzenden? Mit „Austausch“ ist hier gemeint, dass Sie auf Tweets von Nutzenden reagieren und/oder Nutzende zur Interaktion auffordern.
- Nutzen Sie als politischer Journalist Twitter um sich mit politischen Akteur:innen zu vernetzen?
- Können Sie konkrete Fälle aus Ihrer journalistischen Arbeit nennen, in denen die Kommunikation mit anderen Nutzenden Einfluss auf den Inhalt Ihres journalistischen Beitrags hatte?

Abschließende Frage

- Eine abschließende Frage zur Ibiza-Affäre: Sehen Sie sie als eine persönliche Verfehlung oder ein systemisches Versagen?