

Ein Bilanzskandal in den Medien

Eine kritische Diskursanalyse rund um Aufstieg und Fall der Wirecard AG anhand der Berichterstattung in deutschen Tageszeitungen

von:

Philipp Marchhart, BSc (WU)

wf191518

Begutachterin:

FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek

Zweitbegutachterin:

Tatjana Aubram, BA MA

St. Pölten, am 30.8.2021

1. Abgabe

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Masterarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

- ich dieses Masterarbeitsthema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter/von der Begutachterin beurteilten Arbeit überein.

St.Pölten, 30.8.2021

Ort, Datum

.....

Unterschrift

Danksagung

Ich möchte mich zunächst bei meiner Familie, insbesondere bei meinen Eltern, für die jahrelange Unterstützung auf meinem Bildungs- und Lebensweg, bedanken. Danke, dass ihr mir immer zur Seite gestanden seid und mir von meiner Kindheit an, ein sorgenfreies und glückliches Leben ermöglicht habt. Zudem möchte ich mich bei meiner Freundin Anja bedanken. Das Schreiben einer Masterarbeit verlangt nicht nur dem Verfasser, sondern auch seinem Umfeld einiges ab. Ich weiß sehr zu schätzen, dass du mir in dieser Zeit vieles abgenommen hast, damit ich meinen Fokus voll und ganz auf diese Arbeit richten konnte. Speziellen Dank, möchte ich an das gesamte Team des Studiengangs Wirtschafts- und Finanzkommunikation an der FH St. Pölten und vor allem an die Studiengangsleiterin Frau Monika Kovarova-Simecek richten. Ich durfte während des Studiums sehr viel Neues und Spannendes lernen und entdecken. Die Auswahl eines für mich interessanten und geeigneten Masterstudiengangs fiel mir nicht leicht. Umso glücklicher bin ich, mit dem Master Wirtschafts- und Finanzkommunikation einen Studiengang gefunden zu haben, der all meine Interessen abdecken konnte und der gleichzeitig auch mein Interesse für viele weitere neue Themen geweckt hat.

Zusammenfassung

Das Zahlungsdienstleistungsunternehmen Wirecard galt jahrelang als der Star der deutschen Technologiebranche. Während das Management Jahr für Jahr neue Rekordgewinne vermeldete, eilte auch der Aktienkurs Wirecards von einem Höchststand zum nächsten. Nachdem jedoch bereits zuvor vermehrt Kritik an den Bilanzierungsmethoden des Unternehmens geübt wurde, deckten kritische Journalistinnen und Journalisten im Jahr 2020 den milliardenschweren Bilanzskandal um Wirecard auf. Während beispielsweise die Rolle der Aufsichtsbehörden und der Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer bereits breit diskutiert wurde, wurde jene der Medien in dem Bilanzskandal noch nicht näher beleuchtet. Diese Arbeit setzt sich daher anhand eines multimethodischen Forschungsdesigns mit dem medialen Diskurs rund um Wirecard in deutschen Tageszeitungen auseinander. Dabei wird zudem hinterfragt, inwiefern diese durch kritische und ausgewogene Berichterstattung über das Unternehmen zum öffentlichen Diskurs rund um Wirecard beigetragen haben. Nachdem zunächst eine quantitative Analyse das Ausmaß der Berichterstattung über Wirecard im Untersuchungszeitraum 2015 bis 2020 betrachtet, wird anhand der Methoden der Framing-Analyse und der Critical Discourse Analysis (CDA), der mediale Diskurs um Wirecard und dessen Verlauf beleuchtet. Dabei zeigt sich, dass sich der Diskurs um Wirecard über den Untersuchungszeitraum hinweg stark verändert hat. Während das Unternehmen zu Beginn noch tendenziell positiv in den Medien betrachtet wurde, blickten diese in den beiden Jahren vor dem Bilanzskandal und der Insolvenz weitaus kritischer auf das Unternehmen. Zwar leisteten die untersuchten Tageszeitungen durchaus durch kritische Berichterstattung einen Beitrag zum Diskurs rund um Wirecard. Jedoch zeigen die Ergebnisse dieser Arbeit, dass die untersuchten Medien allgemein eher spät die Kritik an Wirecard in größerem Ausmaß in ihrer Berichterstattung thematisiert haben. Frühe Warnsignale rund um mögliche Ungereimtheiten bei den Bilanzierungsmethoden Wirecards wurden unterdessen nicht ausführlicher behandelt.

Abstract

For years, the payment services company Wirecard was considered the star of the German technology sector. While the management announced new record profits year after year, Wirecard's share price also rushed from one high to the next. However, after increasing criticism had already been levelled at the company's accounting methods, critical journalists uncovered the billion-dollar accounting scandal surrounding Wirecard in 2020. While the role of the supervisory authorities and auditors, for example, is already widely discussed, the role of the media in the accounting scandal has not yet been examined in detail. This paper therefore uses a multi-method research design to examine the media discourse surrounding Wirecard in German daily newspapers. In this context, it is also questioned to what extent they have contributed to the public discourse surrounding Wirecard through critical and balanced reporting on the company. After a quantitative analysis of the extent of reporting on Wirecard in the period under review from 2015 to 2020, the methods of framing analysis and Critical Discourse Analysis (CDA) are used to examine the media discourse surrounding Wirecard and how it developed. The results suggest that the discourse surrounding Wirecard has changed significantly over the period under review. While the company was still viewed positively in the media at the beginning, the examined newspapers were far more critical of the company in the two years before the accounting scandal and the insolvency of Wirecard. The daily newspapers examined did indeed contribute to the discourse surrounding Wirecard through critical reporting. However, the results of this work show that the media investigated were generally rather late in addressing the criticism of Wirecard to a greater extent in their reporting. Meanwhile, early warning signals concerning possible inconsistencies in Wirecard's accounting methods were not covered in any detail.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung und Forschungsfragen	3
1.2	Forschungsdesign und methodischer Zugang	4
1.3	Gang und Aufbau der Arbeit	6
2	Forschungsstand	7
3	Theoretischer Hintergrund	10
3.1	Der Fall Wirecard.....	10
3.1.1	Anfänge als Unternehmen der New Economy	10
3.1.2	Aufstieg bis in die höchste Börsenliga.....	12
3.1.3	Erste Vorwürfe und Short-Selling-Attacken.....	18
3.1.3.4	SdK-Affäre.....	18
3.1.3.5	Vorwürfe des Finanznachrichtendienst GoMoPa.net.....	20
3.1.3.6	Zatarra-Report.....	20
3.1.3.7	Berichterstattung der Financial Times	21
3.1.4	Der tiefe Fall und die Insolvenz.....	25
3.1.5	Kritik an Finanzaufsicht, Politik und Wirtschaftsprüfungsunternehmen .	30
3.2	Finanzjournalismus – theoretische Verortung.....	32
3.2.1	Finanzjournalismus als journalistisches Spezialgebiet.....	32
3.2.2	Finanzjournalistische Publika	34
3.2.3	Funktionen des Finanzjournalismus im wissenschaftlichen Diskurs	36
3.2.4	Selbstbild und -anspruch im Finanzjournalismus	37
3.2.5	Kritik am Finanzjournalismus	40
3.3	Die deutsche Medienlandschaft.....	43

3.3.1 Aufbau & Struktur.....	44
3.3.2 Tageszeitungen in Deutschland.....	45
3.3.2.1 BILD	46
3.3.2.2 Süddeutsche Zeitung.....	47
3.3.3.3 Frankfurter Allgemeine Zeitung	48
3.3.3.4 Die Welt.....	48
3.3.3.5 Handelsblatt	49
3.4 Forschungsdesign und methodische Vorgehensweise.....	49
3.4.1 Mixed-Methods-Ansatz	50
3.4.1.1 Motive für Mixed-Methods-Ansatz	51
3.4.1.2 Designs der Mixed-Methods-Forschung.....	53
3.4.1.3 Mixed-Methods-Design in der vorliegenden Untersuchung	55
3.4.2 Die Framing-Analyse.....	56
3.4.2.1 Bedeutung des Framing-Ansatzes	57
3.4.2.2 Kategorien von Frames	59
3.4.2.3 Ablauf des Framing-Prozesses.....	62
3.4.3 Die kritische Diskursanalyse	64
3.4.3.1 Der Diskursbegriff.....	64
3.4.3.2 Die sozialwissenschaftliche Diskursforschung.....	65
3.4.3.3 Die kritische Diskursanalyse – Critical Discourse Analysis (CDA)..	65
4 Empirische Untersuchung.....	68
4.1 Forschungsfragen.....	68
4.2 Methodischer Zugang	69
4.2.1 Quantitative Text-Analyse	70
4.2.2 Framing-Analyse	72
4.2.3 Kritische Diskursanalyse	76

4.2.4 Limitationen und Methodenkritik	80
4.3 Datenerhebung.....	82
4.4 Datenauswertung und Ergebnisse.....	83
4.4.1 Quantitative Analyse	83
4.4.1.1 Umfang der Berichterstattung in den einzelnen Jahren	84
4.4.2 Framing-Analyse	88
4.4.2.1 Medien-Frames 2015 bis 2017	88
4.4.2.1 Medien-Frames 2018	93
4.4.2.2 Medien-Frames 2019	98
4.4.2.3 Medien Frames 2020.....	103
4.4.3 Diskursanalyse.....	108
4.4.3.1 Diskurs 2015 bis 2017	109
4.4.3.2 Diskurs 2018.....	111
4.4.3.3 Diskurs 2019.....	112
4.4.4.4 Diskurs 2020.....	116
5 Fazit	121
5.1 Beantwortung der Forschungsfragen	121
5.3 Conclusio und Forschungsausblick	131
Literatur- & Quellenverzeichnis	134
Anhang.....	I
Exposé Master These	II
Artikelliste Framing-Analyse.....	X

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sequenzielles multimethodisches Forschungsdesign	6
Abbildung 2: Umsatzentwicklung der Wirecard AG 2005-2018 in Mio. Euro.....	17
Abbildung 3: Gewinnentwicklung der Wirecard AG 2005-2018 in Mio. Euro.....	17
Abbildung 4: Kursentwicklung der Wirecard-Aktie von 2005-2018.....	18
Abbildung 5: Aktienkurs der Wirecard AG von 2018-2020	30
Abbildung 6: Matrix für Mixed-Methods-Forschungsdesigns.....	53
Abbildung 7: Elemente eines Medien-Frames.....	61
Abbildung 8: Framing als mehrstufiger Prozess.....	62
Abbildung 9: Reichweite der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland in Millionen Lesern	71
Abbildung 10: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2015	84
Abbildung 11: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2016	85
Abbildung 12: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2017	85
Abbildung 13: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2018	86
Abbildung 14: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2019	87
Abbildung 15: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2020	88
Abbildung 16: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2015-2017	89
Abbildung 17: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2018	94
Abbildung 18: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2019	98
Abbildung 19: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2020	104
Abbildung 20: Kritischer Bericht zu Kursschwankungen bei Wirecard	111
Abbildung 21: Kritischer Blick auf den Umgang Wirecards mit den Vorwürfen ...	114
Abbildung 22: Kritik an Aufsichtsbehörden und Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern	117
Abbildung 23: Short-Seller werden für ihre Kritik an Wirecard gelobt.....	118

Abbildung 24: Medien als Ratgeber für Wirecard-Anleger	120
Abbildung 25: Ausmaß der Berichterstattung zwischen 2015 und 2020	122
Abbildung 26: Medien-Frames in der Berichterstattung über Wirecard.....	127

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Methodische Schritte bei Mixed-Methods.....	55
Tabelle 2: Definierte Frame-Elemente	75
Tabelle 3: Texte mit Bezug auf Wirecard in den untersuchten Tageszeitungen zwischen 2015 und 2020	84
Tabelle 4: Cluster/Frames 2015-2017	89
Tabelle 5: Mittelwerte der Variablen je Frame 2015-2017.....	91
Tabelle 6: Cluster/Frames 2018	94
Tabelle 7: Mittelwerte der Variablen je Frame 2018.....	96
Tabelle 8: Cluster/Frames 2019	99
Tabelle 9: Mittelwerte der Variablen je Frame 2019.....	100
Tabelle 10: Cluster/Frames 2020	104
Tabelle 11: Mittelwerte der Variablen je Frame 2020.....	106

Abkürzungsverzeichnis

AFP	Agence France-Presse
AG.....	Aktiengesellschaft
APA.....	Austria Presse Agentur
APAS	Abschlussprüferaufsichtsstelle
bzw.	beziehungsweise
BaFin.....	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
CEO	Chief Executive Officer
CDA	Critical Discourse Analysis
DAX	Deutscher Aktienindex
Dpa	Deutsche Presse-Agentur
DPR	Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung
EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FAS.....	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung
FF	Forschungsfrage
FT	Financial Times
GmbH.....	Gemeinschaft mit beschränkter Haftung
ISIN.....	International Securities Identification Number
insg.	insgesamt
SdK.....	Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger
SZ	Süddeutsche Zeitung
usw.	und so weiter

1 Einleitung

In diesem einleitenden Kapitel sollen zunächst die Problemstellung und die wissenschaftliche Relevanz dieser Forschungsarbeit erörtert werden. Des Weiteren werden die Zielsetzung und die gestellten Forschungsfragen dieser Arbeit beschrieben. Schließlich wird das Forschungsdesign und das methodische Vorgehen erläutert und der Aufbau der Forschungsarbeit erklärt.

1.1 Problemstellung

„Es kann derzeit nicht ausgeschlossen werden, dass die Wirecard AG in einem Betrugsfall erheblichen Ausmaßes zum Geschädigten geworden ist.“

Mit diesen Worten richtete sich der frühere Vorstandschef von Wirecard, Markus Braun, am 18. Juni 2020 an die Aktionärinnen und Aktionäre des Unternehmens (Der Spiegel, 2020). EY, der Bilanzprüfer des Unternehmens, informierte Wirecard darüber, dass aufgrund unberechtigter Bankbestätigungen weitere Prüfungshandlungen für einen Bestätigungsvermerk für den Jahresabschluss des Geschäftsjahres 2019 notwendig seien. Konkret gebe es keine Hinweise auf die Existenz von Guthaben über 1,9 Milliarden Euro, die auf Treuhandkonten in Asien liegen sollen (Peitsmeier, 2020c). Wenig später stellt sich heraus, dass diese Guthaben vermutlich nie existierten (Wirecard AG & Stöckl, 2020i). Am 25. Juni 2020 meldet Wirecard Insolvenz an – der Aktienkurs des Unternehmens ist zu diesem Zeitpunkt in wenigen Tagen um rund 99 Prozent eingebrochen (Wirecard AG & Stöckl, 2020j).

Die Causa Wirecard gilt als einer der größten Bilanzskandale und Betrugsfälle in der deutschen Wirtschaftsgeschichte (Bender, Drost, et al., 2021). Der tiefe Fall und die erste Insolvenz eines im deutschen Leitindex DAX vertretenen Unternehmens (Zwick, 2020c) folgte auf einen rasanten Aufstieg. Jahrelang verzeichnete Wirecard ein rekordverdächtiges Umsatz- und Gewinnwachstum. Auch der Aktienkurs vervielfachte sich über die Jahre hinweg um mehrere tausende Prozent. Das Unternehmen entwickelte sich von einem kleinen Startup Ende der 1990er-Jahre zu einem internationalen Konzern und Börsenliebling Deutschlands. Dabei war der Erfolg des Unternehmens offenbar bereits seit längerer Zeit auf einem Bilanzbetrug

erheblichen Ausmaßes aufgebaut. Zwar äußerten sich in der Geschichte des Unternehmens einige wenige Analytinnen und Analysten sowie Journalistinnen und Journalisten kritisch in Bezug auf Verfehlungen des Unternehmens (McCrum, 2020). Jedoch gelang es Wirecard immer wieder die Kritik beiseitezuräumen und das Vertrauen in das Unternehmen zurückzugewinnen. Bis sich der Betrug schließlich nicht mehr vor der Öffentlichkeit verstecken ließ und die Erfolgsgeschichte Wirecards, auch durch das Zutun einiger kritischer Marktakteurinnen und Marktakteure sowie Journalistinnen und Journalisten, ihr jähes Ende fand.

Seitdem wird in der Öffentlichkeit breit diskutiert, wer für den Skandal verantwortlich ist und wie es möglich war, dass der Betrug über einen so langen Zeitraum hinweg nicht aufflog. Einige der Hauptakteure in der Causa Wirecard stehen vor einer Anklage. Wiederum andere Hauptverdächtige befinden sich weiterhin auf der Flucht. Auch die Rolle der Bilanzprüferinnen und Bilanzprüfer sowie der deutschen Finanzaufsicht werden genau geprüft. Zudem setzte sich ein Untersuchungsausschuss mit der politischen Verantwortung auseinander (Bender, Drost, et al., 2021).

Die Rolle der Medien in dem Bilanzskandal und die mediale Berichterstattung über Wirecard wurden hingegen weder in der Öffentlichkeit auf breiter Basis behandelt noch wissenschaftlich beleuchtet. Dabei können die Medien sowohl bei der Aufarbeitung als auch bei der Aufdeckung von Unternehmens- und Bilanzskandalen eine wichtige Rolle spielen. So wird häufig auf die *Watchdog-Rolle* des Journalismus und seine sogenannte *vierte Macht im Staat* hingewiesen (Borden, 2007; Doyle, 2006; Mast, 2012). Entscheidend bei der Einordnung der Rolle der medialen Berichterstattung in solchen Bilanzskandalen ist vor allem ihr Beitrag zum allgemeinen öffentlichen Diskurs. Medien können durch eine ausgewogene und distanziert-kritische Berichterstattung auf mögliche Verfehlungen hinweisen und damit zum Handeln aufrufen (Usher, 2013).

Bei vergangenen Bilanzskandalen und Finanzkrisen wurden häufig kritische Stimmen gegenüber der medialen Berichterstattung des Wirtschafts- und Finanzjournalismus laut. Als Beispiele können hierfür der Bilanzskandal des Energiekonzerns Enron in den USA oder das Platzen der Immobilienblase ebenso

in den USA und die darauffolgende weltweite Finanzkrise angeführt werden (Doyle, 2006; Knowles, 2018; Mast, 2003; Schifferes, 2012; Shaw, 2016; Tambini, 2010; Usher, 2013).

Eine Untersuchung des Beitrags der medialen Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um die Wirecard AG kann somit beitragen, die Rolle des Wirtschafts- und Finanzjournalismus vor und in solchen Krisen oder Skandalen genauer zu beleuchten und einzuordnen. Historische Beispiele wie etwa der Enron-Bilanzskandal, das Platzen der Immobilienblase in den USA oder die Dotcom-Blase haben gezeigt, dass der Wirtschaftsjournalismus und der Finanzjournalismus im Speziellen ihrem oftmals geäußerten Selbstbild einer kritischen Berichterstattung nicht adäquat gerecht wurden. Diese Arbeit soll daher die inhaltliche Auseinandersetzung der Medien mit dem Konzern Wirecard und dem damit verbundenen Bilanzskandal sowie der Insolvenz analysieren. Zudem sollen aus den Ergebnissen dieser Analyse Parallelen zu vergleichbaren Bilanzskandalen aus der Vergangenheit gezogen werden und somit mögliche Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen für die Zukunft gegeben werden.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Diese Masterarbeit soll die eingangs beschriebene Forschungslücke schließen. Dazu werden die Berichterstattung und der Diskurs rund um Wirecard mithilfe eines multimethodischen Zugangs analysiert und eingeordnet. Diese Forschungsarbeit soll untersuchen wie in deutschen Tageszeitungen über den rasanten Aufstieg des Konzerns berichtet wurde und wie sich die Berichterstattung im Laufe der Jahre verändert hat. Zudem soll hinterfragt werden, inwiefern die untersuchten Medien mit qualitativer und kritischer Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um Wirecard beigetragen haben und damit die oftmals selbst gesetzte Rolle des Watchdogs und der vierten Macht der Gewaltenteilung im Staat wahrgenommen haben.

Basierend auf dieser Zielsetzung werden für die vorliegende Arbeit folgende forschungsleitende Fragen gestellt:

- FF1: In welchem Ausmaß wurde in den Jahren 2015 bis 2020 in den untersuchten deutschen Tageszeitungen über die Wirecard AG berichtet und hat sich das Ausmaß in diesem Zeitraum wesentlich verändert?
- FF2: Wie stellt sich der Diskurs rund um die Wirecard AG und den Bilanzskandal in den untersuchten Tageszeitungen im Zeitraum 2015 bis 2020 dar?
 - FF2.1: Wie hat sich hierbei der Diskurs im Zeitablauf verändert und welche Ereignisse waren hierfür ausschlaggebend?
- FF3: Inwiefern haben deutsche Tageszeitungen durch qualitative und kritische Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um die Wirecard AG beigetragen und ihrer inoffiziellen Rolle und ihrem Selbstbild als vierte Macht im staatlichen System der Gewaltenteilung entsprochen?

1.2 Forschungsdesign und methodischer Zugang

Für die Beantwortung der gestellten Forschungsfragen bedient sich diese Arbeit des Mixed-Methods-Forschungsansatzes. Diesen definiert Kuckartz als „*die Kombination und Integration von qualitativen und quantitativen Methoden im Rahmen des gleichen Forschungsprojekts*“ (Kuckartz, 2014, S. 33). Es sollen also sowohl qualitative als auch quantitative Methoden zur Erreichung des eingangs beschriebenen Forschungsziels angewandt werden. Das Forschungsdesign dieser Arbeit ist sequenziell aufgebaut. Die einzelnen Methodiken, die im Rahmen des multimethodischen Zuganges eingesetzt werden, sollen also schrittweise nacheinander durchgeführt werden. Der Sinn dahinter ist, dass der Einsatz mehrerer Methoden nicht nur der Maximierung des Erkenntnisgewinnes dient, sondern auch der Entwicklung der nachfolgenden Methode (Kuckartz, 2014, S. 77–78).

Der erste methodische Schritt ist eine quantitative Erhebung und Analyse der Berichterstattung rund um Wirecard in deutschen Tageszeitungen. Damit soll untersucht werden, wie sich der Umfang der Berichterstattung entwickelt hat und in welchen Zeiträumen in besonderem Ausmaß über Wirecard berichtet wurde. Dieser Ansatz dient einerseits der Behandlung der FF1 und andererseits der Sampleauswahl für die qualitative Untersuchung dieser Arbeit.

Anschließend folgt der qualitative Forschungsteil dieser Arbeit. Zunächst wird eine Framing-Analyse an ausgewählten Texten aus der Grundgesamtheit durchgeführt. Der Autor bezieht sich bei der Durchführung dieser Methode auf die theoretischen Überlegungen von Entman (1993) und Matthes (2007, 2014a) bzw. Matthes & Kohring (2004). Die Auswahl der Texte, die anhand der Framing-Analyse untersucht werden, erfolgt basierend auf den Ergebnissen der quantitativen Analyse im ersten methodischen Schritt.

Folgend auf die quantitative Analyse und die Framing-Analyse der ausgewählten Texte, soll die Berichterstattung rund um den Wirecard-Bilanzskandal im Rahmen einer kritischen Diskursanalyse untersucht werden. Grundlage für diese Analyse ist das Rahmenwerk der *Critical Discourse Analyses (CDA)* (Fairclough, 2013; Fairclough & Wodak, 1997; Wodak & Meyer, 2009). Gegenstand der Diskursanalyse ist die Berichterstattung zum Unternehmen Wirecard AG in deutschen Tageszeitungen. Als Diskursebene wird dementsprechend die deutsche Medienlandschaft identifiziert und als Diskurssektor Tageszeitungen.

Die vorangegangenen methodischen Schritte und deren Ergebnisse bzw. Erkenntnisse dienen als Grundlage für die kritische Diskursanalyse bzw. fließen auch in die Methodik der Diskursanalyse ein. Basierend darauf ist es möglich, die Entwicklung des Diskurses rund um Wirecard in deutschen Tageszeitungen zu beleuchten und somit die Forschungsfragen FF2 und FF3 dieser Arbeit zu behandeln.

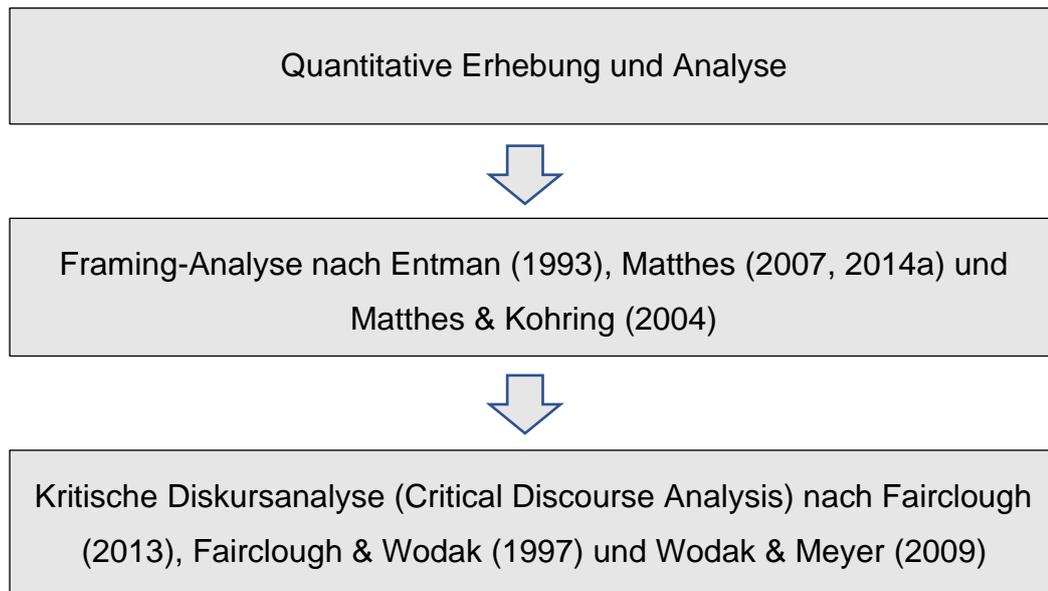


Abbildung 1: Sequenzielles multimethodisches Forschungsdesign (eigene Darstellung)

1.3 Gang und Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit ist in zwei separate Teile gegliedert: einerseits den theoretischen Teil und andererseits den empirischen Teil. Die Arbeit beginnt mit der Einleitung (Kapitel 1), die einen Einblick auf die behandelten Themen, die Forschungsfragen und das Forschungsdesign dieser Arbeit gibt. Darauf folgt der aktuelle Forschungsstand (Kapitel 2) zu den behandelten Themen dieser Arbeit. Im Anschluss daran wird der theoretische Hintergrund dieser Arbeit diskutiert (Kapitel 3). Dabei wird der Fall Wirecard ausführlich beleuchtet, um den Leserinnen und Lesern einen thematischen Überblick über die Geschichte des Unternehmens und den Bilanzskandal zu geben (Kapitel 3.1). Außerdem wird das Gebiet des Finanzjournalismus theoretisch verortet und näher beleuchtet (Kapitel 3.2). Zudem wird ein kurzer Einblick in die deutsche Medienlandschaft geboten und einige auflagenstarke Tageszeitungen in Deutschland beschrieben (Kapitel 3.3). Der theoretische Teil dieser Arbeit schließt mit einer grundlegenden Beschreibung der im Rahmen des Forschungsdesigns angewandten Methoden und dahinter liegenden Theorien (Kapitel 3.4). Im empirischen Teil werden zunächst die Forschungsfragen erneut erläutert (Kapitel 4.1). Darauffolgend wird das konkrete methodische Vorgehen Schritt für Schritt beschrieben (Kapitel 4.2). Zudem wird der Prozess der Datenerhebung (Kapitel 4.3) und die Ergebnisse der angewandten

Methodiken dargelegt. Die Arbeit schließt mit einem Fazit in der die Ergebnisse diskutiert und eingeordnet bzw. die gestellten Forschungsfragen final behandelt werden. Außerdem wird ein Ausblick auf mögliche weitere Forschungsarbeit gegeben (Kapitel 5).

2 Forschungsstand

Diese Forschungsarbeit widmet sich einerseits dem Bilanzskandal rund um die Wirecard AG und andererseits der Rolle des Finanzjournalismus in diesem. Folgendes Kapitel soll daher einen groben Überblick über bereits publizierte Arbeiten zu diesen beiden Themen geben.

Das Auffliegen des Wirecard-Bilanzskandals und die folgende Unternehmensinsolvenz sind zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit erst rund ein Jahr her. Zwar wurden zu dem Thema bereits eine Reihe von kommerziellen Büchern, hauptsächlich von Journalistinnen und Journalisten, die sich schon länger mit Wirecard befassen, publiziert. Allerdings gibt es bisher nur wenige wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit dem Bilanzskandal und seinen verschiedenen Facetten sowie Akteurinnen und Akteuren beschäftigen.

Eine davon ist das Buch von Löw & Kurzweiler (2021) dar, das auf einer Arbeit an der Frankfurt School of Finance basiert. Darin setzen sich die Autorin bzw. der Autor mit den zahlreichen Bilanzierungsgerüchten zu Wirecard und den darauffolgenden Reaktionen des Vorstands, des Aufsichtsrats, der Abschlussprüfungskanzlei EY und der Finanzaufsicht BaFin auseinander. Hierbei stützten sie sich einerseits auf die jährliche Berichterstattung der Wirecard AG an Aktionärinnen und Aktionäre, Fremdkapitalgebende und andere Adressatinnen und Adressaten wie etwa die Aufsichtsbehörden. Andererseits untersuchten sie auch Stellungnahmen des Vorstands gegenüber der Presse und direkt an die Aktionärinnen und Aktionäre. In der Arbeit wird verdeutlicht, dass bereits frühzeitig sehr konkrete Vorwürfe gegen das Unternehmen erhoben wurden. Zudem wird aufgezeigt, dass sich die BaFin mit ihren Maßnahmen und Äußerungen in der Öffentlichkeit schon von Beginn an stark auf die Seite Wirecards stellte.

Schäfer (2020) beleuchtete in einem Artikel die Rolle der Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer sowie der Aufsichtsbehörden in dem Bilanzskandal kritisch und zog dabei einige Parallelen zum Bilanzskandal des ehemaligen US-Konzerns Enron. So sollte die Finanzaufsicht, ebenso wie die kreditgebenden Banken und die Anlegerinnen und Anleger, kritischen Stimmen mitunter von Whistleblowern mehr Gehör geben. Auch die Medien sollten dabei ihrer Auffassung nach, solchen beispiellosen Wachstumsstories wie jener von Wirecard mit mehr „*gesundem Misstrauen*“ begegnen. Im Fall von Wirecard hätte die über mehrere Jahre hinweg rege Leerverkaufstätigkeit schon viel früher zu einem kritischeren Blick auf das Unternehmen führen müssen. Frömel (2020) behandelte in einer Arbeit, die noch vor dem Aufkommen des Bilanzskandals publiziert wurde, wie Unternehmen gegen unberechtigte Short-Sell-Attacken vorgehen. Darin beleuchtete sie auch die Attacken von Short-Sellern auf die Wirecard AG und welche Maßnahmen das Unternehmen entgegengesetzte. Diese Arbeit steht zwar nur bedingt im Zusammenhang zum in dieser Forschungsarbeit untersuchten Bilanzskandal um Wirecard, sie soll jedoch aufgrund der ohnehin nicht sehr üppigen Literatur zum Wirecard-Skandal nicht unerwähnt bleiben.

Zur Rolle der Medien und im Speziellen des Wirtschafts- und Finanzjournalismus in der Berichterstattung über Unternehmenskrisen und Bilanzskandale wurden bereits zahlreiche Arbeiten publiziert. Diese konzentrieren sich jedoch hauptsächlich auf den anglo-amerikanischen Raum. Trotzdem soll folgender grober Einblick in bisher veröffentlichte Literatur zur Rolle des Finanzjournalismus in Bilanzskandalen und Finanzkrisen einen ersten thematischen Einblick in dieses Feld geben.

Doyle (2006) untersuchte im Nachgang des Bilanzskandals rund um das US-Unternehmen Enron die Arbeitsweise und Wirksamkeit des Finanzjournalismus in Großbritannien. Dabei fand er heraus, dass Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten zwar stark dazu neigen, Fälle von unzureichender Unternehmensleistung und Missmanagement aufzudecken. Die generellen Umstände des Systems, in dem sie arbeiten und ihre Arbeitsweise, machen es jedoch unwahrscheinlich, dass finanzielle Unregelmäßigkeiten, die in Unternehmensabschlüssen verborgen sind, routinemäßig oder regelmäßig aufgedeckt werden. Brickey (2010) beschäftigte sich ebenso mit der Rolle des

Finanzjournalismus im Enron-Skandal. Dabei hätte dieser es verpasst rechtzeitig über die Missstände im Unternehmen zu berichten und damit ein Warnsignal an die Aktionärinnen und Aktionäre zu senden. Erst nach dem Aufkommen des Bilanzskandals bei Enron habe sich die Berichterstattung gesteigert.

Auch die Berichterstattung in und vor allgemeinen Finanzkrisen wurde bereits untersucht. So beleuchtete Brady (2003) etwa die Rolle des US-Finanznachrichtensenders CNBC vor und nach dem Platzen der Dotcom-Blase Anfang des Jahrhunderts. Tambini (2010) hinterfragte unterdessen die mangelnde kritische Berichterstattung im Vorfeld der globalen Finanzkrise 2008. Dabei befand er auch, dass es unter den Journalistinnen und Journalisten teilweise kein klares Rollenverständnis gibt und daher die allgemeine Aufgabe für den Finanzjournalismus, Missstände in der Wirtschaft aufzudecken, nicht klar formuliert ist. Manning (2013) befand, dass vor allem die starke Nähe der Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten zu den Marktakteurinnen und Marktakteuren einer kritischen Berichterstattung, die über Routinethemen hinaus geht, im Weg steht. Usher (2013) untersuchte die Rolle von Journalistinnen und Journalisten im Wirtschafts- und Finanzbereich in den USA während der Finanzkrise. In seiner Arbeit weist er auf zwei wichtige Problematiken hin. Einerseits die mangelnde Rechenschaftspflicht von Medien bezüglich ihrer Berichterstattung und andererseits die zu unklaren normativen Erwartungen und Anforderungen an den Finanzjournalismus bei seiner Rolle als Aufdecker von Missständen. Schifferes (2012) setzte sich infolge der Finanzkrise mit dem öffentlichen Bild von Wirtschafts- und Finanzjournalistinnen und -journalisten auseinander. Dabei kam er zu dem Ergebnis, dass die Rezipientinnen und Rezipienten vor allem die mangelnde Objektivität und Unabhängigkeit am Finanzjournalismus kritisieren. Generell indizieren seine Forschungsergebnisse, dass das Vertrauen der Bevölkerung in den Finanzjournalismus nur sehr gering ist. Strauß (2019) untersuchte in einer Arbeit anhand mehrerer qualitativer Interviews mit Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten in den USA, wie diese ihre Rolle in der Berichterstattung rund um Bilanzskandale und Finanzkrisen beurteilen. Dabei fand sie heraus, dass es eine gewisse Diskrepanz, zwischen der von Journalistinnen und Journalisten selbst artikulierten, idealen Rolle des Watchdogs und ihrer in der Praxis vorherrschenden Rolle gibt.

3 Theoretischer Hintergrund

3.1 Der Fall Wirecard

Der Bilanzskandal rund um das Zahlungsdienstleistungsunternehmen Wirecard AG gilt als einer der größten in der deutschen Nachkriegsgeschichte. In den Medien ist zudem von einem der umfangreichsten Betrugsfälle der deutschen Wirtschaftsgeschichte die Rede (Bender, Iwersen, et al., 2021).

Da im Rahmen dieser Arbeit der Diskurs rund um die Wirecard AG und im Speziellen dessen Entwicklung über einen bestimmten Zeitraum hinweg analysiert werden sollen, werden im Folgenden die Geschichte und der Werdegang Wirecards beschrieben. Dies soll den Leserinnen und Lesern als Einführung in das behandelte Diskursthema dienen.

3.1.1 Anfänge als Unternehmen der New Economy

Das Unternehmen trat erstmals 1998, damals noch unter dem Namen *Wire Card* in Erscheinung. Der spätere Mitgründer Detlev Hoppenrath wollte eine Software entwickeln, mit der man Zahlungen im Internet abwickeln kann. Im zu diesem Zweck angemeldeten Patent *DE10008280C1* ist dabei von einem „*Verfahren zur automatischen Abwicklung von bargeldlosen Kaufvorgängen in Kundendaten schützender und Anbieter absichernder Weise*“ die Rede (Hoppenrath, 2001).

Diese Idee wurde bei dem damaligen Sicherheitsdienstleistungsunternehmen *Securitas Internet Systems GmbH* in einem eigenen Geschäftsbereich entwickelt und in Kooperation mit der Online-Agentur *Plan.Net* bis zum Oktober 1998 fertig gestellt (Computerwoche, 1998).

1999 wurde *Wire Card* schließlich als eigenständiges Unternehmen ausgegliedert und in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Nach mehreren Finanzierungsrunden mit Investorinnen und Investoren und Venture-Kapitalgeberinnen und -gebern plante der Konzern Anfang des Jahrtausends bereits den Gang an die Börse. Dies überraschte, da das damalige Marktumfeld aufgrund des Platzens der Dotcom-Blase vor allem für junge Unternehmen mit Börsenambitionen schwierig war. In einem Interview aus dem Jahr 2000 mit der deutschen Tageszeitung *Die Welt* äußerte sich der Firmengründer Detlev Hoppenrath hingegen kritisch gegenüber

der neu aufgekommenen Unternehmen der New Economy. Wire Card sieht er daher nicht als ein solches, vielmehr habe das Unternehmen im Gegensatz zu anderen Internet-Unternehmen Substanz und sei als Finanzdienstleister zu betrachten (Montanus, 2000).

Nachdem das Unternehmen jedoch bereits kurz darauf in eine finanzielle Schieflage geriet, wurde im Oktober 2000 die Unternehmensberatung *KPMG* beauftragt, um Wire Card zu restrukturieren. Der Österreicher und damalige *KPMG*-Mitarbeiter Markus Braun kam als Krisenmanager zum Unternehmen und wurde ein paar Monate später von Wire Card abgeworben (Bergermann et al., 2018). Bereits im Jahr davor war mit dem ebenfalls aus Österreich stammenden Jan Marsalek eine weitere Schlüsselfigur im späteren Bilanzskandal zum Unternehmen gestoßen (Bartz et al., 2020).

Eine geplante Fusion mit der *EBS Electronic Billing Systems AG* kam 2001 zunächst nicht zustande. Kurz darauf musste jedoch die Wire Card AG Insolvenz anmelden, womit *EBS* das Unternehmen im Jänner 2002 zu günstigen Konditionen übernehmen konnte (Bergermann et al., 2018; Wirecard AG & Stöckl, 2002a). Wenig später, im Mai 2002, firmierte die *EBS Electronic Billing Systems AG* in *ebs Holding AG* um. Schon damals war Markus Braun im Vorstand der *ebs*-Tochter Wire Card AG (Wirecard AG & Stöckl, 2002b).

Der Gründer Detlev Hoppenrath hatte sich bereits im Mai 2001 von der operativen Ebene in den Aufsichtsrat zurückgezogen (Industrieanzeiger, 2001). Nach einem Rechtsstreit rund um die Übernahme durch die *EBS AG*, zwischen Hoppenrath und dem Vorstand zog sich der Unternehmensgründer schließlich im Oktober 2001 gänzlich aus dem Unternehmen zurück. Hoppenrath hatte Strafanzeige gegen den Vorstand gestellt, mit dem Verdacht, dass dieser die Insolvenz der Wire Card AG für die Überführung derselben in die *EBS AG* missbraucht habe. Die Ermittlungen wurden allerdings ergebnislos eingestellt (Bergermann et al., 2018).

2002 tätigte die *EBS Holding* eine weitere Unternehmensakquisition. Das Berliner Start-up *InfoGenie*, welches bereits an der Frankfurter Börse im Segment Neuer Markt notiert war und durch das Platzen der Dotcom-Blase in eine Krise geriet, wurde zu einem Viertel übernommen. Bei einer außerordentlichen Hauptversammlung am 14.12.2004 wurde beschlossen, die Wire Card AG durch

eine Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage in die InfoGenie Europa AG einzubringen und in weiterer Folge die InfoGenie in Wire Card AG umzufirmieren. Der Beschluss wurde mit 1.1.2005 wirksam, womit die Wire Card AG ab diesem Datum im Zuge eines Reverse IPO eine börsennotierte Aktiengesellschaft wurde. Die Papiere des Unternehmens wurden im Prime Standard an der Frankfurter Börse mit der ISIN *DE0007472060* notiert. Das neue Unternehmen umfasste neben den Geschäftsbereichen der Wire Card AG, etwa der Zahlungsabwicklung und Bonitätsprüfung bei Zahlungen im Internet, auch jene der InfoGenie wie beispielweise Call-Center-Dienstleistungen, Online-Marketing und Internet-Bezahlsysteme (Wirecard AG & Stöckl, 2004).

Als Vorstandsvorsitzender des Unternehmens scheint 2005 bereits Markus Braun auf. Der frühere Vorstand der EBS AG, Paul Bauer-Schlichtegroll, fungierte unterdessen im Aufsichtsrat (Wire Card AG, 2005, S. 28). Braun sicherte sich schon damals neben seiner operativen Tätigkeit im Unternehmen Anteile an diesem. Im September 2005 erwarb er über eine Beteiligungsgesellschaft dessen geschäftsführender Gesellschafter er war, einen Anteil an Wire Card im damaligen Wert von über 4 Millionen Euro (Wire Card AG, 2005, S. 26).

Im Jahr 2005 gelingt dem Unternehmen mit der Akquisition der *XCOM Bank AG* ein weiterer Meilenstein. Mithilfe der neu erworbenen Online-Bank ist es Wire Card fortan auch möglich Kreditkarten auszugeben und Händlern die Kreditkartenakzeptanz einzuräumen. Damit konnte das Unternehmen nicht nur Kredit-, Debit- oder Pre-Paid-Karten selbst an Endkundinnen und Endkunden für den Online-Markt ausgeben, sondern auch die Gebühren für die dafür bisher benötigten Dienste Dritter einsparen. Die *XCOM Bank AG* wurde per 1.1.2006 als einhundertprozentige Tochter der Wire Card AG in das Unternehmen eingebracht und firmierte dabei von nun an unter dem Namen *Wire Card Bank* (Wire Card AG, 2005, S. 3).

3.1.2 Aufstieg bis in die höchste Börsenliga

2006 wird aus der Wire Card AG die *Wirecard AG*. Im September 2006 wird das Unternehmen zudem in den *TecDAX* aufgenommen. Wirecard zählte fortan zu den 30 größten Technologieunternehmen unterhalb des deutschen Leitindex *DAX*. Mit der Aufnahme in den *TecDAX* stieg auch das Interesse an den Aktien der Wirecard

AG zunehmen. Standen die Papiere Anfang des Jahres 2006 noch bei einem Kurs von rund 3 Euro, legten sie im Laufe des Jahres deutlich zu. Vor allem ab September kletterte der Wert der Wirecard-Aktie von rund 5 Euro auf knappe 8 Euro bis zum Ende des Jahres 2006. Damit erreichten die Titel eine Gesamtjahresperformance von 160 Prozent, die damit deutlich über der Performance des TecDAX lag (Wirecard AG, 2006, S. 12–13).

Die Wirecard AG umfasste Ende 2006 mehrere Tochtergesellschaften, die jeweils in verschiedenen Branchen tätig sind. Neben der Wirecard Bank AG umfasste die Konzernorganisation mit der *Click2Pay GmbH* eine weitere wichtige Tochter, welche das gleichnamige alternative Internet- Bezahlssystem betrieb und damit vor allem im Markt für digitale Medien und Online-Spiele tätig war (Wirecard AG, 2006, S. 31).

Auch in den folgenden Jahren setzt sich der rasante Wachstumskurs des Unternehmens fort. Im Jahr 2007 steigerte die Wirecard AG ihren Konzernumsatz um 64 Prozent auf rund 134 Millionen Euro (Wirecard AG, 2007, S. 2), 2008 kratzte das Unternehmen beim Umsatz bereits an der 200-Millionen-Marke (Wirecard AG, 2008, S. 2) und 2009 lagen die Erlöse bereits bei fast 230 Millionen Euro (Wirecard AG, 2009, S. 2). Auch an der Börse legte die Aktie des Unternehmens zunächst weiterhin eine beachtliche Performance hin - 2007 lag der Wertzuwachs bei 40 Prozent und das Unternehmen erreichte an der Börse bereits einen Wert von 865 Millionen Euro (Wirecard AG, 2007, S. 20). Laut eigener Aussage aus dem Geschäftsbericht 2007 gehörte Wirecard bereits zu den „*weltweit führenden Anbietern elektronischer Zahlungsverkehrs- und Risikomanagementlösungen*“ (Wirecard AG, 2007, S. 49). Ende des Jahres beschäftigte das Unternehmen bereits mehr als 450 Mitarbeiter an mehreren Standorten und zählte rund 9.000 Unternehmen aus den verschiedensten Branchen zu ihren Kunden (Wirecard AG, 2007, S. 40). Mit der Gründung der Wirecard Asia Pacific mit Sitz in Manila (Philippinen) baute man zudem die Präsenz im asiatischen Markt, der damals als „*wichtiger Zukunftsmarkt*“ definiert wurde, auf (Wirecard AG, 2007, S. 42).

Im Jahr 2008 und teilweise auch 2009 führten neben der Finanzkrise auch erste Vorwürfe gegenüber dem Unternehmen und Attacken von Short-Sellern trotz der Zuwächse bei den Kennzahlen zu deutlichen Wertverlusten der Wirecard-Aktie.

Diese und späterfolgende weitere Vorwürfe werden im Kapitel 3.1.3 näher beschrieben.

Im weiteren Jahresverlauf 2009 konnte sich der Kurs der Wirecard-Aktie wieder deutlich erholen. Trotz der weltweiten Finanzkrise betonte das Unternehmen, dass man weiter an die gute Geschäftsentwicklung der Vorjahre anknüpfen konnte. Das Kundenportfolio wuchs auf über 11.000 Händlerinnen und Händler. Insgesamt wickelte Wirecard 2009 bereits Transaktionen im Wert von 10,6 Milliarden Euro ab. Rund 17 Prozent entfielen dabei auf die Branchen *Reise und Tourismus* und 36 Prozent auf *Digitale Güter* wie Sportwetten, Online-Casinos oder Musikdownloads. Der größte Anteil der Transaktionen wurde dabei mit über 46 Prozent dem Segment *Konsumgüter* zugeschrieben (Wirecard AG, 2009, S. 43–44). Auch im Geschäftsbereich *Call Center & Communication Services* baute das Unternehmen seine Dienstleistungen weiter aus (Wirecard AG, 2009, S. 48).

In den Jahren 2009 und 2010 kam es zu neuerlichen Umstrukturierungen in den Gremien des Unternehmens. Einerseits legte Paul Bauer-Schlichtegroll zum 31.10.2009 sein Aufsichtsratsmandat nieder (Wirecard AG, 2009, S. 16). Andererseits kam mit Jan Marsalek zum 1.2.2010 eine Schlüsselfigur in der weiteren Unternehmensgeschichte in den Vorstand. Er übernahm die Vertriebsagenden von Rüdiger Trautmann (Wirecard AG, 2010, S. 17). Der von Markus Braun über seine Beteiligungsgesellschaft gehaltene Anteil an Wirecard belief sich 2009 bereits auf 7,6 Prozent (Wirecard AG, 2009, S. 73). 2010 erreichte Wirecard zudem erstmals in der Unternehmensgeschichte die 1-Milliarde-Euro-Marke bei der Marktkapitalisierung (Wirecard AG, 2010, S. 20).

2011 ging Wirecard eine Kooperation mit dem chinesischen Internet-Zahlungsdienstleister *Alipay* ein. Damit eröffnete das Unternehmen seinen Kundinnen und Kunden den Zugang zum chinesischen Internethandel. Im gleichen Jahr erweiterte Wirecard mit dem Kauf von *System Work* in Singapur sein Geschäft in Asien (Handelsblatt, 2011).

Im Geschäftsjahr 2011 verzeichnete Wirecard einen Umsatz von fast 325 Millionen Euro. Auch das Volumen der abgewickelten Transaktionen belief sich auf rund 15,5 Milliarden Euro – eine Steigerung von fast 50 Prozent innerhalb von nur zwei

Jahren. Im selben Jahr wurde auch der Unternehmenssitz nach Aschheim bei München verlegt (Wirecard AG, 2011, S. 13).

Auch 2012 setzte sich der Wachstumskurs der Wirecard AG fort. In den Jahren 2009 bis 2012 stieg der Umsatz des Unternehmens im Schnitt um 20 Prozent pro Jahr. Im Geschäftsjahr 2012 kratzte Wirecard bei den Erlösen bereits an der Marke von 400 Millionen Euro. Das EBITDA stieg um deutliche 30 Prozent auf fast 110 Millionen Euro und das Transaktionsvolumen legte um 34 Prozent auf 20,8 Milliarden Euro zu (Wirecard AG, 2012, S. 13). Im selben Jahr erwarb man zudem weitere Unternehmen aus dem asiatischen Raum und zog mit der *Deutschen Telekom* einen neuen Großkunden an Land (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2012). Die Wirecard-Aktie entwickelte sich 2012 ebenso sehr positiv – im Gesamtjahr stieg ihr Wert um fast 50 Prozent auf 18,69 Euro. Auch die Marktkapitalisierung lag zu Jahresende bei über 2 Milliarden Euro (Wirecard AG, 2012, S. 24).

In den Jahren 2013 und 2014 expandierte Wirecard mit weiteren Unternehmenskäufen im ostasiatischen Raum, in der Türkei, in Südafrika und in Neuseeland (Wirecard AG, 2013, S. 142, 2014, S. 42). Im Geschäftsjahr 2014 lag der Konzernumsatz bereits bei über 600 Millionen Euro, wobei Wirecard rund 19.000 Kundinnen und Kunden zählte. Das Transaktionsvolumen betrug über 34 Milliarden Euro und an der Börse erreichte Wirecard Ende 2014 einen Wert von rund 4,5 Milliarden Euro (Wirecard AG, 2014, S. 7, 41, 56).

In den vergangenen zehn Jahren legte Wirecard damit nicht nur aus Sicht der Unternehmenskennzahlen einen beachtlichen Wachstumskurs hin – auch die Aktien des Unternehmens verteuerten sich von 2005 bis 2014 um mehr als 2.800 Prozent. Der TecDAX stieg im gleichen Zeitraum um knapp 164 Prozent (Wirecard AG, 2014, S. 39).

Auch in den darauffolgenden Jahren stiegen sowohl Umsatz als auch Gewinn und Transaktionsvolumen der Wirecard AG stetig an. Die Dienstleistungen des Unternehmens umfassen dabei mittlerweile verschiedenste internetbasierte Zahlungslösungen im Bereich Online, Mobile oder Point of Sale. Laut eigenen Angaben kann die Wirecard AG damit „*die gesamte Wertschöpfungskette im Bereich Payment abbilden*“. Neben den Bezahl- und Risikomanagementlösungen bietet das Unternehmen auch die Dienstleistungen Zahlungsakzeptanz und

Herausgabe von Karten (Wirecard AG, 2015, S. 6). Es folgten 2015 und 2016 wiederum einige Unternehmenskäufe in Indien, Afrika und Südamerika (Wirecard AG, 2015, S. 54).

Im Geschäftsjahr 2016 erreichte Wirecard erstmals in seiner Unternehmensgeschichte einen Umsatz von über einer Milliarde Euro. Das Transaktionsvolumen legte im selben Zeitraum um 36,5 Prozent auf 61,7 Milliarden Euro zu (Wirecard AG, 2016, S. 2, 6).

2017 standen im Konzern einige personelle Umstrukturierungen an. Der langjährige Finanzvorstand Burkhard Ley schied aus dem Unternehmen aus. Für ihn wurde Alexander von Knoop als Mitglied des Vorstands und Chief Financial Officer berufen. Außerdem wurde Susanne Steidl als Chief Product Officer neu in den Vorstand berufen. Sie übernahm fortan den Betrieb und die technologische Weiterentwicklung der Kernprodukte des Unternehmens (Wirecard AG, 2017, S. 17). Das Geschäft lief unterdessen weiterhin gut. Der Konzernumsatz stieg um fast 45 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro. Mittlerweile umfasste das Kundenportfolio von Wirecard bereits rund 227.000 Unternehmen. Auch der Expansionskurs wurde mit dem Markteintritt in den USA im ersten Quartal 2017 fortgeführt (Wirecard AG, 2017, S. 7–8).

Die nächsten Meilensteine und vorläufigen Höhepunkte in der Geschichte Wirecards folgten 2018. Zunächst überholte das Unternehmen in Sachen Marktkapitalisierung erstmals die *Deutsche Bank*. Wirecard galt somit als wertvollstes deutsches Bankunternehmen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2018). Wenig später schaffte die Wirecard-Aktie den Sprung in den DAX. Damit verdrängte das Unternehmen mit der *Commerzbank* ein traditionsreiches Bankhaus aus dem deutschen Leitindex (Scherff, 2018).

Die Wirecard AG konnte ihren Umsatz seit 2005, dem ersten Jahr an der Börse, stetig steigern (siehe Abbildung 2). Im Durchschnitt lag das jährliche Umsatzwachstum bei 34 Prozent. Der Jahresüberschuss legte unterdessen im selben Zeitraum jährlich um durchschnittliche 36 Prozent zu (siehe Abbildung 3).

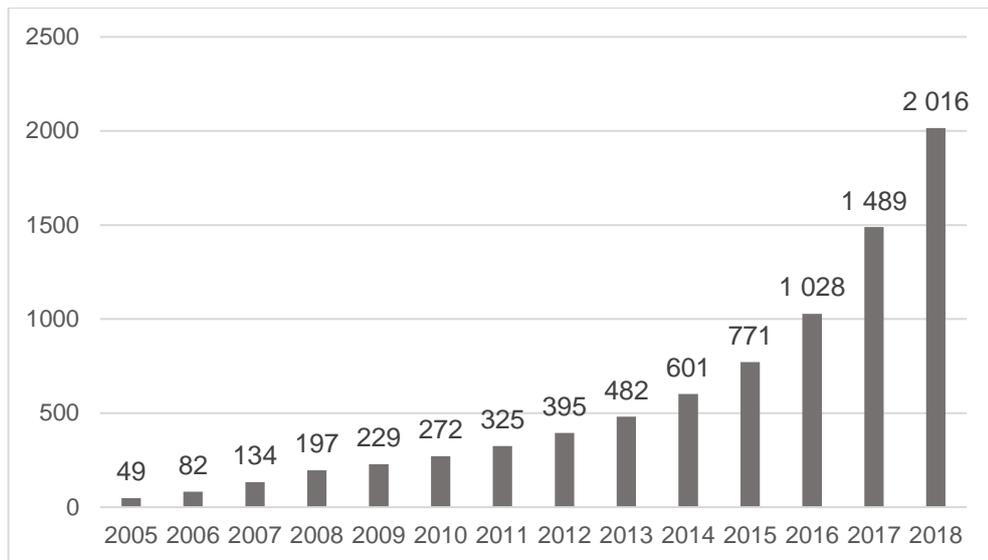


Abbildung 2: Umsatzentwicklung der Wirecard AG 2005-2018 in Mio. Euro (Wirecard AG, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018; eigene Darstellung)

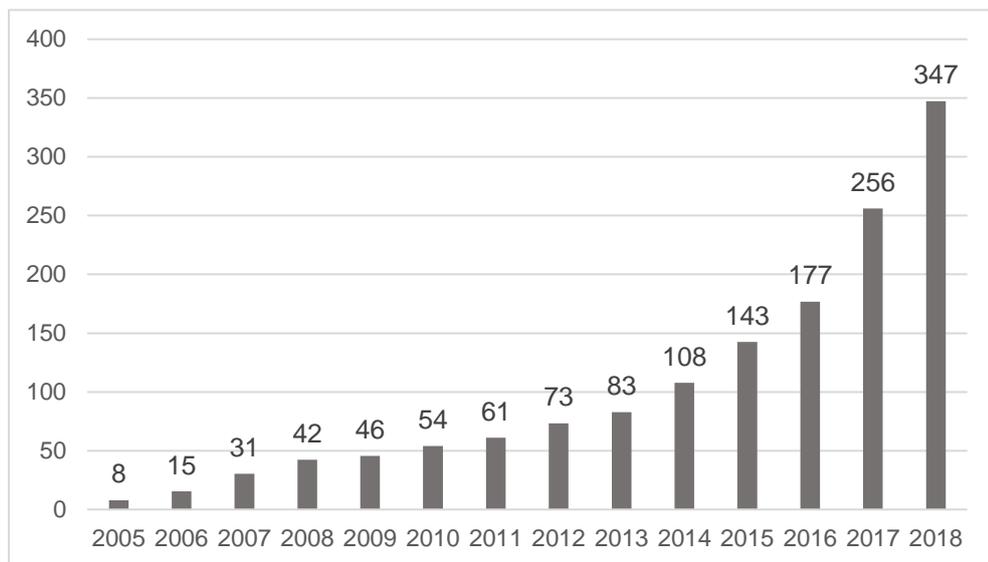


Abbildung 3: Gewinnentwicklung der Wirecard AG 2005-2018 in Mio. Euro (Wirecard AG, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018; eigene Darstellung)

Den ersten Handelstag im DAX beendeten die Aktien von Wirecard bei einem Wert von 183,11 Euro (siehe Abbildung 4). Am ersten Handelstag an der Börse als Wire Card AG, dem 1.1.2005, lag der Kurs der Aktie bei 2,07 Euro. Bis zum ersten Handelstag im deutschen Leitindex gewannen die Papiere damit in etwa 13 Jahren das rund 87-fache an Wert. Wirecard hatte an der Börse damit einen Wert von rund 27,8 Milliarden Euro. In einem Interview kurz nach der Aufnahme in den DAX sprach der Vorstandsvorsitzende Markus Braun davon, dass das Unternehmen

„unvermindert mit hoher Geschwindigkeit wachsen wird“ und gab einen Börsenwert von 100 Milliarden Euro als Ziel für die kommenden Jahre aus (Bors et al., 2018).



Abbildung 4: Kursentwicklung der Wirecard-Aktie von 2005-2018 (finance.yahoo.com, o. J.; eigene Darstellung)

3.1.3 Erste Vorwürfe und Short-Selling-Attacken

Die Wirecard AG sah sich im Laufe ihrer Unternehmensgeschichte immer wieder mit Vorwürfen der Bilanzmanipulation konfrontiert. Zudem gab es im Laufe der Jahre vermehrt Attacken von Short-Sellern und Hedgefonds, die vermeintliche Verfehlungen des Unternehmens aufdeckten, um von dem daraufhin fallenden Kurs der Wirecard-Aktie profitieren zu können.

3.1.3.4 SdK-Affäre

Bereits 2008 tauchten die ersten Vorwürfe und Hinweise auf mögliche Unregelmäßigkeiten im Unternehmen auf. Nachdem der Kurs der Wirecard-Aktie innerhalb eines Handelstages um ein Drittel eingebrochen war, sah sich der Konzern als Ziel einer „konzertierten Leerverkaufs-Attacke mehrerer Hedge-Fonds“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2008). In den Fokus geriet dabei die *Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger (SdK)* die Gerüchte rund um angebliche Bilanzfälschung bekräftigte. Klaus Schneider, der Vorsitzende der SdK, warf Wirecard eine irreführende Bilanzierung vor. Unter anderem seien die Angaben zu den zahlreichen Wirecard-Tochterfirmen im Ausland mangelhaft. Außerdem sei für

die Aktionärinnen und Aktionäre nicht klar, womit das Unternehmen überhaupt sein Geld verdiene (Die Welt, 2008a).

Während der Aktienkurs der Wirecard AG weiter deutlich an Wert verlor, erstattete das Unternehmen im Juli 2008 Strafanzeige gegen die SdK und warf dieser dabei Marktmanipulation und Insiderhandel vor. Die Gerüchte seien laut Wirecard gezielt gestreut worden, um mit dem fallenden Wirecard-Aktienkurs Geld zu verdienen. Gleichzeitig beschuldigte auch die SdK Wirecard weiterhin einer unvollständigen und irreführenden Bilanzierung. Zudem brachte die SdK beim Landgericht München einen Antrag auf Nichtigkeit der Beschlüsse der Wirecard-Hauptversammlung vom 24. Juni ein. Wirecard-Vorstand Braun äußerte sich bereits damals kritisch gegenüber der angeblichen Kursmanipulationen der Wirecard-Aktie und forderte, dass „*die Regulierungsbehörden auch in Deutschland reagieren müssen*“ (Die Welt, 2008b).

Nachdem bekannt wurde, dass der Vorsitzende der SdK, Markus Straub, bereits seit längerem Verkaufsoptionen auf die Wirecard-Aktie hielt und somit potenziell Interesse an einem Kursverfall hätte, begann auch die *Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)* mit Ermittlungen (Drescher, 2008). Die Vorwürfe führten schließlich zu seinem Rücktritt als SdK-Vorsitzender (Seibel & Zschäpitz, 2008). Wirecard gab zugleich bekannt, eine Wirtschaftsprüfungskanzlei mit einem Gutachten zu beauftragen, um „*alle Zweifel oder etwaige Fragestellungen zum Geschäftsbericht 2007 restlos auszuräumen*“ (Drescher & Kirchner, 2008). EY, einer der vier größten Wirtschaftsprüfer weltweit, bekam den Zuschlag für die Sonderprüfung und wurde in Folge zum regulären Prüfer für die Wirecard-Bilanz (McCrum, 2020).

Im September 2010 führte die Münchner Staatsanwaltschaft eine Großrazzia im Zusammenhang mit der Affäre durch. Im Zuge dessen wurden der frühere SdK-Vorsitzende Markus Straub und der ehemalige SdK-Sprecher Tobias Bosler wegen des Verdachts der Kursmanipulation in Untersuchungshaft genommen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2010). Der Prozess endete im März 2012 mit einem Deal. Die Angeklagten wurden wegen wiederholter Marktmanipulation zu Haft- bzw. Geldstrafen verurteilt (Daum, 2012).

3.1.3.5 Vorwürfe des Finanznachrichtendienst GoMoPa.net

Bereits zwei Jahre später geriet Wirecard erneut durch Vorwürfe gegen das Unternehmen in den Fokus. Wie der Finanznachrichtendienst *GoMoPa.net* Ende März 2010 berichtete, läge gegen die Wirecard AG bei der Staatsanwaltschaft München I eine Anzeige wegen Geldwäscheverdachts vor. Demnach habe die Wirecard Bank im Auftrag einer britischen Immobilienfirma eine Summe von 5,7 Millionen US-Dollar an einen in den USA lebenden Immobilienmakler überwiesen. Angeblich waren die Gelder allerdings nicht für Immobiliengeschäfte bestimmt, sondern dienten offenbar dazu, illegale Gewinne aus verbotenen Glücksspielen in Online-Casinos auszuzahlen (GoMoPa.net, 2010).

Die Vorwürfe sorgten erneut für heftige Kursturbulenzen bei der Wirecard-Aktie. Erneut nahm die BaFin Untersuchungen wegen möglicher Marktmanipulation aufgrund des offenbar falschen Berichts des Finanznachrichtendienstes auf (Iwersen, 2010).

Im Oktober 2012 wurden die Ermittlungen gegen GoMoPa.net wegen des Verdachts der Marktmanipulation eingestellt. Offenbar hatte der bereits im Zuge der SdK-Affäre verurteilte Ex-Sprecher der Anleger-Schutzgemeinschaft Markus Bosler die Falschinformationen rund um Wirecard an GoMoPa.net lanciert und damit einen für ihn vorteilhaften Kursverfall der Wirecard-Aktie befeuert. Den Verantwortlichen von GoMoPa.net konnte hingegen keine Verbindung zu den Geschäften Boslers oder eigene Positionen gegen Wirecard nachgewiesen werden (GoMoPa.net, 2012).

3.1.3.6 Zatarra-Report

Im Februar 2016 tauchte ein kritischer Bericht einer zuvor unbekanntes Analysefirma mit dem Namen *Zatarra Research* über die Wirecard AG auf. Nachdem die *Financial Times (FT)* über den Report berichtete, stürzte die Aktie von Wirecard um ein Fünftel ein. Nicht nur das Unternehmen selbst wies in dem Report erhobene Anschuldigungen, wonach Wirecard ein unseriöses Geschäftsmodell habe und betrügerische Angaben bei der Bilanzierung mache, als „*verleumderisch und gänzlich unwahr*“ zurück. Auch einige Analysten verteidigten Wirecard gegen den Angriff von Zatarra. Zudem nahm die Finanzaufsicht BaFin erneut Ermittlungen wegen des Verdachts der Kursmanipulation auf. Zatarra räumte bereits in dem

Report ein, eine Short-Position auf die Wirecard-Aktie aufgebaut zu haben. Allerdings fanden sich keinerlei Angaben zum Unternehmen oder zum Verfasser des Berichts (Euro am Sonntag, 2016a; Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2016; Handelsblatt, 2016). In den kommenden Monaten folgten weitere kritische Berichte von Zatarra die sich gegen Wirecard richteten (Bergermann & Schürmann, 2016).

Auch wenn das Unternehmen die Vorwürfe scharf zurückwies, sollten Schritte gesetzt werden, um die Transparenz bei der Bilanzierung zu erhöhen. So kündigte Wirecard in Folge des Zatarra-Reports an, bei einigen Bilanzpositionen genauere Angaben zur Entwicklung derselben zu machen. Dies sollte es den vermeintlichen Spekulantinnen und Spekulanten und Short-Sellern in Zukunft schwerer machen das Unternehmen zu attackieren (Euro am Sonntag, 2016b). 2017 nahm auch die Münchner Staatsanwaltschaft Ermittlungen gegen mehrere Verdächtige wegen des Verdachts auf Kursmanipulation auf (Klemm, 2017). 2018 wurde seitens der Münchner Staatsanwaltschaft beim Amtsgericht München Strafbefehl gegen den Herausgeber des Zatarra-Reports, Fraser Pering, erhoben (Börse Online, 2018).

3.1.3.7 Berichterstattung der Financial Times

Ab April 2015 begann die britische Tageszeitung Financial Times im Rahmen eines Blogs mit dem Namen *House of Wirecard* mehrere kritische Berichte über das Unternehmen zu veröffentlichen. Der FT-Journalist Dan McCrum geht in seinen Berichten dabei nicht nur auf aus seiner Sicht zweifelhafte Praktiken bei der Bilanzierung von Wirecard ein. Er sieht darin vor allem auch das Asien-Geschäft mit den zahlreichen Unternehmenskäufen kritisch (McCrum, 2015a, 2015f). Außerdem werden in den Artikeln unter anderem Unstimmigkeiten zwischen den Bilanzen einzelner Wirecard-Töchter und jener des Gesamtkonzerns aufgezeigt und hinterfragt (McCrum, 2015b).

Im Sommer 2015 veröffentlicht die Financial Times zudem mehrere Artikel, in denen die Bilanzierung von Wirecard hinterfragt wird. Konkret geht Dan McCrum darin auf scheinbare Lücken zwischen den Aktiva und Passiva des Unternehmens ein. Wirecard reagiert auf diese Veröffentlichung mit Unverständnis. Laut Unternehmensangaben beruhen diese auf einem Missverständnis und spiegeln nicht die Realität wider (McCrum, 2015c, 2015d, 2015e).

Im November 2015 folgte erneut ein Artikel zum Asien-Geschäft Wirecards. Darin geht McCrum auf einen Report des unabhängigen Analyseunternehmens *J Capital Research* ein. Demnach habe J Capital die Wirecard-Niederlassungen im ostasiatischen Raum besucht und dort größtenteils nur dürftige Büros mit wenigen Mitarbeitern gefunden, die mit den angegebenen Umsätzen in der Region nicht kongruent erscheinen. An anderen Niederlassungen fand J Capital zudem keinerlei Büroräumlichkeiten an den angegebenen Adressen vor (McCrum, 2015g).

Nachdem es in weiterer Folge ruhiger um das Unternehmen zu werden schien, folgten die nächsten Berichte der FT Anfang 2018. Zunächst wurde in einem Artikel der von Wirecard angegebene Wert eines aufgekauften indischen Unternehmens angezweifelt (McCrum, 2018).

Zudem wurde Wirecard im Jänner 2018 erneut von Short-Sellern attackiert, womit der Kurs innerhalb weniger Minuten um bis zu zwölf Prozent absackte und die Aktien kurzzeitig vom Handel ausgesetzt wurden. Auslöser dafür war ein Bericht der Onlineseite *Southern Investigative Reporting Foundation*. Auch darin wurde der Zukauf in Indien kritisch hinterfragt. Die Vorkommnisse führten dazu, dass die Münchner Staatsanwaltschaft ihre Ermittlungen wegen potenzieller Marktmanipulation ausweiteten (Kokologiannis, 2018).

Zu Beginn des Jahres 2019 veröffentlichte die FT einen Bericht über investigative Untersuchungen rund um das Singapur-Geschäft Wirecards. Demnach habe Wirecard intern Ermittlungen wegen verdächtiger Geldströme und potenzieller Geldwäsche in Verbindung mit der Singapur-Niederlassung des Unternehmens angestellt. Die darin aufgestellten Behauptungen wies Wirecard erneut zurück (McCrum, 2020). Nachdem die Aktie aufgrund des Berichts erneut stark einbrach, kündigten die Münchner Staatsanwaltschaft und die BaFin an, Ermittlungen wegen des Verdachts der Marktmanipulation zu starten (Storbeck, 2019).

Es folgten weitere Artikel der FT zu den Vorwürfen. So sollen unternehmenseigene Gelder über Drittpartner an das Wirecard-Geschäft in Indien geflossen sein um diese als generierte Umsätze erscheinen zu lassen (Peitsmeier, 2019a). Wenige Tage später untersuchte die Polizei in Singapur die Niederlassung Wirecards. Die Reaktion an der Börse war ein weiterer Kurssturz der Wirecard-Aktien von mehr als vierzehn Prozent an einem Handelstag (Peitsmeier et al., 2019). Die BaFin reagierte

auf die Kursturbulenzen mit einem Verbot von Short-Selling der Wirecard-Aktien. Der Schritt wurde mit der Wichtigkeit Wirecards für die Wirtschaft und der ernsthaften Gefahr für das Marktvertrauen begründet. Außerdem wurden seitens der Münchner Staatsanwaltschaft Ermittlungen gegen Journalistinnen und Journalisten der Financial Times wegen möglicher Marktmanipulation bestätigt (McCrum & Chazan, 2019). In einem Bericht einer Singapurischer Anwaltskanzlei, die durch Wirecard mit den internen Ermittlungen beauftragt wurde, gibt diese hinsichtlich der Vorwürfe rund um Bilanzmanipulation Entwarnung. Zwar habe es Unregelmäßigkeiten gegeben, doch würden sich diese nicht wesentlich auf die Abschlüsse des Konzerns auswirken. Der Kurs der Wirecard-Aktie kletterte daraufhin innerhalb eines Handelstages um über 30 Prozent nach oben (Frühauf, 2019).

Im März 2019 folgte der nächste kritische Bericht der FT. Demnach sei rund die Hälfte des Geschäfts von Wirecard eigentlich an Drittpartner ausgelagert. Zudem habe man im Rahmen der Recherche niemanden an der angegebenen Niederlassung Wirecards auf den Philippinen vorgefunden (McCrum, 2020; McCrum & Palma, 2019). Wirecard verklagt daraufhin die Financial Times wegen der *„wiederholten falschen Darstellung von vertraulichen Informationen und Betriebsgeheimnissen sowie der Fehlzitierung von Dokumenten“* (Krohn, 2019). Im April 2019 nimmt auch die BaFin Ermittlungen gegen mehrere Short-Seller und Journalistinnen sowie Journalisten auf, da sie einen Zusammenhang zwischen der Berichterstattung der Financial Times und den Short-Selling-Attacken auf Wirecard sieht (Schnell, 2019a).

Im April 2019 schaffte es Wirecard nach längerer Zeit wieder positive Schlagzeilen zu schreiben. Der japanische Investmentkonzern *Softbank* stieg mit 900 Millionen Euro per Wandelanleihe bei Wirecard ein. Außerdem gaben die beiden Konzerne eine strategische Partnerschaft zu digitalen Zahlungsdienstleistungen bekannt (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2019b). Der Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2018 der Wirecard AG erhielt kurz darauf vom Wirtschaftsprüfer EY trotz der wiederholten Vorwürfe ein uneingeschränktes Testat (Holtermann & Schnell, 2019a).

Im Juli 2019 richtete sich Wirecard in einem Brief an die FT. Darin forderte das Unternehmen das Medienhaus dazu auf, keine Artikel über Wirecard mehr zu publizieren und interne Untersuchungen zu starten. Wirecard ging in dem Schreiben auch auf einen angeblichen Tonmitschnitt ein, der beweisen soll, dass vermeintliche Shortseller bereits vor Veröffentlichung bestimmter, kritischer Artikel der FT von deren Existenz wussten. Die Financial Times wehrte sich gegen die Anschuldigungen. Laut einer Stellungnahme, habe die Zeitung Wirecard nach weiteren Recherchen eine Reihe von Fragen gestellt, worauf das Unternehmen mit dem Brief rund um die möglichen Audioaufnahmen reagierte (Iwersen et al., 2019). Um die Vorwürfe Wirecards zu entkräften, beauftragte die FT ein paar Tage darauf eine externe Anwaltskanzlei damit die eigene Berichterstattung zu untersuchen (Holtermann, 2019).

Der nächste Artikel der FT im Zusammenhang mit möglichen dubiösen Geschäftspraktiken bei Wirecard erschien Mitte Oktober 2019 und sorgte erneut für Kursverluste von über zwanzig Prozent innerhalb eines Handelstages. In dem Bericht hieß es, dass interne Dokumente Wirecards belegen, dass in Dubai und Indien Umsätze künstlich aufgebläht wurden. Die Dokumente seien der FT von einem anonymen Informanten zugespielt worden. Unter anderem wird die Rolle des Wirecard-Drittpartners (*Third Party Acquirer*) *Al Alam Solutions* in Dubai kritisch hinterfragt. Die Drittpartner sind Unternehmen, die für Wirecard die Abwicklung von Zahlungen in Ländern übernehmen, in denen der Konzern über keine Lizenz verfügt. Laut Dokumenten würde rund die Hälfte aller Gewinne von Wirecard aus dem Geschäftsjahr 2016 von Transaktionen, die über diesen Drittpartner abgerechnet wurden, stammen. Recherchen der FT ergaben, dass viele der vermeintlichen Kundinnen und Kunden von Al Alam das Unternehmen gar nicht kennen würden. Zudem erhob die FT den Verdacht, dass Umsätze von Al Alam gar nicht existieren würden, sondern nur erfunden wurden, um die Wirecard-Bilanz künstlich aufzublähen (Holtermann & Schnell, 2019b; McCrum, 2019a). Obwohl Wirecard die erhobenen Vorwürfe erneut zurückweis, wuchs der öffentliche Druck auf das Unternehmen zunehmend. Zunächst sollte eine lokale Bilanzprüfung in Dubai die Umstände aufklären. Grund für eine mögliche Sonderprüfung durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer, wie von einigen Seiten gefordert, sah Wirecard zu diesem Zeitpunkt noch nicht (Holtermann et al., 2019). Wenig später entschied sich

das Unternehmen allerdings doch eine solche Sonderprüfung der Bilanz zu veranlassen. Der Vorstand und der Aufsichtsrat von Wirecard einigen sich dabei auf die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG (Peitsmeier, 2019c).

Ende des Jahres folgten zwei weitere kritische Berichte der FT. In einem wird behauptet, dass Wirecard im Jahr 2017 Gelder die eigentlich auf Treuhandkonten lagen zu den eigenen Barmittel-Reserven hinzurechnete und diese damit künstlich aufgebläht hat. Zudem berichtete die FT von möglicher Spionage und Verfolgung einiger Short-Seller und Wirecard-Kritikerinnen und -Kritiker, darunter auch Dan McCrum, durch das Unternehmen (McCrum, 2019b; Murphy, 2019).

3.1.4 Der tiefe Fall und die Insolvenz

Zu Beginn des Jahres 2020 zog sich der langjährige Wirecard-Aufsichtsratsvorsitzende Matthias Wulf zurück. Für ihn übernahm der frühere Finanzvorstand der *Deutschen Börse*, Thomas Eichelmann. Der Schritt folgte auf die zunehmende Kritik der Öffentlichkeit, dass Wirecard seine Strukturen professionalisieren müsse (Peitsmeier, 2020a).

Im März wurden Teilergebnisse der KPMG-Sonderprüfung veröffentlicht. Zwar entlastete der Bericht das Unternehmen in großen Teilen, worauf der Aktienkurs von Wirecard deutlich zulegte. Allerdings stand in anderen Bereichen die finale Klärung noch aus. So kündigte man an, dass die Untersuchung des Geschäfts mit Drittpartnern erst im April abgeschlossen sei (Holtermann & Schnell, 2020).

Nachdem die geplante Veröffentlichung des gesamten Berichts erneut verschoben wurde, gab Wirecard diesen schließlich Ende April frei. Zwar sah sich Wirecard durch die Ergebnisse des Berichts entlastet, an der Börse sackte der Wirecard-Aktienkurs aber erneut um rund ein Viertel ein. KPMG betonte in dem Bericht, dass bestimmte für die Prüfung notwendige Daten nicht beschafft werden konnten und dass die Einsichtnahme in Unterlagen von externen Gesellschaften teilweise nicht möglich war. Aufgrund dieser Untersuchungshemmnisse könne KPMG zudem die Existenz der Transaktionsvolumina der Jahre 2016 bis 2018 nicht nachvollziehen. Auch die Bilanzpräsentation der Wirecard AG musste wegen anhaltender Prüfungen des eigentlichen Wirtschaftsprüfers des Konzerns, EY, verschoben werden (Peitsmeier, 2020b; Wirecard AG & Stöckl, 2020a). Die Anleger nahmen den Bericht schlecht auf – der Kurs der Wirecard-Aktie brach infolge der

Veröffentlichung um rund ein Drittel ein. Außerdem forderten einige Großinvestorinnen und Großinvestoren der Wirecard AG einen Umbruch im Unternehmen und eine Neuaufstellung des Vorstands (Theurer, 2020a).

Anfang Mai prüfte die Frankfurter Wertpapierbörse mögliche Regelverstöße der Wirecard AG. Grund dafür war die noch immer nicht erfolgte Vorlage des Jahresabschlusses 2019, der bereits am 30. April vorliegen hätte müssen. Wirecard verschob die Bilanzvorlage hingegen erneut auf den 4. Juni. Bei wiederholtem Verstoß gegen die Publizitätsanforderungen drohe laut Angaben sogar der Ausschluss aus dem *Prime Standard* der Frankfurter Börse und damit auch der Rauswurf aus dem DAX (Euro am Sonntag, 2020a).

Wenige Tage später reagierte Wirecard auf die zunehmenden Anschuldigungen und gab einen Umbau im Vorstand des Konzerns bekannt. Dabei gab der Vorstandsvorsitzende Markus Braun einen Teil seiner Agenden im Vorstand, nämlich die Verantwortung für die Kommunikation mit den Investorinnen und Investoren, das Europa-Geschäft sowie für Teile des Vertriebs, ab. Zusätzlich kam mit James Freis ein neuer Vorstand für Compliance-Themen in das Unternehmen. Außerdem sollten zwei weitere Vorstandsposten im Unternehmen installiert werden, die jedoch erst besetzt werden müssten (Holtermann & Maisch, 2020; Wirecard AG & Stöckl, 2020b).

Mitte Mai veröffentlichte Wirecard vorläufige Zahlen für das erste Quartal 2020. Trotz der Tatsache, dass sowohl der Umsatz als auch der Gewinn weiter deutlich zulegen, sank der Aktienkurs von Wirecard weiter (Holtermann, 2020). Die Vorlage der testierten Bilanz für das Geschäftsjahr 2019 wurde abermals vom 4. auf den 18. Juni verschoben. Laut Konzernangaben habe der Wirtschaftsprüfer EY noch nicht alle Prüfungshandlungen abgeschlossen. Trotzdem ging Wirecard laut Mitteilung weiterhin von einem uneingeschränkten Testat aus (Wirecard AG & Stöckl, 2020c).

Anfang Juni verschärfte sich die Krise rund um das Unternehmen weiter. Wie die BaFin bekannt gab, wurde Wirecard bei der Münchner Staatsanwaltschaft wegen Marktmanipulation angezeigt. Die Anzeige bezog sich auf zwei Pflichtmitteilungen Wirecards im Vorfeld der Veröffentlichung des Sonderberichts von KPMG. Wirecard habe darin den Eindruck erweckt, dass das Gutachten sämtliche Vorwürfe gegen das Unternehmen entkräften würde. Es stehe daher im Raum, dass Wirecard

irreführende Angaben in den Pflichtmitteilungen machte, die den Tatbestand einer informationsgestützten Marktmanipulation erfüllen könnten (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020a; Wirecard AG & Stöckl, 2020d).

Am Tag der geplanten Bilanzpräsentation am 18. Juni gab Wirecard bekannt, dass die Vorlage des Jahresabschlusses erneut verschoben werden musste. EY habe im Jahresabschluss milliardenschwere Ungereimtheiten gefunden. Es gebe Hinweise darauf, dass ein Treuhänder von Wirecard-Bankkonten versucht habe die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer zu täuschen. Dieser habe möglicherweise falsche Bargeldbestände angegeben (Wirecard AG & Stöckl, 2020f). Die Wirecard-Aktie sackte an der Frankfurter Börse um bis zu 70 Prozent ab. Durch die erneute Verschiebung der Bilanzvorlage stand auch der Fortbestand des Unternehmens auf dem Spiel. Läge Wirecard bis zum 19. Juni keine testierte Bilanz vor, so könnten einige Banken Kreditlinien in der Höhe von rund zwei Milliarden Euro fällig stellen (McCrum & Storbeck, 2020). Wirecard versicherte in einer Mitteilung, dass man gemeinsam mit den Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern an einer Klärung der Situation arbeite. In einer Videostellungnahme zu den Vorkommnissen gab der Vorstandsvorsitzende Markus Braun bekannt: *“Es kann derzeit nicht ausgeschlossen werden, dass die Wirecard AG in einem Betrugsfall erheblichen Ausmaßes zum Geschädigten geworden ist.”* Zudem gab das Unternehmen am gleichen Tag bekannt, dass der bisherige Chief Operating Officer Jan Marsalek vorübergehend bis zum 30. Juni suspendiert wurde (Wirecard AG & Stöckl, 2020e). Der Vorstand der Wirecard AG stellte nach den Vorkommnissen Strafanzeige gegen Unbekannt. Laut eigenen Aussagen sah sich Wirecard als Opfer eines *„gigantischen Betrugs“* (Peitsmeier, 2020c).

Einen Tag nach dem Aufliegen des Bilanzskandals erklärte der Wirecard-Chef Markus Braun am 19. Juni seinen Rücktritt. Der erst am Vorabend zum Vorstand ernannte James Freis übernimmt interimistisch die Agenden Brauns (Wirecard AG & Stöckl, 2020g). Unterdessen setzt sich der Ausverkauf der Wirecard-Aktie mit Verlusten von bis zu 40 Prozent fort (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020b).

Wie die philippinische Notenbank am 21. Juni bekannt gab, hatten die verschwundenen 1,9 Milliarden Euro offenbar niemals den Weg in das Finanzsystem des Landes gefunden. Die beiden dort ansässigen Banken, bei

denen die Wirecard AG angeblich die besagten Treuhandkonten unterhielt, gaben zudem bekannt keinerlei Geschäftsbeziehung mit Wirecard zu haben (McCrum et al., 2020).

Am 22. Juni gab die Wirecard AG bekannt, dass das freigestellte Vorstandsmitglied Jan Marsalek mit sofortiger Wirkung abberufen und sein Anstellungsverhältnis außerordentlich gekündigt wird (Wirecard AG & Stöckl, 2020h). Am selben Tag gab der Konzern eine weitere Mitteilung aus. Darin hieß es: *„Der Vorstand der Wirecard AG geht aufgrund weiterer Prüfungen derzeit davon aus, dass die bisher zugunsten von Wirecard ausgewiesenen Bankguthaben auf Treuhandkonten in Höhe von insg. 1,9 Mrd. Euro mit überwiegender Wahrscheinlichkeit nicht bestehen“*. Der Konzern nahm sowohl die Einschätzung zum vorläufigen Ergebnis des Geschäftsjahres 2019 als auch des ersten Quartals 2020 zurück (Wirecard AG & Stöckl, 2020i).

Wie am 23. Juni bekannt wird, prüfte die Münchner Staatsanwaltschaft im Zusammenhang mit dem Betrugsfall Wirecard *„alle in Betracht kommenden Straftaten“* (Handelsblatt, 2020). Noch am selben Tag wurde der Ex-Vorstandschef Markus Braun festgenommen. Die Münchner Staatsanwaltschaft warf ihm vor die Wirecard-Bilanz durch erfundene Einnahmen mit Drittpartnern künstlich aufgebläht zu haben. Die Staatsanwaltschaft ging dabei von mehreren Täterinnen und Tätern aus. Braun kam noch am selben Tag gegen eine Kaution von 5 Millionen Euro frei (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020d). Im Juli wurde Braun gemeinsam mit anderen früheren Führungskräften des Unternehmens erneut festgenommen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020f).

Am 25. Juni gab die Wirecard AG erneut eine Ad-Hoc-Mitteilung aus. Darin gab der Vorstand des Konzerns bekannt, dass beim zuständigen Amtsgericht in München ein Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens wegen drohender Zahlungsunfähigkeit und Überschuldung gestellt wurde (Wirecard AG & Stöckl, 2020j).

Das ebenfalls als Verdächtiger geführte und mittlerweile entlassene Vorstandsmitglied Jan Marsalek war unterdessen trotz Haftbefehls gegen ihn verschwunden (Hein & Peitsmeier, 2020). Erst einige Zeit später wurde bekannt, dass Marsalek mittels Privatjet und mit Hilfe eines österreichischen Politikers über Österreich offenbar nach Weißrussland flüchtete (Thalhammer, 2021).

Rund eine Woche nach der bekannt gegebenen Insolvenz des Unternehmens, wurde die Konzernzentrale in Aschheim bei München von der Münchner Staatsanwaltschaft durchsucht. Die Ermittlungen umfassten mittlerweile nicht nur die Tatbestände Bilanzfälschung und Marktmanipulation, sondern auch Betrug. Auch gegen die beiden noch amtierenden Vorstandsmitglieder Alexander von Knoop und Susanne Steidl wurde ermittelt (Schnell, 2020). Noch im Laufe des Jahres 2021 soll Markus Braun angeklagt werden, ein Prozess könnte Mitte 2022 anlaufen. Die Münchner Staatsanwaltschaft wirft ihm gewerbsmäßigen Bandenbetrug, Marktmanipulation und Untreue vor. Bei einer Verurteilung drohen ihm bis zu zehn Jahre Haft. Neben Braun sollen noch zwei weitere frühere Führungskräfte Wirecards angeklagt werden (Bender, Iwersen, et al., 2021).

Michael Jaffé wurde als Insolvenzverwalter für die Wirecard AG bestellt. Die Reste des Unternehmens sollten Großteils veräußert werden (Euro am Sonntag, 2020b). Laut einem vorgelegten Gutachten des Insolvenzverwalters ist Wirecard nach Abzug der noch vorhandenen Vermögenswerte mit rund 2,8 Milliarden Euro verschuldet. Eine Sanierung und Weiterführung des Unternehmens ist somit laut ihm unmöglich (Jung, 2020; Osman et al., 2020). Ein Jahr nach Auffliegen des Skandals sind große Teile des Konzerns bereits verkauft. Darunter die Töchter in Großbritannien, Österreich und Nordamerika und das europäische Kerngeschäft. Von den einst weltweit rund 5.800 Mitarbeitern von Wirecard werden laut Einschätzung des Insolvenzverwalters rund 1.800 erhalten bleiben (Bender, Drost, et al., 2021).

Im Juli 2020 ändert die Deutsche Börse kurzfristig ihre Regeln für die Zusammensetzung des deutschen Leitindex. Demnach fliegt die Wirecard-Aktie bereits Mitte August 2020 aus dem DAX (Euro am Sonntag, 2020c; Kröner, 2020).

Am Tag nach Bekanntgabe der Insolvenz der Wirecard AG lag der Aktienkurs des Unternehmens bei gerade einmal 1,42 Euro und damit unter dem Niveau des ersten Handelstages des Unternehmens an der Börse im Jahr 2005. Ausgehend vom Allzeithoch der Aktie vom 3. September 2018 bei 196,74 Euro brach die Aktie somit bis zur Insolvenz um über 99 Prozent ein. Am Höhepunkt hatte die Wirecard AG somit einen Börsenwert von rund 24,3 Milliarden Euro. Am Tag nach

Bekanntwerden der Unternehmensinsolvenz lag dieser nur mehr bei etwas über 175 Millionen Euro.



Abbildung 5: Aktienkurs der Wirecard AG von 2018-2020 (finance.yahoo.com, o. J.; eigene Darstellung)

3.1.5 Kritik an Finanzaufsicht, Politik und Wirtschaftsprüfungsunternehmen

Bereits kurz nach dem Absturz Wirecards wurde Kritik an der Finanzaufsicht BaFin laut. Dabei wurde seitens der Opposition im deutschen Bundestag vor allem scharf kritisiert, dass die BaFin Wirecard zu lasch kontrolliert hätte. Als Beispiel wurde dabei das Leerverkaufsverbot für die Wirecard-Aktie und die Ermittlungen gegen die Journalisten der FT gebracht (Zwick, 2020a). Der Präsident der BaFin, Felix Hufeld, räumte daraufhin ein, dass die Behörde in der Causa Wirecard einige Fehler beging. Gleichzeitig betonte er, dass die BaFin nicht für die Aufsicht über den gesamten Wirecard-Konzern zuständig sei und nur Durchgriffsrechte bei der Wirecard-Bank habe. Wirecard sei ursprünglich als Finanzholding eingestuft gewesen, wodurch die BaFin für die Aufsicht des Konzerns zuständig war. Nach einigen Umstrukturierungen wurde das Unternehmen jedoch durch die *Europäische Zentralbank* als Technologieunternehmen eingestuft (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020c; Mannweiler, 2020). Auch der deutsche Finanzminister Olaf Scholz kritisierte wenige Tage nach der Insolvenz sowohl die Finanzaufsicht als auch die Wirtschaftsprüfer. Die Aufsicht über das Unternehmen, insbesondere bei der Rechnungslegung und Bilanzkontrolle sei mangelhaft gewesen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020d). Zudem wurden erste Pläne geäußert, die Finanzaufsicht zu reformieren, um künftige Bilanzskandale besser vermeiden zu

können (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2020e). Tatsächlich wurde wenig später bekannt, dass die BaFin Vorwürfe und Verdachtsmomente gegen Wirecard kaum bzw. nur mangelhaft prüfte. So war mit einer BaFin-Sonderprüfung der Wirecard-Bilanzen im Jahr 2019 nur ein Mitarbeiter der Behörde befasst (Theurer, 2020b).

Um auch die politische Verantwortung des Skandals näher zu beleuchten, wurde durch die Oppositionsparteien *FDP*, *Die Linke* und *Die Grünen* im Herbst 2020 ein Untersuchungsausschuss initiiert (Greive & Hildebrand, 2020). Im Jänner 2021 wurde der BaFin-Präsident Felix Hufeld schließlich durch Finanzminister Olaf Scholz vorzeitig abberufen. Zuvor waren im Wirecard-Untersuchungsausschuss weitere dubiose Aktiengeschäfte von BaFin-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufgedeckt worden (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2021a). Dabei wurde auch gegen den Finanzminister Kritik laut. So sei laut Unterlagen auch das Finanzministerium für das umstrittene Leerverkaufsverbot von Wirecard-Aktien mitverantwortlich gewesen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2021b). Auch der Leiter der *Abschlussprüferaufsichtsstelle (Apas)* und der Präsident der *Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR)* mussten im Zuge des Wirecard-Skandals zurücktreten. Im Untersuchungsausschuss mussten sich zudem neben Finanzminister Scholz auch Bundeskanzlerin Angela Merkel, der Wirtschaftsminister Peter Altmaier, die Digitalstaatsministerin Dorothea Bär, die Justizministerin Christine Lambrecht und der Finanzstaatssekretär Jörg Kukies den Fragen zur Causa Wirecard stellen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2021c). Im Juni 2021 wurde der Abschlussbericht des Untersuchungsausschusses vorgelegt. Darin warf die Opposition den deutschen Aufsichtsbehörden kollektives Versagen vor. Bei der BaFin hätten die Untersuchungen zudem „*eklatante Schwächen schonungslos offengelegt*“. Auch die von Wirecard beauftragte Wirtschaftsprüfungskanzlei EY wurde in dem Bericht scharf kritisiert. So bestünden etwa hinsichtlich der Geschäftsjahre 2016 bis 2018 eindeutige Hinweise, dass die von EY erteilten Bestätigungsvermerke „*rechtlich nicht zutreffen und haltbar sein dürften*“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2021d).

Auch für EY hatte der Skandal Konsequenzen. So wurde etwa von der Deutschen Telekom geprüft, ob die Kanzlei weiterhin als Abschlussprüfer für die eigenen Bilanzen eingesetzt werden sollte (Hildebrand et al., 2020). Die Prüfungen ergaben

Anfang 2021 schließlich, dass die Telekom beschloss das Prüfunternehmen zu wechseln (Fröndhoff & Greive, 2021). Die Tochtergesellschaft der Deutschen Bank *DWS* und die Commerzbank beschlossen wenig später ebenso EY von seinen Prüfaufgaben zu entbinden (Astheimer, 2020). Auch die Apas leitete Untersuchungen gegen EY ein (Hildebrand & Sigmund, 2020). Die BaFin prüfte gleichzeitig ob EY als Abschlussprüfer von Finanzkonzernen überhaupt geeignet ist (Handelsblatt, 2021). Auch bei EY führten die Untersuchungen rund um den Wirecard-Skandal zu einem Rücktritt. So musste der Deutschlandchef des Wirtschaftsprüfungsunternehmens, Hubert Barth, seinen Posten räumen (Fröndhoff, 2021). Im Abschlussbericht des Wirecard-Untersuchungsausschuss werden zudem Zweifel daran geäußert, dass die Abschlussprüfer von EY bei der Prüfung des Wirecard-Jahresabschlusses zuverlässig und gewissenhaft gearbeitet haben (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2021e). Durch den Skandal und den folgenden Imageschaden verlor EY nicht nur wichtige Prüfungsaufträge, es drohen auch noch zahlreiche Klagen durch Anleger, die im Zuge der Wirecard-Insolvenz Geld verloren haben (Bender, Fröndhoff, et al., 2021).

3.2 Finanzjournalismus – theoretische Verortung

Das folgende Kapitel soll einen Überblick über die publizierte Literatur zum Finanzjournalismus geben. Dabei soll das journalistische Spezialgebiet des Finanzjournalismus theoretisch verortet werden. Nachfolgend wird erörtert, welche Publika der Finanzjournalismus adressiert und welche Funktionen der Finanzjournalismus wahrnimmt oder wahrnehmen sollte. Zudem wird ergründet welches Rollenbild der Finanzjournalismus verfolgt. Des Weiteren wird das Selbstbild von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten sowie deren Selbstanspruch behandelt. Dem soll abschließend geübte Kritik an Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten sowie dem Finanzjournalismus im Allgemeinen gegenübergestellt werden.

3.2.1 Finanzjournalismus als journalistisches Spezialgebiet

Die Frage, was genau unter Finanzjournalismus zu verstehen ist, ist zunächst nicht eindeutig zu beantworten. Wie Radu (2017, S. 19) beschreibt, liegt eine allgemeine Theorie des Finanzjournalismus bislang nicht vor, was somit eine theoretische Definition des Feldes schwierig macht.

Reckinger (2011, S. 168–169) erörtert den Begriff Finanzjournalismus über die inhaltliche Ausrichtung der Berichterstattung und eine normative Funktionsbestimmung. Der Finanzjournalismus kann demnach als journalistisches Spezialgebiet des Wirtschaftsjournalismus definiert werden. Er befasst sich mit den Themen der Finanzwirtschaft, also dem Teil der Wirtschaft, der im weitesten Sinne mit der Anlage und Beschaffung von Geld zu tun hat. In erster Linie umfasst der Finanzjournalismus somit die Berichterstattung über die Aktien-, Anleihen-, Devisen- und Rohstoffmärkte. Jedoch schließt er auch andere Themenfelder, wie beispielsweise Geldpolitik, Finanzprodukte oder Anlagemöglichkeiten ein.

In der Literatur wird oftmals nicht explizit zwischen Wirtschaftsjournalismus und Finanzjournalismus unterschieden. Eine Abgrenzung erscheint aufgrund der deutlichen inhaltlichen Überschneidungen schwierig. Bisherige Arbeiten, vor allem im deutschsprachigen Raum, bleiben eine deutliche Aussage, ob der Finanzjournalismus nur ein Subtyp des Wirtschaftsjournalismus ist oder sich essenziell von diesem unterscheidet, schuldig (Radu, 2017, S. 19).

Moss (2009, S. 151) beschreibt den Finanzjournalisten bzw. die Finanzjournalistin als spezielle Rolle, die innerhalb des Wirtschaftsjournalismus auftritt. Diese ist somit für ihn, eine von mehreren Rollen, die auf dem Gebiet des Wirtschaftsjournalismus eingenommen werden kann. Auch Mast (2012, S. 110) sieht die Börsen- und Aktienberichterstattung als einen Teil des Wirtschaftsjournalismus. Jedoch können auch andere von ihm definierte Wirtschaftsgebiete, wie etwa die Berichterstattung über Unternehmen und Geldanlage, mit Finanzjournalismus in Verbindung gebracht werden. Ähnlich auch die Definition von Knödler (2005, S. 32), der aus inhaltlicher Sicht die Finanzberichterstattung als einen Teil des Wirtschaftsjournalismus sieht.

Radu (2017, S. 19) definiert den Finanzjournalismus als journalistische Berichterstattung über die Themengebiete Börse und Banken, Aktiengesellschaften, Staatsfinanzen und Wertpapiere sowie generellen Fragen der Kapitalanlage. Unter journalistischer Berichterstattung versteht er dabei, die moderne Funktionsbeschreibung des Journalismus, wonach dieser professionell und kritisch Öffentlichkeit herstellt.

Shaw (2016, S. 73, 80) räumt zwar die starken thematischen Überschneidungen zwischen den beiden Feldern Wirtschafts- und Finanzjournalismus ein. Er zieht die

Grenze zwischen den beiden Disziplinen allerdings durch die Zielgruppen, die beide ansprechen und welche Interessen sie damit verfolgen. So richtet sich der Finanzjournalismus vor allem an Investorinnen und Investoren sowie Akteurinnen und Akteure am Markt, während der Wirtschaftsjournalismus eher die breite Öffentlichkeit adressiert. Damit gehe einher, dass sich Finanzjournalistinnen und -journalisten fast ausschließlich mit mikroökonomischen Themen befassen, während Wirtschaftsjournalistinnen und -journalisten eher über makroökonomische Themen berichten.

3.2.2 Finanzjournalistische Publika

Die Begriffe Publikum und Zielgruppe beschreiben im Journalismus allgemein die Empfängerinnen und Empfänger medialer Botschaften. Aus Sicht eines konkreten Mediums kann die Zielgruppe, wie der Begriff schon andeutet, als Zielvorstellung der eigenen Leserschaft beschrieben werden. Zielgruppen können einerseits durch geografische Kriterien festgelegt werden, andererseits auch durch demografische oder psychografische (Mast, 2003, S. 126). Daraus ergibt sich etwa einerseits, dass Medien aufgrund eines möglichen regionalen Schwerpunkts auch dementsprechend hauptsächlich dort ansässige Leserinnen und Leser ansprechen. Von größerem Interesse sind daher die demografischen und psychografischen Zielgruppen der finanzjournalistischen Berichterstattung, die auch unabhängig eines möglichen regionalen Fokus definiert werden können. Gleichzeitig ist „die finanzjournalistische Zielgruppe“ gar nicht eindeutig definierbar. Die mediale Berichterstattung zu Finanzthemen variiert je nach jeweiligem Medium - einerseits durch die Quantität der Berichterstattung und andererseits durch den inhaltlichen Fokus, den das jeweilige Medium bei der Finanzberichterstattung setzt.

So stehen laut Beck (2018, S. 121–122) etwa bei Boulevardzeitungen alleine aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung der Berichterstattung Wirtschafts- und Finanzthemen eher im Hintergrund. Überregional verbreitete Qualitätszeitungen setzen hingegen bereits einen stärkeren Fokus auf diese Themen. Wirtschaftszeitungen, die teilweise auch nur börsentäglich erscheinen, richten sich im Gegensatz dazu hauptsächlich an eine fachlich an Wirtschaftsthemen interessierte Leserschaft.

Auch wenn die Zielgruppen des Finanzjournalismus stark vom jeweiligen Medium abhängig sind und damit eine allgemeine Definition kaum möglich ist, gibt es durchaus Ansätze den Leser bzw. die Leserin finanzjournalistischer Publikationen theoretisch zu verorten.

Die mediale Berichterstattung über Finanzthemen kann durchaus Einfluss auf das Geschehen an den Börsen nehmen (Tambini, 2010, S. 6). Daraus lässt sich schlussfolgern, dass Marktakteurinnen und Marktakteure sowie Investorinnen und Investoren finanzjournalistische Publikationen rezipieren. Offenbar nutzen diese, finanzjournalistische Inhalte zu einem gewissen Grad für die Entscheidungsfindung am Markt. Laut der Definition von Radu (2017, S. 19) behandelt der Finanzjournalismus Themen rund um Börsen und Banken, Aktiengesellschaften, Staatsfinanzen und Wertpapiere bzw. generelle Fragen der Kapitalanlage. Folgend dieser Definition, zählen in erster Linie Menschen, die entweder bereits am Markt aktiv sind, also in irgendeiner Form Wertpapiere halten, oder Menschen, die ein besonderes Interesse für diese Themen haben, zur Zielgruppe des Finanzjournalismus. Auch Shaw (2016, S. 73) definiert vor allem Investorinnen und Investoren bzw. Marktakteurinnen und Marktakteure als die primären Zielgruppen, an die sich der Finanzjournalismus richtet.

Doch auch unter der allgemeinen Bevölkerung scheint das Interesse an Themen zu Wirtschaft, Finanzen und Unternehmen hoch zu sein. So ergab eine Erhebung zum Wirtschaftsinteresse in Deutschland aus dem Jahr 2010, dass 86 Prozent der befragten Bürgerinnen und Bürger grundsätzlich an besagten Themen interessiert sind (Mast, 2012, S. 131). Ein genauerer Blick auf die Präferenzen der Leserinnen und Leser zeigt jedoch, dass das Interesse an der Berichterstattung zu Entwicklungen der Börsen und auf Finanzmärkten am geringsten ist. Nur 22,5 Prozent der Befragten gaben an, dass sie dieses Gebiet interessiert.

Knowles (2018, S. 302–304) verortet eine gewisse Diskrepanz zwischen den avisierten und den tatsächlichen Zielgruppen von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten. So sehen diese die durchschnittliche Bevölkerung oder *breite Masse* als primäre Zielgruppe ihrer Berichterstattung. Tatsächlich adressiert der Finanzjournalismus die breite Bevölkerung jedoch nur kaum. In erster Linie richten sich die Journalistinnen und Journalisten an den Markt und die dort handelnden

Akteurinnen und Akteure. Die zunehmende Abkehr von der Berichterstattung für die breite Bevölkerung wird durchaus kritisch gesehen. So kritisiert Doyle (2006, S. 433), dass Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten in Massenmedien wie Tageszeitungen verstärkt in einer Art und Weise über Finanzthemen berichten sollten, die auch die durchschnittliche Bevölkerung versteht und für sich nutzen kann.

3.2.3 Funktionen des Finanzjournalismus im wissenschaftlichen Diskurs

Der Journalismus hat für Mast (2012, S. 30) im Allgemeinen die Aufgabe, einzelne Themen und Ereignisse miteinander in Zusammenhang zu stellen und diese in die Öffentlichkeit einzubringen. Der Wirtschaftsjournalismus soll somit Wirtschaftsthemen einerseits einbringen und andererseits diese durch die Auswahl und Bearbeitung von Ereignissen und Nachrichten nach journalistischen Kriterien herstellen. Dem Wirtschafts- und Finanzjournalismus kommt laut Mast (2012, S. 45) zudem eine Schlüsselrolle in der öffentlichen Wahrnehmung der Wirtschaft zu. Neben persönlichen Erfahrungen als Bürgerinnen und Bürger, sind es vor allem die Medien, die das öffentliche Bild der Wirtschaft prägen. Da das breite Publikum über kein spezielles wirtschaftliches Vorverständnis verfügt, ist es umso wichtiger, dass ökonomische Themen so einfach wie möglich beschrieben und in die Erfahrungswelt der Rezipientinnen und Rezipienten übersetzt werden.

Moss (2009, S. 151–152) beschreibt die Funktionen des Finanzjournalismus als Aktienberichterstattung die sich an den Anlegerinnen und Anlegern orientiert. Dabei müsse der Redakteurin oder dem Redakteur gelingen, sowohl über das Marktgeschehen und bestimmte Entwicklungen zu berichten als auch eine ökonomische Perspektive einzunehmen und zu beschreiben.

Für Knödler (2005, S. 34) übernehmen Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten, und damit seiner Definition folgend auch Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten, ein Wächteramt indem sie Missstände aufdecken. Beispielhaft nennt er Berichterstattung, die Aktionärinnen und Aktionäre vor maroden Unternehmen warnen soll. Speziell in Bezug auf Unternehmen und die Berichterstattung über diese, befinden sich Journalistinnen und Journalisten laut Knödler allerdings im Spagat zwischen der Verantwortung gegenüber den Unternehmen über die berichtet wird und dem journalistischen

Anspruch. Fearn-Banks (2001, S. 479) beschreibt den schmalen Grat zwischen der Aufpasser-Rolle des Journalismus (*watchdog media*) und der Rolle des Angreifers von außen (*attack dog media*). Negative Berichterstattung über Unternehmen könne demnach, auch wenn sie sich im Nachhinein als inhaltlich falsch herausstellt, die Geschäftsgrundlage und somit die gesamte Existenz eines Unternehmens gefährden. Auch Mast (2012, S. 55–56) beschreibt im Rahmen der öffentlichen Aufgaben des Wirtschafts- und Finanzjournalismus mehrere Punkte, die diese umfassen. Darunter erörtert er etwa die Kritik und Kontrolle öffentlicher Akteurinnen und Akteure und die Rolle des Journalismus als *vierte Gewalt im Staat*. Borden (2007, S. 323–324) sieht ebenso das Aufdecken von Missständen, im Speziellen bei Betrugsfällen und anderen Unternehmensskandalen, als wichtige Aufgabe des Finanzjournalismus. Durch ihre Berichterstattung könnten Journalistinnen und Journalisten somit auch den Druck auf die Politik erhöhen, die Gesetzgebung stärker auf das Gemeinwohl auszurichten und weniger die Interessen einiger weniger im Blick zu haben.

Daneben kommen dem Finanzjournalismus jedoch auch einige marktöffentliche Aufgaben zu. So unterstützt dieser den Informationsfluss innerhalb der Wirtschaft und fördert die Transparenz am Markt. Diese Aufgabe wird beispielsweise von bestimmten Tageszeitungen erfüllt, die als Börsenpflichtblätter gesetzlich vorgeschriebene Pflichtmitteilungen von börsennotierten Unternehmen publizieren (Mast, 2012, S. 60–61).

3.2.4 Selbstbild und -anspruch im Finanzjournalismus

Mast (2012, S. 46) nennt im Zusammenhang mit dem Selbstanspruch im Wirtschafts- und Finanzjournalismus mehrere Ansätze, mit denen die Berichterstattung erfolgen kann. Neben der erklärenden Wirtschaftsberichterstattung, die vor allem grundlegendes Wissen und Zusammenhänge im wirtschaftlichen Kontext näherbringen soll, erwähnt er auch den Nutzwert-Wirtschaftsjournalismus. Dieser bietet den Rezipientinnen und Rezipienten konkretes Wissen oder Instrumente um ihm die Entscheidung in gewissen Situationen, wie etwa der Geldanlage, zu erleichtern. Außerdem führt Mast noch die Emotionalisierungsstrategie an. Hierbei fokussiert sich die Berichterstattung auf wenige, den Rezipientinnen und Rezipienten bereits bekannte

Themen und greift moralische Aspekte des Themas auf oder stellt handelnde Personen in den Vordergrund. Damit soll das Interesse für das Thema an sich und der Wirtschaft im Allgemeinen geweckt werden.

Laut einer Studie zur Rolle von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten in Großbritannien von Doyle (2006, S. 439–440), gehört die Aufgabe des *Watchdog*, der Unternehmen und deren Geschäftspraktiken mitunter auch kritisch hinterfragt, durchaus zum Selbstverständnis von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten. Diese Rolle steht hingegen teilweise im Spannungsfeld mit der Tatsache, dass oftmals die Unternehmen selbst die primäre Quelle für Informationen sind. So schrecken offenbar Journalistinnen und Journalisten oftmals vor einer zu kritischen Berichterstattung zurück, um nicht Gefahr zu laufen zukünftig nicht mehr mit einem Unternehmen oder einem CEO in Kontakt treten zu können und Informationen von diesen zu erhalten. Außerdem sehen sich Wirtschafts- und Finanzjournalistinnen sowie -journalisten in diesem Zusammenhang zunehmend in einem Abhängigkeitsverhältnis gegenüber den PR-Abteilungen der Unternehmen (Tambini, 2010, S. 18–19). Zudem sehen einige Journalistinnen und Journalisten die begrenzten Ressourcen (Tambini, 2010, S. 23) und das teilweise mangelnde Spezialwissen für tiefergehende investigative Unternehmensrecherchen als Hindernis, die *Watchdog*-Rolle vollinhaltlich auszufüllen (Doyle, 2006, S. 442).

Eine Erhebung in den USA infolge der Finanzkrise 2008 ergab, dass es unter Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten viele verschiedene Sichtweisen auf die *Watchdog*-Rolle gibt. So gibt es unter den Vertreterinnen und Vertretern der Branche kein konsistentes Bild über die öffentliche Verantwortung in der Berichterstattung. Jene Journalistinnen und Journalisten im Wirtschafts- und Finanzbereich die ihre *Watchdog*-Rolle anerkennen, sehen diese aus einer *Transmissionsperspektive*. Ihre Aufgabe besteht aus ihrer Sicht somit darin, dass Informationen an die Öffentlichkeit kommuniziert werden und diese darauf reagieren kann (Usher, 2013, S. 14). Eine weitere Studie im US-amerikanischen Raum ergab, dass ein Großteil der befragten Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten die aktive *Watchdog*-Rolle für sich beansprucht. Aufgrund verschiedener Faktoren, wie etwa die zunehmend begrenzten Ressourcen im journalistischen Alltag, ist die Erfüllung dieser Aufgabe jedoch zunehmend nur ein Idealbild, das in der Praxis nicht

erfüllt werden kann. Strauß (2019, S. 287) schlägt daher im Rahmen dieser Studie eine Neudefinierung der Watchdog-Rolle von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten vor, in der diese nicht nur als Aufdeckerin bzw. Aufdecker von Unternehmensskandalen operieren. So könnten Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten auch vermehrt eine erklärende Rolle am Markt für eine breite Masse und nicht nur für eine kleine Elite von Marktakteurinnen und Marktakteuren einnehmen.

Erhebungen und Untersuchungen zum Selbstbild von reinen Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten im deutschsprachigen Raum liegen bislang nicht vor. Es lohnt sich allerdings ein Blick auf entsprechende Arbeiten, die das Selbstverständnis und die Ansprüche von Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten genauer betrachten, zu werfen. Aufgrund der thematischen Nähe beider Gebiete bzw. der von einigen Expertinnen und Experten angeführten Definition, dass der Finanzjournalismus als Teil des Wirtschaftsjournalismus gesehen werden kann, ist es sinnvoll diese Studien im Kontext dieser Arbeit anzuführen.

Wie Weischenberg et al. (2006, S. 284) feststellten, konzentrieren sich Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten in Deutschland bei ihrer Arbeit auf eine publikums- und serviceorientierte Ausrichtung. So wollen diese gegenüber Politik-Journalistinnen und -Journalisten vermehrt als Ratgeberin bzw. Ratgeber dienen und neue Trends und Ideen vermitteln. Die Unterhaltung des Publikums spielt unterdessen kaum eine Rolle. Die Kontrollfunktion und die Aufgabe der neutralen Vermittlung von Nachrichten und Informationen beanspruchen Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten im Vergleich zu politischen Journalistinnen und Journalisten weder stärker noch weniger stark. Mast (2012, S. 148) stellte bei einer Erhebung zum Selbstverständnis im Wirtschaftsjournalismus in Deutschland fest, dass es das primäre Ziel von Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten ist, neutral und präzise zu informieren. Zudem sollen Themen der Zukunft aufgegriffen werden. Bereits an dritter Stelle kommt jedoch die Kontrollfunktion. Demnach will eine klare Mehrheit der befragten Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten Missstände in der Wirtschaft aufdecken und kritisieren. Zudem verfolgen sie hinsichtlich ihrer Ziele dem Publikum gegenüber überwiegend eine Nutzwertorientierung. So wollen knapp zwei Drittel

der befragten Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten ihre Leserinnen und Leser mit ihrer Berichterstattung zu konkreten Handlungen befähigen. Etwas mehr als 60 Prozent wollen außerdem die Leserinnen und Leser bei konkreten Entscheidungen anleiten (Mast, 2012, S. 156).

3.2.5 Kritik am Finanzjournalismus

Mit der Einführung von Nutzwert- und Emotionalisierungsstrategien ergeben sich für den Wirtschafts- und Finanzjournalismus jedoch auch einige Gefahren. Diese Strategien erfordern laut Mast (2012, S. 46) *„einen Spagat zwischen journalistischer Vereinfachung und berufsethischer Verantwortung auf der einen Seite und Ansprüchen, die sich aus der Wirtschaft und der Sache ergeben, auf der anderen Seite“*. So dürfen etwa bei Enthüllungsgeschichten, die das Interesse des Publikums wecken sollen, die grundlegenden Richtlinien der journalistischen Ethik nicht vergessen werden. Außerdem sollte auch eine solche Berichterstattung nicht das eigentliche Ziel des Wirtschafts- und Finanzjournalismus außer Acht lassen, nämlich die Herstellung von öffentlicher Aufmerksamkeit, um einen gesellschaftlichen Austausch und Problemlösungsprozess anzustoßen. An der Nutzwertorientierung im Finanzjournalismus kritisiert Mast (2012, S. 64), dass die Journalistinnen und Journalisten hierbei in ratgebender Funktion auftreten. Demnach gehöre es eigentlich nicht zu den journalistischen Aufgaben, konkrete Handlungsempfehlungen bei der Geldanlage an die Rezipientinnen und Rezipienten zu richten. Vor allem Medien die sich auf die Berichterstattung über die Börse, Aktien oder andere Formen der Geldanlage spezialisieren, greifen häufig auf diese Art der Berichterstattung zurück.

Die Berichterstattung zum Geschehen an den Börsen und den dort handelnden Akteurinnen und Akteuren führt im Wirtschafts- und Finanzjournalismus zudem zu einem gewissen Fokus auf kurzfristige Ereignisse. Akteurinnen und Akteure am Markt wollen rasch mit Informationen versorgt werden, um darauf reagieren zu können. In der täglichen Berichterstattung zum Markgeschehen werden tiefergehende Analysen eher weniger stark rezipiert (Schiffrin & Fagan, 2013, S. 152).

Auch die Rolle des Wirtschafts- und Finanzjournalismus in der Berichterstattung über allgemeine Wirtschaftskrisen oder Unternehmenskrisen wird oftmals kritisch

betrachtet. Mast (2003, S. 78–81) nennt dabei einerseits die fehlende Distanz zu den handelnden Wirtschaftsakteurinnen und -akteuren und den damit einhergehenden zu unkritischen Umgang mit einer in Boom-Phasen auftretenden Euphorie der Anlegerinnen und Anleger. Gleichzeitig streicht Knowles (2018, S. 184, 193) auch die Rolle von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten in der gegenteiligen Phase des Booms, also in der Krise oder in der Rezession, hervor. So wirkt die oftmals sehr negative Berichterstattung in Krisen zusätzlich verstärkend in einer Phase des wirtschaftlichen Rückgangs. Die Gründe dafür liegen ebenso teilweise in der starken Nähe der Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten zu dem System und den Institutionen, über die sie berichten.

In den USA wurde insbesondere die Rolle der Medien und der Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten im Bilanzskandal rund um Enron, den vormals größten Erdgas-Konzern der Vereinigten Staaten, kritisch beleuchtet. So haben viele Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten das Geschäftsmodell des Konzerns trotz einiger Warnsignale nicht kritisch hinterfragt (Doyle, 2006, S. 433). Von Seiten einiger Journalistinnen und Journalisten wurde der lange Zeit unkritische Blick auf Enron allerdings mit der hohen Komplexität des Falles und dem mangelnden Spezialwissen in Bilanzierungsfragen erklärt (Tambini, 2010, S. 16).

Zahlreiche Arbeiten hinterfragen zudem kritisch die mediale Berichterstattung zur Finanzkrise 2008 (Manning, 2013; Schifferes, 2012; Schiffrin & Fagan, 2013). So hätten Journalistinnen und Journalisten nur kaum mit kritischer Berichterstattung die ersten Anzeichen der Krise erkannt. Einer der Kritikpunkte hierbei ist eine allgemein zu einseitige und unkritische Wirtschaftsberichterstattung (Tambini, 2010, S. 3). Durch die für die Informationsbeschaffung wichtige Nähe zu den Akteurinnen und Akteuren am Markt tendiert der Finanzjournalismus in erster Linie dazu über Routinethemen, die von eben diesen Marktakteurinnen und Marktakteuren geliefert werden, zu berichten. Im Kontext der Finanzkrise hat das einen Blick auf das ganzheitliche Problem der drohenden Krise verhindert (Manning, 2013, S. 183). Shaw (2016, S. 93) kritisiert vor allem die mangelnde investigative Berichterstattung über Verfehlungen bei einzelnen Unternehmen die letztendlich in die Krise führten. Usher (2013, S. 15) stellte wiederum fest, dass es durchaus Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten gab, die die Öffentlichkeit mit Informationen zur drohenden

Krise belieferten. Jedoch hätten diese nicht in einer Art und Weise berichtet, die der Öffentlichkeit auch das Wissen und die Instrumente in die Hand gibt, um rechtzeitig zu handeln. Die Frage inwiefern die Medien rechtzeitig und in angemessenem Ausmaß über die Krise und ihre Auslöser berichteten, führte in weiterer Folge zu einer Diskussion über die Qualitäts- und Identitätsansprüche im Wirtschafts- und Finanzjournalismus. Die Kritik bezieht sich hierbei vor allem auf die Berichterstattung vor dem Ausbruch der Krise (Mast, 2012, S. 66). Diesem Kritikpunkt setzt Mast (2012, S. 67) jedoch entgegen, dass es fraglich ist, ob man vom Wirtschaftsjournalismus verlangen könne, über Meinungen die stark vom allgemeinen Marktbild abweichen in größerem Ausmaß zu berichten. Zwar gehöre es zu den Aufgabenpunkten des Wirtschaftsjournalismus Fehlentwicklungen und Missstände bereits frühzeitig aufzuzeigen. Inwiefern eine solche Berichterstattung allerdings erforderlich ist, wenn es nur vereinzelt wenige Stimmen gibt, die auf eine Entwicklung in eine gewisse Richtung hindeuten, ist jedoch umstritten.

Teilweise geht die Kritik an der Berichterstattung in und vor der Finanzkrise noch einen Schritt weiter. So benennt Schiffrin (2015, S. 644) die Rolle der Journalistinnen und Journalisten schon während des Entstehens der Häuserblase in den USA, deren Platzen die Krise ins Rollen brachte. Die zu einseitige und positive Berichterstattung habe das Bilden der Blase noch weiter begünstigt, ähnlich wie in den 1990er Jahren als sich die Dotcom-Blase bildete, welche Anfang der 2000er Jahre platzte. Auch laut Shaw (2016, S. 93) haben Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten im Vorfeld der Krise in die allgemeine Euphorie am Markt eingestimmt, anstatt ihre Rolle als Watchdog zu erfüllen.

Usher (2013, S. 14–15) kritisiert, dass viele Wirtschafts- und Finanzjournalistinnen sowie -journalisten ihre Watchdog-Rolle als reine Überbringung von Informationen an die Öffentlichkeit interpretieren und das Aufzeigen von möglichen Lösungswegen und Handlungsempfehlungen nicht als ihre Aufgabe sehen. Er fordert daher einen stärkeren Fokus auf eine handlungs- und lösungsorientierte Watchdog-Rolle. Diese könnte der Öffentlichkeit, den politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern sowie den Unternehmen einen klaren Weg aufzeigen, wie sie aktiv werden können. Journalistinnen und Journalisten könnten somit ihre Rolle noch stärker nutzen um im Rahmen einer

„inoffiziellen Regulierungsbehörde“ Schwächen aufzuzeigen und Lösungen anzubieten. Dies würde zudem das Bewusstsein für die öffentliche Verantwortung des Finanzjournalismus verstärken.

Abschließend lässt sich festhalten, dass der Finanzjournalismus ein wissenschaftlich vor allem im deutschsprachigen Raum bisher nur recht wenig beleuchtetes Gebiet ist. In der Literatur wird oftmals nicht zwischen Wirtschaftsjournalismus und Finanzjournalismus unterschieden. Aufgrund der inhaltlich zweifellos bestehenden Überschneidungen beider journalistischer Gebiete ist es durchaus sinnvoll auch gängige Literatur zum Wirtschaftsjournalismus in die theoretischen Überlegungen zu dieser Forschungsarbeit einzubinden. Im englischsprachigen Raum findet sich deutlich mehr Literatur zu Funktion, Selbstanspruch und Kritik des Finanzjournalismus wieder. Vor allem die Rolle des Finanzjournalismus in der Berichterstattung rund um Unternehmensskandale oder Finanzkrisen wurde bereits ausführlich behandelt. Dabei ergaben sich teilweise einige Differenzen zwischen dem Selbstanspruch von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten bzw. deren tatsächlicher Rolle.

3.3 Die deutsche Medienlandschaft

Neben theoretischen Überlegungen und Grundlagen zum Unternehmen Wirecard und dem Feld des Finanzjournalismus soll folgendes Kapitel einen theoretischen Überblick über das deutsche Mediensystem und die deutsche Medienlandschaft im Allgemeinen geben. Zudem werden die Medien, die zur methodischen Beantwortung der Forschungsfragen herangezogen werden, genauer beschrieben. Die Vorgangsweise bei der Auswahl der zu untersuchenden Medien sowie die Kriterien, nach welchen diese Medien ausgewählt wurden, werden in Kapitel 4.2 erläutert.

Grundlage für die Pluralität an Medien und Meinungen, die in diesen dargestellt werden, ist die Medienfreiheit, die Medieninstitutionen vor staatlicher Zensur oder Lenkung schützen sollen. In Deutschland sind die Kommunikationsfreiheiten im Grundgesetz als Menschenrechte garantiert. Der Staat selbst, wie auch staatsnahe Organisationen scheiden im deutschen Mediensystem als Medieninhaber aus. Vielmehr ist es die Aufgabe des Staates mit politischen Mitteln eine möglichst staatsferne Regulierung der Medien zu erreichen. Die Regulierungskompetenzen

für den Rundfunk und de facto auch für die Presse kommen in Deutschland den 16 Bundesländern zu. Medien treten in diesem System als Vermittler des öffentlichen Meinungsbildes auf. Sie bieten dabei einen Raum für Kommunikation unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure und tragen durch ihre journalistische Themensetzung selbst zum individuellen wie auch öffentlichen Meinungsbild bei (Beck, 2018, S. 383–385).

3.3.1 Aufbau & Struktur

Das deutsche Mediensystem besteht aus verschiedenen Teilsystemen. Diese unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihrer Verbreitungsform, ihrer technischen Grundlagen und ihrer Organisationsform (Beck, 2018, S. 386). Im Folgenden sollen einige der wichtigsten Teilsysteme näher beschrieben werden.

Wie auch in anderen Ländern kommt den Nachrichtenagenturen in Deutschland eine wichtige Rolle zu. Diese selektieren aus der Fülle an überregionalen und internationalen Nachrichten und Meldungen, recherchieren diese nach journalistischen Maßstäben und Normen und bereiten sie auf. Zudem sind die Nachrichtenagenturen oftmals Adressaten vieler Pressemitteilungen verschiedenster Akteurinnen und Akteure - etwa aus der Politik oder der Wirtschaft. Als wichtigste Nachrichtenagentur des Landes gilt die *Deutsche Presse Agentur (dpa)*. Sie dient vielen Tageszeitungen wie auch anderen Medien in Deutschland als Primärquelle. Daneben gehören auch die deutschen Niederlassungen der beiden internationalen Agenturen *Agence France-Press (AFP)* und *Reuters* zu den wichtigsten und meistzitierten Nachrichtenagenturen des Landes (Beck, 2018, S. 55–58).

Auf dem deutschen Rundfunkmarkt ist zwischen drei Kategorien von Programmveranstaltern zu differenzieren. Diese unterscheiden sich einerseits durch ihre Rechtsform und andererseits durch ihre Finanzierung und ihre normativen Funktionsvorgaben. Einen gewichtigen Teil des Rundfunk- und Fernsehmarktes nehmen die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehanstalten ein. Dazu gehören die neun Landesanstalten der *ARD*, das *ZDF*, das *Deutschlandradio* sowie die *Deutsche Welle*. All diese sind gemeinnützige Anstalten öffentlichen Rechts. Daneben gibt es in Deutschland auch einige privatrechtlich organisierte, kommerzielle Hörfunk- und Fernsehanbieter, zu denen etwa *RTL* oder

Prosieben sowie *Sat.1* zählen. Eine weniger wichtige Rolle nehmen die nichtkommerziellen Programmveranstalter ein. Diese sind je nach Bundesland unterschiedlich organisiert, werden allerdings von den jeweiligen Landesmedienanstalten finanziert und betrieben (Beck, 2018, S. 207).

Von den tagesaktuell berichtenden Medien zu unterscheiden, sind die Vertreter der Wochen- und Monatspresse. Neben wöchentlich erscheinenden Zeitungen zählen dazu vor allem wöchentliche oder monatliche Magazine. In Deutschland nehmen vor allem die Nachrichtenmagazine *Spiegel*, *Focus* und *Stern* eine wichtige Rolle ein. Ein Großteil der Magazinpresse richtet sich bei ihrer redaktionellen Berichterstattung jedoch auf die Interessen einer spezifischen Zielgruppe aus. So gibt es mit *Capital*, *Wirtschaftswoche* oder *Managemagazin* einige nennenswerte Wirtschaftsmagazine in Deutschland. Fachzeitschriften und wissenschaftliche Zeitschriften sind vor allem von der sehr spezifischen Zielgruppe charakterisiert. Diese ist meist vor allem aus beruflichen Gründen an einem speziellen Themenbereich interessiert (Beck, 2018, S. 122–123).

3.3.2 Tageszeitungen in Deutschland

Neben den bereits beschriebenen Mediengattungen und spezifischen Medien, nehmen die Tageszeitungen in der deutschen Medienlandschaft eine ebenso wichtige Rolle ein. Im Gegensatz zur Wochen- oder Zeitschriftenpresse unterliegen sie aufgrund ihrer täglichen Erscheinung einem größeren Aktualitätsdruck. Außerdem müssen sie in der Regel ein breites Themenspektrum anbieten. Daher greifen sie für gewöhnlich in besonderem Ausmaß auf Angebote von nationalen sowie internationalen Nachrichtenagenturen zurück (Beck, 2018, S. 120). Die Tageszeitungen können dabei einerseits hinsichtlich ihrer redaktionellen Mischung aus lokalen, nationalen und internationalen Berichten unterschieden werden. Ein weiterer wichtiger Unterscheidungspunkt ist die journalistische Qualität des Mediums, die vor allem von der adressierten Zielgruppe abhängig ist (Beck, 2018, S. 121). Lokale und regionale Abonnementzeitungen fokussieren sich bei ihrer Berichterstattung vor allem auf lokale Geschehnisse. Die überregional verbreiteten Qualitätszeitungen berichten überwiegend über nationale wie auch internationale Themen, vorwiegend aus den Gebieten Politik und Wirtschaft. Daneben unterhalten diese oftmals auch Lokalredaktionen am Erscheinungsort. Zusätzlich gibt es einige

wenige täglich erscheinende Wirtschaftszeitungen, die sich wie schon der Name verrät, in ihrer Berichterstattung auf Wirtschaftsthemen fokussieren. Von den überregionalen Qualitätszeitungen zu unterscheiden sind die Boulevardzeitungen, welche ihren Fokus häufig auf Lokales und Sport legen und meist eine eher unterhaltsame Berichterstattung verfolgen, die sich stark am Nutzwert für die Leserinnen und Leser orientiert (Beck, 2018, S. 121–122).

In den folgenden Unterkapiteln werden die Tageszeitungen, die im methodischen Vorgehen dieser Forschungsarbeit untersucht werden, genauer beleuchtet.

3.3.2.1 BILD

Die *BILD-Zeitung* ist eine täglich von Montag bis Samstag erscheinende überregionale Zeitung in Deutschland mit Hauptsitz in Berlin. Sie ist sowohl die größte als auch reichweitenstärkste Tageszeitung Europas (Axel Springer SE, o. J.-a, S. 17). Im Jahr 2020 hatte die BILD-Zeitung in Deutschland eine Reichweite von 7,88 Millionen Lesern pro Ausgabe (Axel Springer, 2021). Inhaber der Medienmarke ist der deutsche Konzern Axel Springer SE, der auch nach dem Gründer der BILD-Zeitung benannt ist (Axel Springer SE, 2018).

Die BILD-Zeitung erscheint einerseits als deutschlandweite Bundesausgabe, andererseits auch in Form von insgesamt 28 Regionalausgaben. Sie gilt als eine von acht verschiedenen tagesaktuellen Boulevardzeitungen in Deutschland (Beck et al., 2012, S. 20). Die Tageszeitung wurde im Jahr 1952 im Axel Springer Verlag gegründet und schon damals als Boulevardzeitung geführt. 1956 kam die wöchentlich bundesweit erscheinende *BILD am Sonntag* hinzu (Beck et al., 2012, S. 32–33). Im August 2021 geht zudem ein neuer TV-Sender unter dem Label *BILD*, dessen Programm an den Inhalten der BILD-Zeitung angelehnt sein soll, an den Start (Axel Springer SE & Senft, 2021).

Im Laufe der Geschichte der BILD-Zeitung sah sich die Zeitung immer wieder mit Kritik an ihrer Berichterstattung konfrontiert. Die Vorwürfe drehten sich dabei unter anderem um die mangelhafte Wahrung von ethischen und moralischen Grundsätzen etwa bei der Recherche und der Berichterstattung (Beck et al., 2012, S. 33).

Sämtliche Medien des Axel-Springer-Verlages unterliegen einigen vom Gründer Axel Springer formulierten und mehrmals überarbeiteten Grundsätzen. Diese besagen unter anderem, dass der Verlag für „*Freiheit, Rechtsstaat, Demokratie und ein vereinigtes Europa*“ eintritt. Außerdem lehne man „*politischen und religiösen Extremismus und jede Art von Rassismus und sexueller Diskriminierung*“ ab (Axel Springer SE, o. J.-b). Seit 2003 unterliegen die Journalistinnen und Journalisten des Axel-Springer-Verlages zudem bestimmten Leitlinien, die die journalistische Unabhängigkeit des Verlags sicherstellen sollen (Axel Springer SE, 2021a).

3.3.2.2 Süddeutsche Zeitung

Die *Süddeutsche Zeitung (SZ)* ist eine überregionale deutsche Tageszeitung. Das Medium gehört zum Verlag der *Süddeutsche Zeitung GmbH* mit Sitz in München. Dieser Verlag befindet sich wiederum mehrheitlich im Besitz der *Südwestdeutsche Medien Holding GmbH* mit Sitz in Stuttgart (Süddeutsche Zeitung GmbH, o. J.).

Sie gilt in Deutschland als überregionale Qualitätszeitung, die jedoch stark lokal verwurzelt ist (Beck, 2018, S. 391). Neben den drei Varianten einer Welt-, Deutschland- und München-Ausgabe, erscheint die SZ im bayrischen Raum auch in Form von zehn verschiedenen Regionalzeitungen (Hachmeister, 2012). Neben den täglich von Montag bis Freitag erscheinenden Ausgaben, gibt es auch eine samstags erscheinende Wochenendausgabe. Erstmals erschien die SZ im Oktober 1945. Sie war mit Genehmigung der Alliierten die erste in Bayern erschienene Zeitung nach dem Kriegsende (Südwestdeutsche Medienholding GmbH, o. J.).

Hinsichtlich ihrer politischen Haltung wird die SZ als liberal-kritisch eingestuft. Die wirtschaftspolitische Ausrichtung ist als marktliberal einzuordnen (Pointner, 2010, S. 52). Laut eigenen Angaben zeichnet sich die SZ durch „*meinungsfreudigen und unabhängigen Journalismus*“ aus. Dabei setze man auf die Prinzipien Liberalität, Toleranz und redaktionelle Unabhängigkeit (Süddeutscher Verlag, o. J.).

Besonders in den vergangenen Jahren erlangte die SZ durch zahlreiche investigative Recherchen internationale Bekanntheit. So war die Zeitung beispielsweise an den journalistischen Enthüllungen rund um die *Panama Papers* und die *Ibiza-Affäre* in Österreich beteiligt (Südwestdeutsche Medienholding GmbH, o. J.).

Im Vergleich der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland erlangte die SZ 2020 mit 1,26 Millionen Lesern pro Ausgabe die zweitgrößte Reichweite hinter der BILD-Zeitung (Axel Springer, 2021).

3.3.3.3 Frankfurter Allgemeine Zeitung

Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* zählt ebenso zu den überregionalen Qualitätszeitungen in Deutschland (Beck, 2018, S. 121). Gemessen an der Reichweite war die FAZ 2020 die drittgrößte überregionale Tageszeitung in Deutschland. Dabei erreichte die FAZ 960.000 Leser pro Ausgabe (Axel Springer, 2021).

Erstmals erschien die Zeitung im November 1949. Die FAZ versteht sich selbst als „*liberal-konservative Stimme in Wirtschaft, Politik und Kultur*“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, o. J.-c). Seit 2001 erscheint neben den von Montag bis Samstag publizierten Ausgaben der FAZ auch wöchentlich am Sonntag die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (FAS)*.

Die Zeitung wird von der *Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH* mit Sitz in Frankfurt verlegen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, o. J.-a). Hauptanteilseigner an dieser ist die *FAZIT-Stiftung*, eine gemeinnützige Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung (Pointner, 2010, S. 153).

Nach eigenen Angaben ist die FAZ die einzige deutsche Zeitung, die seit ihrer Gründung von einem Herausbergremium geleitet wird. Die Herausgeberinnen und Herausgeber sind Gesellschafterinnen und Gesellschafter der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH und führen die Zeitung nach dem Kollegialprinzip. Die Aufgabe dieses Gremiums besteht darin, die politische, wirtschaftliche und kulturelle Linie der Zeitung zu bestimmen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, o. J.-b).

3.3.3.4 Die Welt

Die Welt gehört seit 1953 ebenso wie die BILD-Zeitung zum Axel-Springer-Konzern (Pointner, 2010, S. 153–154). Mit 890.000 Lesern pro Ausgabe war die Zeitung im Jahr 2020 gemessen an der Reichweite die viertgrößte überregionale Tageszeitung Deutschlands (Axel Springer, 2021).

Erstmals erschien sie im Jahr 1946, wobei sie erst im Jahr 1953 vom Verlag von Axel Springer gekauft wurde. Die Zeitung versteht sich selbst als „*Stimme einer*

liberalen und freiheitlichen Gesellschaft“ (Axel Springer SE, 2021b). Hinsichtlich der politischen Linie und der vorherrschend vertretenen Weltanschauung wird die Zeitung dem bürgerlich-konservativen Spektrum zugeordnet. Wirtschaftspolitisch ist sie eindeutig marktliberal eingestellt (Pointner, 2010, S. 152–153). Sie zählt zu den überregionalen Qualitätszeitungen in Deutschland (Beck, 2018, S. 121). Mit der *Welt am Sonntag* gibt es ebenso wie bei der BILD-Zeitung eine wöchentlich am Sonntag erscheinende Ausgabe. Der Springer-Verlag betreibt auch einen TV-Sender unter dem Namen *Welt*. Hierzu übernahm der Konzern im Jahr 2013 den Nachrichtensender *N24* der als Vorgängersender von *Welt* gilt (Der Spiegel, 2013). Da *Die Welt* zum Springer-Konzern gehört, unterliegt auch sie den Unternehmensgrundsätzen sowie den Leitlinien für die journalistische Unabhängigkeit des Verlags. Diese wurden bereits in Kapitel 3.3.2.1 beschrieben.

3.3.3.5 Handelsblatt

Das *Handelsblatt* ist eine täglich und überregional in Deutschland erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung. Sie richtet sich durch den inhaltlichen Fokus auf die Themen Wirtschaft, Wirtschaftspolitik, Börse und Finanzen an eine fachlich interessierte Leserschaft (Beck, 2018, S. 122, 391). Die Zeitung wird von der *Handelsblatt GmbH* mit Sitz in Düsseldorf verlegt (Handelsblatt, o. J.).

Im Jahr 2020 erreichte das *Handelsblatt* 520.000 Leser pro Ausgabe. Damit ist sie gemessen an der Reichweite die fünftgrößte überregionale Tageszeitung in Deutschland (Axel Springer, 2021). Das *Handelsblatt* erscheint von Montag bis Freitag. Da das am Freitag erscheinende Blatt als Wochenendausgabe konzipiert ist, erscheint samstags und sonntags keine Ausgabe.

3.4 Forschungsdesign und methodische Vorgehensweise

Während sich die bisherigen Theoriekapitel auf die inhaltlichen Themen dieser Arbeit fokussieren, soll folgendes Kapitel die theoretischen Grundlagen des Forschungsdesigns näherbringen. Das Forschungs- oder Untersuchungsdesign wird in der empirischen Forschung als die Art und Weise wie die empirische Untersuchung angelegt wird, verstanden. Das Design ist somit eine Phase der Planung einer Untersuchung, bei der unter anderem definiert wird, welche Form der Datenerhebungen verwendet wird, in welcher Reihenfolge und wie diese

Datenerhebungen stattfinden und welche Instrumente und Stichproben verwendet werden (Diekmann, 2007, S. 186–200). Kuckartz (2014, S. 62) definiert das Forschungsdesign als eine möglichst genaue Beschreibung der Vorgehensweise einer Forschungsarbeit. Das beinhaltet auch welche Konzepte und welche Mittel man bei diesem Projekt einsetzt. Das Design stellt somit den Fahrplan und die Leitlinie für das gesamte Forschungsprojekt dar.

Im Folgenden sollen daher die theoretischen Grundlagen des Forschungsdesigns dieser Arbeit skizziert und erläutert werden. Im Zuge dessen werden zudem die in dieser Forschungsarbeit eingesetzten Methoden beschrieben und deren Einsatz begründet.

3.4.1 Mixed-Methods-Ansatz

Diese Forschungsarbeit bedient sich des Mixed-Methods-Forschungsansatzes. Es werden somit qualitative als auch quantitative Methoden eingesetzt, um die definierten Forschungsfragen zu beantworten.

Der Mixed-Methods-Forschungsansatz hat sich ab etwa Mitte der 1980er-Jahre in den Sozial- und Verhaltenswissenschaften als alternative Methode der bereits vorherrschenden Ansätze der qualitativen und quantitativen Forschung etabliert (Kuckartz, 2014, S. 13). Zwar wurden von Forscherinnen und Forschern bereits in den 1960er- bis 1980er-Jahren sowohl qualitative als auch quantitative Daten für bestimmte Studien erhoben. Jedoch wurden diese üblicherweise voneinander getrennt behandelt und interpretiert. Die Erkenntnisse beider Methoden durch Integration und Kombination miteinander in Verbindung zu setzen, um daraus wiederum neue Ergebnisse zu erzielen, wurde noch nicht in Betracht gezogen (Kuckartz, 2014, S. 18). Erste Werke die eine solche Kombination sowohl quantitativer als auch qualitativer Forschung beinhalteten oder behandelten, stammen etwa von Bryman (1988), der sich mit der Kombination beider Forschungsmethoden in den Sozialwissenschaften beschäftigte oder Greene et al. (1989), die in ihrer Arbeit einen ersten Versuch unternahmen ein konzeptionelles Rahmenwerk für Mixed-Methods-Evaluationen zu entwickeln.

Als besonders prägend für die Entwicklung von Mixed-Methods bezeichnet Kuckartz (2014, S. 15) das *Handbook of Mixed Methods in the Social & Behavioral Research* von Tashakkori et al. das in der ersten Auflage 2003 und in der zweiten

Auflage 2010 erschien. Darin erörtern zahlreiche Autoren die verschiedenen Perspektiven und Zusammenhänge der Mixed-Methods-Forschung. Tashakkori et al. (2003, S. 5) nennen in ihrem Werk dabei den Mixed-Methods-Ansatz das *dritte Paradigma* oder die *dritte methodologische Revolution*. Demnach bietet der Mixed-Methods-Ansatz neue Möglichkeiten für empirische Untersuchungen, da er über die klassischen Ansätze der qualitativen und quantitativen Forschung hinausgeht.

Bei der Definition von Mixed-Methods gibt es verschiedene Ansätze und Meinungen. Johnson et al. (2007, S. 119) haben die Definitionen und Ansichten einiger der wichtigsten Vertreterinnen und Vertreter der Mixed-Methods-Forschung zusammengetragen und dabei den Versuch einer einheitlichen Definition unternommen. Greene definiert den Mixed-Methods-Ansatz dabei beispielsweise als Ansatz zur Erforschung der sozialen Welt. Die Kombination von unterschiedlichen Methoden trage zum besseren Verständnis dieser bei. Für Creswell ist Mixed-Methods ein Forschungsdesign oder auch eine Methodologie, bei der quantitative als auch qualitative Daten in einer Studie gesammelt, analysiert und kombiniert werden.

Dieser Definition folgt auch Kuckartz (2014, S. 33), indem er Mixed-Methods als „*die Kombination und Integration von qualitativen und quantitativen Methoden im Rahmen des gleichen Forschungsprojekts*“ beschreibt. Im Rahmen eines Forschungsprojekts kann diese Methodenkombination sowohl aus der inhaltlichen Logik des Projekts als auch methodologisch begründet sein (Kuckartz, 2014, S. 29).

3.4.1.1 Motive für Mixed-Methods-Ansatz

Ob ein Mixed-Methods-Ansatz für ein konkretes Forschungsprojekt geeignet ist, richtet sich in erster Linie nach der oder den Forschungsfragen. Entscheidend ist die Frage, ob der angedachte Ansatz überhaupt der Beantwortung der Forschungsfragen dienlich ist. Eine weitere Grundvoraussetzung für die Anwendbarkeit von Mixed-Methods ist, inwiefern die angedachten Methoden kompatibel sind. Diese sollten nicht nur inhaltlich miteinander vereinbar sein, sondern sich auch ergänzen und zudem möglichst verschiedene Blickwinkel auf das behandelte Thema bieten (Kuckartz, 2014, S. 35).

Mithilfe von Mixed-Methods sollen komplexe Problem oder Themen im Vergleich zu einem monomethodischen Vorgehen besser verständlich werden. Dies äußert sich

durch mehrere Aspekte. So sollen einerseits quantitative Erkenntnisse, wie etwa statistische Zusammenhänge, durch verbale Daten anschaulicher und verständlicher werden. Andererseits können Erkenntnisse qualitativer Natur durch die Kombination mit quantitativen Erkenntnissen untermauert werden. Der Einsatz eines Mixed-Methods-Ansatzes soll zudem umfangreichere Ergebnisse liefern und den Blick auf das Problem aus mehreren Perspektiven ermöglichen. Auch das Spektrum und der Detailgrad der zu beantwortenden Forschungsfragen soll durch einen multimethodischen Zugang mithilfe von Mixed-Methods erhöht werden (Kuckartz, 2014, S. 54).

Greene et al. (1989, S. 259) nennen fünf verschiedene Motive, die für die Anwendung eines solchen Mixed-Methods-Ansatzes vorliegen können. So kann ein Motiv für die Wahl eines Mixed-Methods-Ansatzes die Triangulation sein. Diese zielt auf die Konvergenz, also auf die Übereinstimmung der Resultate der quantitativen und qualitativen Methoden. Das Motiv der Komplementarität zielt hingegen auf das bessere Verständnis der Ergebnisse einer Methode durch die Resultate einer anderen Methode. Die Forschungsergebnisse sollen somit vervollständigt und damit vielseitiger interpretierbar werden. Ein Mixed-Methods-Ansatz kann zudem mit dem Motiv der Methodenentwicklung begründet werden. Hierbei werden die Ergebnisse der einen Methodik genutzt, um die andere Methodik zu entwickeln oder weiterzuentwickeln. Bei dem Motiv der Initiation sollen die Ergebnisse der zuerst durchgeführten Methode durch das Heranziehen einer zweiten Methode auf Widersprüche untersucht werden. Die Forschungsergebnisse sollen somit aus einer anderen Perspektive betrachtet und überprüft werden. Auch die Ausweitung der inhaltlichen Breite und Reichweite der Forschungsergebnisse kann ein Motiv für den Einsatz von Mixed-Methods sein. Greene et al. sprechen dabei von dem Motiv der Expansion.

Johnson et al. (2007, S. 122–123) erhoben einerseits die Breite der Forschungsergebnisse und andererseits die Bestätigung dieser, als Hauptmotive für die Kombination von Forschungsmethoden. Mixed-Methods bietet ihren Ergebnissen zufolge vor allem die Vorteile, dass die Forschungsergebnisse besser verständlich sind und ein breiteres Bild der Realität abbilden können. Andererseits können mit einer Methodenkombination Erkenntnisse aus einer der beiden

Methoden besser validiert werden, was umfassendere und in sich konsistentere Erkenntnisse hervorbringt.

3.4.1.2 Designs der Mixed-Methods-Forschung

Der Aufbau und das Forschungsdesign eines Mixed-Methods-Ansatzes können ebenso wie die Motive dafür verschiedene Ausprägungen annehmen. Greene et al. (1989, S. 264) haben in ihrer Arbeit verschiedene Konzepte und Designs für Mixed-Methods-Forschung erarbeitet. Dabei richtet sich die konkrete Ausgestaltung des Forschungsprozesses in erster Linie nach dem vorliegenden Motiv für den Einsatz und die Kombination mehrerer Methoden. Beispielsweise unterscheiden sich die Forschungsdesigns hinsichtlich der zeitlichen Implementierung der Methoden oder dem inhaltlichen Fokus auf eine der beiden Methoden.

Johnson et al. (2004, S. 19–20) beziehen sich in ihrer Konzeption von Mixed-Methods-Designs ebenso einerseits auf die zeitliche Komponente und andererseits auf die Gewichtung einer der beiden Methoden. Basierend auf diesen Parametern wurde von ihnen eine Matrix verschiedener Mixed-Methods-Designs erarbeitet (siehe Abbildung 6).

		Time Order Decision	
		Concurrent	Sequential
Paradigm Emphasis Decision	Equal Status	QUAL + QUAN	QUAL → QUAN QUAN → QUAL
	Dominant Status	QUAL + qual QUAN + qual	QUAL → qual qual → QUAN QUAN → qual quan → QUAL

Abbildung 6: Matrix für Mixed-Methods-Forschungsdesigns (Johnson et al. 2004, S. 22)

Die Notationsformen wurden dabei erstmals von Morse (1991) entwickelt. *QUAL* oder *qual* stehen dabei für die qualitative Methode, *QUANT* oder *quant* für die quantitative. Die jeweilige Groß- oder Kleinschreibung gibt Aufschluss darüber

welche der beiden Methoden eine größere Priorität oder stärkeres Gewicht zukommt. Das + bedeutet die gleichzeitige Durchführung beider Methoden, während ein → eine sequenzielle Durchführung darstellt (Kuckartz, 2014, S. 59).

Nach Creswell & Creswell (2018, S. 317–319) müssen bei der Erarbeitung eines Mixed-Methods-Designs vier verschiedene Faktoren berücksichtigt werden. Zunächst in welcher Reihenfolge die Methoden implementiert werden. Zudem welcher Methode die größere Priorität zukommt. Der dritte Faktor ist, zu welchem Zeitpunkt die Integration der qualitativen und quantitativen Daten stattfindet. Als viertes Kriterium definieren sie die Rolle der theoretischen Perspektive bei der Forschungsarbeit.

Aus den verschiedenen Möglichkeiten von Mixed-Methods-Designs, die sich aus diesen Kriterien ergeben, definieren Creswell & Creswell (2018, S. 300–307) drei Hauptdesigns. Hierbei stellen die Alternativen *explanatory sequential design*, *exploratory sequential design* sequenzielle, also hintereinander durchgeführte Mixed-Methods-Designs dar. Andererseits beschreiben sie auch die Möglichkeit eines *convergent design*, bei dem die quantitativen und qualitativen Methoden parallel durchgeführt werden.

Johnson et al. (2004, S. 21) definieren zudem acht Schritte, die im Rahmen einer Mixed-Methods-Forschungsarbeit durchgeführt werden. Diese Schritte müssen dabei nicht zwingend sequenziell durchgeführt werden. Auch das Motiv des Mixed-Methods-Ansatzes und damit das zu wählende Design der Forschung kann im Rahmen des Forschungsprozesses noch abgeändert werden, was wiederum Einfluss auf das Forschungsdesign hat.

Schritt	Methodischer Vorgang
1. Schritt	Definieren der Forschungsfrage(n)
2. Schritt	Bestimmen, ob ein methodenkombiniertes Forschungsdesign angemessen ist
3. Schritt	Auswahl des passenden Mixed-Methods-Designs
4. Schritt	Erheben der Daten

5. Schritt	Analysieren der Daten
6. Schritt	Interpretieren der Daten
7. Schritt	Legitimieren der Daten
8. Schritt	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen ziehen

Tabelle 1: Methodische Schritte bei Mixed-Methods (Johnson et al. 2004, S. 21)

3.4.1.3 Mixed-Methods-Design in der vorliegenden Untersuchung

Die in den Vorkapiteln definierten theoretischen Grundlagen der Mixed-Methods-Forschung sollen im folgenden Kapitel auf den Zweck dieser konkreten Forschungsarbeit ausgelegt werden.

In dieser Arbeit wird ein sequenzielles Forschungsdesign im Sinne des Mixed-Methods-Ansatzes verfolgt. Die einzelnen Methodiken werden also schrittweise nacheinander durchgeführt. Sie dienen dabei einerseits der inhaltlichen Ausweitung der Forschungsergebnisse und andererseits der Entwicklung der fortfolgenden Methode. Dieser Ansatz folgt somit dem von Greene et al. (1989) vorgestellten Design für einen Mixed-Methods-Ansatz der das Motiv der Entwicklung verfolgt.

In Bezug auf die von Creswell definierten Designs für eine sequenzielle Durchführung der Methoden bei Mixed-Methods, bedient sich diese Arbeit dem *explanatory design*. Kuckartz (2014, S.78) übersetzt dieses mit dem Begriff *Vertiefungsdesign*. Zunächst wird hierbei die quantitative Studie durchgeführt und die Daten aus dieser werden ausgewertet. Die qualitative Erhebung folgt auf diesen ersten Schritt und dient dem besseren Verständnis der aus der quantitativen Erhebung generierten Daten bzw. soll ein genauerer Blick auf die Daten geworfen werden (Creswell & Creswell, 2018, S. 304–305).

In der von Morse (1991) definierten Notation für Mixed-Methods-Designs beschrieben, liegt in dieser Studie somit ein *quan*→*QUAL*-Ansatz vor. Die beiden Methoden werden hintereinander durchgeführt, wobei der Fokus bzw. die Priorität auf der qualitativen Erhebung liegt.

Die von Johnson et al. (2004) festgelegten Schritte zur Durchführung einer Mixed-Methods-Forschungsarbeit sollen dabei ebenso berücksichtigt werden. Hierbei gilt

es jedoch zu beachten ist, dass die ersten drei Schritte bereits im Vorfeld durchgeführt wurden. Die weiteren fünf Schritte stellen die eigentliche empirische Untersuchung dar und werden daher im entsprechenden Kapitel genauer beschrieben.

Das Konzept von Mixed-Methods beschreibt die generelle Idee der Kombination verschiedener Methoden zur Beantwortung einer oder mehrerer Forschungsfragen. Innerhalb dieses Konzeptes bedarf es somit konkreter quantitativer sowie qualitativer Methoden. Diese Arbeit bedient sich dabei der Methoden der Framing-Analyse und der Critical Discourse Analysis (CDA). Beide Methoden sind in der Medienforschung anerkannt und verbreitet. Für den konkreten Forschungszweck dieser Arbeit ist diese Methodenkombination insofern sinnvoll, da sie dem Autor als zielführend zur Beantwortung der Forschungsfragen erscheint. In den folgenden Kapiteln sollen daher theoretische Überlegungen zur Framing-Analyse und zur Critical Discourse Analysis nähergebracht werden.

3.4.2 Die Framing-Analyse

Neben einer Begriffsdefinition zum *Framing* und zu *Frames* soll dieses Kapitel auch einen Überblick über Kategorien von Frames und das Framing als Prozess geben. Im Mittelpunkt stehen dabei *Medien-Frames* die in der vorliegenden Forschungsarbeit analysiert werden sollen. Wie bestimmte Themen und Sachverhalte in der Öffentlichkeit behandelt und gesehen werden ist oftmals von der Darstellung der Massenmedien abhängig. Sowohl Journalistinnen und Journalisten als auch andere öffentliche Akteurinnen und Akteure wie Politikerinnen und Politiker oder Unternehmen nehmen einen gewissen Blickwinkel ein und bestimmen so mit, welche Sichtweise auf ein Thema sich in der gesellschaftlichen Debatte durchsetzt. Hinsichtlich der journalistischen Arbeit kristallisiert sich dieser Blickwinkel auf ein Thema unter anderem durch die Auswahl der Fakten, die besonders in den Vordergrund gestellt werden und jener die eher in den Hintergrund geraten, heraus (Matthes, 2014a, S. 9). Diese Blickwinkel stellen laut Matthes die Frames dar, die bei der Framing-Forschung im Mittelpunkt stehen.

Der Framing-Ansatz versucht zu klären wie sich Frames bei den einzelnen Akteurinnen und Akteuren bilden und ändern können und wie diese sich gegenseitig beeinflussen. Obwohl zwar des Öfteren von der *Framing Theory* gesprochen wird,

existiert kein klar definiertes Bild dieser Theorie oder ein eindeutiges Netz von theoretischen Aussagen dazu (Matthes, 2014a, S. 10).

Zudem liegen zahlreiche Definitionen für Framing und Frames vor, die sich inhaltlich teils unterscheiden. Für Entman (1993, S. 52) bedeutet Framing, einige Aspekte einer wahrgenommenen Realität auszuwählen und diese in einem Text so hervorzuheben, dass eine bestimmte Problemdefinition, Interpretation, moralische Bewertung oder Handlungsempfehlung für den beschriebenen Gegenstand gefördert wird. Diese von ihm definierten Frame-Elementen werden im Kapitel 3.4.2.2 noch genauer beschrieben. An Entman angelehnt beschreibt Matthes (2007, S. 18) Frames mitunter als Sinnhorizonte von Akteurinnen und Akteuren bei denen gewisse Informationen hervorgehoben bzw. ausgeblendet werden. Scheufele (2003, S. 46–47) definiert Framing hingegen als Vorgang bei dem bestimmte Objekte und deren Relationen besonders betont werden. Es werden also Ausschnitte der Realität hervorgehoben und beleuchtet. Zudem werden im Rahmen des Framing-Prozesses bestimmte Maßstäbe und Attribute dieser Objekte sichtbar gemacht.

3.4.2.1 Bedeutung des Framing-Ansatzes

Die Framing-Forschung geht auf die wissenschaftlichen Traditionen der Soziologie, der Psychologie und der Kommunikationswissenschaft zurück. Der Soziologe Goffman (1980, S. 10) hat etwa mit seinem Konzept der Rahmenanalyse Frames als Wahrnehmungen oder Interpretationen von Personen in bestimmten Situationen definiert. Demzufolge braucht es diese Rahmen oder Frames um als Individuum seine Handlung auf eine Situation auszurichten.

Auf dem Forschungsgebiet der Psychologie haben Tversky und Kahnemann (1981) mit ihren entscheidungspsychologischen Arbeiten einen wichtigen Beitrag zur Konzeption des Framing-Ansatzes geleistet. Dabei konnten die Autoren aufzeigen, dass das Entscheidungsverhalten von Personen abhängig von der Präsentation von Informationen ist. Zwar nennen sie dabei nicht explizit den Begriff der Frames, allerdings können diese unterschiedlichen Perspektiven auf dieselbe Entscheidungsalternative auch als Frames auf ein Thema gedeutet werden.

In Bezug auf die Kommunikationswissenschaften sind vor allem die Arbeiten von Entman zu nennen, wobei von ihm auch eine viel zitierte Definition von Framing vorliegt, die im vorangegangenen Kapitel bereits behandelt wurde.

Matthes (2014b, S. 17) bezeichnet Framing als „*eines der zentralen Schlagwörter der politischen Kommunikationsforschung*“. Der Grund für die zentrale Bedeutung des Framing-Ansatzes verortet er in der Tatsache, dass Framing viele Teile der Kommunikationsforschung beleuchten und beschreiben kann, also eine inhaltlich gesehen sehr umfassende und breite Methode darstellt.

Reese (2007, S. 148) sieht Framing daher auch als eine Art Brückenmodell. Demnach vereint der Ansatz verschiedene Aspekte der Kommunikationsforschung, die miteinander in Verbindung stehen. Framing hat daher das Potenzial verschiedene Perspektiven aus unterschiedlichen Disziplinen zueinander zu bringen.

Auch Dahinden (2006, S. 13) sieht die breite Anwendbarkeit des Framing-Konzeptes auf sämtlichen Ebenen der Massenkommunikation als dessen zentrale Stärke. Gleichzeitig diskutiert er auch andere Aspekte, die den Framing-Ansatz auszeichnen. So ist Framing als ein theoretisches Konzept mittlerer Reichweite auch ausreichend von Einzelfällen abstrahierbar. Frames treten in der Kommunikationsforschung als Deutungsmuster massenmedialer Themen auf, daher sind diese Frames auch nicht auf einzelne Themen begrenzt. Außerdem ist Framing nicht nur ein deskriptiv theoretisches Konzept, mit dem massenmediale Prozesse erläutert werden können. Das Konzept kann auch zur Diskussion von normativen Fragen verwendet werden. Diese können sich beispielsweise darum drehen, wie stark Medien die vorgegebenen Frames der PR übernehmen dürfen. Eine andere normative Frage im Rahmen des Framing-Ansatzes ist die Überlegung, inwiefern Frames für die Rezipientinnen und Rezipienten einen Mehrwert bieten, da sie Komplexität reduzieren und damit zur Orientierung und zum Verständnis beitragen. Als vierte Stärke von Framing streicht Dahinden die Relevanz des Ansatzes auf die berufliche Praxis im Journalismus und in der Public Relations hervor (Dahinden, 2006, S. 18–20).

Auf der anderen Seite nennt Dahinden auch eine zentrale Schwäche bzw. Limitation der Framing-Forschung. Diese liegt ihm zufolge in der mangelnden Integration und

Kumulation von Forschungserkenntnissen im Zusammenhang mit dem Forschungsfeld des Framings. Da das Framing-Konzept in vielen verschiedenen Disziplinen angewendet wird, ist eine einheitliche Definition des Ansatzes kaum möglich (Dahinden, 2006, S. 121).

3.4.2.2 Kategorien von Frames

Unter Frames werden laut Matthes (2014a, S. 10–11) die Ergebnisse des Framings-Prozesses in der Kommunikation verstanden. Framing bezieht sich auf den aktiven Prozess des selektiven Hervorhebens von Informationen und Positionen.

Framing lässt sich allgemein in mehreren Bereichen verorten. Scheufele (1999, S. 92–93) definiert dabei auf horizontaler Ebene drei verschiedene. Demnach findet Framing bei Journalistinnen und Journalisten bzw. im Mediensystem aber auch bei den Rezipientinnen und Rezipienten und der Bevölkerung im Allgemeinen statt. Außerdem lässt sich Framing auch bei beispielsweise politischen oder wirtschaftlichen Akteurinnen und Akteuren sowie Organisationen verorten. Der Prozess des Framings bezieht sich somit auf die journalistische Strukturierung von bestimmten Themen oder Sachverhalten, auf die Verarbeitung der Inhalte durch die Rezipientinnen und Rezipienten und die Versuche von Entscheidungsträgerinnen und -trägern aus verschiedensten Bereichen Sachverhalte in Bezugsrahmen zu stellen um bestimmte Entscheidungen im Voraus fördern.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Bildung und Gestaltung von Medien-Frames zu einem spezifischen Thema. Daher wird im Folgenden nur der Framing-Prozess von Medien-Frames bzw. von journalistischen Frames, welche stark mit medialen Frames verbunden sind, erläutert. Auch wenn Framing auf allen Ebenen der Massenkommunikation stattfindet, werden die anderen Ebenen, da für diese Arbeit nicht relevant, nicht im Detail behandelt.

Matthes (2014a, S. 15) beschreibt journalistische Frames als Vorstellung und Wissen der Journalistinnen und Journalisten zu einem bestimmten Thema. Diese übernehmen demnach nicht einfach die Frames, die beispielsweise von PR-Abteilungen von Unternehmen vorgegeben werden. Vielmehr haben sie eigene Vorstellungen und Ideen welche Themen zentral und welche weniger von Bedeutung sind. Zudem können sie eigene Interpretationen, Sichtweisen und Argumente zu bestimmten Themen hinzufügen. Journalistisches Framing bezieht

sich somit einerseits auf die Selektion als auch auf die Konstruktion von Frames. Scheufele (2003, S. 91) definiert journalistische Frames als „*konsistentes System einzelner kognitiver Modelle (Schemata, Scripts usw.), die sich im redaktionellen Diskurs herausbilden, die sich im Austausch mit anderen (medialen) Diskursen verändern und die journalistische Nachrichtenproduktion beeinflussen*“. Ein Frame ist demnach ein Bündel an journalistischen Schemata. Matthes (2014a, S. 16–17) spricht in Bezug auf Scheufeles Definition von der „*Werkzeug-Idee des journalistischen Framings*“. So können sich Journalistinnen und Journalisten einerseits an bereits bestehenden Frames zu Themen orientieren. In gewisser Weise stellen journalistische Frames auch Arbeitsroutinen dar. Die Folge dieser sind Medien-Frames, welche sich in den journalistischen Texten eines Mediums identifizieren lassen (Matthes, 2007, S. 55). Hingegen können auch Orientierungsphasen definiert werden, in denen neue Frames gesetzt oder bereits bestehende geändert werden. Ursache dafür sind meist Schlüsselereignisse, die die Wahrnehmung auf ein Thema nachhaltig verändern und somit auch Einfluss auf Medien-Frames haben.

Medien-Frames sind mit journalistischen Frames eng verbunden. Sie ergeben sich aus der Gesamtheit an journalistischen Texten und verdeutlichen sich durch bestimmte Muster von Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen, Bewertungen und Handlungsanweisungen, die in diesen Texten vorkommen (Matthes, 2014a, S. 18). Erstmals wurden diese vier Frame-Elemente von Entman (1993, S. 52) eingeführt. Diese definierte er dabei folgend:

- Problemdefinition: Diese definiert über welchen Teilbereich eines Themas oder Sachverhalts gesprochen wird. Außerdem wird dabei auch festgelegt welche die relevanten Akteurinnen und Akteure sind und welche Informationen oder Fakten des Themas besonders betont werden bzw. im Fokus stehen. Es wird somit das Thema in einem sachlichen, sozialen und zeitlichen Kontext eingeordnet.
- Ursachenzuschreibung: Über diese wird die Verantwortung für einen bestimmten Zustand verortet. Dabei kann dieser Zustand sowohl positiver als auch negativer Natur sein. Auch die Ursachen, die dabei bestimmten Sphären zugeordnet werden, lassen sich in jene situativer und jene

personaler Natur unterscheiden. Die Ursache für einen bestimmten Zustand kann somit auf bestimmte Personen, etwa politischen Entscheidungsträgerinnen und -träger oder auf gewisse Situationen zurückgeführt werden. Es können auch mehrere Ursachen innerhalb eines Frames ausgemacht werden.

- Lösungszuschreibung oder Handlungsaufforderung: Diese kann in gewisser Weise als der Gegenpart zur Ursachenzuschreibung verstanden werden. Wieder kann die Lösung des Problems personal oder situativ erfolgen. Es können somit bestimmte Maßnahmen, die es zu setzen oder zu unterlassen, gilt, gefordert werden, um das Problem zu beheben. Andererseits können für die Lösung maßgebliche Akteurinnen oder Akteure genannt werden. Die Lösungszuschreibung ist dabei immer zukunftsgerichtet und kann wiederum auch mehrere Maßnahmen die gefordert bzw. Akteurinnen und Akteure, die adressiert werden, beinhalten.
- Explizite Bewertung: Diese bezieht sich auf die Einordnung des Problems. Dabei wird eine graduelle Bewertung des Problems vorgenommen. So kann ein bestimmtes Problem sowohl stark negativ als auch nur wenig negativ konnotiert sein.

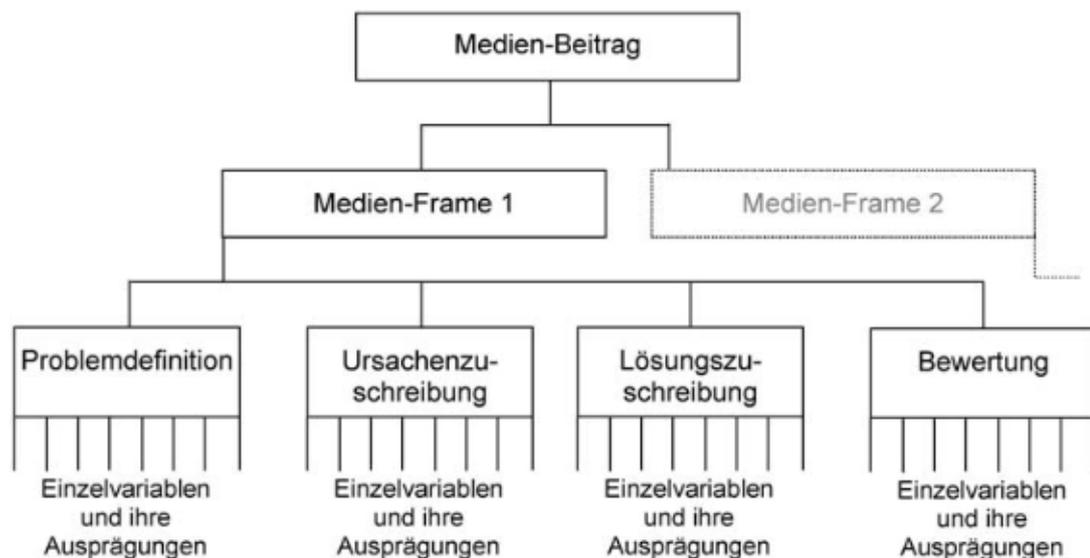


Abbildung 7: Elemente eines Medien-Frames (Matthes 2007, S.155)

Ausschlaggebend für die Ausgestaltung von Medien-Frames sind neben den bereits erwähnten Schlüsselereignissen vor allem Faktoren wie die Ideologie oder

politische Orientierung von Journalistinnen und Journalisten. Daneben können antizipierte Erwartungen der Rezipientinnen und Rezipienten eine Rolle spielen. Ein weiterer Einflussfaktor sind vorgelagerte Kommunikatoren, wie etwa PR-Agenturen, und deren Frames. Auf Organisationsebene sind zudem die allgemeine Blattlinie des Mediums und bereits vorherrschende Richtlinien und Vorstellungen zu bestimmten Themen zu nennen. Abschließend beeinflussen auch gesellschaftliche Normen und Werte Medien-Frames entscheidend (Matthes, 2014a, S. 59). Innerhalb des Medien-Framings lassen sich einerseits generische Frames und andererseits themenspezifische Frames verorten. Während bei ersteren meist die Struktur oder Präsentationsform der Berichterstattung im Allgemeinen im Vordergrund stehen, gehen themenspezifische Frames auf inhaltliche Aspekte eines bestimmten Themas ein (Matthes, 2014a, S. 59–60). Daraus ergibt sich, dass sich themenspezifische Frames auch nur auf ein bestimmtes Thema beziehen können.

3.4.2.3 Ablauf des Framing-Prozesses

Framing lässt sich als dynamischer, mehrstufiger Prozess definieren. Dieser ist bei allen relevanten Stufen der Massenkommunikation beobachtbar. Abbildung 8 zeigt eine vereinfachte Darstellung dieses Prozesses.

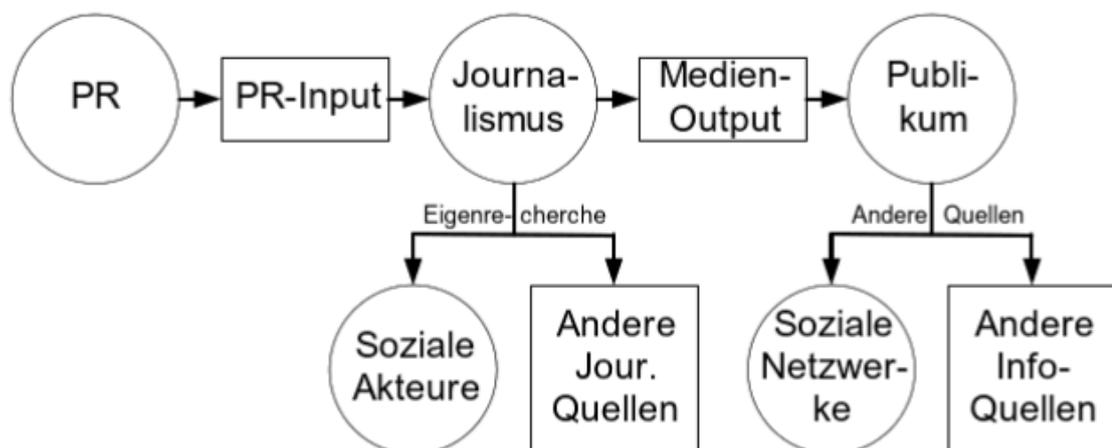


Abbildung 8: Framing als mehrstufiger Prozess (2006 Dahinden, S. 59)

Frames können einerseits individueller Natur sein und daher bei den einzelnen Akteurinnen und Akteuren der massenmedialen Kommunikation auftreten. Diese individuellen Frames können auch als mentale Strukturen beschrieben werden, die zur selektiven Wahrnehmung beitragen. In der Abbildung sind diese Frames als Kreise dargestellt. Andererseits können Frames auch auf Ebene von Texten

identifiziert werden. Diese beschränken sich nicht auf geschriebene Inhalte, sondern auch auf andere Formen von Kommunikationsinhalten wie etwa visuelle oder auditive Formate. Diese Frames sind in dem Prozess wiederum als Rechtecke dargestellt. Die Pfeile in der Abbildung stehen für die Wirkungszusammenhänge zwischen den einzelnen Entitäten und bilden damit die Framing-Prozesse, welche auf allen Stufen der Massenkommunikation stattfinden (Dahinden, 2006, S. 59–60).

Der Framing-Ansatz beruht grundlegend auf vier Annahmen. Einerseits dem Ambivalenzprinzip, wonach Themen aus mehreren Blickwinkeln betrachtet werden können. Diese stehen dabei durchaus oftmals in Konflikt zueinander. Es sind somit zu jedem Thema verschiedene Frames vorstellbar. Des Weiteren besagt das Selektionsprinzip, dass verschiedene Frames auch unterschiedliche Aspekte eines gewissen Themas hervorheben oder vernachlässigen. Somit sind Frames immer ein selektiver Ausschnitt eines Themas. Das Konsistenzprinzip bezieht sich wiederum auf die Verknüpfung der verschiedenen Frame-Elemente. So ergeben diese in ihrer Gesamtheit eine logische Argumentationskette. Matthes spricht dabei von Frames als „*kohärenten Sinnhorizont für alle Akteure*“. Außerdem führt Matthes das Wettstreitprinzip an. Diesem zufolge stehen die Frames verschiedener Akteurinnen und Akteure in Konkurrenz um die allgemeine Deutungshoheit zueinander (Matthes, 2014a, S. 20–22).

Zusammenfassend kann aus diesem Kapitel geschlossen werden, dass Framing durch verschiedene Akteurinnen und Akteure stattfinden kann. Die vorliegende Forschungsarbeit beschäftigt sich dabei in erster Linie mit medialen Frames, die also im Rahmen der medialen Berichterstattung konstruiert werden. Diese Frames können dabei als bestimmte Blickwinkel auf ein Thema verstanden werden. Im Rahmen der medialen Berichterstattung ergeben sich diese vor allem durch die Auswahl der Fakten, die besonders in den Vordergrund gestellt werden und jener die eher in den Hintergrund geraten. Dabei können verschiedenste Faktoren Einfluss darauf haben, welcher Frame in der Berichterstattung eingenommen wird, darunter etwa die politische Orientierung eines Mediums oder einer Journalistin bzw. eines Journalisten. Eine wichtige Rolle in der Konzeption und Veränderung von Frames spielen Schlüsselereignisse. So führen diese oftmals zur Einführung

neuer Themen oder Akteurinnen bzw. Akteure wodurch möglicherweise bestehende Frames abgeändert werden oder neue Frames entstehen.

3.4.3 Die kritische Diskursanalyse

Im letzten Kapitel des theoretischen Teils dieser Arbeit, soll nun der Ansatz der kritischen Diskursanalyse bzw. der *Critical Discourse Analysis (CDA)* beschrieben und theoretisch verortet werden. Zunächst wird erörtert, was unter einem Diskurs zu verstehen ist und wie man den Begriff aus sozialwissenschaftlicher Sicht einbetten kann. Darauf folgend werden Ansätze und Theorien zu sozialwissenschaftlicher Diskursforschung beschrieben. Abschließend werden im Speziellen die Ursprünge und das Konzept der CDA behandelt.

3.4.3.1 Der Diskursbegriff

Zunächst soll der Begriff des Diskurses grundlegend theoretisch abgesteckt werden. In der Praxis gestaltet sich das aufgrund der Vielzahl an Definitionen und Sichtweisen auf den Gegenstand des Diskurses schwierig.

Speziell für den Ansatz der CDA ist die Begriffsdefinition von Fairclough & Wodak (1997, S. 258) von Bedeutung, die beide für die Konzeption von CDA maßgebend waren. Sie beschreiben den Diskurs als soziale Praxis. Dabei werden bestimmte diskursive Ereignisse einerseits von den Situationen, Institutionen und sozialen Strukturen in der er eingebettet ist, geprägt. Gleichzeitig formen aber auch die diskursiven Ereignisse und der Diskurs als Ganzes die Institutionen und sozialen Strukturen die sich mit ihm befassen. Fairclough & Wodak sprechen daher bei der Definition des Diskursbegriffes von einer dialektischen oder wechselseitigen Beziehung. Innerhalb dieser Definition wird der Begriff Diskurs jedoch abhängig vom Forschungsgebiet und Forschungsinteresse sehr unterschiedlich verwendet (Wodak & Meyer, 2009, S. 16).

In der Literatur findet die Begriffsdefinition von Fairclough & Wodak häufig Anwendung. Vor dem Hintergrund, dass in dieser Forschungsarbeit ein Diskurs aus sozialwissenschaftlicher Sicht und anhand des Ansatzes der CDA untersucht werden soll, macht es Sinn, diese Definition des Diskursbegriffes auch in der vorliegenden Arbeit zu Grunde zu legen.

3.4.3.2 Die sozialwissenschaftliche Diskursforschung

Die sozialwissenschaftliche Forschung und Analyse von Diskurs will in erster Linie untersuchen, wo und durch wen bzw. durch welche Ereignisse Diskurse durch konkrete Äußerungen verbreitet werden (Keller, 2011, S. 70).

Zwar gibt es einige Gemeinsamkeiten zwischen sozialwissenschaftlichen Diskursanalysen und linguistischen Ansätzen der Diskursforschung, wie etwa die Analyse einzelner Daten wie beispielsweise Texte die exemplarisch für einen Diskurs stehen. Jedoch ergeben sich zentrale Unterschiede zwischen den beiden Ansätzen schon allein aus den disziplinär bedingt unterschiedlichen Forschungsinteressen. So verfolgt die sozialwissenschaftliche Diskursanalyse nicht vorrangig das Ziel der sprachlichen Analyse eines Diskurses. Vielmehr spielen darin auch die Akteurinnen und Akteure sowie die Prozesse, die einen Diskurs erzeugen, reproduzieren oder bestreiten, eine Rolle. Die Grundlage sozialwissenschaftlicher Diskursanalysen sind zwar in erster Linie Texte, eine sprachwissenschaftliche Perspektive spielt jedoch in diesem Kontext maximal eine untergeordnete Rolle. Für sozialwissenschaftliche Forschungszwecke ist daher eine Analyse von Grammatik oder rhetorischen Stilmittel nicht notwendig (Keller, 2011, S. 69–70).

3.4.3.3 Die kritische Diskursanalyse – Critical Discourse Analysis (CDA)

Die CDA kann als ein Spezialgebiet oder eine Spezialdisziplin der *discourse analysis* verstanden werden. Dabei bezeichnet die discourse analysis eine Vielzahl von Forschungsansätzen. Diese können sich aus verschiedensten Perspektiven, beispielsweise einer soziologischen oder einer linguistischen, mit der Analyse von Kommunikationsprozessen zu unterschiedlichen Themen und in verschiedenen Kontexten beschäftigen (Keller, 2011, S. 20).

Das Feld und Konzept der CDA hat sich in den frühen 1990er-Jahren unter Zusammenarbeit einiger Forscherinnen und Forscher entwickelt. Unter diesen ergaben sich einige, teils sehr unterschiedliche Ansätze und Theorien zur CDA (Wodak & Meyer, 2009, S. 13). Maßgebend für die Einführung des Konzepts war das Journal *Discourse and Society* des niederländischen Sprachwissenschaftlers Van Dijk, das 1990 erschien. Weitere wichtige Werke wurden in weiterer Folge von der österreichischen Sprachwissenschaftlerin Ruth Wodak und dem britischen Linguisten Norman Fairclough veröffentlicht. Heutzutage ist die CDA ein

anerkannter Forschungsansatz, wobei durch einige Vertreter des Gebiets zunehmend von *Critical Discourse Studies (CDS)* die Rede ist. Dieser Begriff soll die starke Interdisziplinarität widerspiegeln und der großen Diversität an Methoden in diesem Feld gerecht werden (Wodak & Meyer, 2009, S. 11–14).

Die kritische Diskursanalyse hebt sich von anderen diskursanalytischen Ansätzen durch ihren Ansatz einer sozialtheoretischen Fundierung der Diskursanalyse ab. Neben den wissenschaftlichen Interessen, verfolgt die kritische Diskursanalyse zudem das Ziel einer emanzipatorischen Aufklärung durch Kritik gängiger und identifizierter Praktiken. Somit kann und soll eine kritische Diskursanalyse auch zu konkreten Handlungsempfehlungen führen (Keller, 2011, S. 27).

Die Besonderheit der CDA liegt vor allem in dem problemorientierten und interdisziplinären Forschungsansatz. Der Sinn einer kritischen Diskursanalyse ist daher nicht die Analyse von einzelnen linguistischen Einheiten. Vielmehr zielt sie darauf ab, komplexe, soziale Phänomene und Probleme zu untersuchen. Dabei muss kein übermäßig großes Problem, das für die gesamte Gesellschaft von Bedeutung ist, vorliegen. Jedes Phänomen kann kritisch analysiert und hinterfragt werden. Obwohl von einer kritischen Diskursanalyse die Rede ist, muss das nicht zwingend eine negative Grundhaltung oder einen negativen Outcome bedeuten (Wodak & Meyer, 2009, S. 12).

Wodak & Meyer (2009, S. 15) streichen besonders hervor, dass CDA nicht die Konzeptionisierung einer einzigen spezifischen Theorie anstrebt. Auch soll dieser Ansatz der Diskursforschung keine spezielle methodische Vorgehensweise einführen. In der Praxis bietet es sich daher an, eher von der Schule oder dem Programm der CDA und nicht von einer Methode, zu reden. So beschreibt auch Fairclough (2010, S.3) die CDA anhand dreier grundlegender Eigenschaften, demnach ist CDA relational, dialektal und transdisziplinär. Ebenso verortet Keller (2011, S. 9) die Diskursanalyse im Allgemeinen nicht als eine spezifische Methode die wissenschaftlich angewandt werden kann, sondern als Forschungsperspektive, die sich mit dem Gegenstand Diskurs beschäftigt. Wie diese Diskursanalyse im Konkreten aussieht, hängt daher in erster Linie von der disziplinären und theoretischen Einbettung derselben ab.

Trotz der Vielzahl an Disziplinen, Methoden und Forschungsobjekten, die im Rahmen der CDA behandelt werden, können einige allgemeinen Merkmale identifiziert werden die die CDA charakterisieren (van Dijk, 2015, S. 467):

- Die CDA konzentriert sich in erster Linie auf soziale Probleme und politische Fragen und nicht auf die bloße Untersuchung von Diskursstrukturen außerhalb des sozialen und politischen Kontexts.
- Die kritische Analyse ist in aller Regel multidisziplinär.
- Anstatt vorhandene Diskursstrukturen nur zu beschreiben, wird versucht, diese im Hinblick auf die Eigenschaften der sozialen Interaktion und der sozialen Struktur zu erklären.
- Die CDA konzentriert sich auf die Art und Weise, wie Diskursstrukturen Machtverhältnisse in der Gesellschaft herstellen, bestätigen, legitimieren, reproduzieren oder in Frage stellen.

Die theoretische Verortung der CDA soll einen groben Einblick in die Konzepte und das allgemeine Forschungsgebiet geben. Der multidisziplinäre Ansatz und die relativ hohe Freiheit bei der konkreten Ausgestaltung der Vorgehensweise bei der CDA, verlangen eine genauere Beschreibung der im konkreten Fall eingesetzten Methodiken zur Durchführung der CDA. Der Prozess der CDA in dieser Forschungsarbeit wird in Kapitel 4.2.3 beschrieben. Dabei wird auch die inhaltliche Verschachtelung der CDA mit den anderen eingesetzten Methodiken erläutert.

4 Empirische Untersuchung

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln der theoretische Rahmen und die methodische Struktur dieser Arbeit erörtert wurden, wird nun im folgenden Kapitel auf die empirische Untersuchung der Forschungsarbeit eingegangen. Zunächst werden die für diese Arbeit gestellten Forschungsfragen erneut kurz umrissen und der methodische Zugang erklärt. Darauffolgend wird der Prozess der Datenerhebung beschrieben und die generierten Daten entsprechend dem gewählten methodischen Zugang ausgewertet bzw. die Ergebnisse der empirischen Untersuchung dargestellt. Die Beschreibung der empirischen Untersuchung erfolgt nach dem zuvor bereits erläuterten methodischen Mixed-Methods-Ansatz. Die Schritte der empirischen Untersuchung werden somit in der jeweils durchgeführten Reihenfolge erklärt und deren Ergebnisse präsentiert.

4.1 Forschungsfragen

Um die Ziele der empirischen Untersuchung dieser Arbeit erneut in Erinnerung zu rufen, werden im Folgenden die bereits in einem vorangegangenen Kapitel gestellten Forschungsfragen kurz erläutert. Basierend auf der bereits beschriebenen theoretischen Basis des Wirecard-Skandals und dem Finanzjournalismus im Allgemeinen, soll die Rolle der Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten sowie der Medien im Zuge des Skandals beleuchtet werden. Wie jüngste Literatur und Forschungsarbeiten zeigen (Knowles, 2018; Manning, 2013; Schifferes, 2012; Strauß, 2019; Tambini, 2010; Usher, 2013), gab es vor allem im Zuge von Finanzkrisen und Unternehmensskandalen immer wieder deutliche Kritik an der medialen Berichterstattung. Vor allem die Rolle von Finanzjournalistinnen und Finanzjournalisten wurde dabei kritisch gesehen, wie bereits in Kapitel 3.5.2 beschrieben wurde. Der Wirecard-Skandal, in dem erstmals in der Geschichte ein im deutschen Leitindex DAX vertretenes Unternehmen Insolvenz anmelden musste, gilt als einer der größten Wirtschaftsskandale der deutschen Nachkriegsgeschichte. Es ist daher auch von Interesse, welche Rolle die Medien in Deutschland bei der Aufdeckung und Aufarbeitung des Skandals spielten. Für die vorliegende Forschungsarbeit werden daher folgende Forschungsfragen gestellt und in weiterer Folge bearbeitet:

- FF1: In welchem Ausmaß wurde in den Jahren 2015 bis 2020 in den untersuchten deutschen Tageszeitungen über die Wirecard AG berichtet und hat sich das Ausmaß in diesem Zeitraum wesentlich verändert?
- FF2: Wie stellt sich der Diskurs rund um die Wirecard AG und den Bilanzskandal in den untersuchten Tageszeitungen im Zeitraum 2015 bis 2020 dar?
 - FF2.1: Wie hat sich hierbei der Diskurs im Zeitablauf verändert und welche Ereignisse waren hierfür ausschlaggebend?
- FF3: Inwiefern haben deutsche Tageszeitungen durch qualitative und kritische Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um die Wirecard AG beigetragen und ihrer inoffiziellen Rolle und ihrem Selbstbild als Vierte Macht im staatlichen System der Gewaltenteilung entsprochen?

Durch die Beantwortung dieser Forschungsfragen soll der mediale Diskurs rund um das Unternehmen Wirecard, den Bilanzskandal und die Insolvenz des Unternehmens untersucht werden. Außerdem soll erörtert werden, welche Rolle die Finanzmedien bei Aufstieg und Fall des Unternehmens gespielt haben. Von Interesse ist hierbei insbesondere die inhaltliche Ausgestaltung der Berichterstattung über das Unternehmen und wie sich diese im Zeitablauf verändert oder eben nicht verändert hat.

4.2 Methodischer Zugang

Die Arbeit verfolgt zur Beantwortung und Behandlung der Forschungsfragen einen Mixed-Methods-Ansatz. Kuckartz (Kuckartz, 2014, S. 33) definiert diesen als „*die Kombination und Integration von qualitativen und quantitativen Methoden im Rahmen des gleichen Forschungsprojekts*“. In dieser Arbeit wird ein sequenzielles Forschungsdesign im Sinne des Mixed-Methods-Ansatzes verfolgt. Die einzelnen Methodiken werden also schrittweise nacheinander durchgeführt. Sie dienen dabei nicht nur dem reinen Erkenntnisgewinn, sondern auch der Entwicklung der fortfolgenden Methode (Kuckartz, 2014, S. 77–78).

4.2.1 Quantitative Text-Analyse

Zunächst soll eine quantitative Erhebung der Berichterstattung rund um das Unternehmen Wirecard in deutschen Tageszeitungen durchgeführt werden. Hierbei wird erörtert, wie sich der Umfang der Berichterstattung entwickelt hat und in welchen Zeiträumen in besonderem Ausmaß über Wirecard berichtet wurde. Dieser Ansatz dient einerseits der Behandlung der FF1 und andererseits der Sampleauswahl für die qualitative Untersuchung dieser Arbeit.

Für die Generierung der benötigten Daten muss zunächst eine Auswahl geeigneter deutscher Tageszeitungen, die untersucht werden, getroffen werden. Als Ausschlusskriterium wird hierbei eine regional begrenzte Berichterstattung definiert. In der Praxis verfügen meist nur überregionale Tageszeitungen über eine umfangreichere Wirtschafts- und Finanzberichterstattung (Beck et al., 2012, S. 170). Es scheint daher plausibel, bei der Auswahl nur Tageszeitungen die deutschlandweit erscheinen zu berücksichtigen. Als Kriterium für die Auswahl der zu untersuchenden Tageszeitungen wird die jeweilige Reichweite dieser herangezogen. Die Diskursanalyse soll eine möglichst akkurate und genaue Darstellung des öffentlichen Diskurses in den Tageszeitungen darstellen. Gleichzeitig würde eine Analyse der Berichterstattung sämtlicher überregionaler Tageszeitungen in Deutschland den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Zudem ist davon auszugehen, dass bereits eine Analyse einiger besonders großer und reichweitenstarker Medien, eine adäquate Abbildung des Diskurses ermöglicht.

Aus diesen Gründen sollen die fünf reichweitenstärksten überregionalen Tageszeitungen in Deutschland für die Auswahl der Daten herangezogen werden. Basis für die Ermittlung der reichweitenstärksten Zeitungen ist der jährlich veröffentlichte Bericht *ma Pressemedien* der *Deutschen Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.* Mit Blick auf den aktuellen Bericht zum Jahr 2020 sind demzufolge die fünf reichweitenstärksten überregionalen Tageszeitungen in Deutschland: *BILD Deutschland*, *Süddeutsche Tageszeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt Print Werktag* und *Handelsblatt* (Axel Springer, 2021).

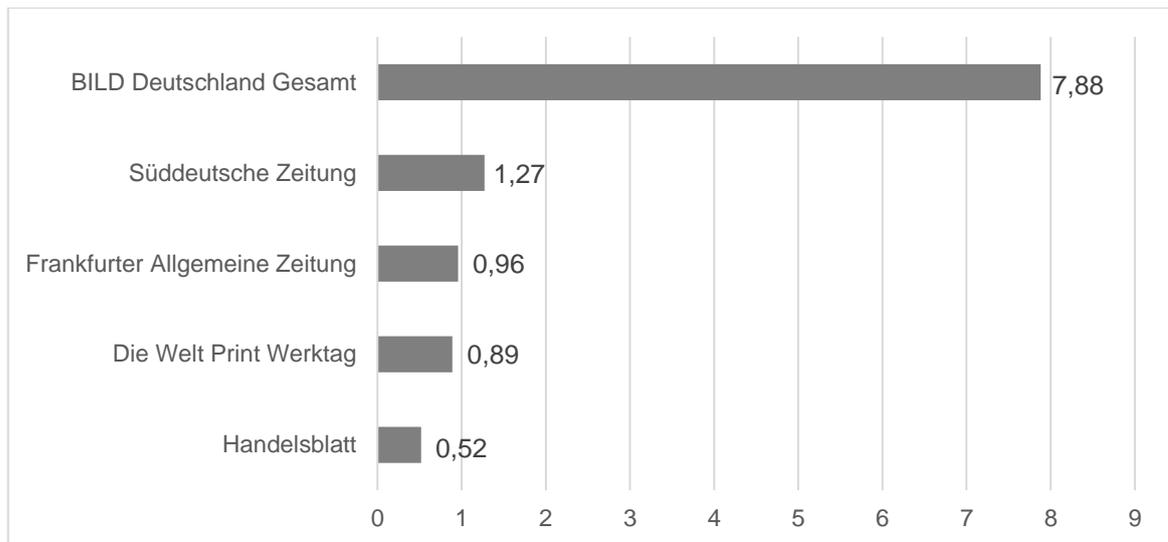


Abbildung 9: Reichweite der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland in Millionen Lesern (Axel Springer, 2021)

Da der Diskurs rund um Wirecard möglichst genau dargestellt werden soll, wird hinsichtlich der in den Tageszeitungen vorkommenden Textsorten keine Einschränkung vorgenommen. Einzige Ausnahme sind Lesermeinungen und -briefe, die in einigen Medien publiziert werden. Diese können zwar ebenso einen Teil zur Diskursbildung beitragen. Jedoch stellen sie als medienexterne Meinung kein journalistisches Produkt dar und können damit für eine Analyse der Berichterstattung eines bestimmten Mediums nicht berücksichtigt werden.

Für die quantitative Erhebung der Berichterstattung zu Wirecard wird der Zeitraum 1.1.2015 bis 31.12.2020 definiert. Dieser Zeitraum wurde aus mehreren Gründen gewählt. Zunächst wird dadurch ermöglicht, den Diskurs rund um das Unternehmen zu verschiedenen Phasen, in denen sich Wirecard befand, zu untersuchen. So war das Unternehmen zu Beginn des Untersuchungszeitraums „nur“ im TecDAX, dem Index der Technologiewerte an der Frankfurter Börse, notiert. Dementsprechend genoss Wirecard auch noch nicht jene mediale und öffentliche Aufmerksamkeit wie etwa ab Mitte 2018, als die Wirecard-Aktie in den deutschen Leitindex DAX aufstieg. Außerdem wurden die ersten kritischen Artikel zu Wirecard der Financial Times, die schlussendlich auch einen wesentlichen Beitrag zur Aufdeckung des Skandals darstellten, im Jahr 2015 publiziert. In den weiteren Jahren bis zur Insolvenz 2020 wurde die öffentliche Kritik zum Unternehmen lauter. Der gewählte Zeitraum für die Analyse ermöglicht es somit, den medialen Diskurs rund um Wirecard und dessen Veränderungen in mehreren Phasen der Unternehmensgeschichte zu analysieren.

Diese Geschichte reicht von einem der breiten Öffentlichkeit nur bedingt bekannten Unternehmen, über den aufstrebenden Börsenstar im deutschen Leitindex, hin zu dem aufsehenerregenden Bilanzskandal und der Insolvenz Wirecards. Auch der Diskurs im Nachgang der Insolvenz, also in der zweiten Jahreshälfte 2020, ist für eine Analyse der Rolle der medialen Berichterstattung von Interesse. Daher soll der Analysezeitraum nicht nur bis zu Insolvenz Mitte 2020, sondern bis Jahresende 2020 gewählt werden.

4.2.2 Framing-Analyse

Anschließend folgt der qualitative Forschungsteil dieser Arbeit. Zunächst wird eine Framing-Analyse nach Entman (1993) bzw. Matthes (2007, 2014a) an ausgewählten Texten aus der Grundgesamtheit durchgeführt. Die Auswahl der Texte, die anhand der Framing-Analyse untersucht werden, erfolgt basierend auf den Ergebnissen der quantitativen Text-Analyse. So sollen innerhalb des untersuchten Zeitraums vom 1.1.2015 bis zum 31.12.2020 jeweils gewisse Zeiträume ausgewählt und untersucht werden, in denen überdurchschnittlich viel über Wirecard berichtet wurde. Im Fokus dieser Arbeit steht vor allem der Diskurs rund um Wirecard und wie sich dieser über den beobachteten Zeitraum verändert hat. Wie Matthes (2007, S. 55) beschreibt, können vor allem Schlüsselereignisse die Sichtweise auf ein Thema und damit das mediale Framing beeinflussen. Es ist anzunehmen, dass besonders bei neuen Ereignissen rund um Wirecard auch mehr über das Unternehmen berichtet wurde. Daher erscheint eine Auswahl der Untersuchungszeiträume für die Framing-Analyse nach der Anzahl an publizierten Texten in den untersuchten Tageszeitungen als sinnvoll. Zudem soll der Diskurs rund um das Unternehmen zu verschiedenen Zeiträumen untersucht werden. Dementsprechend wäre die Auswahl einer einzigen Kalenderwoche pro Jahr als Untersuchungszeitraum für die Framing-Analyse nicht geeignet. Der Autor entscheidet sich daher, pro Halbjahr die Kalenderwoche mit den meisten publizierten Texten zu identifizieren und diese in die Stichprobe für die Framing-Analyse zu integrieren. Damit soll der Diskurs auch zeitlich gesehen aus einer möglichst breiten Perspektive analysiert werden können.

Das im Vergleich zu späteren Jahren eher geringe Ausmaß der Berichterstattung in den Jahren 2015 bis 2017, stellt sich bei der Framing-Analyse als problematisch

dar. So würde die geringe Anzahl an Texten, die in die Stichprobe einfließen, im Jahr 2015 beispielsweise nur 15, eine aussagekräftige Clusterbildung unmöglich machen. Der Untersuchungszeitraum soll daher für die Framing-Analyse in 4 Teile gegliedert werden. Für jeden dieser vier Teile soll eine eigene Analyse zur Identifizierung der Medien-Frames durchgeführt werden. Die Jahre 2015 bis 2017 werden dabei gemeinsam in einer Analyse betrachtet. Für die anderen Jahre 2018, 2019 und 2020 wird wiederum gesondert jeweils eine eigene Analyse durchgeführt. Da im Jahr 2018 das Ausmaß der Berichterstattung gegenüber den Vorjahren deutlich anstieg und sich die Berichterstattung über Wirecard auch thematisch mit mehreren Vorwürfen gegen das Unternehmen änderte, macht eine Gesamtbetrachtung der Jahre 2015 bis 2017 durchaus Sinn.

Auch bei der Auswahl der Stichproben für das Jahr 2020 muss eine Adaption vorgenommen werden. Das sehr hohe Ausmaß an Berichterstattung über Wirecard würde zu einer sehr starken Überrepräsentation des Jahres 2020 in der Framing-Analyse führen. Für die beiden ausgewählten Kalenderwochen 2020 soll daher keine Vollerhebung aller publizierten Texte stattfinden. Anstatt dessen wird aus diesen beiden Wochen anhand einer Zufallsstichprobe nur jeweils die Hälfte der Texte analysiert.

Zur Durchführung von Framing-Analysen wurden bereits zahlreiche Verfahren erarbeitet. Für diese Arbeit wird das manuell-dimensionsreduzierende Verfahren zur empirischen Erfassung von Medien-Frames von Matthes & Kohring (2004) gewählt. Der Vorteil dieses Verfahrens liegt einerseits in der höheren Inhaltsvalidität und andererseits in der höheren Reliabilität der Analyse. Zudem ist dieses Verfahren besser als andere in der Lage, vor allem die Veränderung von Frames zu analysieren (Matthes & Kohring, 2004, S. 57). Besonders dieser Faktor spricht für die Auswahl dieses Verfahrens, da die Veränderung des Diskurses und damit auch die Veränderung der medialen Frames zu den Kerninteressen dieser Forschungsarbeit zählen.

Entsprechend dem manuell-dimensionsreduzierenden Verfahren werden im Gegensatz zu anderen Verfahren der Framing-Analyse die medialen Frames nicht gleich über eine direkte inhaltsanalytische Codierung der Frames identifiziert. Zunächst werden einzelne Frame-Elemente in den Artikeln mittels Inhaltsanalyse

erhoben (Matthes & Kohring, 2004, S. 62). Bei der induktiven Erarbeitung und Identifizierung dieser bezieht sich der Autor auf die von Entman (1993, S. 52) definierten Frame-Elemente: *Problemdefinition*, *Ursachenzuschreibung*, *Lösungszuschreibung oder Handlungsaufforderung* und *explizite Bewertung*. Ein bestimmter medialer Frame setzt sich somit aus einer spezifischen Konstellation dieser vier Frame-Elemente zusammen, wobei auch das Nichtvorkommen eines oder mehrere Elemente von Bedeutung ist (Matthes & Kohring, 2004, S. 62).

Die zu untersuchenden Texte werden mithilfe dieser Frame-Elemente analysiert und kategorisiert. Dies ermöglicht einerseits einen Vergleich der Berichterstattung zu Wirecard in den untersuchten Medien. Andererseits soll dies auch eine Analyse der Entwicklung der Berichterstattung im zeitlichen Ablauf ermöglichen. Die Framing-Analyse soll dementsprechend die Grundlage für den finalen Schritt der Methodik, nämlich die kritische Diskursanalyse, darstellen.

Tabelle 2 zeigt die definierten Frame-Elemente anhand derer die Texte inhaltsanalytisch codiert werden konnten.

Frame-Elemente	Kategorien	Ausgewählte Ausprägungen
Problemdefinition	Themen	Aktienkurs, Bilanzskandal/Insolvenz, Geschäftsmodell, Geschäftszahlen, Ermittlungen gegen Short-Seller/Medien, Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management, Ermittlungen gegen WirtschaftsprüferInnen, Kritik an AnalystInnen, Kritik an Aufsichtsbehörden/Politik, Kritik an Börse, Kritik an Medien/JournalistInnen, Kritik am Unternehmen/Management, Kritik an WirtschaftsprüferInnen, Konflikt zwischen Unternehmen und Medien/JournalistInnen, Untersuchungsausschuss
	Probleme	gefallener Aktienkurs, mangelhafte Compliance-Richtlinien, mangelhafte/unprofessionelle Strukturen, undurchsichtige Bilanzierung/mögliche Bilanzmanipulation, undurchsichtiges Geschäftsmodell, unsichere Unternehmenszukunft, Verluste für AktionärInnen/KleinaktionärInnen, Verluste für Gläubiger/Banken, Versagen der Aufsichtsbehörden/Politik, Versagen der WirtschaftsprüferInnen
	Nutzen	Aufdeckung des Bilanzskandals, erfolgreiches Geschäftsmodell, gestiegener Aktienkurs, positive Umsatz/Gewinnprognose, Umsatz/Gewinnwachstum, Verkauf von Unternehmensteilen
	Begünstigte Akteurinnen und Akteure	AktionärInnen, Aufsichtsbehörden/Politik, Unternehmen, Short-Seller
	Beschädigte Akteurinnen und Akteure	AktionärInnen, Gläubiger/Banken, Medien/Journalisten, Unternehmen

Ursachenzuschreibung	Verantwortung Problem	AktionärInnen, AnalystInnen, Aufsichtsbehörden/Politik, Börse, Medien/JournalistInnen, Marktumfeld, Short-Seller, Unternehmen/Management, Whistleblower, WirtschaftsprüferInnen
	Verantwortung Nutzen	AnalystInnen, Geschäftsmodell, Medien/JournalistInnen, Short-Seller, Unternehmen/Management
Lösungszuschreibung	Adressatinnen und Adressaten	Aufsichtsbehörden/Politik, Börse, Short-Seller, Unternehmen/Management, WirtschaftsprüferInnen
	Lösung	Plädoyer für Short-Selling, rechtliche Schritte gegen Medien/Short-Seller, Reformen für Bafin/Politik, Reformen für Börse, Reformen für WirtschaftsprüferInnen, Handeln der WirtschaftsprüferInnen, Strukturen professionalisieren
Moralische Bewertung	Bewertung	Keine/Neutrale Bewertung, Positive Bewertung, Negative Bewertung

Tabelle 2: Definierte Frame-Elemente (in Anlehnung an Entman 1993, S. 52)

Die Ausprägungen dieser als Variablen begriffenen Frame-Elemente werden in einem weiteren Schritt mittels eines dimensionsreduzierenden Verfahrens geclustert. Angelehnt an Matthes & Kohring (2004, S. 65) wird hierfür eine hierarchische Clusteranalyse durchgeführt. Die Clusteranalyse ist ein multivariates Analyseverfahren. Dabei sollen die Untersuchungsobjekte auf Ähnlichkeit analysiert und in möglichst homogene Gruppen, also eben Cluster, zusammengefasst werden (Backhaus et al., 2018, S. 437). Mithilfe dieser Vorgangsweise können bestimmte Muster über mehrere Texte hinweg identifiziert werden, welche schlussendlich als ein Frame definiert werden können (Matthes & Kohring, 2004, S. 62–63).

Die hierarchische Clusteranalyse wurde für diese Forschungsarbeit mit dem Statistikprogramm SPSS durchgeführt. Noch vor der eigentlichen Clusteranalyse, müssen die erhobenen Frame-Elemente für das Vorgehen verwertbar gemacht werden. Hierzu werden die einzelnen Elemente als Variablen definiert und diese dichotomisiert. Somit kann jede Variable nur zwei Ausprägungen, entweder den Wert 0 oder den Wert 1, annehmen.

Je nach Zweck und Forschungsinteresse können für die Clusteranalyse verschiedenste Fusionierungsalgorithmen verwendet werden. Als Clustermethode wird bei vorliegender Forschungsarbeit die Ward-Methode definiert und für das Distanzmaß wird die quadrierte euklidische Distanz gewählt. Im Rahmen der Ward-Methode werden alle beobachteten Fälle schrittweise anhand eines vorgegebenen Heterogenitätsmaßes geclustert. Der Vorteil dieser Methode liegt darin, dass sie

eine besonders homogene Clusterbildung ermöglicht. Die Analyse beginnt dabei mit einer absoluten Homogenität, in der jeder Fall einen Cluster abbildet, und endet mit der größtmöglichen Heterogenität, in der alle Fälle zu einem Cluster zusammengefasst werden (Backhaus et al., 2018, S. 465–469). Anhand der Beobachtung der Fusionierungsschritte kann bestimmt werden, welche Anzahl an Clustern für die vorliegende Analyse optimal ist. Dafür wird durch das Elbow-Kriterium bestimmt, bei welchem Fusionierungsschritt in der Clusterbildung das Heterogenitätsmaß der Cluster besonders stark ansteigt. An dieser Stelle ist demnach die Clusterbildung abubrechen (Matthes & Kohring, 2004, S. 65).

4.2.3 Kritische Diskursanalyse

Folgend auf die quantitative Untersuchung und die Framing-Analyse der ausgewählten Texte, soll die Berichterstattung rund um den Wirecard-Bilanzskandal im Rahmen einer kritischen Diskursanalyse untersucht werden. Grundlage für diese Analyse ist das Rahmenwerk der Critical Discourse Analyses (CDA) (Fairclough, 2013; Fairclough & Wodak, 1997; Wodak & Meyer, 2009).

Bei der Bestimmung von Diskursen geht es letztlich um die Analyse von Aussagepraktiken an bestimmten Orten durch bestimmte Akteurinnen oder Akteure, wobei diese sich auf gewisse Thematiken referenzieren (Keller, 2011, S. 71). Die Diskursforschung verfolgt an sich einen multi-methodischen Ansatz. Es können je nach Fragestellung und Forschungsinteresse verschiedene Methoden und Daten bzw. auch quantifizierende Vorgehensweisen zum Einsatz kommen (Keller, 2011, S. 75). Die sozialwissenschaftliche Diskursforschung gibt keine spezielle Methodik vor, vielmehr finden sich in der Literatur Leitfäden zur Orientierung, die dann auf die konkrete Forschungsarbeit angewandt werden können. Auch im Hinblick auf die CDA wurde keine konkrete Methode etabliert. So können einerseits alle Methoden der Diskursforschung, egal aus welcher Disziplin oder Sichtweise begründet, angewandt werden. Andererseits können auch andere relevante Methoden der Sozialwissenschaft in einer CDA Anwendung finden, insofern sie dem Forschungsgegenstand und Forschungszweck entsprechen (van Dijk, 2015, S. 466).

Die Durchführung der Diskursanalyse in dieser Forschungsarbeit orientiert sich hinsichtlich der einzelnen Durchführungsschritte einerseits an dem Leitfaden für

kritische Diskursanalysen von Jäger (2004, S. 103). Darin schlägt er nach einer initialen Vorstellung und Begründung des Themas, auch als Diskursstrang definiert, folgende Vorgehensweise vor:

1. Charakterisierung der Diskursebene, beispielsweise Printmedien, Videofilm, etc.
2. Sammeln und Aufbereiten der Materialbasis
3. Auswertung der Materialbasis in Form einer Strukturanalyse
4. Feinanalyse eines oder mehrerer für den Sektor und die jeweilige Diskursposition typischen Diskursfragments
5. Gesamtanalyse aller Diskursstränge im untersuchten Sektor, dabei werden alle gesammelten Ergebnisse gemeinsam reflektiert, um eine Gesamtaussage über den Diskursstrang treffen zu können.

Jäger hält dabei auch fest, dass diese Vorgehensweise für eine kritische Diskursanalyse nicht starr einzuhalten ist. Vielmehr soll diese ein ungefähres Rahmenwerk zur Orientierung darstellen.

Eine alternative aber recht ähnliche Vorgehensweise schlägt wiederum Keller (2011, S. 85) vor. So soll zu Beginn der Diskursanalyse das zu untersuchende Wissens- bzw. Diskursfeld festgelegt werden. In einem nächsten Schritt sollen erste Forschungsfragen in Anlehnung an den Untersuchungsgegenstand gestellt werden. Danach sollen die Untersuchungsgrößen bestimmt und diskurstheoretisch konzipiert werden. Zudem werden in diesem Schritt die Verfahren zur Datenerhebung und zur Datenauswertung bestimmt. Der praktische Forschungsprozess beginnt mit der Einholung von Informationen zum Diskursfeld. Das kann etwa durch die Rezeption von wissenschaftlicher, sowie nicht-wissenschaftlicher Literatur zum Themengebiet erfolgen. Bereits während dieser Phase wird mit der Zusammenstellung des Datenkorpus begonnen und diese sukzessive fortgeführt. Anhand einer Feinanalyse sollen die erhobenen Daten schließlich untersucht werden. Bei den Analyseschritten soll zudem stets darauf geachtet werden, dass die Fragestellung, der methodische Zugang und das zugrunde gelegte Datenmaterial aufeinander abgestimmt sind. Die Analyse wird schließlich mit der Aufbereitung der Ergebnisse und einer zusammenfassenden Interpretation abgeschlossen.

Die vorliegende Arbeit soll dabei Elemente und theoretische Überlegungen beider vorgestellter Vorgehensweisen zur kritischen Diskursanalyse berücksichtigen.

Gegenstand der kritischen Diskursanalyse in dieser Forschungsarbeit ist die Berichterstattung zum Unternehmen Wirecard AG in deutschen Tageszeitungen. Die Diskursanalyse findet somit auf Ebene der deutschen Medienlandschaft statt, wobei Tageszeitungen als entsprechender Diskurssektor identifiziert werden.

Die Analyse von Printmedien, beispielsweise Zeitungen, bringt aus sozialwissenschaftlicher Sicht einige Vorteile mit sich. Einerseits reflektieren vor allem große und stark rezipierte Medien den sozialen Mainstream. Daher eignet sich eine diskursanalytische Untersuchung von Medien besonders für die Erfassung von dominanten Diskursen in der Gesellschaft. Andererseits haben Medien auch einen großen Einfluss auf die Gesellschaft. Massenmedien wie etwa Zeitungen tragen durch ihr großes Publikum entscheidend zur Konstituierung von Diskursen bei (Wodak, 2008, S. 32).

Bei der Konzeption des Vorgehens hinsichtlich der Datenerhebung, Datenaufbereitung und der Datenauswertung sollen die vorangegangenen methodischen Schritte dieser Arbeit miteinfließen. So gibt die quantitative Analyse zum Ausmaß der Berichterstattung rund um Wirecard einen Einblick darauf, wie Wirecard zunehmend in die mediale Öffentlichkeit gerückt ist – sich ein öffentlicher Diskurs um das Unternehmen also entwickelt hat. Außerdem dient die quantitative Analyse zur Berichterstattung auch als geeignetes Verfahren zur Datenerhebung und Datenaufbereitung für die kritische Diskursanalyse.

Auf diese Schritte soll die Feinanalyse der erhobenen Daten folgen. Bei der Feinanalyse orientiert sich diese Forschungsarbeit an der Verknüpfung des Modells der Deutungsmuster oder *frames* mit den Überlegungen der sozialwissenschaftlichen Diskursforschung. Auf ähnliche Art und Weise wurde dieses Vorgehen und dieser methodische Ansatz bereits von Donati (2001) und Gerhards (2004) gewählt. In diesen Arbeiten werden Rahmenanalysen bzw. Framing- oder Frame-Analysen angewandt, um daraus Aussagen bezüglich des allgemeinen Diskurses generieren zu können. Auch Keller (2011, S. 97) misst Bedeutungsdimensionen (*frames*) bei Diskursen Bedeutung zu. So verweisen unter anderem die Verwendung von Sprache, Begriffen, Klassifikationen, Metaphern,

Argumenten bzw. die Definierung von Akteurinnen und Akteuren sowie Handlungen immer auf einen übergeordneten Bedeutungskontext. Mittels der Verdichtung und Typisierung dieser Inhalte können Deutungsmuster erschlossen werden, die wiederum die Deutungsbausteine eines Diskurses ergeben.

In Bezug auf FF2 und FF2.1 erscheint dieses Vorgehen sinnvoll und zielführend. So soll der mediale Diskurs in den untersuchten Tageszeitungen analysiert und speziell hinterfragt werden, wie sich dieser im untersuchten Zeitraum entwickelt bzw. verändert hat. Die Framing-Analyse als Vorgehensweise für die Feinanalyse der erhobenen Daten ermöglicht somit die Einordnung und Aggregation bestimmter Diskursstränge in der medialen Berichterstattung rund um Wirecard. Zudem lässt sich aus der Betrachtung und Analyse der einzelnen identifizierten Frames auch ein möglicher Zusammenhang zu Ereignissen herstellen, die für die Entwicklung des Diskurses in eine bestimmte Richtung ausschlaggebend waren.

Es stellt sich dabei nur noch die Frage, wie aus den in der Framing-Analyse erhobenen Deutungsmustern auf den allgemeinen Verlauf des Diskurses rund um Wirecard geschlossen werden kann. Hierzu lohnt sich ein erneuter Blick auf die allgemeinen Merkmale von Diskursanalysen, die das Konzept der CDA zugrunde legen, welche bereits im Kapitel 3.4.3.3 beschrieben wurden. Folgend diesen Merkmalen soll der Diskurs rund um Wirecard speziell im Rahmen des sozialen und politischen Kontexts untersucht werden. Außerdem soll analysiert werden wie der Diskurs und dessen Verlauf Machtverhältnisse in der Gesellschaft herstellt, bestätigt, legitimiert, reproduziert oder in Frage stellt.

Um diese Ziele zu erreichen, werden einerseits die einzelnen erhobenen Frames aus historischer Sicht miteinander verglichen bzw. analysiert wie sich die Frames hinsichtlich ihrer Merkmale verändert haben. Jäger (2004, S. 96–100) schlägt für die Analyse von Diskursen und deren Struktur folgende Operationalisierungshilfen vor, die auch in dieser Diskursanalyse berücksichtigt werden:

- *Diskursstränge*
Themen bzw. „Thematisch einheitliche Diskursverläufe“
- *Diskursfragmente*
Elemente bzw. Texte die gemeinsam einen Diskursstrang ergeben
- *Diskursstrang-Verschränkungen*

Texte die auf mehrere Diskursstränge Bezug nehmen und diese daher miteinander verschränken

- *Diskursive Ereignisse und diskursiver Kontext*

Ereignisse im Kontext des allgemeinen Diskurses die medial besonders herausgestellt werden und damit den Diskurs besonders prägen

- *Diskursebenen*

diese können auch als soziale Ebenen des Diskurses betrachtet werden, also der Ort wo Diskursstränge operieren, beispielweise Politik, Medien, Alltag, etc.

- *Diskursposition*

Standpunkte und Positionen die beispielsweise Medien in einem Diskursstrang einnehmen.

Außerdem werden die einzelnen Texte, die aufgrund ihrer definierten Elemente zu Frames aggregiert werden, auf diskurstypische Aussagen, Metaphern oder ähnliche sprachliche Mittel untersucht. Dieses Vorgehen der Analyse der medialen Frames in Verbindung mit der Untersuchung sprachlicher Stilmittel in Texten innerhalb dieser Frames soll darstellen, wie sich aus der medialen Berichterstattung aus inhaltlicher und sprachlicher Sicht ein Beitrag zum allgemeinen Diskurs rund um Wirecard ergeben hat. Außerdem wird so auch ein historischer Vergleich des medialen Diskurses möglich und die Berichterstattung kann kritisch hinterfragt bzw. beleuchtet werden.

4.2.4 Limitationen und Methodenkritik

In der vorliegenden Forschungsarbeit ergeben sich einige Limitationen, die einerseits inhaltlicher und andererseits methodischer Natur sind. So bewegt sich der inhaltliche Fokus dieser Arbeit rein auf Ebene der medialen Berichterstattung und dem medialen Diskurs rund um Wirecard. Eine Auseinandersetzung mit den Geschäftspraktiken und Vorgängen innerhalb der Wirecard AG ist somit nicht das Ziel dieser Arbeit.

Aus methodischer Sicht limitiert der gewählte Ansatz der sozialwissenschaftlichen Diskursforschung den Erkenntnisgewinn dieser Arbeit. So wird auf eine tiefergehende sprachliche Analyse des Diskurses verzichtet. Fragen der Grammatik

oder des Syntax der analysierten Texte sollen nicht behandelt werden, es sei denn diese tragen dazu bei, zum Beispiel die öffentliche Resonanz des Diskurses zu erklären (Keller, 2011, S. 70).

Eine weitere Limitation dieser Arbeit ist der gewählte Untersuchungsgegenstand deutsche Tageszeitungen. Es wird somit nicht der gesamte öffentliche oder mediale Diskurs analysiert. Hierfür wäre eine deutliche Ausweitung der Untersuchung auf beispielsweise weitere Medienformate wie Radio- oder TV-Sendungen notwendig. Außerdem könnten hierzu auch andere diskursprägende Inhalte wie etwa politische Debatten oder Reden von Politikerinnen und Politikern in eine allumfassende Analyse einfließen.

Einen wichtigen Punkt stellt zudem die kritische Auseinandersetzung mit der gewählten methodischen Vorgehensweise in dieser Arbeit dar. Der Einsatz der gewählten Methodiken dieser Arbeit wurde bereits eingangs erläutert und begründet. Bei der Durchführung der methodischen Schritte ergaben sich während des Forschungsprozess jedoch Limitationen bzw. Schwierigkeiten, auf die im Folgenden Bezug genommen werden soll.

Zunächst ist beim Ansatz der CDA der fehlende methodische Rahmen kritisch anzumerken. Zwar ergeben sich aus einschlägiger Literatur einige Ziele, Merkmale und Charakteristika, die für eine zielgerichtete Durchführung der CDA hilfreich sind. Zudem wurden bereits einige Leitfäden erarbeitet, an welche man sich während der Erarbeitung des Forschungsdesigns orientieren kann. Jedoch gibt es kein standardisiertes methodisches Vorgehen zu CDA. Schegloff (1997) kritisiert daher, dass CDA keine detaillierte oder systematische Analyse von Texten ermöglicht. Widdowson (1998, S. 136, 2004, S. 166–168) sieht kritisch, dass in der CDA verschiedene Methoden selektiv und unsystematisch angewandt werden und damit wichtige Unterscheidungen zwischen Konzepten, Disziplinen und Methoden verwischt werden.

Wodak & Meyer (2009, S. 15, 44) merken zum Kritikpunkt der fehlenden Methodik an, dass die heterogenen Möglichkeiten bei der Ausgestaltung von CDA zwar für manche verwirrend sein mögen, dieser Ansatz jedoch eine kontinuierliche Debatte rund um die Ziele der kritischen Diskursanalyse ermöglichen. Die Kritik an der methodischen Ausgestaltung der CDA hält außerdem ihrer Ansicht nach, das Feld

lebendig, da zwangsweise neue Fragen, Antworten und Gedanken und somit ständige Selbstreflexion der Forschungspraxis angeregt werden.

Auch der Autor der vorliegenden Forschungsarbeit ist sich der Problematik der fehlenden bzw. ungenauen Methodik der CDA bewusst. Um diesem Problem zu begegnen, wurde daher die CDA mit dem dimensionsreduzierenden Verfahren der Framing-Analyse und damit mit einer detailliert ausgearbeiteten Methodik kombiniert. Außerdem erleichtert auch der inhaltliche Fokus auf den Diskurssektor Tageszeitungen das methodische Vorgehen. Weitere für den Diskurs prägende Elemente bzw. Sektoren könnten dabei TV- oder Radio-Beiträge sowie politische Debatten sein. Auch wenn eine Ausweitung der Diskursanalyse auf weitere Diskurssektoren wohl einen breiteren Rahmen an Ergebnissen und damit auch eine fundiertere Interpretation dieser ermöglichen würden, so würde dies aufgrund der Heterogenität der auszuwertenden Daten die Problematik der fehlenden methodischen Standardisierung noch weiter verstärken.

4.3 Datenerhebung

Im Rahmen der Datenerhebung wurde zunächst die Anzahl der Artikel über Wirecard in deutschen Tageszeitungen und die jeweiligen Texte, die untersucht werden, mithilfe der *APA-OnlineManager Library* erhoben. Hierzu wurde ein kostenfreier Zugang der Universität Wien für diesen Service der *APA (Austria Presse Agentur)* genutzt.

Zunächst wurde der 1.1.2015 bis 31.12.2020 als Suchzeitraum definiert. Als zu durchsuchende Quellen wurden jeweils *BILD*, *Die Welt*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Handelsblatt* und *Süddeutsche Zeitung* ausgewählt. Als Suchbegriffe wurde *Wirecard* definiert.

Die Abfragen wurden zunächst für jedes Medium einzeln durchgeführt und die Ergebnisse später zusammengefasst. Aus den Treffern der Suchabfragen wurden Texte die Lesermeinungen abbilden manuell herausgefiltert. Für die quantitative Text-Analyse wurde für jede Tageszeitung eine Übersicht sämtlicher Artikel im gewählten Zeitraum in PDF-Form heruntergeladen. Um diese Daten statistisch verwertbar zu machen, wurden diese PDFs mithilfe des Programms *Tabula* in

Tabellenkalkulationsdateien umgewandelt. Diese Dateien wurden wiederum in das Tabellenkalkulationsprogramm *Excel* eingespielt und statistisch analysiert.

4.4 Datenauswertung und Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die jeweiligen Ergebnisse der angewandten Methodiken präsentiert. Aufgrund des sequenziellen Forschungsdesigns werden die Ergebnisse der jeweiligen methodischen Schritte in der durchgeführten Reihenfolge präsentiert.

4.4.1 Quantitative Analyse

Im Untersuchungszeitraum wurden, über sämtliche analysierte Tageszeitungen hinweg, 2.909 Texte erhoben, in denen *Wirecard* erwähnt wird (siehe Tabelle 3). Mit 954 Treffern wurde in der FAZ am häufigsten zum Unternehmen berichtet. Im Handelsblatt wurde mit 920 Treffern in ähnlichem Ausmaß berichtet. Darauf folgt die SZ mit 616 Treffern. In der Welt wurden 365 Treffer erhoben, in denen über *Wirecard* berichtet wurde. Bei der BILD-Zeitung ergab die Suchabfrage 57 Treffer.

Das Ausmaß der Berichterstattung über *Wirecard* hat sich über den beobachteten Zeitraum deutlich verändert. In den Jahren 2015 bis 2017 bewegte sich die Anzahl der Artikel über *Wirecard* in einem ungefähr ähnlichen Ausmaß. Zum Jahr 2018 stieg diese Zahl jedoch deutlich von 71 auf 383 an. Im Jahr 2019 wurde dann mit 640 Texten zu *Wirecard* noch einmal in klar höherem Ausmaß über das Unternehmen berichtet. Mit Abstand am häufigsten wurde im Jahr 2020 über *Wirecard* berichtet. Hier ergab die Suchabfrage insgesamt 1.682 Treffer.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Gesamt
<i>BILD</i>	1	1	1	1	1	52	57
<i>Die Welt</i>	8	15	11	51	107	170	362
<i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i>	15	27	22	138	207	545	954
<i>Handelsblatt</i>	12	31	25	128	209	515	920

<i>Süddeutsche Zeitung</i>	8	15	12	65	116	400	616
Gesamt	44	89	71	383	640	1682	2909

Tabelle 3: Texte mit Bezug auf Wirecard in den untersuchten Tageszeitungen zwischen 2015 und 2020 (eigene Darstellung)

4.4.1.1 Umfang der Berichterstattung in den einzelnen Jahren

Im Jahr 2015 wurden in den untersuchten Tageszeitungen insgesamt 44 Texte publiziert, in denen der Begriff *Wirecard* vorkommt. Mit 15 Texten wurde am häufigsten in der FAZ über das Unternehmen berichtet. In der BILD-Zeitung wurde unterdessen nur in einem Artikel der Begriff Wirecard erwähnt. Heruntergebrochen auf die einzelnen Kalenderwochen des Jahres ergaben sich in KW 15, 34, 45 und 47 mit jeweils 4 Texten die häufigsten Treffer im Jahr 2015.

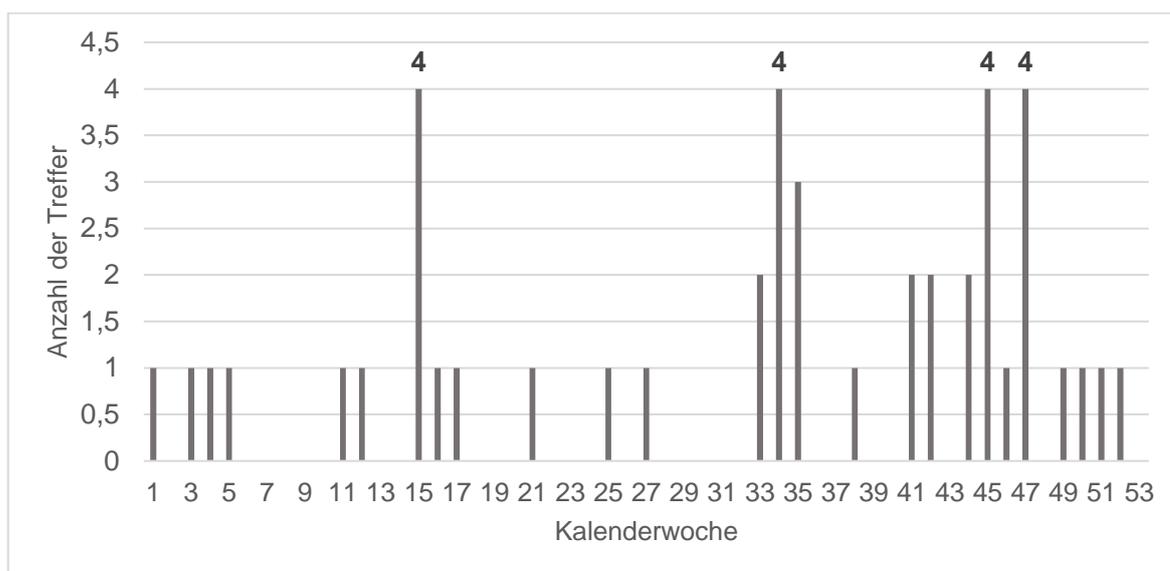


Abbildung 10: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2015 (eigene Darstellung)

Im darauffolgenden Jahr ergab die Suchabfrage insgesamt 89 Treffer. Mit 31 Treffern kam der Begriff *Wirecard* im Handelsblatt am häufigsten vor. Die wenigsten Treffer ergaben sich erneut bei der BILD-Zeitung, mit einem Artikel im Jahr 2016. Aus Wochensicht wurde in der KW 8 mit 8 Artikeln am häufigsten über das Unternehmen berichtet. Die zweitmeisten Treffer ergaben sich mit 6 Artikeln in KW 10 und KW 46.

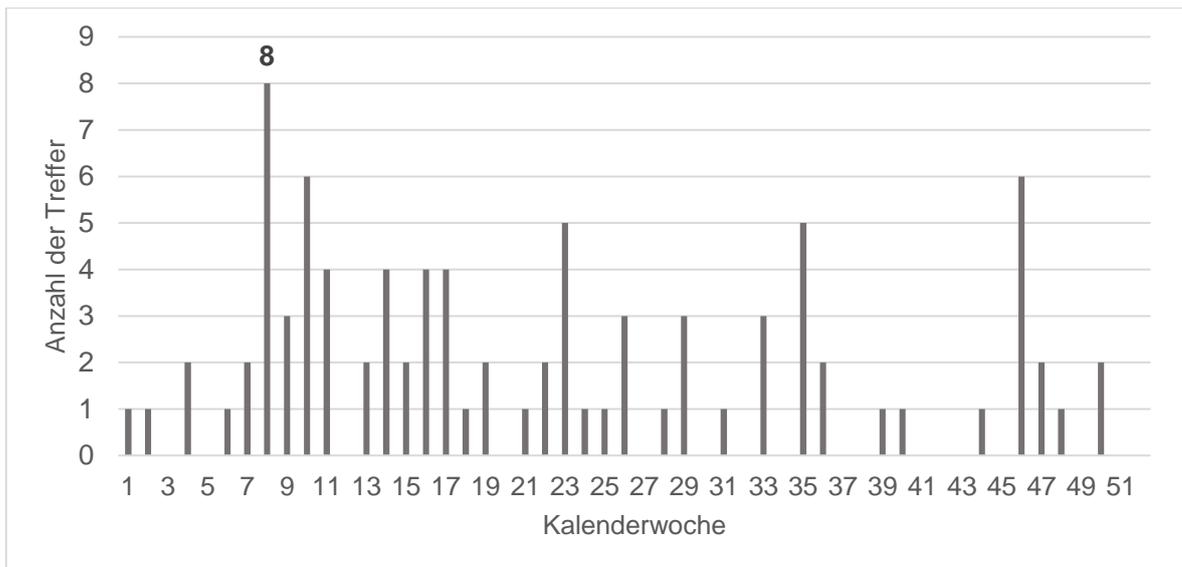


Abbildung 11: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2016 (eigene Darstellung)

Im Jahr 2017 ging die Berichterstattung zu Wirecard aus quantitativer Sicht mit 71 Texten wiederum etwas zurück. Die häufigsten Treffer ergaben sich mit 25 erneut beim Handelsblatt. Unterdessen erschien im Gesamtjahr in der BILD-Zeitung erneut nur ein Artikel zu Wirecard. Mit 7 Treffern wurde in KW 28 am häufigsten über Wirecard berichtet. Für KW 8, 27 und 48 ergab die Suchabfrage jeweils 6 Treffer.

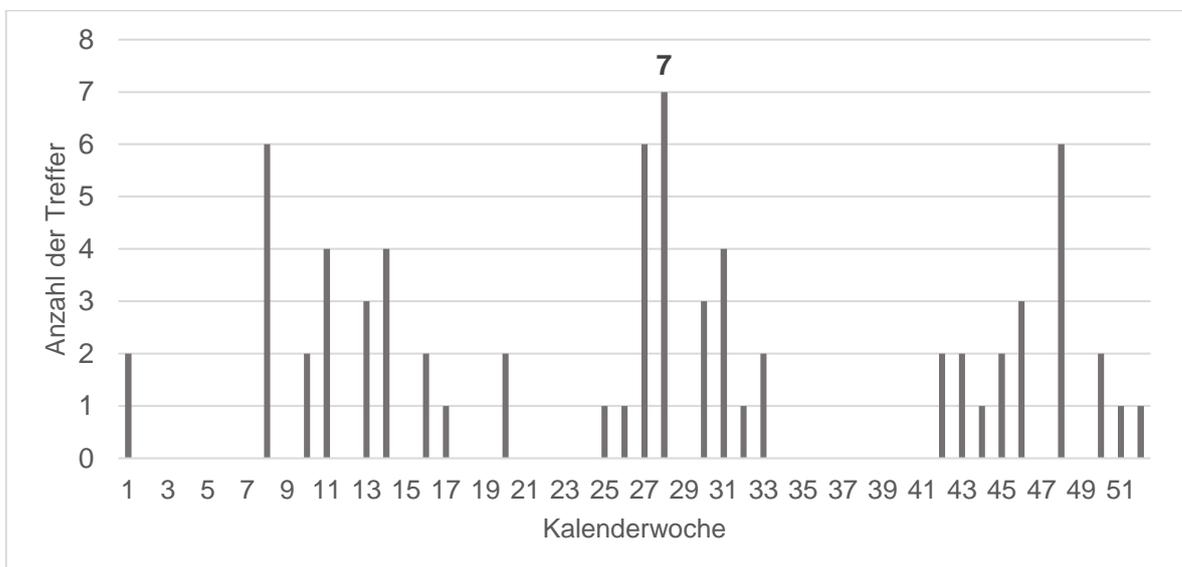


Abbildung 12: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2017 (eigene Darstellung)

2018 wurde im Vergleich zu den Vorjahren deutlich häufiger über Wirecard berichtet. Insgesamt ergaben sich auf Jahressicht 383 Treffer. Am häufigsten wurden mit 138 Treffern in der FAZ und mit 128 Treffern im Handelsblatt über das

Unternehmen berichtet. Ein erster deutlicher Anstieg der Berichterstattung ist zur Jahresmitte 2018 zu beobachten (siehe Abbildung 14). In KW 41 ergab die Suchabfrage mit 36 Treffern die größte Anzahl an Artikel zu Wirecard. Auch KW 36 mit 32 Treffern sowie KW 33 und KW 39 mit jeweils 26 Treffern sind bezüglich des Ausmaßes der Berichterstattung erwähnenswert.

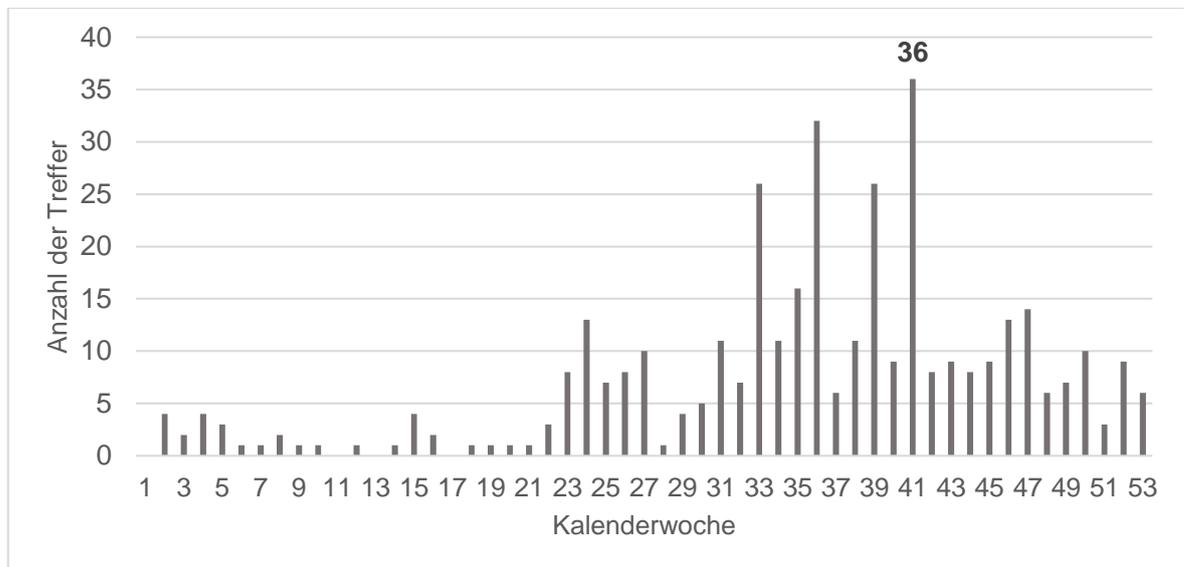


Abbildung 13: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2018 (eigene Darstellung)

Im Jahr 2019 hat sich das Gesamtausmaß der Berichterstattung zu Wirecard auf 642 Artikel erneut klar gesteigert. Die meisten Artikel wurden dabei wiederum im Handelsblatt mit 209 Treffern und in der FAZ mit 207 Treffern publiziert. In der BILD-Zeitung erschien über das gesamte Jahr hinweg, wie auch schon in den Vorjahren nur ein Artikel, in dem der Begriff *Wirecard* vorkommt. Bereits zu Jahresbeginn 2019 wurde sehr häufig über Wirecard berichtet, die meisten Treffer ergaben sich dabei in KW 6 mit 38 Artikeln. Ähnlich häufig wurde in KW 17 mit 30 Treffern und in KW 8 mit 31 Treffern berichtet.

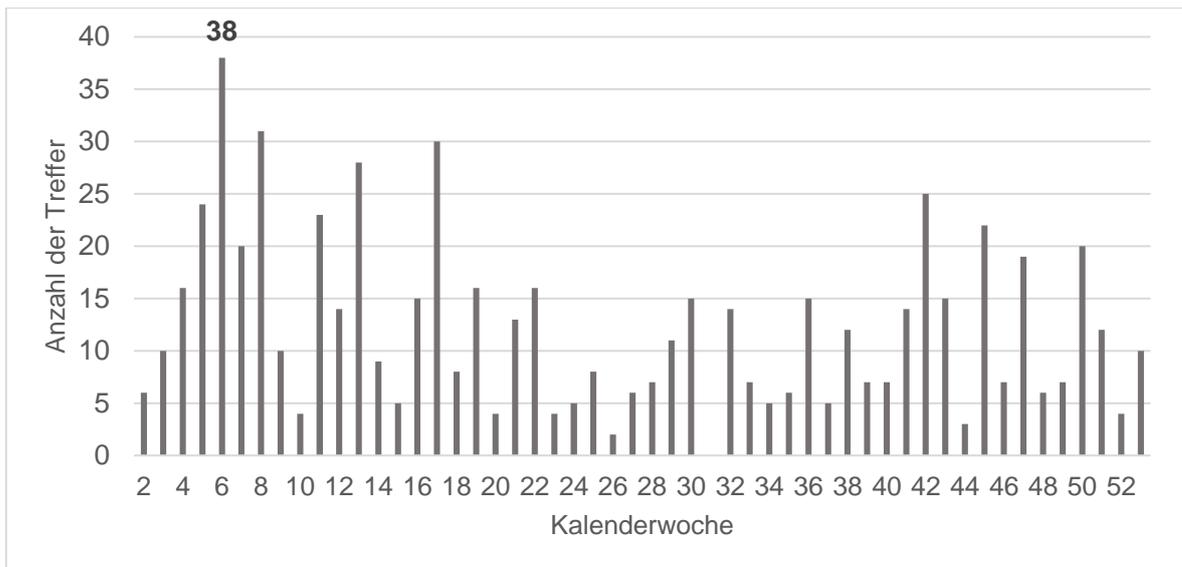


Abbildung 14: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2019 (eigene Darstellung)

Im Jahr 2020 wurde mit 1.682 Artikeln zu Wirecard mit Abstand am häufigsten über das Unternehmen berichtet. Die meisten Artikel erschienen mit 545 Treffern in der FAZ und die zweitmeisten im Handelsblatt mit 515 Treffern. Erneut wurden mit 52 Treffern die wenigsten Artikel in der BILD-Zeitung publiziert. Das Ausmaß der Berichterstattung ist dabei über das gesamte Jahr hinweg nicht homogen. Während in der ersten Jahreshälfte 2020 noch in ähnlichem Ausmaß zum Vorjahr berichtet wird, steigt die Anzahl der Treffer ab der Jahresmitte sprunghaft an. Die meisten Treffer ergaben sich in KW 26 mit 138 Artikeln zu Wirecard. Daneben wurde auch in KW 27 mit 112 Treffern in KW 36 mit 92 Treffern und in KW 28 mit 90 Treffern sehr häufig über das Unternehmen berichtet.

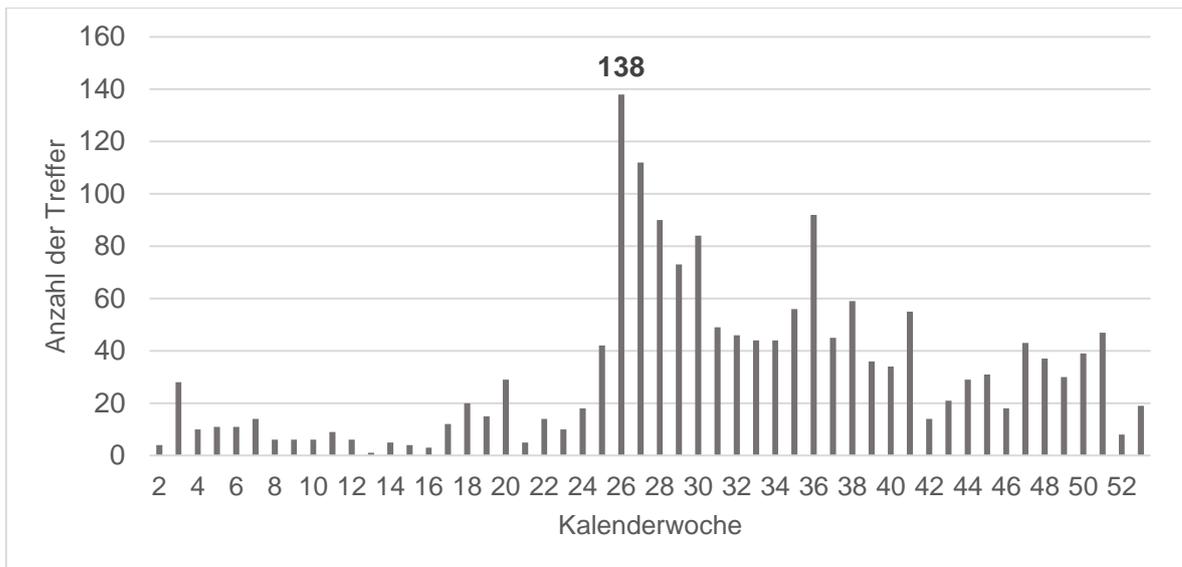


Abbildung 15: Berichte mit Bezug auf Wirecard 2020 (eigene Darstellung)

4.4.2 Framing-Analyse

Die quantitative Analyse zur Berichterstattung rund um Wirecard stellt einerseits den ersten Schritt des multimethodischen Forschungsdesigns dieser Arbeit dar. Andererseits werden die Ergebnisse daraus wiederum für die Erarbeitung des zweiten methodischen Schrittes verwendet. Wie bereits in Kapitel 3.4.1.3 beschrieben, verfolgt diese Forschungsarbeit ein sequenzielles multimethodisches Forschungsdesign, das einerseits aus dem Motiv der Expansion der Forschungserkenntnisse und andererseits aus dem Motiv der Methodenentwicklung, gewählt wurde.

Die Ergebnisse werden gesondert nach den jeweiligen Stichprobenzeiträumen präsentiert. Zudem wird als Einführung in den jeweiligen Kapiteln auf die Ergebnisse der quantitativen Analyse zur Berichterstattung verwiesen und beschrieben, wie diese zur Erarbeitung der Stichprobenzeiträume beigetragen haben.

4.4.2.1 Medien-Frames 2015 bis 2017

Im Jahr 2015 gab es vier Kalenderwochen in denen jeweils 4 Artikel mit Bezug zu Wirecard veröffentlicht wurden. Aufgrund der sonst nur sehr geringen Anzahl an Stichproben für die Framing-Analyse aus diesem Jahr wurden alle Artikel aus den KW 15, 34, 45 und 47 für die Analyse herangezogen. Es ergaben sich somit 16 Texte aus dem Jahr 2015, die in die Stichprobe einfließen. Im ersten Halbjahr 2016 wurden in KW 8 mit 8 Texte am häufigsten über Wirecard berichtet. Im zweiten

Halbjahr wurde KW 46 mit 6 Texten für die Stichprobe ausgewählt. Aus dem ersten Halbjahr 2017 wurde KW 8 mit 6 Texten und aus dem zweiten Halbjahr KW 28 mit 7 Texten für die Stichprobe herangezogen. Die Stichprobe für die Framing-Analyse der Jahre 2015 bis 2017 umfasste somit 43 Texte.

Die Bestimmung der Clusteranzahl anhand des Elbow-Kriteriums ergab einen überproportionalen Anstieg des Heterogenitätsmaßes beim drittletzten und beim vorletzten Fusionierungsschritt der Clusterbildung. Es erscheint daher eine Einteilung in drei Cluster als sinnvoll.

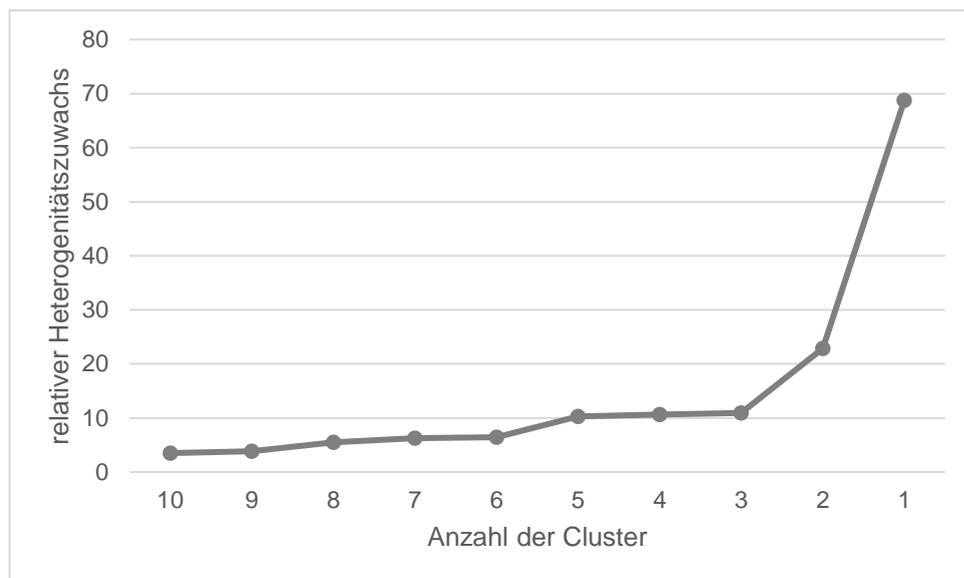


Abbildung 16: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2015-2017 (eigene Darstellung)

Die drei gebildeten Cluster weisen fast die exakt gleiche Anzahl an Texten, die darin zusammengefasst wurden auf. Cluster A1 und A3 umfassen jeweils 14 Texte, während in Cluster A2 15 Texte zusammengefasst wurden.

Cluster/Frame	N	%
A1	14	32,6%
A2	15	34,9%
A3	14	32,6%

Tabelle 4: Cluster/Frames 2015-2017 (eigene Darstellung)

Um aus den einzelnen Clustern bestimmte Medien-Frames herausinterpretieren zu können, müssen die Mittelwerte der Variablen innerhalb dieser Cluster beobachtet werden. Aufgrund des dichotomen Charakters der Variablen, kann der Mittelwert der jeweiligen Variablen einen Wert zwischen 0 und 1 annehmen. Ein Mittelwert von 0 bedeutet dabei, dass diese Variable in keinem der Texte vorkam, während ein Mittelwert von 1 bedeutet, dass diese Variable in allen Texten vorzufinden war. Bei der Interpretation der Mittelwerte ist zu berücksichtigen, welche Variablen innerhalb eines Clusters den höchsten Mittelwert haben. Zudem ist von Bedeutung, in welchem Cluster eine bestimmte Variable ihren höchsten Mittelwert hat. So kann etwa ein hoher Wert weniger Bedeutung haben, wenn er auch in anderen Clustern so hoch ist. Andererseits kann ein niedrigerer Mittelwert an Bedeutung gewinnen, wenn er im Vergleich zu anderen Clustern hoch ist (Matthes & Kohring, 2004, S. 66). Tabelle 5 zeigt die drei gebildeten Cluster und die Mittelwerte für die entsprechenden Variablen in den Clustern.

Frame-Elemente	Kategorien	Variablen	Cluster/Frames		
			A1	A2	A3
Problemdefinition	Themen	Aktienkurs	0,00	1,00	0,57
		Bilanzskandal/Insolvenz	0,00	0,00	0,00
		Geschäftsmodell	0,57	0,20	0,14
		Geschäftszahlen	0,57	0,67	0,00
		Ermittlungen gegen Short-Seller/Medien	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Kritik an AnalystInnen	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Börse	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00
		Kritik am Unternehmen/Management	0,00	0,00	1,00
		Kritik an WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Konflikt zwischen Unternehmen und Medien/JournalistenInnen	0,00	0,00	0,00
		Untersuchungsausschuss	0,00	0,00	0,00
	Probleme	gefallener Aktienkurs	0,00	0,00	1,00
		mangelhafte Compliance-Richtlinien	0,00	0,00	0,00
		mangelhafte/unprofessionelle Strukturen	0,00	0,00	0,00
		undurchsichtige Bilanzierung/mögliche Bilanzmanipulation	0,00	0,00	0,07
		undurchsichtiges Geschäftsmodell	0,00	0,00	0,00
		unsichere Unternehmenszukunft	0,00	0,00	0,00
		Verluste für AktionärInnen/KleinaktionärInnen	0,00	0,00	0,00
		Verluste für Gläubiger/Banken	0,00	0,00	0,00
		Versagen der Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
	Versagen der WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	
	Nutzen	Aufdeckung des Bilanzskandals	0,00	0,00	0,00
		erfolgreiches Geschäftsmodell	0,21	0,00	0,00
		gestiegener Aktienkurs	0,00	1,00	0,00
		positive Umsatz/Gewinnprognose	0,07	0,40	0,00
		Umsatz/Gewinnwachstum	0,36	0,20	0,00
		Verkauf von Unternehmensteilen	0,00	0,00	0,00

	Begünstigte AkteurInnen	AktionärInnen	0,14	1,00	0,00
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen	0,64	0,73	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,43
	Beschädigte AkteurInnen	AktionärInnen	0,00	0,00	1,00
		Gläubiger/Banken	0,00	0,00	0,00
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen	0,00	0,00	1,00
Ursachenzuschreibung	Verantwortung Problem	AktionärInnen	0,00	0,00	0,00
		AnalystInnen	0,00	0,00	0,43
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Börse	0,00	0,00	0,00
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,07
		Marktumfeld	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,64
		Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,00
		Whistleblower	0,00	0,00	0,00
	WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	
	Verantwortung Nutzen	AnalystInnen	0,00	0,13	0,00
		Geschäftsmodell	0,29	0,40	0,00
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00
Unternehmen/Management		0,57	0,87	0,00	
Lösungszuschreibung	AdressatIn	Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,21
		Börse	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,29
		WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
	Lösung	Plädoyer für Short-Selling	0,00	0,00	0,00
		rechtliche Schritte gegen Medien/Short-Seller	0,00	0,00	0,29
		Reformen für Politik/Bafin	0,00	0,00	0,00
		Reformen für Börse	0,00	0,00	0,00
		Reformen für WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Handeln der WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
Strukturen professionalisieren	0,00	0,00	0,00		
Moralische Bewertung	Bewertung	Keine/Neutrale Bewertung	0,71	0,47	0,71
		Positive Bewertung	0,29	0,53	0,29
		Negative Bewertung	0,00	0,00	0,00
Häufigkeiten in %			32,6%	34,9%	32,6%

Tabelle 5: Mittelwerte der Variablen je Frame 2015-2017 (eigene Darstellung)

Die Clusteranalyse in Verbindung mit der Auswertung der beobachtbaren Mittelwerte der Variablen innerhalb dieser Cluster, führt zu einer Einteilung in drei verschiedene Medien-Frames, die in den Jahren 2015 bis 2017 vorkommen:

- **Erfolgreiches Geschäftsmodell**

Die vorherrschenden Themen des Frames sind das Geschäftsmodell (57%) und die Geschäftszahlen von Wirecard (57%). Dabei werden keinerlei Probleme, sondern nur Nutzen, also objektiv betrachtet positive Aspekte, behandelt. Am öftesten werden beim Nutzen ein Umsatz- bzw. Gewinnwachstum (36%) und das erfolgreiche Geschäftsmodell (21%) angesprochen. Unter den begünstigten Akteurinnen und Akteuren in diesem

Cluster wird weitaus am häufigsten das Unternehmen (64%) adressiert. Aber auch die Aktionärinnen und Aktionäre (14%) werden in einigen Fällen genannt. Die Verantwortung für das behandelte Wachstum bei Umsatz bzw. Gewinn und das erfolgreiche Geschäftsmodell wird vor allem dem Unternehmen/Management (57%), und in zweiter Linie dem Geschäftsmodell im Allgemeinen (29%), zugeschrieben. Lösungszuschreibungen finden sich in diesem Cluster keine. Die Bewertung des Unternehmens ist deutlich am häufigsten neutral oder es liegt keine Bewertung vor (71%). In einigen Fällen liegt allerdings auch eine positive Bewertung (29%) vor.

- ***Gute Geschäftszahlen als Verdienst des Unternehmens und des Managements***

Auch in diesem Frame werden häufig Geschäftszahlen (67%) adressiert. Noch häufiger, nämlich in sämtlichen Texten dieses Clusters, geht es allerdings um das Thema Aktienkurs (100%). Das Thema wird dabei eindeutig positiv konnotiert. So wird ebenso in allen Texten des Clusters, der gestiegene Aktienkurs (100%) als Nutzen behandelt. Zudem zählen zu den am häufigsten genannten Nutzen noch eine positive Umsatz- bzw. Gewinnprognose (40%) und ein Umsatz- bzw. Gewinnwachstum (20%). Die begünstigten Akteurinnen und Akteure in diesem Frame sind einerseits die Aktionärinnen und Aktionäre (100%) und andererseits das Unternehmen (73%). Die Verantwortung für die adressierten Nutzen wird in erster Linie dem Unternehmen/Management (87%) zugeschrieben. Allerdings werden des Öfteren auch das Geschäftsmodell (40%) und Analystinnen bzw. Analysten (13%) genannt. Auch dieser Cluster enthält keine Lösungszuschreibungen. Auffällig in diesem Cluster ist, dass die Bewertung des Unternehmens überwiegend positiv (53%) ist. Am zweithäufigsten gibt es keine Bewertung oder diese fällt neutral aus (47%).

- ***Handlungsaufforderung nach Kritik durch Medien, Journalistinnen/Journalisten, Analystinnen/Analysten und Short-Seller***

In dem Frame wird in mehr als der Hälfte der darin geclusterten Texte der Aktienkurs (57%) behandelt. Auffällig ist jedoch der thematische Fokus auf Kritik am Unternehmen/Management (100%). In Verbindung dazu, wird in diesem Frame ausschließlich über das Problem des gefallen Aktienkurses (100%) berichtet. Es werden somit auch keinerlei Nutzen, also objektiv gesehen positive Aspekte, behandelt. Als beschädigte Akteurinnen und Akteure werden in allen Texten die Aktionärinnen und Aktionäre (100%) und das Unternehmen (100%) genannt. Die Verantwortung für den gefallen Aktienkurs wird einerseits Short-Sellern (64%) und andererseits Analystinnen sowie Analysten (43%) zugeschrieben. Im Gegensatz zu den anderen beiden Frames in diesem Zeitraum, wurden hierbei auch Lösungszuschreibungen identifiziert. Dabei wird einerseits das Unternehmen/Management (29%) und andererseits die Aufsichtsbehörden und die Politik (21%) adressiert. Als Lösungsvorschlag werden zudem rechtliche Schritte gegen Medien/Short-Seller (29%) vorgebracht. Im überwiegenden Fall der Texte in diesem Cluster konnte keine Bewertung identifiziert werden bzw. fällt diese neutral aus (71%), am zweithäufigsten wird das Unternehmen positiv bewertet (29%). Trotz der Kritik am Unternehmen/Management die in sämtlichen Texten adressiert wird, wird das Unternehmen in keinem Text des Clusters negativ bewertet (0%).

4.4.2.1 Medien-Frames 2018

Aus dem ersten Halbjahr 2018 wurde KW 24, als jene mit den meisten publizierten Artikeln zu Wirecard identifiziert. Dementsprechend flossen die 13 Texte aus dieser KW in die Stichprobe für das Jahr 2018 ein. Aus dem zweiten Halbjahr war KW 41 jene mit den meisten Treffern. Somit wurden auch diese 36 Texte in der Stichprobe berücksichtigt. Insgesamt ergab sich dadurch für das Jahr 2018 eine Stichprobengröße von 49 Texten.

Bei der Framing-Analyse für das Jahr 2018 gestaltete sich die Bestimmung der Clusteranzahl etwas schwieriger. Mithilfe des Elbow-Kriteriums wurden zwei überproportionale Anstiege identifiziert. Einer zwischen dem fünftletzten und dem viertletzten Schritt und einer zwischen dem drittletzten und dem vorletzten Schritt bei der Clusterbildung. Bei einer probeweisen Durchführung mit jeweils drei und fünf Clustern wurde dabei die Einteilung der Stichprobe in drei verschiedene Cluster als die praktikablere und sinnvollere Lösung identifiziert.

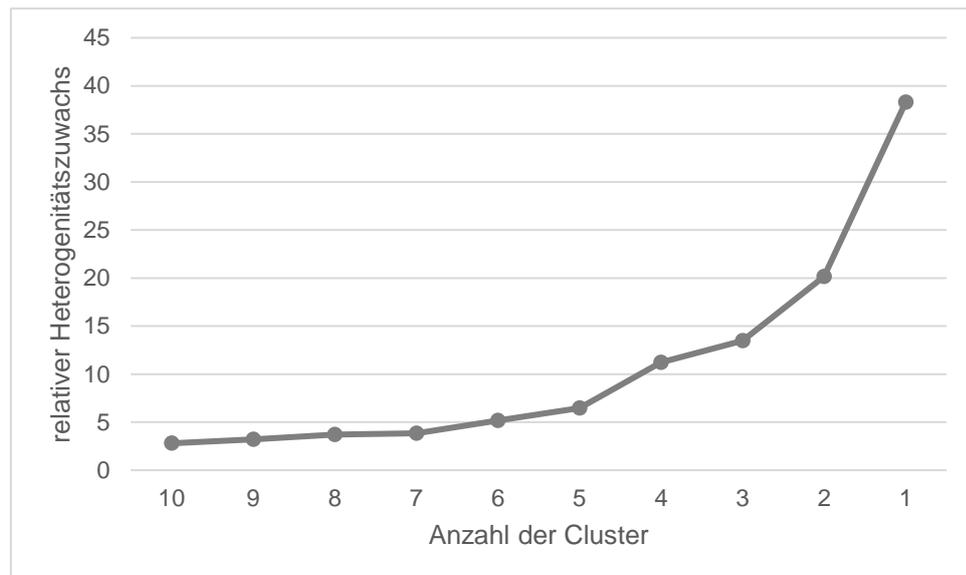


Abbildung 17: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2018 (eigene Darstellung)

Die meisten Texte wurden dem ersten Cluster B1 zugeordnet, dieser umfasst 42,9% der Stichprobe. Daneben wurden 32,7% in Cluster B2 zusammengefasst. Im dritten Cluster B3 wurden insgesamt 24,5% aller Texte der Stichprobe für das Jahr 2018 zusammengefasst.

Cluster/Frame	N	%
B1	21	42,9%
B2	12	24,5%
B3	16	32,7%

Tabelle 6: Cluster/Frames 2018 (eigene Darstellung)

Auch für die Analyse zum Jahr 2018 wurden die Mittelwerte der einzelnen Variablen in den Clustern analysiert und interpretiert. Tabelle 7 gibt dazu einen Überblick über die Cluster und die entsprechenden Variablen bzw. deren Mittelwerte.

Frame-Elemente	Kategorien	Variablen	Cluster/Frames 2018		
			B1	B2	B3
Problemdefinition	Themen	Aktienkurs	0,95	0,17	1,00
		Bilanzskandal/Insolvenz	0,00	0,00	0,00
		Geschäftsmodell	0,19	0,75	0,13
		Geschäftszahlen	0,38	0,00	0,19
		Ermittlungen gegen Short-Seller/Medien	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Kritik an AnalystInnen	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Börse	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00
		Kritik am Unternehmen/Management	0,10	0,00	0,00
		Kritik an WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Konflikt zwischen Unternehmen und Medien/JournalistenInnen	0,00	0,00	0,00
	Untersuchungsausschuss	0,00	0,00	0,00	
	Probleme	gefallener Aktienkurs	0,00	0,00	1,00
		mangelhafte Compliance-Richtlinien	0,00	0,00	0,00
		mangelhafte/unprofessionelle Strukturen	0,00	0,00	0,00
		undurchsichtige Bilanzierung/mögliche Bilanzmanipulation	0,00	<i>0,08</i>	0,00
		undurchsichtiges Geschäftsmodell	0,00	0,00	0,00
		unsichere Unternehmenszukunft	0,00	0,00	0,00
		Verluste für AktionärInnen/KleinaktionärInnen	0,00	0,00	0,00
		Verluste für Gläubiger/Banken	0,00	0,00	0,00
		Versagen der Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
	Versagen der WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	
	Nutzen	Aufdeckung des Bilanzskandals	0,00	0,00	0,00
		erfolgreiches Geschäftsmodell	0,05	0,25	0,06
		gestiegener Aktienkurs	0,90	0,08	0,00
		positive Umsatz/Gewinnprognose	0,33	0,00	0,00
		Umsatz/Gewinnwachstum	0,10	0,00	0,00
		Verkauf von Unternehmensteilen	0,00	0,00	0,00
	Begünstigte AkteurInnen	AktionärInnen	0,86	0,08	0,00
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
Unternehmen		0,19	0,33	0,06	
Short-Seller		0,00	0,00	0,00	
Beschädigte AkteurInnen	AktionärInnen	0,00	0,00	1,00	
	Gläubiger/Banken	0,00	0,00	0,00	
	Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00	
	Unternehmen	0,00	0,00	0,00	
Ursachenzuschreibung	Verantwortung Problem	AktionärInnen	0,00	0,00	0,00
		AnalystInnen	0,00	0,00	0,00
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Börse	0,00	0,00	0,00
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00
		Marktumfeld	0,05	0,00	0,63
		Short-Seller	0,00	0,00	0,06
		Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,06
		Whistleblower	0,00	0,00	0,00
	WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	
	Verantwortung Nutzen	AnalystInnen	0,10	0,00	0,00
		Geschäftsmodell	0,00	0,00	0,00
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen/Management	0,48	0,25	0,06

Lösungszuschreibung	Adressathn	Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Börse	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,00
		WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
	Lösung	Plädoyer für Short-Selling	0,00	0,00	0,00
		rechtliche Schritte gegen Medien/Short-Seller	0,00	0,00	0,00
		Reformen für Politik/Bafin	0,00	0,00	0,00
		Reformen für Börse	0,00	0,00	0,00
		Reformen für WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Handeln der WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00
		Strukturen professionalisieren	0,00	0,00	0,00
Moralische Bewertung	Bewertung	Keine/Neutrale Bewertung	0,81	0,67	1,00
		Positive Bewertung	0,19	0,25	0,00
		Negative Bewertung	0,00	0,08	0,00
Häufigkeiten in %			42,9%	24,5%	32,7%

Tabelle 7: Mittelwerte der Variablen je Frame 2018 (eigene Darstellung)

Durch die Interpretation der Mittelwerte der Variablen in den Clustern und deren Ausprägung konnten für das Jahr 2018 folgende Cluster bzw. Frames identifiziert werden:

- ***Gute Geschäftszahlen als Verdienst des Unternehmens und des Managements***

In diesem Cluster werden vorwiegend der Aktienkurs (95%) und die Geschäftszahlen (38%) adressiert. Auch das Geschäftsmodell (19%) wird in einigen Texten behandelt. Während keine Probleme in diesem Cluster besprochen werden, kommen bei den Nutzen sowohl der gestiegene Aktienkurs (90%), als auch eine positive Umsatz- bzw. Gewinnprognose (33%) sowie ein Umsatz- bzw. Gewinnwachstum (10%) vor. Vorwiegend werden die Aktionärinnen und Aktionäre (86%) als begünstigte Akteurinnen und Akteure genannt, jedoch wird hierbei in einigen Fällen auch das Unternehmen angeführt (19%). Liegt eine Verantwortungszuschreibung für die adressierten Nutzen vor, so wird in diesem Kontext zumeist das Unternehmen/Management (48%) genannt. Allerdings kommen hierbei auch Analytinnen und Analysten (10%) vor. Lösungsvorschläge bzw. Handlungsempfehlung finden sich in keinem der Texte wieder. Überwiegend wird das Unternehmen neutral oder gar nicht bewertet (81%). In 19% der Fälle liegt eine positive Bewertung vor.

- ***Erfolgreiches Geschäftsmodell***

Hierbei wird hauptsächlich das Thema Geschäftsmodell (75%) behandelt. In einigen Fällen geht es zudem um den Aktienkurs (17%). Selten wird über das Problem einer undurchsichtigen Bilanzierung bzw. möglicher Bilanzmanipulation (8%) bei Wirecard berichtet. Bei den Nutzen werden wiederum vor allem das erfolgreiche Geschäftsmodell (25%) und in wenigen Fällen der gestiegene Aktienkurs (8%) genannt. Als begünstigte Akteurinnen und Akteure kann in diesem Cluster vorwiegend das Unternehmen (33%) identifiziert werden. In 8% der Fälle werden dabei die Aktionärinnen und Aktionäre genannt. Für das Problem der undurchsichtigen Bilanzierung wird niemandem die Verantwortung zugeschrieben. Gleichzeitig ist in diesem Cluster jedoch das Unternehmen/Management für das erfolgreiche Geschäftsmodell bzw. den gestiegenen Aktienkurs verantwortlich. Wiederum werden keinerlei Lösungsvorschläge in diesem Cluster behandelt. Erneut wird vorwiegend in neutraler Weise oder gar nicht (67%) über das Unternehmen berichtet. Auffallend ist jedoch, dass das Unternehmen in diesem Frame in 8% der Fälle negativ bewertet wird.

- ***Aktienkurs fällt in schwachem Marktumfeld***

Dieser Frame behandelt sehr stark den Aktienkurs (100%) und zudem in geringerem Ausmaß das Geschäftsmodell (13%) sowie die Geschäftszahlen (19%). In Verbindung mit dem thematischen Fokus auf den Aktienkurs wird ausschließlich über das Problem eines gefallenen Aktienkurses (100%) berichtet. Der einzige genannte Nutzen ist ein erfolgreiches Geschäftsmodell, das jedoch nur in 6% der Fälle behandelt wird. Von diesem Nutzen profitiert in diesem Frame wiederum nur das Unternehmen (6%). Die geschädigten Akteurinnen und Akteure, die in diesem Frame genannt werden, sind ausschließlich die Aktionärinnen und Aktionäre (100%), was vor allem mit dem behandelten Problem des gefallenen Aktienkurses zusammenhängt. Die Verantwortung dafür wird hauptsächlich dem Marktumfeld (63%) zugeschrieben. Jedoch werden in diesem Frame auch in wenigen Fällen Short-Seller (6%) und das Unternehmen/Management (6%)

als verantwortlich für das behandelte Problem identifiziert. Der Profiteur des Nutzens in diesem Frame ist ausschließlich das Unternehmen/Management (6%). Wieder werden in diesem Frame keine Lösungsempfehlungen behandelt. Das Unternehmen wird in dem Frame ausschließlich neutral oder gar nicht bewertet (100%).

4.4.2.2 Medien-Frames 2019

Im ersten Halbjahr 2019 war KW 6 mit 38 Artikeln die Kalenderwoche, in der am häufigsten über Wirecard berichtet wurde. Dementsprechend wurden diese Texte in die Stichprobe für die Framing-Analyse mit aufgenommen. Im zweiten Halbjahr war KW 42 mit 25 Artikeln die Woche mit der quantitativ stärksten Berichterstattung, womit diese Texte ebenso in die Framing-Analyse eingeflossen sind. Daher ergibt sich für das Jahr 2019 eine Stichprobe von 63 Texten.

Auch hierbei wurde wiederum zunächst das Elbow-Kriterium zur Bestimmung der optimalen Clusteranzahl herangezogen. Die Analyse des Heterogenitätszuwachses zwischen den Fusionsschritten der Clusteranalyse ergab einen ersten überproportionalen Anstieg zwischen dem viertletzten und dem drittletzten Schritt. Unter Berücksichtigung des Elbow-Kriteriums ergibt sich daher eine optimale Clusteranzahl von vier Clustern.

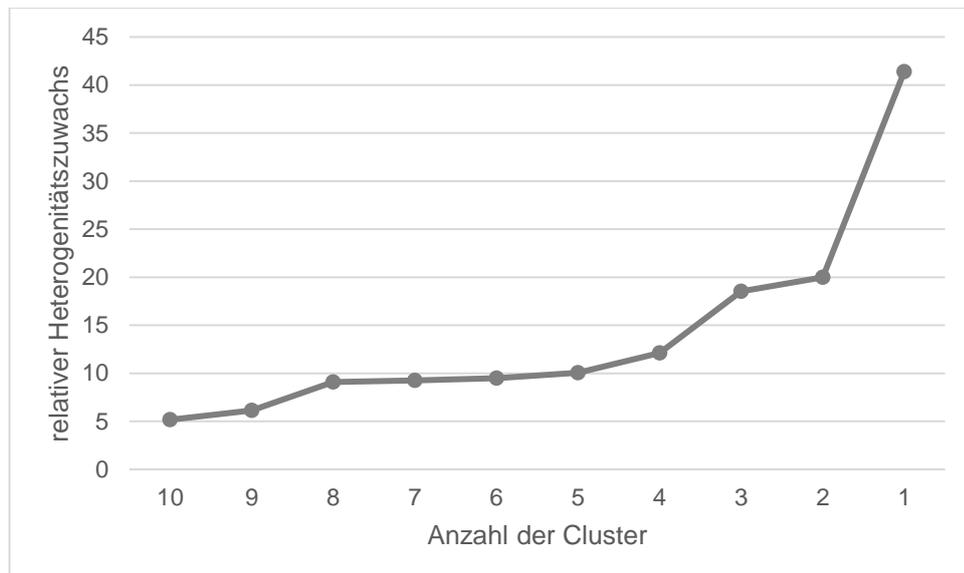


Abbildung 18: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2019 (eigene Darstellung)

Nach Durchführung der Clusteranalyse ergab sich ein dominanter Cluster für das Jahr 2019. Im Cluster C2 sind insgesamt 54% aller analysierten Texte aus dem Jahr 2019 zusammengefasst. In Cluster C4 wurden 17,5% der Texte, in Cluster C3 15,9% aller Texte und in C1 12,7% der Texte geclustert.

Cluster/Frame	N	%
C1	8	12,7%
C2	34	54,0%
C3	10	15,9%
C4	11	17,5%

Tabelle 8: Cluster/Frames 2019 (eigene Darstellung)

Für die genaue Bestimmung der Charakteristika der einzelnen Cluster bzw. Frames wurden wiederum die Mittelwerte aller Variablen gesondert pro Cluster analysiert und interpretiert. Eine Übersicht über diese Mittelwerte gibt Tabelle 9.

Frame-Elemente	Kategorien		Cluster/Frames 2019			
			C1	C2	C3	C4
Problemdefinition	Themen	Aktienkurs	0,75	1,00	0,50	0,91
		Bilanzskandal/Insolvenz	0,00	0,00	0,00	0,00
		Geschäftsmodell	0,63	0,00	0,00	0,09
		Geschäftszahlen	0,00	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen Short-Seller/Medien	0,13	0,06	0,00	0,09
		Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management	0,25	0,21	0,00	0,18
		Ermittlungen gegen WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	0,00
		Kritik an AnalystInnen	0,00	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Börse	0,00	0,00	0,00	0,00
		Kritik an Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00	0,00
		Kritik am Unternehmen/Management	1,00	1,00	0,20	0,82
		Kritik an WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	0,00
		Konflikt zwischen Unternehmen und Medien/JournalistenInnen	0,25	0,18	0,00	0,00
	Untersuchungsausschuss	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Probleme	gefallener Aktienkurs	0,63	0,94	0,40	0,00
		mangelhafte Compliance-Richtlinien	0,25	0,00	0,00	0,09
		mangelhafte/unprofessionelle Strukturen	0,38	0,00	0,00	0,18
		undurchsichtige Bilanzierung/mögliche Bilanzmanipulation	0,63	0,74	0,00	0,55
		undurchsichtiges Geschäftsmodell	0,50	0,00	0,00	0,09
		unsichere Unternehmenszukunft	0,00	0,00	0,00	0,00
		Verluste für AktionärInnen/KleinaktionärInnen	0,00	0,00	0,00	0,00
		Verluste für Gläubiger/Banken	0,00	0,00	0,00	0,00
		Versagen der Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00	0,00
	Versagen der WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Nutzen	Aufdeckung des Bilanzskandals	0,00	0,00	0,00	0,00
		erfolgreiches Geschäftsmodell	0,00	0,00	0,00	0,00
		gestiegener Aktienkurs	0,00	0,15	0,00	0,91
		positive Umsatz/Gewinnprognose	0,13	0,00	0,10	0,09
		Umsatz/Gewinnwachstum	0,00	0,00	0,00	0,00
		Verkauf von Unternehmensteilen	0,00	0,00	0,00	0,00
	Begünstigte AkteurInnen	AktionärInnen	0,00	0,06	0,00	0,91
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen	0,00	0,00	0,00	0,27
		Short-Seller	0,25	0,00	0,00	0,00

	Beschädigte AkteurInnen	AktionärInnen	0,88	0,94	0,10	0,00		
		Gläubiger/Banken	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Unternehmen	0,88	0,56	0,00	0,27		
Ursachenzuschreibung	Verantwortung Problem	AktionärInnen	0,00	0,00	0,00	0,00		
		AnalystInnen	0,00	0,03	0,00	0,00		
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Börse	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Medien/JournalistInnen	0,88	0,94	0,00	0,45		
		Marktumfeld	0,00	0,06	0,00	0,00		
		Short-Seller	0,50	0,15	0,00	0,36		
		Unternehmen/Management	0,50	0,00	0,00	0,09		
		Whistleblower	0,00	0,00	0,00	0,18		
	WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	0,00			
	Verantwortung Nutzen	AnalystInnen	0,13	0,03	0,00	0,18		
		Geschäftsmodell	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Medien/JournalistInnen	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00	0,00		
Unternehmen/Management		0,00	0,06	0,00	0,45			
Lösungszuschreibung	Adressath	Aufsichtsbehörden/Politik	0,50	0,00	0,00	0,00		
		Börse	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Unternehmen/Management	0,50	0,00	0,00	0,00		
		WirtschaftsprüferInnen	0,38	0,00	0,00	0,00		
	Lösung	Plädoyer für Short-Selling	0,00	0,00	0,00	0,00		
		rechtliche Schritte gegen Medien/Short-Seller	0,25	0,00	0,00	0,00		
		Reformen für Politik/Bafin	0,13	0,00	0,00	0,00		
		Reformen für Börse	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Reformen für WirtschaftsprüferInnen	0,00	0,00	0,00	0,00		
		Handeln der WirtschaftsprüferInnen	0,38	0,00	0,00	0,00		
		Strukturen professionalisieren	0,25	0,00	0,00	0,00		
		Moralische Bewertung	Bewertung	Keine/Neutrale Bewertung	0,38	0,94	1,00	1,00
				Positive Bewertung	0,13	0,00	0,00	0,00
Negative Bewertung	0,50			0,06	0,00	0,00		
Häufigkeiten in %			12,7%	54,0%	15,9%	17,5%		

Tabelle 9: Mittelwerte der Variablen je Frame 2019 (eigene Darstellung)

Die Analyse und Interpretation ergeben folgende Einteilung und Charakterisierung der Frames:

- **Handlungsaufforderung nach Kritik durch Medien, Journalistinnen/Journalisten, Analystinnen/Analysten und Short-Seller**

In diesem Frame wird sehr stark über Kritik am Unternehmen/Management (100%) berichtet. Auch der Aktienkurs (75%) und das Geschäftsmodell (63%) Wirecards sind häufige Themen. In etwas geringerem Ausmaß wird zudem über Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management (25%) bzw. über Ermittlungen gegen Short-Seller oder Medien (13%) berichtet. Für diesen Frame charakteristisch ist der starke Fokus auf einige Probleme im Zusammenhang mit Wirecard. Insgesamt werden fünf Probleme behandelt, während in dem Frame mit einer positiven Umsatz/Gewinnprognose (13%) ein Nutzen nur am Rande genannt wird. Am häufigsten werden die Probleme der undurchsichtigen Bilanzierung bzw. möglicher Bilanzmanipulation (63%)

und ein gefallener Wirecard-Aktienkurs (63%) thematisiert. Zudem konnten in diesem Frame auch die Probleme undurchsichtiges Geschäftsmodell (50%), mangelhafte/unprofessionelle Strukturen (38%) und mangelhafte Compliance-Richtlinien (25%) identifiziert werden. Dabei richten sich diese Probleme immer jeweils auf das Unternehmen Wirecard. Bei den beschädigten Akteurinnen und Akteuren ist ausschließlich von den Aktionärinnen und Aktionären (88%) und dem Unternehmen (88%) an sich die Rede. Als begünstigte Akteurinnen und Akteure werden in diesem Frame (25%) teilweise Short-Seller genannt. Verantwortlich für die identifizierten Probleme werden in diesem Frame vor allem die Medien und Journalistinnen sowie Journalisten (88%) gemacht, wobei diese Verantwortungszuschreibung nur in Verbindung zum Problem des gefallen Aktienkurses steht. Zudem geht damit keine inhaltliche bzw. moralische Bewertung der Berichterstattung der Medien und Journalistinnen sowie Journalisten einher. Es lässt sich schlichtweg ein Zusammenhang zwischen der Berichterstattung der Medien und dem Fallen des Wirecard-Aktienkurses implizieren. Auch Short-Seller (50%) und das Unternehmen/Management (50%) selbst werden teilweise verantwortlich gemacht. Für den Nutzen der positiven Umsatz- bzw. Gewinnprognose sind in diesem Frame Analystinnen und Analysten (13%) verantwortlich. Dieser Frame ist im Jahr 2019 der Einzige, der auch Lösungszuschreibungen und Handlungsempfehlungen enthält. Adressiert werden dabei neben den Aufsichtsbehörden und der Politik (50%) auch das Unternehmen/Management (50%) und die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (38%). Die konkreten Lösungsvorschläge umfassten dabei einerseits ein Handeln der Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (38%), rechtliche Schritte gegen Medien und/oder Short-Seller (25%), die Professionalisierung der Strukturen bei Wirecard (25%) und Reformen für die BaFin und/oder die Politik (13%). Als einziger Frame 2019 wird Wirecard hierbei vorwiegend negativ (50%) bewertet. Eine neutrale bzw. keine Bewertung (38%) liegt auch in einigen Fällen vor. Positiv (13%) wird das Unternehmen jedoch nur in relativ geringem Ausmaß bewertet.

- **Neutrale Berichterstattung der Medien über Kritik am Unternehmen**

Dieser Frame behandelt vorwiegend die Themen Aktienkurs (100%) und Kritik am Unternehmen/Management (100%). Auch Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management (21%) werden teilweise adressiert. Ebenso wird über den Konflikt zwischen den Medien bzw. Journalistinnen und Journalisten und dem Unternehmen berichtet (18%). Als Probleme werden in sehr starkem Ausmaß ein gefallener Wirecard-Aktienkurs (94%) und eine undurchsichtige Bilanzierung bzw. mögliche Bilanzmanipulation (74%) identifiziert. In geringem Ausmaß liegt mit einem gestiegenen Aktienkurs (15%) ein Nutzen vor, wobei die begünstigten Akteurinnen und Akteure hier ausschließlich die Aktionärinnen und Aktionäre (6%) sind. Von den Problemen stark geschädigt werden einerseits wiederum die Aktionärinnen und Aktionäre (94%) und andererseits das Unternehmen (56%) selbst. Auch in diesem Frame ist vorwiegend die Berichterstattung der Medien/Journalistinnen/Journalisten (94%) verantwortlich für die adressierten Probleme. Daneben werden in klar geringerem Ausmaß auch Short-Seller (15%) und Analystinnen sowie Analysten (3%) genannt. Lösungszuschreibungen beinhaltet dieser Frame nicht. Das Unternehmen wird dabei in dem Frame sehr stark neutral bzw. nicht bewertet. Eine negative Bewertung (6%) liegt nur in sehr geringem Ausmaß vor.

- **Kritik am Unternehmen führt zu fallendem Aktienkurs**

In diesem Frame geht es am häufigsten um den Aktienkurs (50%), wobei dieses Aufkommen im Vergleich zu den anderen Frames 2019 eher gering erscheint. Ein weiteres behandeltes Thema ist Kritik am Unternehmen/Management (20%). Das einzige identifizierte Problem in diesem Frame ist der gefallene Aktienkurs (40%), wobei sich keine Verantwortungszuschreibung für diese Problem ausmachen lässt. Als Nutzen wird eine positive Umsatz- bzw, Gewinnprognose (10%) genannt, wobei davon vor allem die Aktionärinnen und Aktionäre (10%) profitieren. Das Unternehmen wird in diesem Frame ausschließlich neutral oder gar nicht bewertet (100%).

- ***Gute Kursentwicklung trotz Kritik am Unternehmen***

Dieser Frame behandelt in starkem Ausmaß den Aktienkurs (91%) und Kritik am Unternehmen/Management (82%). Als Probleme werden dabei die undurchsichtige Bilanzierung bzw. mögliche Bilanzmanipulation (55%), die mangelhaften bzw. unprofessionellen Strukturen (18%) im Unternehmen Wirecard und mangelhafte Compliance-Richtlinien (9%) im Konzern genannt. Von diesen Problemen beschädigt wird dabei vor allem das Unternehmen (27%) selbst. In diesem Frame werden jedoch auch zwei Nutzen, nämlich ein gestiegener Wirecard-Aktienkurs (91%) und eine positive Umsatz- bzw. Gewinnprognose (9%) adressiert. Davon profitieren vor allem die Aktionärinnen und Aktionäre (91%) und das Unternehmen (27%). Die Verantwortlichkeit für die Nutzen wird einerseits dem Unternehmen/Management (45%) und andererseits Analystinnen und Analysten (18%) zugeschrieben. Als verantwortlich für die Probleme werden hingegen Medien/Journalistinnen/Journalisten (45%), Short-Seller (36%) und Whistleblower (18%) identifiziert. Während auch in diesem Frame keine Lösungszuschreibungen ausgemacht werden können, wird das Unternehmen ausschließlich neutral oder gar nicht bewertet (100%).

4.4.2.3 Medien Frames 2020

Für die Framing-Analyse für das Jahr 2020 fand, wie bereits im Kapitel 4.2.2 beschrieben, keine Vollerhebung aller Texte in der Stichprobe statt. Für die Ermittlung der Texte, die in die Stichprobe einfließen wurde, KW 26, die stärkste Woche im ersten Halbjahr 2020 und KW 36, jene Woche im zweiten Halbjahr in der am öftesten über Wirecard berichtet wurde, ausgewählt. Durch eine Zufallsauswahl wurden aus beiden Zeiträumen jeweils die Hälfte aller erschienenen Artikel mit Wirecard-Bezug herausgefiltert und in die Stichprobe aufgenommen. Diese umfasst daher für das Jahr 2020 insgesamt 115 Texte.

Die Analyse des relativen Heterogenitätszuwachse beim Prozess der Clusteranalyse ergab, folgend dem Elbow-Kriterium, eine deutliche Präferenz auf drei zu bildende Cluster. Zwischen dem drittletzten und dem vorletzten Fusionsschritt ist ein klar überproportionaler Anstieg des relativen Heterogenitätszuwachses festzustellen.

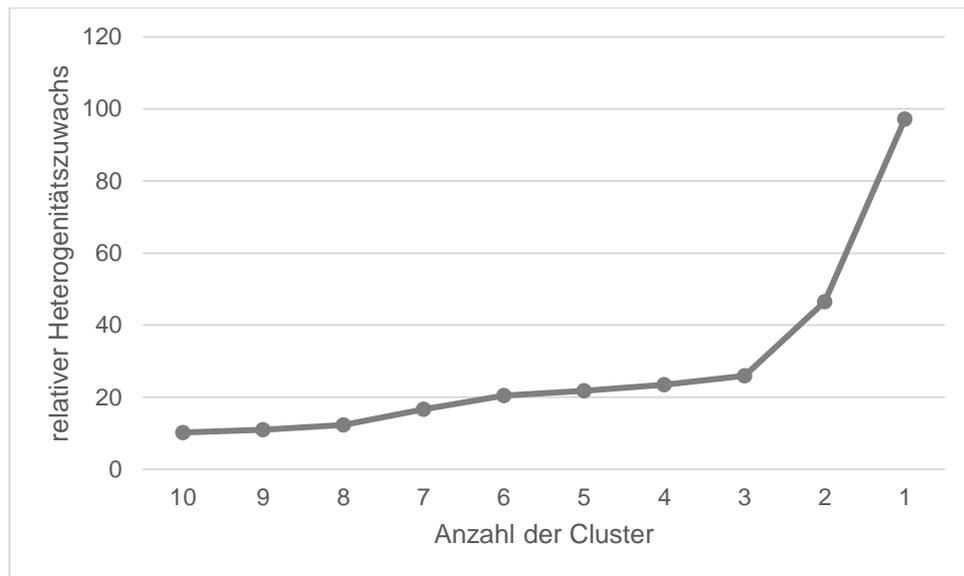


Abbildung 19: Elbow-Kriterium für die Clusteranalyse 2020 (eigene Darstellung)

Mit Blick auf die Verteilung der einzelnen Cluster, zeigt sich, dass Cluster D1 (39,1%) und Cluster D2 (35,7%) ähnlich viele Texte umfassen. In Cluster D3 (25,2%) sind zudem etwas mehr als ein Viertel der Texte geclustert.

Cluster/Frame	N	%
D1	45	39,1%
D2	41	35,7%
D3	29	25,2%

Tabelle 10: Cluster/Frames 2020 (eigene Darstellung)

Wiederum wurden die Mittelwerte der Variablen in den einzelnen Cluster bzw. Frames analysiert und interpretiert. Tabelle 11 zeigt die Verteilung dieser Mittelwerte:

Frame-Elemente	Kategorien		Cluster/Frames 2020		
			D1	D2	D3
Problemdefinition	Themen	Aktienkurs	0,20	0,05	0,76
		Bilanzskandal/Insolvenz	0,93	0,88	1,00
		Geschäftsmodell	0,00	0,07	0,00
		Geschäftszahlen	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen Short-Seller/Medien	0,00	0,00	0,00
		Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management	0,18	0,10	0,24
		Ermittlungen gegen Wirtschaftsprüfer	0,00	0,02	0,00
		Kritik an Analysten	0,04	0,00	0,07
		Kritik an Aufsichtsbehörden/Politik	1,00	0,02	0,00
		Kritik an Börse	0,00	0,00	0,10
		Kritik an Medien/Journalisten	0,04	0,00	0,00
		Kritik am Unternehmen/Management	0,20	0,20	0,24
		Kritik an Wirtschaftsprüfern	0,31	0,22	0,17
		Konflikt zwischen Unternehmen und Medien/Journalisten	0,00	0,00	0,00
		Untersuchungsausschuss	0,24	0,02	0,00
	Probleme	gefallener Aktienkurs	0,20	0,00	0,76
		mangelhafte Compliance-Richtlinien	0,00	0,00	0,00
		mangelhafte/unprofessionelle Strukturen	0,02	0,07	0,00
		undurchsichtige Bilanzierung/mögliche Bilanzmanipulation	0,00	0,00	0,00
		undurchsichtiges Geschäftsmodell	0,00	0,05	0,00
		unsichere Unternehmenszukunft	0,09	0,10	0,00
		Verluste für Aktionäre/Kleinaktionäre	0,18	0,00	0,69
		Verluste für Gläubiger/Banken	0,00	0,05	0,00
		Versagen der Aufsichtsbehörden/Politik	0,96	0,00	0,00
	Versagen der Wirtschaftsprüfer	0,31	0,20	0,00	
	Nutzen	Aufdeckung des Bilanzskandals	0,09	0,00	0,00
		erfolgreiches Geschäftsmodell	0,00	0,00	0,00
		gestiegener Aktienkurs	0,00	0,00	0,00
		positive Umsatz/Gewinnprognose	0,00	0,00	0,00
		Umsatz/Gewinnwachstum	0,00	0,00	0,00
		Verkauf von Unternehmensteilen	0,00	0,12	0,00
	Begünstigte AkteurlInnen	Aktionäre	0,00	0,00	0,00
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,04	0,00	0,03
	Beschädigte AkteurlInnen	Aktionäre	0,38	0,05	0,97
Gläubiger/Banken		0,02	0,07	0,14	
Medien/Journalisten		0,02	0,00	0,00	
Unternehmen		0,00	0,02	0,00	
Ursachenzuschreibung	Verantwortung Problem	Aktionäre	0,00	0,00	0,03
		Analysten	0,04	0,00	0,07
		Aufsichtsbehörden/Politik	0,96	0,02	0,00
		Börse	0,00	0,00	0,10
		Medien/Journalisten	0,02	0,00	0,00
		Marktumfeld	0,00	0,00	0,00
		Short-Seller	0,00	0,00	0,00
		Unternehmen/Management	0,13	0,29	0,52
		Whistleblower	0,00	0,00	0,00
		Wirtschaftsprüfer	0,36	0,22	0,10
		Verantwortung Nutzen	Analysten	0,00	0,00
	Geschäftsmodell		0,00	0,00	0,00
	Medien/Journalisten		0,04	0,00	0,00
	Short-Seller		0,04	0,00	0,00
	Unternehmen/Management		0,00	0,00	0,00

Lösungszuschreibung	AdressatIn	Aufsichtsbehörden/Politik	0,38	0,00	0,00
		Börse	0,00	0,00	0,07
		Short-Seller	0,04	0,00	0,00
		Unternehmen/Management	0,00	0,00	0,00
		Wirtschaftsprüfer	0,09	0,02	0,00
	Lösung	Plädoyer für Short-Selling	0,04	0,00	0,00
		rechtliche Schritte gegen Medien/Short-Seller	0,00	0,00	0,00
		Reformen für Bafin/Politik	0,36	0,00	0,00
		Reformen für Börse	0,00	0,00	0,07
		Reformen für Wirtschaftsprüfer	0,02	0,02	0,00
		Handeln der Wirtschaftsprüfer	0,00	0,00	0,00
		Strukturen professionalisieren	0,00	0,00	0,00
	Moralische Bewertung	Bewertung	Keine/Neutrale Bewertung	0,09	0,51
Positive Bewertung			0,00	0,00	0,00
Negative Bewertung			0,91	0,49	0,72
Häufigkeiten in %			39,1%	35,7%	25,2%

Tabelle 11: Mittelwerte der Variablen je Frame 2020 (eigene Darstellung)

Diese Cluster bzw. Frames zeichnen sich nachfolgend beschrieben durch bestimmte Charakteristika bzw. Gemeinsamkeiten und Unterschiede aus:

- **Bilanzskandal - Aufsichtsbehörden bzw. Politik als Schuldige**

In diesem Frame wird vorwiegend der Bilanzskandal bzw. die Insolvenz Wirecards (88%) adressiert. Jedoch ist dies ein Thema, das auch in den beiden anderen Frames 2020 stark adressiert wird. In allen Texten des Frames wird zudem Kritik an den Aufsichtsbehörden bzw. an der Politik (100%) geübt. Weitere Themen sind die Kritik an den Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern (31%), der Wirecard-Untersuchungsausschuss (24%), die Kritik am Unternehmen/Management (20%), sowie Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management (18%). Es wird nur in geringem Ausmaß über einen Nutzen, nämlich über die Aufdeckung des Bilanzskandals (9%) gesprochen. Die Verantwortlichen sind hierbei Medien/Journalistinnen/Journalisten (4%) bzw. Short-Seller (4%). Die Short-Seller (4%) werden dabei teilweise auch als Begünstigte angeführt. Der Frame widmet sich hinsichtlich der Probleme vor allem dem Versagen der Aufsichtsbehörden bzw. der Politik (96%). Daneben werden auch das Versagen der Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (31%), der gefallene Aktienkurs (20%), die Verluste für die Aktionärinnen und Aktionäre (18%) sowie die unsichere Unternehmenszukunft (9%) behandelt. Von diesen Problemen sind in erster Linie die Aktionärinnen und Aktionäre (38%) geschädigt. Für die adressierten Probleme als verantwortlich werden vor

allem die Aufsichtsbehörden bzw. die Politik (96%), die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (36%) und das Unternehmen/Management (13%) identifiziert. Die Lösungszuschreibung adressiert vor allem die Aufsichtsbehörden/Politik (38%) und schlägt Reformen für die BaFin und die Politik (36%) im Allgemeinen vor. Ebenso charakteristisch für diesen Frame ist seine deutlich negative Bewertung (91%) des Unternehmens.

- ***Bilanzskandal - Unternehmen und Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer als Schuldige***

Dieser Frame widmet sich ebenso dem Bilanzskandal bzw. der Wirecard-Insolvenz (88%). Andere wichtige Themen sind zudem Kritik am Unternehmen/Management (20%) und Kritik an den Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern (22%). In nur sehr geringem Ausmaß wird hierbei über den Aktienkurs (5%) berichtet. Die angesprochenen Probleme sind in erster Linie das Versagen der Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (20%) und die unsichere Unternehmenszukunft (10%). Davon werden einerseits Gläubiger und Banken (7%) und andererseits die Aktionärinnen und Aktionäre (5%) beschädigt. Verantwortlich für die angesprochenen Probleme sind neben dem Unternehmen/Management (29%) selbst, auch die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (22%). In nur sehr geringem Ausmaß wird eine Lösungsempfehlung gegeben, adressiert werden dabei die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (2%), wobei hierbei Reformen (2%) vorgeschlagen werden. Die Bewertung des Unternehmens ist in diesem Frame vorwiegend neutral (51%) bzw. liegt teilweise gar keine Bewertung vor. In ähnlich starkem Ausmaß wird Wirecard jedoch auch negativ (49%) bewertet.

- ***Bilanzskandal als Katastrophe für Aktionärinnen und Aktionäre***

Die vorherrschenden Themen in diesem Frame sind der Bilanzskandal bzw. die Insolvenz (88%) in Verbindung mit dem Aktienkurs (76%). Daneben

werden auch Ermittlungen gegen das Unternehmen/Management (24%), Kritik am Unternehmen bzw. dem Management (24%) bzw. Kritik an den Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern (17%) behandelt. In diesem Frame werden nur Probleme thematisiert. Dazu zählen neben dem gefallenem Aktienkurs (76%) auch Verluste für Aktionärinnen und Aktionäre bzw. Kleinaktionärinnen und Kleinaktionäre (69%). Entsprechend werden neben den Aktionärinnen und Aktionären (97%) auch die Gläubiger/Banken (14%) als geschädigte Akteurinnen und Akteure identifiziert. Verantwortlich für die adressierten Probleme werden in erster Linie das Unternehmen/Management (52%) und in geringerem Ausmaß die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer (10%) sowie die Börse (10%) genannt. In einigen wenigen Fällen liegt ein Lösungsvorschlag vor, der die Börse (7%) adressiert und Reformen für dieselbe (7%) vorschlägt. Das Unternehmen wird in diesem Frame hauptsächlich negativ bewertet (72%). Daneben findet sich in 28% der Fälle auch eine neutrale bzw. auch keine Bewertung.

4.4.3 Diskursanalyse

Nach der vorangegangenen Beschreibung der Ergebnisse der ersten beiden methodischen Schritte dieser Forschungsarbeit, werden nun im folgenden Kapitel die Ergebnisse der CDA dargestellt. Die Ergebnisse der Diskursanalyse können aus mehreren Perspektiven betrachtet werden. So wäre es beispielsweise möglich, die einzelnen Diskursstränge in den Mittelpunkt der Analyse zu rücken oder aber die Akteurinnen und Akteure, die im medialen Diskurs behandelt werden, zum zentralen Thema der Diskursanalyse zu machen. Mit Blick auf die gestellten Forschungsfragen und das Forschungsinteresse dieser Arbeit, wird bei der Präsentation der Diskursanalyse ein Ansatz gewählt, der die historische Entwicklung des Diskurses in den Fokus stellt. So werden die Ergebnisse gesondert nach den untersuchten Zeiträumen bzw. Jahren präsentiert. Auf dieser Ebene werden einzelne Diskursstränge analysiert, deren Charakteristika identifiziert und somit ein allgemeines Bild des Diskurses gezeichnet.

4.4.3.1 Diskurs 2015 bis 2017

Wirecard stand im Zeitraum 2015 bis 2017 noch nicht so stark im medialen Fokus wie in den folgenden Jahren. Das macht einerseits die Menge an Texten mit Bezug zu Wirecard im Untersuchungszeitraum deutlich. Andererseits wurde auch inhaltlich kaum tiefergehend über das Unternehmen berichtet.

Mit Blick auf die behandelten Themen im Diskurs rund um Wirecard wurden im Zeitraum 2015 bis 2017 hauptsächlich positive Themen und Aspekte des Unternehmens behandelt. Sehr häufig wurde in der Berichterstattung auf den Aktienkurs Bezug genommen. Das wird vor allem mit Blick auf den häufigsten medialen Frame zwischen 2015 und 2017, *Gute Geschäftszahlen als Verdienst des Unternehmens und des Managements*, deutlich. Die Geschäftszahlen entwickelten sich gut, womit auch der Aktienkurs dementsprechend stieg. So wurde Wirecard als „*der boomende Online-Zahlungsdienstleister*“ (Die Welt, 2015; Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2015a) adressiert. Neben dem Management wurde auch dem Geschäftsmodell eine besondere Verantwortung für den Erfolg des Unternehmens zugeschrieben. Hierbei ergeben sich auch deutliche Überschneidungen mit dem medialen Frame *Gutes Geschäftsmodell*.

Darin wurde zwar auf das gut laufende Geschäftsmodell referenziert, jedoch nicht in Bezug auf den Aktienkurs. Die gute Performance des Unternehmens und des Managements wurde hervorgehoben. Dem Geschäftsmodell des Unternehmens wurde zudem eine positive Zukunft vorausgesetzt: „*Größter Hoffnungsträger ist der Trend zum kontaktlosen Bezahlen mit dem Smartphone*“ (Die Welt, 2015). Ein deutlicher Unterschied ergibt sich jedoch aus der Perspektive der Bewertung des Unternehmens. Während bei dem reinen Bezug auf das Geschäftsmodell nur in 29% der Fälle eine positive Bewertung vorliegt, ist die Bewertung in Frame A2, der die Geschäftszahlen mit dem Geschäftsmodell und dem Aktienkurs behandelt, überwiegend positiv (53%). Das verdeutlicht die Tonalität der Berichterstattung zur positiven Kursperformance infolge guter Geschäftszahlen: „*Nichts tut einem Aktienkurs so gut wie überzeugende Unternehmensnachrichten*“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2015b).

Die kritische Analyse von Zatarra Research stellt ein erstes Diskursereignis im Untersuchungszeitraum dar. Mit dem erneuten Aufkommen von Kritik am

Unternehmen durch Analytistinnen und Analysten bzw. Short-Seller änderte sich der Diskurs rund um Wirecard. Zudem wurde ein neuer Medien-Frame etabliert: *Handlungsaufforderung nach Kritik durch Medien/Journalistinnen und Journalisten sowie Analytistinnen und Analysten*. Die geäußerte Kritik am Unternehmen rückte ebenso in den medialen Fokus, wie der daraufhin fallende Aktienkurs. Zudem wurden die Analytistinnen bzw. Analysten, die Wirecard mit ihrem Report kritisierten zu den zentralen Akteurinnen und Akteuren im Diskurs. Dabei wurde diesen in der medialen Berichterstattung eine ambivalente Rolle zugesprochen. Auf der einen Seite Analytistinnen und Analysten, die ihre positive Meinung von Wirecard bekräftigten und die kritischen Berichte als Short-Selling-Attacken abtaten, wie beispielsweise ein Analystenkommentar im Handelsblatt zeigt: *„Wir sind der Ansicht, dass die Vorwürfe aus der Luft gegriffen und gezielt nur lanciert worden sind, um über Leerverkäufe an dem Kurssturz zu verdienen“* (Handelsblatt, 2016). Auf der anderen Seite eben jene Analytistinnen und Analysten, die kritische Reports über Wirecard und die Bilanzierung des Unternehmens veröffentlichten. Diese bekamen in der Berichterstattung neben ihrer Analystenrolle auch die Rolle der Short-Seller zugeschrieben.

Teilweise wurde auch von journalistischer Seite Wirecard gegen die Angriffe verteidigt. Es wurde das Bild des räuberischen Angriffs auf das Unternehmen gezeichnet: *„Die Räuberpistole um Wirecard zeigt, dass die Wildwest-Zeiten an der Börse trotz aller Reformen der vergangenen Jahre noch immer nicht vorbei sind“* (Maisch, 2016).

In den Diskurs rückten zunehmend auch die Aufsichtsbehörden, insbesondere die BaFin, indem Handlungsaufforderungen an diese gestellt wurden: *„Das Einzige, was gegen gezielte Marktmanipulation hilft, ist die sorgfältige Aufklärung von Verdachtsfällen durch die Finanzaufsichter und die konsequente Aburteilung von Missetätern durch die Gerichte. Nur mit Abschreckung lässt sich für mehr Sauberkeit an den Märkten sorgen“* (Maisch, 2016).

Jedoch wurde auch die Rolle Wirecards durch die Vorwürfe von Zatarra teilweise kritisch betrachtet. So kam auch in den Medien erste Kritik an der Bilanzierung Wirecards zum Vorschein: *„Das Zahlenwerk von Wirecard ist allerdings derart komplex, dass nicht einmal Branchenkenner durchsteigen“* (Dohms, 2016).

Der allgemeine Diskurs 2015 bis 2017 war jedoch von einer eher neutralen und in Teilen positiven Bewertung Wirecards geprägt. Trotz bereits aufkommender Kritik durch Analytinnen und Analysten sowie Short-Seller, wurde das Unternehmen noch nicht explizit negativ bewertet.

4.4.3.2 Diskurs 2018

Das Jahr 2018 zeigt einen deutlichen Anstieg des Ausmaßes der Berichterstattung rund um Wirecard ab der Jahresmitte. Im September wurde das Unternehmen in den DAX aufgenommen, womit Wirecard auch verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit rückte. Die Aufnahme in den deutschen Leitindex im Jahr 2018 stellte den vorläufigen Höhepunkt der Unternehmensgeschichte dar: *„Wirecard genießt nun bei Investoren noch größere Aufmerksamkeit“* (Wischmeyer & Freiburger, 2018).

Die zunehmende Bedeutung des Unternehmens äußerte sich nicht nur durch den Anstieg der Berichterstattung. Auch wie über Wirecard berichtet wurde, änderte sich im Jahr 2018 teilweise. Der Frame *Aktienkurs fällt in schwachem Marktumfeld* war immerhin der zweitgrößte in besagtem Jahr. Darin wurde eine negative Entwicklung des Aktienkurses von Wirecard in Verbindung mit einer allgemein schwachen Entwicklung und Stimmung am Markt thematisiert. Der Grund hierfür wird durch genaue Betrachtung der Berichte in dem konkreten Frame klar. Durch die Aufnahme in den DAX rückte Wirecard auch hinsichtlich der allgemeinen Berichterstattung über die Marktentwicklung in den Fokus. Wirecard fand somit auch in Marktberichten stärker Erwähnung. Die Aufnahme des Unternehmens in den DAX wurde dabei auf sprachlicher Ebene auch kritisch gesehen: *„Solche Kursausschläge sind für Dax-Konzerne ungewöhnlich“* (Schnell, 2018).

Wirecard bringt Unruhe in den Dax

Abbildung 20: Kritischer Bericht zu Kursschwankungen bei Wirecard (Wischmeyer & Freiburger, 2018)

Im Allgemeinen war der mediale Diskurs aber auch 2018 von positiven Nachrichten rund um Wirecard geprägt. Der Frame *Gute Geschäftszahlen als Verdienst des Unternehmens und des Managements* kam wie auch 2015 bis 2017 am häufigsten vor. Positive Geschäftszahlen und der steigende Aktienkurs waren die

vorherrschenden Themen dabei. *„Wirecard ist der Überflieger in diesem Jahr am deutschen Aktienmarkt“* (Schnell, 2018). Auch der Frame *Erfolgreiches Geschäftsmodell*, der bereits von 2015 bis 2017 aufschien, wurde 2018 häufig vorgefunden, was auch mit dem allgemein gut laufenden Geschäft mit Zahlungsdienstleistungen zu tun hat: *„Der Markt boomt“* (Atzler & Schnell, 2018). Dabei wurde im gleichen Zug jedoch angemerkt, dass das Geschäft *„margenarm“* und die *„Konkurrenz gewaltig“* sei (Atzler & Schnell, 2018). Die Tatsache der geringen Margen in der Zahlungsdienstleistungsbranche wurde in Bezug auf die stark steigenden Aktienkurse der Unternehmen der Branche mitunter auch kritisch gesehen: *„Dennoch sind die exorbitanten Kursgewinne überzogen. Denn die Margen im Paymentgeschäft sind dünn, (...)“* (Maisch, 2018).

Neben dem allgemeinen Geschäftsmodell von Wirecard wurde auch der Fokus des Unternehmens auf den asiatischen Raum und einige Schwellenländer positiv gesehen: *„Besonders in Schwellenländern ist der bargeldlose Zahlungsverkehr sehr viel verbreiteter als in Deutschland“* (Atzler & Schnell, 2018).

Der allgemeine Diskurs im Jahr 2018 zeichnete sich einerseits durch seine Parallelen zum vorangegangenen Jahr aus. Sowohl die adressierten Themen als auch die Akteurinnen und Akteure, die in der Berichterstattung behandelt wurden, unterscheiden sich in beiden Jahren nur wenig. Andererseits zeigt sich im Diskurs 2018, dass Kritik am Unternehmen offenbar kein Thema in diesem Jahr war. So gab es keine neuen negativen Reports oder Short-Selling-Attacken auf das Unternehmen, die den Diskurs prägen hätten können.

In allen medialen Frames 2018 zeigt sich eine überwiegend neutrale Bewertung des Unternehmens. Das war zwar auch im Zeitraum 2015 bis 2017 der Fall, jedoch ging der Anteil an Berichten, in denen das Unternehmen positiv bewertet wurde, etwas zurück. Die Berichterstattung wurde allgemein betrachtet somit etwas neutraler, obwohl im Gegensatz zum vorherigen Zeitraum im Jahr 2018 kein „tendenziell kritischer“ Frame identifiziert werden konnte.

4.4.3.3 Diskurs 2019

Das Jahr 2019 stellte im Diskurs rund um Wirecard einen deutlichen Einschnitt dar. Das Ausmaß der Berichterstattung bewegte sich über das gesamte Jahr hinweg in etwa auf dem Niveau des zweiten Halbjahres 2018, als der Konzern in den DAX

aufgenommen wurde. Nach der Berichterstattung des Vorjahres, die überwiegend positive Themen wie das gut laufende Geschäft Wirecards und das erfolgreiche Geschäftsmodell behandelte, rückte im Jahr 2019 erneut Kritik am Unternehmen in den Fokus der Medien. So lässt sich bereits Anfang des Jahres mit neuen kritischen Artikeln der Financial Times ein Diskursereignis identifizieren. Einerseits stieg das Ausmaß der Berichterstattung infolge der neuen Artikel der FT über Wirecard an, andererseits änderte sich auch das mediale Bild Wirecards und neue Medien-Frames wurden etabliert.

In allen im Jahr 2019 erhobenen Medien-Frames wurde Kritik am Unternehmen bzw. am Management thematisiert. Zudem lag auch der Aktienkurs thematisch im Fokus der Berichterstattung. Während sich die erneut aufkommende Kritik am Unternehmen als thematischer roter Faden durch den Diskurs 2019 zog, lassen sich in Bezug darauf, einige unterschiedliche Sichtweisen identifizieren.

So wurden im Frame *Handlungsaufforderung nach Kritik durch Medien, Journalistinnen/Journalisten, Analystinnen/Analysten und Short-Seller* einige konkrete Probleme im Zusammenhang mit der Kritik am Unternehmen adressiert. Außerdem führten diese Problemzuschreibungen auch zu konkreten Lösungsansätzen und Handlungsaufforderungen. Die Medien nahmen also vermehrt auch eine aktivere Rolle im Diskurs ein und stellten Anforderungen an konkrete Adressatinnen und Adressaten. Dabei bezogen sie sich hauptsächlich auf das Unternehmen bzw. Management, auf die Aufsichtsbehörden und auf die Wirtschaftsprüfer. Einerseits wurden zwar rechtliche Schritte gegen Medien oder Short-Seller gefordert, andererseits richteten sich die Handlungsaufforderungen auch direkt an das Unternehmen, beispielsweise mit der Aufforderung, die unternehmensinternen Strukturen zu professionalisieren.

Das Bild Wirecards schien sich, wie dieser Frame zeigt, allmählich zu ändern. Für die in der medialen Berichterstattung angesprochenen Probleme, wurde häufig auch das Unternehmen und das Management verantwortlich gemacht: *„Die Börsianer hatten bislang sehr viel Geduld mit Wirecard und lobten bei aller Kritik das Geschäftsmodell und dessen innovativen Ansatz. Dabei sahen sie großzügig über die bekannten Mängel in der Außendarstellung hinweg. Seit den kritischen Berichten zu Jahresanfang wäre viel Zeit gewesen, daran zu arbeiten. Die Zweifel*

an Wirecard werden auch in Zukunft anhalten“ (Schnell, 2019b). Zudem wurde Wirecard in diesem Frame überwiegend negativ bewertet. Gleichzeitig ist anzumerken, dass dieser Frame nur einen geringen Teil der allgemeinen Berichterstattung 2019 ausmachte.

Wirecard

Aus Fehlern nichts gelernt

Abbildung 21: Kritischer Blick auf den Umgang Wirecards mit den Vorwürfen (Schnell, 2019b)

Nur etwas häufiger wurde anhand der beiden Frames *Kritik zu fallendem Aktienkurs* und *Gute Kursentwicklung trotz Kritik* über Wirecard berichtet. Ersterer zeichnete sich lediglich durch die Berichterstattung rund um den Aktienkurs von Wirecard aus, während das Unternehmen dabei fast ausschließlich neutral oder gar nicht bewertet wurde. Die Diskursfragmente, die diesen Frame einnahmen, sind in erster Linie Marktberichte, in denen nur in sehr knapper Weise die Kursentwicklung von Wirecard adressiert wird.

Der Frame *Gute Kursentwicklung trotz Kritik* ging ebenso auf die Kritik am Unternehmen bzw. Management und das Problem der undurchsichtigen Bilanzierung bei Wirecard die dabei kritisiert wurde ein. Die Kritik wurde jedoch gemeinsam mit einem steigenden Aktienkurs behandelt. Dieser Frame erschien vor allem infolge der Reaktion des Unternehmens bzw. des Managements auf die erneute Kritik der FT. Nachdem die in den Artikeln der FT erhobenen Vorwürfe durch Wirecard zurückgewiesen wurden, schien dabei das Vertrauen in das Management wieder hergestellt: „*Die Börse schenkt Wirecard wieder Vertrauen*“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2019a). Das weiterhin intakte Vertrauen in Wirecard und der anhaltende Optimismus in diesem Frame wurde auch durch die weiter positiven Meinungen der Analystinnen und Analysten deutlich: „*Etliche Analysten schenken dem Titel ihr Vertrauen. Manche trauen dem Emporkömmling, (...) noch eine erhebliche Wertsteigerung zu (...)*“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2019a).

Der weitaus am häufigsten vorgekommene Frame im Jahr 2019 vereinte die Kritik am Unternehmen und an der undurchsichtigen Bilanzierung bei Wirecard mit einer neutralen Sichtweise auf diese. So wurde im Frame *Neutrale Berichterstattung der Medien* zwar vorwiegend über die von den Kritikern des Unternehmens angesprochenen Probleme berichtet. Jedoch wählten die Medien hierbei in fast allen Fällen eine neutrale Sichtweise auf das Unternehmen. Das unterscheidet diesen Frame auch von dem handlungsorientierten ersten Frame, der ein überwiegend negatives Bild von Wirecard vorgab.

Im Diskurs 2019 ergaben sich auch andere zentrale Akteurinnen und Akteure als im Vergleich zu den Jahren davor. So standen im Zusammenhang mit der Kritik an dem Unternehmen nicht mehr kritische Analytistinnen bzw. Analysten und Short-Seller im Fokus. Die Kritik wurde vor allem durch Medien bzw. Journalistinnen und Journalisten geäußert. Diesen wurde jedoch in weiterer Folge, vor allem durch Wirecard selbst, Eigeninteresse bei der kritischen Berichterstattung unterstellt. Somit wurden die Journalistinnen und Journalisten, die kritisch über Wirecard berichteten, teilweise auch mit Short-Sellern in Verbindung gebracht, die die kritische Berichterstattung rund um das Unternehmen für Wetten auf einen fallenden Aktienkurs nutzten: „*Wirecard hatte im Frühjahr Strafanzeige gestellt. Seither ermittelt die Münchner Staatsanwaltschaft, ob es eine Verbindung zwischen FT-Journalisten und Shortseller gegeben hat*“ (Holtermann & Schnell, 2019b).

Obwohl auch bereits im Zeitraum 2015 bis 2017 Kritik am Unternehmen geäußert und in einem eigenen Medien-Frame beleuchtet wurde, unterschied sich die mediale Betrachtung und Berichterstattung im Jahr 2019 von jener im Zeitraum 2015 bis 2017.

Auch die Tatsache, dass die Kritik nun direkt durch die unabhängige Instanz der Medien bzw. Journalistinnen und Journalisten geäußert wurde, war prägend für den Diskurs im Jahr 2019. So wurde in den medialen Frames von 2015 bis 2017 noch von einer „*dubiosen Researchfirma*“ (Handelsblatt, 2016) gesprochen. Die FT, die dieses Mal die Kritik äußerte, wurde hingegen als „*angesehene britische Finanzzeitung*“ (Seibel, 2019) bezeichnet. Die Kritik erschien dadurch valider, womit sie auch medial ausführlicher behandelt wurde. Sowohl die Länge der Artikel, die sich nur mit Wirecard beschäftigten als auch das Ausmaß der Berichterstattung über

die Kritik nahmen zu. Im Hinblick auf die Rolle der Medien und Journalistinnen bzw. Journalisten, die Kritik am Unternehmen übten, war zunehmend nicht nur eben von jener Kritik, sondern von einem Konflikt mit dem Unternehmen, die Rede: „*In der Dauerfehde mit dem Münchner Dax-Konzern legt die Financial Times nach*“ (Peitsmeier, 2019b).

Schließlich lässt sich mit Blick auf den medialen Diskurs 2019 festhalten, dass sich die Bewertung des Unternehmens Wirecard in den Medien änderte. Während in den vorangegangenen Jahren noch häufig eine positiv wertende Haltung gegenüber dem Unternehmen eingenommen wurde, lag diese 2019 nur sehr selten vor. Mehrheitlich wurde das Unternehmen neutral bewertet oder in einigen Fällen sogar negativ.

4.4.4.4 Diskurs 2020

Auch das Jahr 2020 brachte eine starke Veränderung des Diskurses und des medialen Bildes von Wirecard. Bereits in der ersten Jahreshälfte wurde etwas mehr über Wirecard in den Medien berichtet. Die Anzahl an Artikeln zu Wirecard stieg dann allerdings ab der Jahresmitte stark an. Das Aufkommen des Bilanzskandals und die Insolvenz veränderten als bedeutende diskursive Ereignisse die Berichterstattung erheblich. So waren die vorherrschenden Themen, die in diesem Jahr behandelt wurden, der Bilanzskandal und die Insolvenz des Unternehmens. Zudem wurde neben der Kritik am Unternehmen, die durch verschiedene Akteurinnen und Akteure geäußert wurde, auch zunehmend Kritik an den Aufsichtsbehörden, an der Politik und an den Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern laut. Teilweise wurde dabei nicht nur Kritik geübt, sondern auch ein direktes Versagen durch die Aufsichtsbehörden bzw. die Politik und die Wirtschaftsprüferinnen sowie Wirtschaftsprüfer unterstellt. Der Aktienkurs wurde hingegen nur noch in einem Frame stärker behandelt.

Am häufigsten im Diskurs in diesem Jahr trat der Frame *Bilanzskandal - Aufsichtsbehörden bzw. Politik als Schuldige* auf. Darin wurde im Zuge des Bilanzskandals vor allem Kritik eben an den Aufsichtsbehörden und der Politik geäußert. Diesen wurde außerdem die Verantwortung für den Bilanzskandal zugeschrieben und ein Versagen in der Causa unterstellt. Dabei wurde vor allem kritisiert, dass jene die schon vor Aufkommen des Bilanzskandals auf die

undurchsichtigen Bilanzierungspraktiken bei Wirecard aufmerksam machten, durch die Aufsichtsbehörden nicht ernst genommen wurden bzw. sogar gegen sie ermittelt wurde: *„Tatsächlich hatte sich die Aufsicht bei Wirecard lange Zeit redlich bemüht wegzuschauen, mehr noch, sie schaute in die falsche Richtung“* (Schreiber, 2020).

Auch das konkrete Vorgehen der Aufsichtsbehörden gegen die Journalistinnen und Journalisten der FT, die jahrelang Wirecards Bilanzierungsmethoden in ihren Artikeln anprangerten, wurde kritisiert: *„Warum ließ die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht kritische FT-Reporter verfolgen, bevor sie den Vorstand von Wirecard in den Blick nahm?“* (N. Richter, 2020).

Aufseher ohne Zähne

Die Finanzaufsicht Bafin gerät im Wirecard-Skandal unter Beschuss.
Aber auch der Wirtschaftsprüfer EY sieht schlecht aus.

Abbildung 22: Kritik an Aufsichtsbehörden und Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern (Frühau & Giersberg, 2020)

In Bezug auf die Kritik an den Aufsichtsbehörden und der Politik wurden auch Handlungsempfehlungen an diese gestellt. Diese drehten sich vor allem rund um Reformen der BaFin: *„Die Regulierungsbehörden sollten sich im Kern auf die Korrektur von Marktversagen konzentrieren – und nicht, wie im Fall Wirecard offen zutage lag, um den Schutz nationaler Reputationen oder Champions“* (S.-G. Richter, 2020).

Auch der Wirecard-Untersuchungsausschuss, der in der zweiten Jahreshälfte 2020 startete, wurde in diesem Frame thematisiert. Der mediale Diskurs entwickelte sich somit in diesem Frame weg von der rein faktischen Berichterstattung über den Bilanzskandal und seine Auswirkungen, hin zu der Suche nach den Verantwortlichen für den Skandal. Dabei wurde teilweise auch nach einer positiven Verantwortlichkeit für die Aufdeckung des Skandals gesucht. Vor allem die zuvor jahrelang kritisierten Short-Seller wurden für ihre Kritik am Unternehmen gelobt und ihre Rolle als besonders wichtig hervorgehoben: *„Nach der Wirecard-Pleite ist es höchste Zeit, eine Gruppe von Menschen zu loben, die in der Öffentlichkeit*

normalerweise nicht gut wegkommt: die Leerverkäufer (...) Und die Finanzmärkte? Die brauchen die Gegenspieler in Form der Leerverkäufer. Zum Beispiel, wenn halb Deutschland nicht wahrhaben möchte, dass Wirecard, die große IT-Hoffnung des Landes, das einzige Dax-Unternehmen, das jünger ist als 40, vielleicht ein einziger großer Betrugsfall ist“ (Bernau, 2020).

Ein Hoch auf die Spekulanten

*Geld verdienen mit der Misere anderer?
Das klingt unmoralisch. Doch Wirecard
zeigt: Wir brauchen die Leerverkäufer.*

Abbildung 23: Short-Seller werden für ihre Kritik an Wirecard gelobt (Bernau, 2020)

Bei der Rolle der Short-Seller und deren Aufgabe in der Aufdeckung des Bilanzskandals, wurden außerdem auch Parallelen zu früheren Unternehmensskandalen hergestellt: *„Der Markt aber kann froh sein, dass es solche Leute gibt (Anm. Short-Seller). Leute wie Jim Chanos. Der guckte sich im Jahr 2000 die Geschäftsberichte eines Energiekonzerns genauer an als alle anderen und bemerkte Auffälligkeiten in den Bilanzen. Er wettete gegen die Aktie des Unternehmens und wurde laut. Der Konzern hieß Enron, und Chanos‘ Beobachtung führte zur Aufdeckung eines der größten Finanzskandale Amerikas“ (Bernau, 2020).*

Auch an anderer Stelle wurde zur Einordnung des Wirecard-Bilanzskandals auf das Beispiel von Enron verwiesen: *„Bestes Beispiel ist Enron, bis heute einer der größten Betrugsfälle in der amerikanischen Wirtschaftsgeschichte. Der US-Energiehändler Enron, der jahrelang rasant steigende Umsätze gemeldet hatte und als eines der innovativsten Unternehmen Amerikas galt, ging kurz nach der Jahrtausendwende 2000 pleite, nachdem eine groß angelegte Bilanzmanipulation*

aufgeflogen war. Die Firma hatte jahrelang Scheinumsätze in Milliardenhöhe bilanziert“ (Eckert & Zschäpitz, 2020).

Zudem blieben auch die Journalistinnen und Journalisten, die wiederholt das Unternehmen für die undurchsichtige Bilanzierung kritisierten, im medialen Fokus - allen voran der FT-Journalist Dan McCrum, der den Stein mit seinen Artikeln zu Wirecard letztendlich ins Rollen brachte: *„Entschuldigen müssen sich bei McCrum fast alle, die in Deutschland mit dem Fall Wirecard zu tun hatten. Seine Warnungen führten nicht etwa zu verschärften Ermittlungen gegen das Unternehmen oder zu Zweifeln bei professionellen Anlegern (...).“ (Zwick, 2020b).*

Im Frame *Bilanzskandal - Aufsichtsbehörden bzw. der Politik als Schuldige* fällt vor allem die sehr stark negative Bewertung des Unternehmens auf. So wurde in 91% der Artikel, die diesen Frame anwendeten, eine negative Bewertung Wirecards unternommen.

Den zweithäufigsten Frame im medialen Diskurs 2020 stellte der Deutungsrahmen *Bilanzskandal – Unternehmen und Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern als Schuldige* dar. Dieser Frame weist viele thematische Parallelen zum ersten identifizierten Frame im Jahr 2020 auf. Jedoch konzentrierte sich hierbei die Verantwortungszuschreibung vermehrt auf das Unternehmen bzw. Management und die Wirtschaftsprüfer und weniger auf die Aufsichtsbehörden und die Politik. So wurde in erster Linie das Versagen der Wirtschaftsprüfer adressiert und deren Mitverantwortung für den Bilanzskandal thematisiert: *„Im Skandal um Wirecard gerät nun auf der Wirtschaftsprüfer EY stärker unter Druck. Nach Einschätzung von Rechtsexperten wird auf die Gesellschaft eine Welle an Klagen von Investoren zukommen. Sie werfen dem langjährigen Wirecard-Prüfer Fehler beim Bilanztestat und in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit vor“ (Fröndhoff, 2020).*

Es wurde jedoch auch generelle Kritik am öffentlichen Bild und der öffentlichen Meinung zu Wirecard in der Vergangenheit ausgesprochen. Viele Akteurinnen und Akteure des öffentlichen Diskurses hätten zu lange weggesehen und das Unternehmen nicht kritisch genug hinterfragt und beleuchtet. Dabei wurde seitens einiger Medien auch Selbstkritik geübt: *„Die ersten Hinweise auf einen möglichen Betrug bei Wirecard gab es sogar schon im Jahr 2008. Doch die deutschen Behörden, die Wirtschaftsprüfer, praktisch alle Experten an der Börse und viele*

Medien haben weggesehen. Oder zumindest nicht genau hingesehen“ (Zwick, 2020b).

Das Bewertungsmuster in diesem Frame unterschied sich hingegen etwas von den anderen beiden in diesem Jahr. Wirecard wurde überwiegend neutral oder gar nicht bewertet, während in den anderen Frames eine überwiegend negative Bewertung vorliegt.

Der dritthäufigste Frame adressierte als einziger im Jahr 2020 in deutlicherem Ausmaß auch den Aktienkurs von Wirecard. In Verbindung mit dem Bilanzskandal standen dabei die Aktionärinnen und Aktionäre stark im medialen Fokus. Es wurden die hohen Verluste für diese angesprochen und thematisiert. Zudem nahm dieser Frame verstärkt das Unternehmen bzw. das Management von Wirecard in die Verantwortung für den Bilanzskandal. Die Medien nahmen in diesem Frame verstärkt eine ratgebende Rolle ein und wollten Anlegerinnen und Anlegern von Wirecard Handlungsempfehlungen geben bzw. diese über ihre Möglichkeiten informieren: *„Nach einer Woche voller Skandale meldet der Konzern Insolvenz an, als erstes Dax-Mitglied überhaupt. Die Aktie ist kaum noch etwas wert. Was das für Anleger, Kunden und Geschäftspartner bedeutet – und was nun wichtig wird“* (Schreiber et al., 2020).

Was auf die Wirecard-Anleger jetzt zukommt

Abbildung 24: Medien als Ratgeber für Wirecard-Anleger (Schreiber et al., 2020)

Auffallend am Gesamtdiskurs um Wirecard im Jahr 2020, ist die deutlich differente Bewertung des Unternehmens in den Medien. Während in den Vorjahren noch weitgehend eine neutrale bzw. keine Bewertung vorgenommen wurde, wurde das Unternehmen überwiegend negativ betrachtet.

5 Fazit

Abschließend sollen in diesem Kapitel zunächst die dargestellten Ergebnisse interpretiert und diskutiert werden, und im Zuge dessen, die in der Einleitung gestellten Forschungsfragen (siehe Kapitel 1.2) anhand der Forschungsergebnisse und deren Interpretation beantwortet werden. Zum Abschluss werden die wichtigsten Schlussfolgerungen dieser Forschungsarbeit im Rahmen der Conclusio dargelegt und ein Ausblick auf mögliche weitere Forschungsvorhaben in Anlehnung an diese Arbeit gegeben.

5.1 Beantwortung der Forschungsfragen

- FF1: In welchem Ausmaß wurde in den Jahren 2015 bis 2020 in den untersuchten deutschen Tageszeitungen über die Wirecard AG berichtet und hat sich das Ausmaß in diesem Zeitraum wesentlich verändert?

Im definierten Untersuchungszeitraum, also in den Jahren 2015 bis 2020, wurde der Begriff *Wirecard* insgesamt in 2.909 Texten bzw. Artikeln erwähnt. Bei den untersuchten Tageszeitungen ergeben sich teilweise große Unterschiede (siehe Tabelle 3). So wurde im Handelsblatt und in der Frankfurter Allgemeine Zeitung Wirecard deutlich häufiger in der Berichterstattung thematisiert. In den beiden anderen überregionalen Qualitätszeitungen, Süddeutsche Zeitung und Die Welt, wurde Wirecard klar weniger oft thematisiert. Weitaus am seltensten kam das Unternehmen in der Berichterstattung der BILD, der einzigen Boulevardzeitung unter den untersuchten Tageszeitungen, vor.

Das Ausmaß der Berichterstattung ist über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg sehr heterogen. Es zeigen sich wesentliche Unterschiede zwischen den einzelnen Jahren und Halbjahren des Untersuchungszeitraums. Zwischen den Jahren 2015 und 2017 blieb die Anzahl der Artikel mit Bezug auf Wirecard ungefähr auf ähnlichem Niveau. Einen Ausreißer stellte dabei lediglich das erste Halbjahr 2016 mit 60 Artikeln dar. Während das Ausmaß der Berichterstattung im ersten Halbjahr nur leicht über jenem der Vorjahre lag, stieg die Zahl der Artikel in denen Wirecard erwähnt wird in der zweiten Jahreshälfte 2018 stark an. Im Jahr 2019 blieb die Anzahl der Artikel in etwa gleichbleibend zu jenem aus der zweiten Jahreshälfte

2018. Im ersten Halbjahr 2020 ergab sich dann erneut ein klarer Anstieg der Berichterstattung. Im zweiten Halbjahr 2020 verdoppelte sich jedoch die Anzahl der Artikel in denen Wirecard thematisiert wird erneut.

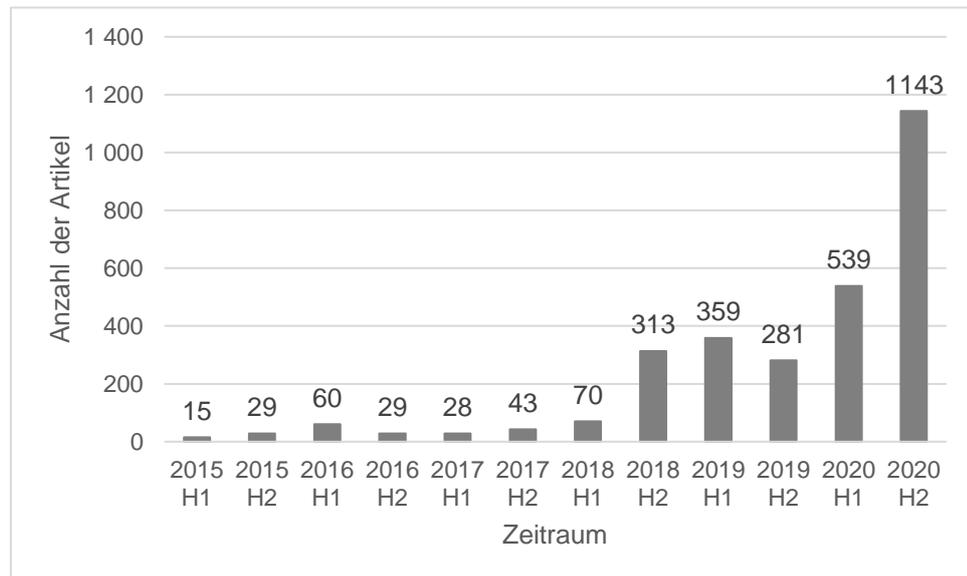


Abbildung 25: Ausmaß der Berichterstattung zwischen 2015 und 2020 (eigene Darstellung)

- FF2: Wie stellt sich der Diskurs rund um die Wirecard AG und den Bilanzskandal in den untersuchten Tageszeitungen im Zeitraum 2015 bis 2020 dar?

Der Diskurs rund um Wirecard im Zeitraum von 2015 bis 2020 in den untersuchten Tageszeitungen stellt sich sehr heterogen dar. Das Unternehmen wurde, abhängig vom jeweiligen Betrachtungszeitraum sowohl überwiegend positiv als auch überwiegend negativ bewertet. Zu Beginn des Beobachtungszeitraums ergibt sich dabei ein positives Bild gepaart mit der Berichterstattung über für das Unternehmen positive Themen, wie etwa gute Geschäftszahlen und das erfolgreiche Geschäftsmodell Wirecards. Zur Mitte des Beobachtungszeitraums wurde die Berichterstattung und das Bild von Wirecard in den Medien neutraler, gleichzeitig stieg jedoch auch das Ausmaß an Artikeln mit Bezug zu Wirecard deutlich an. In den medialen Diskurs rückten zunehmend auch für das Unternehmen negative Nachrichten und Entwicklungen, wie etwa die erneuten kritischen Artikel der FT. Gegen Ende des Beobachtungszeitraums zeigt sich im Hinblick auf den medialen Diskurs verglichen mit den Vorjahren ein sehr differentes Bild. Das Unternehmen wurde in den Medien überwiegend negativ bewertet. Gleichzeitig wurde der mediale

Diskurs stark vom Bilanzskandal rund um Wirecard und der Suche nach der Verantwortung für diesen geprägt.

- FF2.1: Wie hat sich hierbei der Diskurs im Zeitablauf verändert und welche Ereignisse waren hierfür ausschlaggebend?

Zwischen den Jahren 2015 bis 2017 wurde, verglichen mit den darauffolgenden Jahren, nur wenig über Wirecard berichtet. Das Unternehmen wurde zwar ab und zu in den Medien thematisiert. Jedoch notierte der Konzern zu diesem Zeitpunkt noch im TecDAX und noch nicht dem DAX der obersten Börsenliga Deutschlands. Wenn in diesem Zeitraum über Wirecard berichtet wurde, dann überwiegend über positive Ereignisse. So wurde über steigende Geschäftszahlen und das erfolgreiche Geschäftsmodell Wirecards und den infolge dessen steigenden Aktienkurs berichtet. Wirecard wurde oftmals als boomender Vorzeigekonzern geframed, der seine Geschäftszahlen stetig steigert und seinen Aktionärinnen und Aktionären damit hohe Gewinne verspricht. In diesen ersten Jahren des Untersuchungszeitraum änderte auch erneute Kritik am Unternehmen, geäußert durch Analytistinnen und Analysten und Short-Seller, nichts an dem positivem Bild Wirecards in den untersuchten Medien. Zwar wurde die Kritik der Analytistinnen und Analysten sowie Short-Seller thematisiert, sie führte allerdings nicht dazu, dass Wirecard auch in den untersuchten Medien wesentlich kritischer hinterfragt wurde. Vielmehr wurde das Unternehmen als Opfer der Short-Seller dargestellt und dazu aufgefordert, gegen diese vorzugehen.

Im Jahr 2018 verlief der Diskurs rund um das Unternehmen zunächst ähnlich im Vergleich zu den Vorjahren. Über Wirecard wurden vorwiegend positive Themen behandelt und das Unternehmen als Ganzes wurde entweder neutral oder positiv bewertet. Erst in der zweiten Jahreshälfte stieg einerseits das Ausmaß der Berichterstattung über Wirecard deutlich an. Andererseits änderte sich auch der Diskurs und damit das Bild Wirecards in den Medien etwas. Mit der Aufnahme Wirecards in den DAX rückte das Unternehmen stärker in den medialen und öffentlichen Fokus. Wirecard gehörte nun zu den dreißig wichtigsten börsennotierten Konzernen Deutschlands und befand sich wohl auf dem Höhepunkt der Unternehmensgeschichte. Gleichzeitig wurde die Berichterstattung über Wirecard in den Medien dadurch nicht unbedingt positiver, sondern eher etwas

neutraler. Die Medien schienen das Unternehmen mit der Aufnahme in den DAX etwas nüchterner zu betrachten.

Das Jahr 2019 stellte dann im Diskurs um Wirecard einen deutlichen Einschnitt dar. Es wurde zwar weiterhin in etwa in gleichem Ausmaß über das Unternehmen berichtet wie im Jahr davor. Jedoch änderten sich sowohl die behandelten Themen rund um das Unternehmen als auch der Blick auf Wirecard. Über das gesamte Jahr hinweg, wurden mehrere Artikel der Financial Times zu Wirecard publiziert, die das Unternehmen und das Management kritisierten und dabei auf die undurchsichtigen Bilanzierungsmethoden bzw. die mögliche Bilanzmanipulationen bei Wirecard aufmerksam machten. Mit den veröffentlichten Artikeln der FT änderte sich der Diskurs deutlich. Die Medien sahen Wirecard überwiegend aus einer neutralen Sicht, teilweise wurden das Unternehmen allerdings auch bereits eher negativ und kritisch gesehen. Dadurch, dass das Unternehmen nun im DAX notierte und damit stärker im Fokus der Öffentlichkeit stand, wurde auch die Kritik am Unternehmen in größerem Ausmaß als zuvor thematisiert. Das mag jedoch auch daran liegen, dass die Kritik zu diesem Zeitpunkt eben nicht neu war, sondern zum wiederholten Mal auftrat. Zudem veränderte sich der sprachliche Umgang mit jenen die die Kritik an Wirecard äußerten. Im Jahr 2015 wurden nach der Veröffentlichung des Zatarra-Reports die Analytinnen und Analysten noch als dubios dargestellt. Zudem wurde ihnen unterstellt, dass sie die Kritik nur aus dem Motiv heraus äußerten, um von dem daraufhin fallenden Aktienkurs von Wirecard zu profitieren. 2019 wurde die Kritik jedoch vorwiegend von der FT geäußert, indem die Zeitung mehrere investigative Artikel über das Geschäftsmodell und die Bilanzierungspraktiken Wirecards veröffentlichte. Die Tatsache, dass es nun in erster Linie eine angesehene Finanzzeitung war, die Wirecard öffentlich kritisierte, führte offenbar auch in deutschen Medien zu einem kritischeren Blick auf Wirecard.

Im Zusammenhang mit der Kritik an Wirecard durch die Artikel der FT nahmen in weiterer Folge auch die Medien in Deutschland teilweise eine aktivere Rolle ein, indem sie das Unternehmen, die Aufsichtsbehörden und die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer zum Handeln aufforderten.

Nachdem sich bereits 2019 der Diskurs um Wirecard in eine andere Richtung entwickelte und das Unternehmen in den Medien auch allmählich kritischer gesehen

wurde, stellte das Jahr 2020 einen erneuten starken Einschnitt im Diskurs rund um den Konzern dar. Bereits im ersten Halbjahr 2020 wurde häufiger über Wirecard berichtet. Durch die zahlreichen kritischen Artikel der FT, den Sonderprüfungsbericht von KPMG der nicht alle Zweifel ausräumen konnte und die wiederholte Verschiebung der Bilanzvorlage, rückte Wirecard immer mehr in den Fokus der Medien. Im Juni überschlugen sich schließlich die Ereignisse um das Unternehmen. Mit dem Aufliegen des Bilanzskandals und der darauffolgenden Insolvenz, änderte sich der Diskurs und die Bewertung Wirecards in den Medien erneut stark. Der Blick auf Wirecard wurde deutlich negativ. Ein vorherrschendes Thema in den Medien waren einerseits die hohen Verluste für die Aktionärinnen und Aktionäre. Dabei versuchten die Medien auch die Rolle des Aufklärers und Ratgebers für geschädigte Aktionärinnen und Aktionäre einzunehmen. Andererseits wurde auch schnell nach Schuldigen und Verantwortlichen für den Bilanzskandal gesucht. Der mediale Diskurs richtete sich dabei vor allem auf das Unternehmen Wirecard selbst bzw. das Management, die Aufsichtsbehörden und die Politik und die Wirtschaftsprüfer von EY. Kritisiert wurde in diesem Kontext, der lange Zeit zu unkritische Blick auf Wirecard durch die diversen Aufsichts- und Prüfdistanzen.

Abschließend kann festgehalten werden, dass sich der Diskurs rund um Wirecard im Beobachtungszeitraum insofern deutlich geändert hat, als dass sowohl die behandelten Themen als auch das mediale Bild Wirecard über alle Jahre hinweg sehr heterogen sind. Während Wirecard bis 2017 noch überwiegend neutral oder positiv bewertet und betrachtet wurde, änderte sich in den Jahren 2018 und vor allem 2019 das Bild allmählich weg von einer neutral/positiven zu einer rein neutralen und leicht negativen Sicht auf Wirecard. Die Kritik an Wirecard, sei sie durch Short-Seller, Analystinnen und Analysten oder Journalistinnen und Journalisten geäußert, wurde erst im Jahr 2019 ausführlicher und tiefergehend thematisiert und damit zu einem zentralen Thema im Diskurs. Mit dem Jahr 2020 und dem Aufliegen des Bilanzskandals, rückte dieser in den Mittelpunkt des Diskurses rund um Wirecard und auch das mediale Bild des Unternehmens kann in diesem Jahr als überwiegend negativ bezeichnet werden.

Zur Beantwortung der Forschungsfragen FF2 und FF2.1 gibt zudem Abbildung 26 einen Überblick zu den erhobenen Medien-Frames im Diskurs rund um Wirecard

zwischen 2015 und 2020. Dabei werden sowohl die Frames, deren mögliche Muster über gewisse Zeiträume hinweg, als auch die Bewertung des Unternehmens in den untersuchten Tageszeitungen grafisch dargestellt. Die Grafik untermauert dabei die im Hinblick auf diese beiden Forschungsfragen präsentierten Ergebnisse und Interpretationen.

2015-2017	2018	2019	2020
Gute Geschäftszahlen als Verdienst des Unternehmens und des Managements	Gute Geschäftszahlen als Verdienst des Unternehmens und des Managements	Neutrale Berichterstattung der Medien über Kritik am Unternehmen	Bilanzskandal – Aufsichtsbehörden bzw. Politik als Schuldige
Erfolgreiches Geschäftsmodell	Erfolgreiches Geschäftsmodell		
Handlungsaufforderung nach Kritik durch Medien, Journalistinnen/ Journalisten, Analytinnen/ Analysten und Short-Seller	Aktienkurs fällt in schwachem Marktumfeld	Gute Kursentwicklung trotz Kritik am Unternehmen	Bilanzskandal – Unternehmen und Wirtschaftsprüfer Innen als Schuldige
		Kritik am Unternehmen führt zu fallendem Aktienkurs	
		Handlungsaufforderung nach Kritik durch Medien,...	Bilanzskandal als Katastrophe für Aktionärinnen und Aktionäre

 überwiegend positive Bewertung Wirecards	 überwiegend negative Bewertung Wirecards
 teilweise positive Bewertung Wirecards	 teilweise negative Bewertung Wirecards
 neutrale Bewertung Wirecards	 Frame-Muster

Abbildung 26: Medien-Frames in der Berichterstattung über Wirecard (eigene Darstellung)

- FF3: Inwiefern haben deutsche Tageszeitungen durch qualitative und kritische Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um die Wirecard AG beigetragen und ihrer inoffiziellen Rolle und ihrem Selbstbild als Vierte Macht im staatlichen System der Gewaltenteilung entsprochen?

Anhand der Analyse des medialen Diskurses rund um Wirecard lässt sich festhalten, dass vor allem zu Beginn des Beobachtungszeitraums nur wenig Kritik am Unternehmen Wirecard in den untersuchten Medien geäußert wurde. Zwar gab es auch zu dieser Zeit Berichte über mögliche Ungereimtheiten und Manipulationen bei der Bilanzierung Wirecards, jedoch wurden diese in den Medien nicht näher und aus einem für das Unternehmen eher positiven Blickwinkel beleuchtet. Den Analytistinnen und Analysten bzw. Short-Sellern, die zu dieser frühen Phase des Beobachtungszeitraums Kritik an Wirecard übten, wurde reines Eigeninteresse bei deren Berichterstattung unterstellt. In den Medien ergab sich dadurch das Bild des Vorzeigekonzerne Wirecard, der unberechtigterweise von Short-Sellern attackiert wird. Die vorgebrachten Anschuldigungen gegenüber Wirecard wurden daher nicht ernst genug genommen bzw. in den Medien eher einseitig dargestellt und diskutiert. Gleichzeitig finden sich auch in den frühen Jahren des untersuchten Zeitraums vereinzelt Artikel wieder, die ausgeglichen über die Kritik an Wirecard berichteten und auch die Anschuldigungen tiefergehend thematisierten. Ein eindeutiges Urteil, ob die Berichterstattung über Wirecard in den Jahren 2015 bis 2017 in einem ausreichenden Ausmaß kritisch und ausgewogen war, kann somit nicht gefällt werden. Jedoch zeigt sich durchaus eine Tendenz zu einer eher unkritischen und Berichterstattung, die eher den Versuch unternimmt, Wirecard gegen Attacken von Short-Sellern zu verteidigen, als einen kritischen Blick auf die Bilanzierungsmethoden des Unternehmens zu werfen. Die Medien treten somit in gewisser Weise schon als Vierte Macht im staatlichen System der Gewaltenteilung auf, indem sie auf Missstände hinwiesen. Jedoch wurde nicht die Rolle Wirecards kritisiert, sondern jene der Short-Seller. Sie erfüllten also die von Usher (2013, S. 14–15) vorgeschlagene Rolle der „*inoffiziellen Regulierungsbehörde*“, die Schwächen aufzeigt und der Öffentlichkeit oder politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern Lösungen anbietet. Jedoch wurde diese Rolle für Wirecard und gegen kritische Analytistinnen und Analysten

sowie Short-Seller ausgelegt. Die mangelnde investigative Berichterstattung über Wirecard in deutschen Tageszeitungen knüpft zudem an die Kritik von Shaw (2016, S. 93) an, der im Zuge der Finanzkrise besonders das am Finanzjournalismus kritisierte. Ob jedoch diese mangelnde investigative Berichterstattung auch schuld oder zumindest Mitschuld daran war, dass die Bilanzmanipulation bei Wirecard so lange nicht auffiel, kann anhand der vorliegenden Forschungsergebnisse dieser Arbeit nicht beantwortet werden. Im Zusammenhang mit der medialen Berichterstattung rund um Wirecard in den Jahren 2015 bis 2017 kann zudem auf theoretische Überlegungen von Mast (2012, S. 67) verwiesen werden. So ist es fraglich, inwiefern man von Journalistinnen und Journalisten verlangen könne, über Meinungen die stark vom allgemeinen Marktbild abweichen in größerem Ausmaß zu berichten. Die Euphorie rund um Wirecard war vor allem am deutschen Aktienmarkt aufgrund der guten Geschäftszahlen und des stetig steigenden Aktienkurses groß. Die geäußerte Kritik am Unternehmen, stellte daher eher nur die Meinung einer Minderheit am Markt dar.

Die Aufnahme des Unternehmens in den DAX im September 2018 hatte auch auf das mediale Bild Wirecards Einfluss. Einerseits wurde häufiger und andererseits auch tiefergehend über das Unternehmen berichtet. Das äußerte sich vor allem im Jahr 2019, als erneut kritische Artikel der FT publiziert wurden. Die Kritik wurde dabei auch in den untersuchten deutschen Tageszeitungen breiter thematisiert und diskutiert. Auch der Blickwinkel der Medien auf das Unternehmen und die Kritik an Wirecard änderte sich. Die Tonalität in der Berichterstattung wurde allgemein neutraler. Über die kritischen Artikel der FT wurde weitgehend ausgewogen und neutral berichtet, wobei vor allem die adressierten Kritikpunkte der FT und die Reaktion Wirecards darauf thematisiert wurden. Die Medien haben somit ihre Watchdog-Rolle vermehrt aus der von Usher (2013, S. 14) benannten Transmissionsperspektive gesehen und dabei die geäußerte Kritik an die Öffentlichkeit kommuniziert, damit diese darauf reagieren konnte.

Gleichzeitig wurde nicht mehr, wie etwa im Zuge des Zatarra-Reports 2016 oftmals, Partei für Wirecard und gegen die Short-Seller ergriffen, sondern die Rolle des Unternehmens zunehmend kritisch hinterfragt. So wurden erneut Lösungen und Handlungsempfehlungen an diverse Adressatinnen und Adressaten wie etwa die

Aufsichtsbehörden und den Wirtschaftsprüfer EY gerichtet. Diese betrafen jedoch im Gegensatz zu 2016 eher die Aufklärung der Vorwürfe gegen Wirecard als ein Vorgehen gegen die Kritikerinnen und Kritiker des Unternehmens.

Mit der steigenden Anzahl an kritischen Artikeln der FT zu Wirecard und den Ungereimtheiten rund um die Sonderprüfung und die Bilanzvorlage im Jahr 2020 wurde auch die Berichterstattung über Wirecard in deutschen Tageszeitungen zunehmend kritischer. Mit dem Aufliegen des Bilanzskandals nahmen die Journalistinnen und Journalisten schließlich ihre Watchdog-Rolle verstärkt wahr. So werden wiederum Lösungen und Handlungsempfehlungen, vorwiegend an die Aufsichtsbehörden, die Politik und die Wirtschaftsprüfer, gestellt. Außerdem begeben sich die Medien in ihrer Berichterstattung auf die Suche nach den Verantwortlichen für den Bilanzskandal.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die untersuchten Medien durchaus einen kritischen Blick auf Wirecard wagten und die von diversen Akteurinnen und Akteuren geäußerte Kritik ausgewogen beleuchteten. Jedoch wurden frühe Warnsignale, wie etwa die kritischen Berichte aus dem Jahr 2016, nicht ausreichend behandelt. Anstatt dessen wurde vielmehr die Kritik an Wirecard angezweifelt und nicht ernst genug genommen. Hierbei zeigen sich Parallelen zum Enron-Bilanzskandal in den USA. Auch dort wurde in Publikationen kritisiert, dass Warnsignale lange ignoriert bzw. nicht ausführlich behandelt wurden (2006, S. 433). Als die Anzahl an kritischen Medien- und Analystenberichten und der öffentliche Druck auf Wirecard größer wurde, wurde die Kritik auch in den untersuchten Tageszeitungen ausführlicher behandelt und eine neutralere Sichtweise auf die Vorwürfe eingenommen.

Zu Beginn des Untersuchungszeitraums trugen die untersuchten Tageszeitungen somit nur bedingt durch eine kritische Berichterstattung zum Diskurs rund um Wirecard bei. Der mediale Umgang mit Wirecard und dessen in den Medien überbrachtes Bild veränderte sich jedoch über den Zeitablauf zunehmend. In weiterer Folge wurde tiefergehender und kritischer über das Unternehmen berichtet. Auch in der Aufarbeitung des Bilanzskandals nahmen die Medien eine aktivere Rolle ein.

5.3 Conclusio und Forschungsausblick

Diese Masterarbeit hatte zum Ziel, den Beitrag der medialen Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um das Unternehmen Wirecard AG und den Bilanzskandal im Zusammenhang mit dem Konzern zu untersuchen. Dadurch sollte die eingangs definierte Forschungslücke, der bisher noch nicht beleuchteten Rolle der Medien im Wirecard-Skandal, geschlossen werden.

In Bezug darauf konnte festgestellt werden, dass sich der Diskurs rund um Wirecard in den untersuchten Tageszeitungen im Beobachtungszeitraum 2015 bis 2020 als sehr heterogen darstellt. Einerseits änderte sich das Ausmaß der Berichterstattung über Wirecard über den gesamten Zeitraum gesehen deutlich. Andererseits wurden auch viele verschiedene Diskursstränge und Themen in der Berichterstattung über Wirecard identifiziert. Dies verdeutlichte sich im Rahmen der Analyse der verschiedenen Medien-Frames die in den einzelnen Jahren des Beobachtungszeitraums in den Berichten über Wirecard eingenommen wurden (siehe Abbildung 26). Dabei konnte auch festgestellt werden, dass sich die Bewertung des Unternehmens in den Berichten und damit das mediale Bild Wirecards deutlich änderte. Während zu Beginn des Untersuchungszeitraum noch ein neutrales bzw. tendenziell positives Bild des Unternehmens vorherrschte, wurde der Blick der Medien auf Wirecard in weiterer Folge zunehmend kritischer bzw. negativer (siehe Abbildung 26).

Ausschlaggebend für die Änderungen im Diskurs und die Etablierung neuer Medien-Frames waren dabei einige Diskursereignisse. So sorgte die Aufnahme des Unternehmens in den deutschen Leitindex DAX einerseits für ein höheres Maß an Berichten über Wirecard. Andererseits wurde das Unternehmen damit auch genauer beleuchtet und aus einer zunehmend neutralen Sicht betrachtet. Weitere wichtige diskursive Ereignisse waren zudem die zahlreichen kritischen Artikel der FT zu undurchsichtigen und fragwürdigen Bilanzierungsmethoden bei Wirecard im Jahr 2019. Diese führten auch in den untersuchten Tageszeitungen zu einem vermehrt kritischen Blick auf Wirecard. Mit der immer stärker werdenden Kritik an Wirecard und dem letztendlichen Aufliegen des Bilanzskandals und der Insolvenz des Unternehmens 2020, änderte sich der Diskurs rund um Wirecard erneut stark. In den medialen Fokus gerieten dabei vor allem die Aufsichtsbehörden, die Politik

und die Wirtschaftsprüfer, indem ihre Rolle im Bilanzskandal kritisch hinterfragt wurde und ihnen zumindest eine Mitschuld an diesem gegeben wurde.

Außerdem sollte in dieser Masterarbeit hinterfragt werden, inwiefern die in dieser Forschungsarbeit untersuchten Tageszeitungen mit kritischer und ausgewogener Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um Wirecard beitrugen und damit ihrer inoffiziellen Rolle und ihrem Selbstbild als Vierte Macht im staatlichen System der Gewaltenteilung entsprochen.

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass die Kritik an Wirecard in den untersuchten Medien durchaus tiefgehend und breit thematisiert wurde. Jedoch wurden frühe Warnsignale, wie etwa die kritischen Berichte von Analytistinnen und Analysten aus dem Jahr 2016, nicht ausreichend oder nur am Rande behandelt. Vielmehr wurden die dabei geäußerten Vorwürfe gegen Wirecard teilweise angezweifelt und den Analytistinnen und Analysten wurde oftmals vorgeworfen, den Aktienkurs durch die Verbreitung falscher Informationen und Gerüchte mit Absicht nach unten zu drücken. In den darauffolgenden Jahren änderte sich jedoch der Umgang mit Wirecard und das Bild des Unternehmens in den Medien zunehmend. Einerseits stieg das öffentliche Interesse an Wirecard, wodurch häufiger über das Unternehmen berichtet wurde. Andererseits berichteten die Medien dadurch auf tiefergehender und neutraler über Kritik am Unternehmen.

Die Ergebnisse zeigen zudem Parallelen zum Bilanzskandal des US-amerikanischen Unternehmens Enron auf. Auch damals wurden frühe Warnsignale lange Zeit ignoriert bzw. nicht ausführlich behandelt (Doyle, 2006, S. 433). Von Seiten einiger Journalistinnen und Journalisten wurde der lange Zeit unkritische Blick auf Enron allerdings mit der hohen Komplexität des Falles und dem mangelnden Spezialwissen in Bilanzierungsfragen erklärt (Tambini, 2010, S. 16). Mögliche weitere Forschungsarbeit basierend auf dieser Mastarbeit, könnte sich daher mit den Gründen für die teilweise unkritische Haltung der Journalistinnen und Journalisten gegenüber Wirecard beschäftigen.

Eine Limitation dieser Arbeit stellt einerseits der gewählte Zeitraum für die Untersuchung dar. Durch diesen war es nicht möglich, sämtliche Kritik an Wirecard und alle wichtigen diskursiven Ereignisse in der Analyse zu erfassen. Zudem wurde

in dieser Forschungsarbeit der mediale Diskurs nur anhand der Berichterstattung in Tageszeitungen analysiert. Weiterführende Forschungsarbeiten könnten daher den Diskurs um Wirecard über einen längeren Zeitraum thematisieren. Außerdem wäre auch eine Analyse des Diskurses unter Einbezug anderer Diskursfragmente, wie beispielsweise TV-Berichte, politische Reden oder Twitter-Kommentare eine Möglichkeit für weiterführende Forschung.

Trotz der Limitationen dieser Arbeit, stellt diese Masterarbeit einen ersten Beitrag zur Analyse der Rolle der Medien im Bilanzskandal um die Wirecard AG dar. Einerseits konnten Erkenntnisse über den medialen Diskurs rund um Wirecard und dessen Verlauf gewonnen werden. Andererseits wurde aufgezeigt, dass die untersuchten Tageszeitungen zu Beginn des Untersuchungszeitraum nur bedingt durch eine kritische Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um Wirecard beitrugen. In den folgenden Jahren und mit der wachsenden Kritik an Wirecard, wurde das Unternehmen auch in den untersuchten Medien tiefergehender und kritischer beleuchtet. Zum Schluss, wurden mögliche weitere auf dieser Arbeit basierende Forschungsthemen dargestellt und ergründet, warum weiterführende Forschungsarbeit zum Thema dieser Masterarbeit von Interesse wäre.

Literatur- & Quellenverzeichnis

- Astheimer, S. (2020, September 3). Der Schaden für EY. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26.
- Atzler, E., & Schnell, C. (2018, Juni 14). Attacke der jungen Wilden. *Handelsblatt*, 32.
- Axel Springer. (2021). Reichweite der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland laut ma 2021 Pressemedien II (in Millionen Lesern)[Graph]. In *Statista*.
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/74862/umfrage/reichweite-ueberregionaler-tageszeitungen/>
- Axel Springer SE. (o. J.-a). *Geschäftsbericht 2019*. Axel Springer SE. Abgerufen 10. Juli 2021, von https://www.axelspringer.com/data/uploads/2020/03/geschaeftsbericht_2019-1.pdf
- Axel Springer SE. (o. J.-b). *Grundsätze und Werte*. Abgerufen 10. Juli 2021, von <https://www.axelspringer.com/de/unternehmen/grundsaeetze-und-werte>
- Axel Springer SE. (2018). *BILD-Impressum*. <https://www.bild.de/corporate/site/bild-de/bild-impressum-61563986.bild.html>
- Axel Springer SE. (2021a). *Leitlinien der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer*. https://www.axelspringer.com/data/uploads/2021/02/leitlinien-der-journalistischen-unabhaengigkeit-bei-axel-springer_2021.pdf
- Axel Springer SE. (2021b). *75 Jahre DIE WELT: „Mit dem Blick auf das, was heute ist“*. Axel Springer SE. <https://www.axelspringer.com/de/presseinformationen/75-jahre-die-welt-mit-dem-blick-auf-das-was-heute-ist>
- Axel Springer SE, & Senft, C. (2021). *Neuer TV-Sender BILD startet am 22. August 2021*. <https://www.axelspringer.com/de/presseinformationen/neuer-tv-sender-bild-startet-am-22-august-2021>

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2018). *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-56655-8>
- Bartz, T., Becker, S., Buschmann, R., Grozev, C., Hesse, M., Höfner, R., Hoppenstedt, M., Knobbe, M., Lehberger, R., Naber, N., Polonyi, M., Rosenbach, M., Schmid, F., Schulz, T., Seith, A., Traufetter, G., Wiedemann-Schmidt, W., & Winterbach, C. (2020). Der Fall Wirecard. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/wirecard-milliardenbluff-spionagethriller-politaffaere-a-00000000-0002-0001-0000-000172071795?context=issue>
- Beck, K. (2018). *Das Mediensystem Deutschlands*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-11779-5>
- Beck, K., Berghofer, S., Dogruel, L., & Greyer, J. (2012). *Wirtschaftsberichterstattung in der Boulevardpresse*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19142-3>
- Bender, R., Drost, F. M., Fröndhoff, B.-F., Holtermann, F., Nagel, L.-M., Natzel, L. T., Verfürden, M., & Votsmeier, V. (2021, Juni 18). Trümmerhaufen Wirecard—Und was aus ihm geworden ist. *Handelsblatt*, 30.
- Bender, R., Fröndhoff, B., & Holtermann, F. (2021, Juni 16). Millionenschaden für EY. *Handelsblatt*, 1.
- Bender, R., Iwersen, S., Nagel, L.-M., Verfürden, M., & Votsmeier, V. (2021, Juni 11). Ex-CEO Markus Braun soll noch 2021 angeklagt werden. *Handelsblatt*, 34.
- Bergemann, M., & Schürmann, C. (2016, Juni 10). House of Wirecard. *WirtschaftsWoche*, 68.
- Bergemann, M., ter Haseborg, V., Grün, M., & Kamp, M. (2018, August 17). Die Firma. *WirtschaftsWoche*, 46.
- Bernau, P. (2020, Juni 28). Ein Hoch auf die Spekulanten. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26.

- Borden, M. J. (2007). The Role of Financial Journalists in Corporate Governance. *Fordham Journal of Corporate & Financial Law*, 12(2).
- Bors, P., Schäfer, D., & Schnell, C. (2018, Oktober 4). 100 Milliarden Euro Börsenwert. *Handelsblatt*, 4.
- Börse Online. (2018, Dezember 13). DSW erwartet Millionenklagen. *Börse Online*, 9.
- Brady, R. (2003). Makeover: CNBC fell from grace when the bubble burst. How does it look now? *Columbia journalism review*, 42.
- Brickey, K. F. (2010). From Boardroom to Courtroom to Newsroom: The Media and the Corporate Governance Scandals. In F. S. Kieff & T. A. Paredes (Hrsg.), *Perspectives on Corporate Governance* (S. 293–332). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511763076.011>
- Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*. <https://doi.org/10.4324/9780203410028>
- Computerwoche. (1998, Juli 3). Deutsche Technik sichert Einkauf im Web. *Computerwoche*. <https://www.computerwoche.de/a/deutsche-technik-sichert-einkauf-im-web,1092413>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5, 388.
- Dahinden, U. (2006). *Framing: Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*.
- Daum, R. (2012, April 3). Ermittlungen im Fall Wirecard gehen weiter. *Financial Times Deutschland*, 21.
- Der Spiegel. (2013). *Springer kauft Nachrichtensender N24*. Spiegel. <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/axel-springer-ag-kauft-n24-und-a-937969.html>
- Der Spiegel. (2020, Juni 19). *Firmenchef äußert sich zu Bilanzskandal bei Wirecard*. <https://www.youtube.com/watch?v=qq1K4NMwxEg>
- Die Welt. (2008a, Juni 28). Wirecard wehrt sich gegen angebliche Anleger-Attacken. *Die Welt*, 22.

- Die Welt. (2008b, Juli 19). Wirecard: Aktionärsschützer haben den Kurs manipuliert. *Die Welt*, 20.
- Die Welt. (2015, April 9). Finanzen Kompakt. *Die Welt*, 13.
- Diekmann, A. (2007). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (Vollst. überarb. und erw. Neuausg., 18. Aufl.). Rowohlt-Taschenbuch-Verl. <https://ubdata.univie.ac.at/AC06053634>
- Dohms, H.-R. (2016, Februar 25). Angriff aus dem Hinterhalt. *Süddeutsche Zeitung*, 17.
- Donati, P. R. (2001). Die Rahmenanalyse politischer Diskurse. In R. Keller, A. Hirsland, W. Schneider, & W. Viehöver, *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse: Band I: Theorien und Methoden* (1. Aufl., S. 145–176). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-99906-1>
- Doyle, G. (2006). Financial news journalism: A post-Enron analysis of approaches towards economic and financial news production in the UK. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 7(4), 433–452. <https://doi.org/10.1177/1464884906068361>
- Drescher, R. (2008, Juli 21). Anlegerschützer—An Vorwürfen verdient. *Handelsblatt*, 8.
- Drescher, R., & Kirchner, C. (2008, Juli 22). Wirecard rudert im Streit mit SdK zurück. *Handelsblatt*, 28.
- Eckert, D., & Zschäpitz, H. (2020, Juni 23). Betrug als Menetekel. *Die Welt*, 13.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Erstmals ist ein Dax-Konzern insolvent: Wirecard fällt ins eigene Bilanzloch. (2020, Juni 26). *Der Standard*. <https://www.derstandard.at/story/2000118322310/erstmal-ist-ein-dax-konzern-insolvent-wirecard-faellt-ins-eigene>
- Euro am Sonntag. (2016a, Februar 27). Beliebtes Opfer. *Euro am Sonntag*, 14.

- Euro am Sonntag. (2016b, April 9). Klarer berichten. *Euro am Sonntag*, 33.
- Euro am Sonntag. (2020a, Mai 8). Wirecard droht DAX-Ausschluss. *Euro am Sonntag*, 12.
- Euro am Sonntag. (2020b, Juli 10). Der große Ausverkauf von Wirecard beginnt. *Euro am Sonntag*, 10.
- Euro am Sonntag. (2020c, August 21). Delivery Hero folgt auf Wirecard. *Euro am Sonntag*, 10.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2. ed., [Nachdr.]). Routledge.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. In T. A. van Dijk, *Discourse as Social Interaction (Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction Vol. 2)* (S. 258–284). Sage.
- Fearn-Banks, K. (2001). Crisis Communication. In R. L. Heath & G. Vasquez, *Handbook of Public Relations*. Sage Publications.
- finance.yahoo.com. (o. J.). *Wirecard AG (WDI.F)*. Abgerufen 20. Juli 2021, von <https://finance.yahoo.com/quote/WDI.F/history?period1=1104537600&period2=1593129600&interval=1d&filter=history&frequency=1d&includeAdjustedClose=true>
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (o. J.-a). *FAZ.NET-Impressum*. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH. Abgerufen 10. August 2021, von <https://www.faz.net/faz-net-impressum-112096.html>
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (o. J.-b). *Frankfurter Allgemeine Zeitung—Anspruch, Arbeitsweise und Finanzierung*. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Abgerufen 10. August 2021, von <https://www.faz.net/aktuell/trust-initiative-frankfurter-allgemeine-zeitung-15798271.html>
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (o. J.-c). *Porträt der F.A.Z.* Frankfurter Allgemeine Zeitung. https://verlag.faz.net/unternehmen/ueber-uns/portraet/portraet-der-f-a-z-wissen-fuer-kluge-koepfe-11090906.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2008, Juni 28). Wirecard beklagt spekulative Attacken. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 21.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2010, September 25). Betrüger sollen Märkte manipuliert haben. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 11.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2012, August 17). Wirecard lockt Telekom. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 16.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2015a, April 9). Wirecard wird profitabel. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 25.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2015b, August 19). Tops & Flops. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 23.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2016, Februar 25). Wirecard: „Kein Betrug“. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 20.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2018, August 15). Deutsche Bank ist nicht mehr die wertvollste Bank Deutschlands. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 25.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2019a, Februar 6). Die Börse schenkt Wirecard wieder Vertrauen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 23.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2019b, April 25). Wirecard setzt mit Softbank zum großen Sprung an. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2020a, Juni 6). Bafin zeigt Wirecard an. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 25.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2020b, Juni 20). Wirecard-Chef tritt nach Skandal zurück. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 1.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2020c, Juni 23). Finanzaufsicht gibt Fehler bei Wirecard zu. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 1.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2020d, Juni 24). Früherer Wirecard-Chef festgenommen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 1.

Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2020e, Juli 6). Scholz für Bafin-Umbau. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 19.

- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2020f, Juli 23). Früherer Vorstandschef von Wirecard wieder in Haft. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 1.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2021a, Jänner 30). Bafin-Chef Hufeld muss Posten räumen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2021b, Februar 19). Wirecard-Affäre bringt Scholz in Bedrängnis. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2021c, April 19). Woche der Wahrheit im Wirecard-Ausschuss. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 15.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2021d, Juni 8). Endabrechnung im Fall Wirecard. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. (2021e, Juni 24). Wirecard-Ausschuss bemängelt Arbeit von EY. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.
- Frömel, L. (2020). *Maßnahmen von Unternehmen gegen unberechtigte Short-Sell-Attacken*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748908821>
- Fröndhoff, B. (2020, Juni 23). Drohende Klagewelle. *Handelsblatt*, 5.
- Fröndhoff, B. (2021, Februar 26). EY-Chef geht wegen Wirecard. *Handelsblatt*, 3.
- Fröndhoff, B., & Greive, M. (2021, Jänner 15). EY verliert Prüfmandat bei der Telekom. *Handelsblatt*, 25.
- Frühau, M. (2019, März 27). Wirecard-Aktionäre feiern entlastenden Anwaltsbericht. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 2.
- Gerhards, J. (2004). Diskursanalyse als systematische Inhaltsanalyse. Die öffentliche Debatte über Abtreibungen in den USA und in der Bundesrepublik Deutschland im Vergleich. In R. Keller, A. Hierseland, W. Schneider, & W. Viehöver, *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse Band II: Forschungspraxis* (2. Aufl., S. 299–324). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-99764-7>
- Goffman, E. (1980). *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Suhrkamp.

- GoMoPa.net. (2010, März 29). Wirecard Bank AG wegen Geldwäsche angezeigt. *GoMoPa*. <https://www.gomopa.net/Pressemitteilungen.html?id=446>
- GoMoPa.net. (2012, Oktober 26). Staatsanwalt stellt Wirecard-Ermittlung gegen GoMoPa-Chefs ein. *GoMoPa*. <https://www.gomopa.net/Pressemitteilungen.html?id=1052&meldung=Staatsanwalt-stellt-Wirecard-Ermittlung-gegen-GoMoPa-Chefs-ein>
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a Conceptual Framework for Mixed-Method Evaluation Designs. *Educational evaluation and policy analysis*, 11, 274. <https://doi.org/10.2307/1163620>
- Greive, M., & Hildebrand, J. (2020, September 2). Operation Aufklärung. *Handelsblatt*, 8.
- Hachmeister, L. (2012). *Süddeutsche Zeitung*. Institut für Medien- und Kommunikationspolitik. <https://www.mediadb.eu/forum/zeitungsportraits/sueddeutsche-zeitung.html>
- Handelsblatt. (o. J.). *Impressum*. Handelsblatt. Abgerufen 10. August 2021, von <https://www.handelsblatt.com/impressum/>
- Handelsblatt. (2011, Jänner 19). Wirecard kooperiert mit chinesischem Zahlungsdienstleister. *Handelsblatt*, 35.
- Handelsblatt. (2016, Februar 26). Wirecard erholt sich nur langsam. *Handelsblatt*, 40.
- Handelsblatt. (2020, Juni 23). Wirecard kämpft um seine Zukunft. *Handelsblatt*.
- Handelsblatt. (2021, März 3). Bafin nimmt EY ins Visier. *Handelsblatt*, 1.
- Hein, C., & Peitsmeier, H. (2020, Juni 30). Ex-Wirecard-Vorstand Marsalek, bitte melden! *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 20.
- Hildebrand, J., Hofmann, S., Murphy, M., & Scheuer, S. (2020, Juli 30). Zweifel an EY als Prüfer. *Handelsblatt*, 25.
- Hildebrand, J., & Sigmund, T. (2020, August 4). Ermittlungen gegen EY. *Handelsblatt*, 1.

- Holtermann, F. (2019, Juli 24). „Financial Times“ startet Untersuchung. *Handelsblatt*, 33.
- Holtermann, F. (2020, Mai 15). Wirecard wächst langsamer. *Handelsblatt*, 29.
- Holtermann, F., & Maisch, M. (2020, Mai 11). Wirecard im Dauerstress. *Handelsblatt*, 4.
- Holtermann, F., Rezmer, A., & Schnell, C. (2019, Oktober 17). Druck auf Wirecard wächst. *Handelsblatt*, 29.
- Holtermann, F., & Schnell, C. (2019a, April 26). Wirecards langer Weg zur Normalität. *Handelsblatt*, 34.
- Holtermann, F., & Schnell, C. (2019b, Oktober 16). Neue Zweifel an Wirecard-Bilanz. *Handelsblatt*, 30.
- Holtermann, F., & Schnell, C. (2020, März 16). Aufklärung in Raten. *Handelsblatt*, 26.
- Hoppenrath, D. (2001). *Verfahren und System zur automatischen Abwicklung von bargeldlosen Kaufvorgängen* (Patent Nr. DE 100 08 280 C 1).
- Industrieanzeiger. (2001, Mai 14). D. Hoppenrath. <https://industrieanzeiger.industrie.de/allgemein/d-hoppenrath/>
- Iwersen, S. (2010, April 7). Finanzaufsicht untersucht Kursachterbahn bei Wirecard. *Handelsblatt*, 39.
- Iwersen, S., Holtermann, F., & Maisch, M. (2019, Juli 22). Neuer Streit um Wirecard. *Handelsblatt*, 30.
- Jäger, S. (2004). Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. In R. Keller, A. Hierseland, W. Schneider, & W. Viehöver, *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse Band II: Forschungspraxis* (2. Aufl., S. 81–112). VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-99764-7>
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14–26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>

- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112–133. <https://doi.org/10.1177/1558689806298224>
- Jung, M. (2020, August 29). Wirecard ist mit 2,8 Milliarden Euro überschuldet. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 28.
- Keller, R. (2011). *Diskursforschung: Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen* (4. Auflage). VS Verlag.
- Klemm, T. (2017, Juli 2). Die cleveren Jungs von Wirecard. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 29.
- Knödler, T. (2005). *Public Relations und Wirtschaftsjournalismus*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80737-3>
- Knowles, S. (2018). Financial journalists, the financial crisis and the ‘crisis’ in journalism. In L. Basu, S. Schifferes, & S. Knowles (Hrsg.), *The Media and Austerity* (1. Aufl., S. 183–195). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315178912-13>
- Kokologiannis, G. (2018, Jänner 31). Wirecard trotz den Spekulanten. *Handelsblatt*, 34.
- Krohn, P. (2019, März 30). Die Wirecard-Saga geht weiter. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 25.
- Kröner, A. (2020, Juli 20). Wirecards Tage im Dax sind gezählt. *Handelsblatt*, 37.
- Kuckartz, U. (2014). *Mixed Methods*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93267-5>
- Löw, E., & Kunzweiler, D. (2021). *Der Fall Wirecard: Bilanzierungsgerüchte und Reaktionen von BaFin, Wirtschaftsprüfern und Wirecard in Konzernabschlüssen*. Erich Schmidt Verlag.
- Maisch, M. (2016, Februar 26). Wildwest an der Börse. *Handelsblatt*, 33.
- Maisch, M. (2018, Juni 14). So jung—So teuer. *Handelsblatt*, 31.

- Manning, P. (2013). Financial journalism, news sources and the banking crisis. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 14(2), 173–189. <https://doi.org/10.1177/1464884912448915>
- Mannweiler, A. (2020, Juli 1). Die Bafin und der blinde Fleck. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 25.
- Mast, C. (2003). *Wirtschaftsjournalismus*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80845-5>
- Mast, C. (Hrsg.). (2012). *Neuorientierung im Wirtschaftsjournalismus: Redaktionelle Strategien und Publikumserwartungen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18979-6>
- Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte: Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten* (1. Aufl., Bd. 13). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783845214344>
- Matthes, J. (2014a). *Framing*. Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845260259>
- Matthes, J. (2014b). Zum Gehalt der Framing-Forschung: Eine kritische Bestandsaufnahme. In F. Marcinkowski (Hrsg.), *Framing als politischer Prozess: Beiträge zum Deutungskampf in der politischen Kommunikation* (1. Aufl., S. 15–29). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783845246024-15>
- Matthes, J., & Kohring, M. (2004). Die empirische Erfassung von Medien-Frames. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(1), 56–75. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2004-1-56>
- McCrum, D. (2015a, April 27). The House of Wirecard. *Financial Times*.
- McCrum, D. (2015b, Mai 26). Wirecard Gibraltar and an asset rich wind-up. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/6f7fe63d-d33d-3e0d-81b4-70b8e6e10588>
- McCrum, D. (2015c, Juli 23). Wirecard: Adjust your perspective (part 1). *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/ae49ef4a-d22b-3a5b-a865-d41ef4432402>

- McCrum, D. (2015d, Juli 23). Wirecard: Adjust your perspective (part 2). *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/a7551c74-c69a-3319-99d9-55802bab4eac>
- McCrum, D. (2015e, Juli 27). Wirecard – calculating the adjustments. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/303ade7a-799b-372d-bf37-01cdd9218a85>
- McCrum, D. (2015f, November 12). Rupee do: What is Wirecard buying? *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/61934fe6-7447-37ae-98bc-a0c03edee377>
- McCrum, D. (2015g, November 20). JCap on Wirecard: A search for the Asian business. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/3cfa02ff-fd51-3594-aeda-e876b4e656ab> 1/
- McCrum, D. (2018, Jänner 25). Revisiting Wirecard's big Indian deal. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/c82cd78c-0c43-3dc7-9ec8-38ba57e524db>
- McCrum, D. (2019a, Oktober 15). Wirecard's suspect accounting practices revealed. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/19c6be2a-ee67-11e9-bfa4-b25f11f42901>
- McCrum, D. (2019b, Dezember 9). Wirecard's singular approach to counting cash. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/845b0dce-1836-11ea-9ee4-11f260415385>
- McCrum, D. (2020, Juni 25). Wirecard: The timeline. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/284fb1ad-ddc0-45df-a075-0709b36868db>
- McCrum, D., & Chazan, G. (2019, Februar 18). German regulator bans shorting of Wirecard shares. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/25f9a94c-3354-11e9-bd3a-8b2a211d90d5>
- McCrum, D., & Palma, S. (2019, März 29). Wirecard's problem partners. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/cd12395e-4fb7-11e9-b401-8d9ef1626294>

- McCrum, D., Reed, J., Storbeck, O., & Palma, S. (2020, Juni 21). Wirecard's €1.9bn never entered Philippine financial system, bank governor says. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/574ca70f-1d1e-4ade-b02b-9b846ea88d14>
- McCrum, D., & Storbeck, O. (2020, Juni 18). Wirecard says €1.9bn of cash is missing. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/1e753e2b-f576-4f32-aa19-d240be26e773>
- Montanus, S. (2000, Oktober 7). Wire Card haucht dem E-Commerce Leben ein. *Die Welt*. <https://www.welt.de/print-welt/article537194/Wire-Card-haucht-dem-E-Commerce-Leben-ein.html>
- Morse, J. M. (1991). Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. *Nursing Research*, 40(2), 120–123.
- Moss, C. (2009). Den „einen“ Wirtschaftsjournalismus gibt es nicht. In B. Dernbach & T. Quandt, *Spezialisierung im Journalismus* (1. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Murphy, P. (2019, Dezember 11). Wirecard critics targeted in London spy operation. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/d94c938e-1a84-11ea-97df-cc63de1d73f4>
- Osman, Y., Holtermann, F., Bender, R., & Fröndhoff, B. (2020, August 31). Wirecards Horror-Bilanz. *Handelsblatt*, 30.
- Peitsmeier, H. (2019a, Jänner 31). Neue Gerüchte stürzen Wirecard in große Turbulenzen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 24.
- Peitsmeier, H. (2019b, Oktober 16). Neue Vorwürfe gegen Wirecard schockieren die Börse. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 24.
- Peitsmeier, H. (2019c, Oktober 22). Wirecard tritt die Flucht nach vorn an. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.
- Peitsmeier, H. (2020a, Jänner 13). Wirecard tauscht den Chefaufseher aus. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.
- Peitsmeier, H. (2020b, April 29). Wirecard lässt Fragen offen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.

- Peitsmeier, H. (2020c, Juni 19). Kriminalfall Wirecard. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17.
- Peitsmeier, H., Jung, M., Hein, C., & Nestler, F. (2019, Februar 9). Polizei durchsucht Wirecard-Büros in Singapur. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 24.
- Pointner, N. (2010). *In den Fängen der Ökonomie?* VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92206-5>
- Radu, R. (2017). *Auguren des Geldes Eine Kulturgeschichte des Finanzjournalismus in Deutschland 1850-1914*. Vandenhoeck & Ruprecht. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:101:1-2017100125910>
- Reckinger, G. (2011). *Finanzjournalismus*. UVK-Verl.-Ges. <https://ubdata.univie.ac.at/AC08390400>
- Reese, S. D. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of communication*, 57, 154. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x>
- Richter, N. (2020, Juni 22). Deutsche Hybris. *Süddeutsche Zeitung*, 4.
- Richter, S.-G. (2020, August 31). Es geht nicht nur um Wirecard. *Süddeutsche Zeitung*, 16.
- Schäfer, D. (2020). Wirecard—Ein Menetekel für die Wirtschaftsprüfung. *Wirtschaftsdienst*, 100(8), 562–563. <https://doi.org/10.1007/s10273-020-2705-4>
- Schegloff, E. A. (1997). Whose Text? Whose Context? *Discourse & Society*, 8(2), 165–187. <https://doi.org/10.1177/0957926597008002002>
- Scherff, D. (2018, September 9). Der verrückte Aufstieg von Wirecard. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 32.
- Scheufele, B. (1999). (Visual) Media Framing und Politik. Zur Brauchbarkeit des Framing-Ansatzes im Kontext (visuell) vermittelter politischer Kommunikation und Meinungsbildung. In W. Hofmann (Hrsg.), *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik* (S. 91–107).

- Scheufele, B. (2003). *Frames—Framing—Framing-Effekte*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-86656-1>
- Schifferes, S. (2012). Trust-meltdown for Business Journalism. *British Journalism Review*, 23(2), 55–59. <https://doi.org/10.1177/0956474812450671>
- Schiffrin, A. (2015). The Press and the Financial Crisis: A Review of the Literature: The Press and the Financial Crisis. *Sociology Compass*, 9(8), 639–653. <https://doi.org/10.1111/soc4.12288>
- Schiffrin, A., & Fagan, R. (2013). Are we all Keynesians now? The US press and the American Recovery Act of 2009. *Journalism*, 14(2), 151–172. <https://doi.org/10.1177/1464884912458663>
- Schnell, C. (2018, Oktober 12). Gründe für das Kurschaos. *Handelsblatt*, 7.
- Schnell, C. (2019a, April 17). Börsenaufseher erstatten Anzeige. *Handelsblatt*, 31.
- Schnell, C. (2019b, Oktober 16). Aus Fehlern nichts gelernt. *Handelsblatt*, 29.
- Schnell, C. (2020, Juli 2). Razzia bei Wirecard. *Handelsblatt*, 30.
- Schreiber, M. (2020, Juni 23). Wegschauen mit aller Macht. *Süddeutsche Zeitung*, 15.
- Schreiber, M., Willmroth, J., & Wischmeyer, N. (2020, Juni 26). Was Wirecard-Anleger jetzt wissen sollten. *Süddeutsche Zeitung*, 19.
- Seibel, K. (2019, Februar 5). Wirecard und der Fünf-Milliarden-Sturz. *Die Welt*, 13.
- Seibel, K., & Zschäpitz, H. (2008, Juli 24). Aktionärsschützer kämpfen um ihren Ruf. *Die Welt*, 17.
- Shaw, I. S. (2016). *Business journalism: A critical political economy approach*. Routledge.
- Storbeck, O. (2019, Jänner 31). German regulators probe price decline at Wirecard. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/2997a4b2-255f-11e9-8ce6-5db4543da632>
- Strauß, N. (2019). Financial journalism in today's high-frequency news and information era. *Journalism*, 20(2), 274–291. <https://doi.org/10.1177/1464884917753556>

- Süddeutsche Zeitung GmbH. (o. J.). *Impressum*. Süddeutsche Zeitung GmbH. Abgerufen 10. August 2021, von <https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/verlag/impressum-e287935/>
- Süddeutscher Verlag. (o. J.). *Zeitung und Anspruch*. Süddeutscher Verlag. <https://www.sueddeutscher-verlag.de/sueddeutsche-zeitung>
- Südwestdeutsche Medienholding GmbH. (o. J.). *Von der Lizenzzeitung zur Qualitätszeitung*. Südwestdeutsche Medienholding GmbH. Abgerufen 10. August 2021, von <https://www.swmh.de/historie/sueddeutsche-zeitung-historie/>
- Tambini, D. (2010). What Are Financial Journalists For? *Journalism Studies*, 11. <https://doi.org/10.1080/14616700903378661>
- Tashakkori, A., Teddlie, C., & Teddlie, C. B. (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. SAGE Publications. <https://books.google.at/books?id=F8BFOM8DCKoC>
- Thalhammer, A. (2021, Jänner 30). Die Beichte von Marsaleks BVT-Freund. *Die Presse*. <https://www.diepresse.com/5930267/die-beichte-von-marsaleks-bvt-freund>
- Theurer, M. (2020a, Mai 3). Ein Desaster namens Wirecard. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 27.
- Theurer, M. (2020b). Pleite, Pannen und Versager. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 27.
- Tversky, A., & Kahnemann, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453–458.
- Ueckerseifer, U. (2020, Juni 22). Aufstieg und Fall eines Börsenlieblings. *tagesschau.de*. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/wirecard-127.html>
- Usher, N. (2013). Ignored, uninterested, and the blame game: How The New York Times, Marketplace, and TheStreet distanced themselves from preventing the 2007–2009 financial crisis. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 14(2), 190–207. <https://doi.org/10.1177/1464884912455904>

- van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. In D. Tannen, H. E. Hamilton, & D. Schiffrin, *The Handbook of Discourse Analysis* (2. Aufl., S. 466–485). Wiley Blackwell.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschland*. UVK-Verl.-Ges. <https://ubdata.univie.ac.at/AC05633176>
- Widdowson, H. G. (1998). The Theory and Practice of Critical Discourse Analysis. *Applied Linguistics*, 19(1), 136–151. <https://doi.org/10.1093/applin/19.1.136>
- Widdowson, H. G. (2004). *Text, context, pretext: Critical issues in discourse analysis*. Blackwell Pub.
- Wiedemann, T., & Lohmeier, C. (Hrsg.). (2019). *Diskursanalyse für die Kommunikationswissenschaft: Theorie, Vorgehen, Erweiterungen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25186-4>
- Wire Card AG. (2005). *Bericht über das 3. Quartal 2005*. <https://ir.wirecard.com/download/companies/wirecard/Quarterly%20Reports/DE0007472060-Q3-2005-EQ-D-02.pdf>
- Wirecard AG. (2006). *Wirecard AG Geschäftsbericht 2006*. <http://docplayer.org/9506745-Wirecard-ag-geschaeftsbericht-2006.html>
- Wirecard AG. (2007). *Innovation gestalten—Geschäftsbericht 2007*. <http://docplayer.org/13317207-G-e-s-c-h-a-e-f-t-s-b-e-r-i-c-h-t.html>
- Wirecard AG. (2008). *Neue Perspektiven—Geschäftsbericht 2008*. <http://docplayer.org/775322-G-e-s-c-h-a-e-f-t-s-b-e-r-i-c-h-t.html>
- Wirecard AG. (2009). *Intelligente Synergien—Geschäftsbericht 2009*. <http://docplayer.org/2881943-G-e-s-c-h-a-e-f-t-s-b-e-r-i-c-h-t-2-0-0-9.html>
- Wirecard AG. (2010). *Die Dynamik des Digitalen—Geschäftsbericht 2010*. <https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2010.pdf>
- Wirecard AG. (2011). *Am Puls der Zukunft—Geschäftsbericht 2011*. <https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2011.pdf>

- Wirecard AG. (2012). *Die Kraft der Konvergenz—Geschäftsbericht 2012*.
<https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2012.pdf>
- Wirecard AG. (2013). *Grenzen überwinden—Geschäftsbericht 2013*.
<https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2013.pdf>
- Wirecard AG. (2014). *Agil sein-Werte schaffen—Geschäftsbericht 2014*.
<https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2014.pdf>
- Wirecard AG. (2015). *Geschäftsbericht 2015*. <https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2015.pdf>
- Wirecard AG. (2016). *Connected Commerce—Geschäftsbericht 2016*.
<https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2016.pdf>
- Wirecard AG. (2017). *Digities Now—Geschäftsbericht 2017*.
<https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2017.pdf>
- Wirecard AG. (2018). *Transition to Tomorrow—Geschäftsbericht 2018*.
<https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2020/11/Jahresfinanzbericht-2018.pdf>
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2002a). *Merge der ebs Electronic Billing Systems AG und Wire Card perfekt!* <https://www.press1.de/>
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2002b). *Ebs Holing AG gruppiert ihre fünf Töchterunternehmen mit dem Focus auf erhöhte Marktpräsenz im Segment Online Payment Solutions*.
<https://www.press1.de/ibot/db/10226213661286049824n0.html>
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2004). *InfoGenie fusioniert mit Wire Card AG*.
<https://www.presetext.com/news/20040928004>

- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020a). *Wirecard AG: KPMG legt Bericht über Sonderuntersuchung* vor. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_04_28_KPMG-Bericht.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020b). *Wirecard AG: Personalien, Geschäftsverteilung*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_05_08_Personelle-Veraenderungen.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020c). *Wirecard AG: Veröffentlichung des Konzernabschlusses am 18. Juni 2020*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_05_25_Veroeffentlichung-JA-18-Juni.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020d). *Ermittlungen in Zusammenhang mit Ad-hoc-Meldungen der Wirecard AG*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_05_Ermittlungen-ad-hocs.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020e). *Wirecard AG: Personalien: Vorstandsmitglied Jan Marsalek wiedererhofflich freigestellt—James Freis, Jr. Mit sofortiger Wirkung zum Compliance-Vorstand ernannt*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_18_Freistellung-Marsalek_Berufung-Freis.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020f). *Wirecard AG: Veröffentlichungstermin für Jahres- und Konzernabschluss 2019 verschoben wegen Hinweisen auf Vorlage unrichtiger Saldenbestätigungen*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_18_Verschiebung-JA-2019_Verdacht-Saldenbest.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020g). *Wirecard AG: Markus Braun tritt mit sofortiger Wirkung als Vorstand zurück, James Freis zum Interims-CEO berufen*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_19_Ruecktritt-Braun_Berufung-Freis.pdf
- Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020h). *Wirecard AG: Jan Marsalek als Vorstand abberufen, Anstellungsvertrag außerordentlich gekündigt*.

https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_22_Kuendigung-Marsalek.pdf

Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020i). *Wirecard AG: Stellungnahme des Vorstands zur aktuellen Lage des Unternehmens*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_22_Stellungnahme-Vorstand.pdf

Wirecard AG, & Stöckl, I. (2020j). *Wirecard AG: Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens*. https://www.wirecard.com/wp-content/uploads/2021/01/AH_2020_06_25_Antrag-Insolvenz.pdf

Wischmeyer, N., & Freiberger, H. (2018, Oktober 10). Wirecard bringt Unruhe in den Dax. *Süddeutsche Zeitung*, 19.

Wodak, R. (2008). *Qualitative discourse analysis in the social sciences* (1. publ.). Palgrave Macmillan. <https://ubdata.univie.ac.at/AC06549929>

Wodak, R., & Meyer, M. (Hrsg.). (2009). *Methods of critical discourse analysis* (2nd ed). SAGE.

Zwick, D. (2020a, Juni 19). Ein Fall für die Justiz. *Die Welt*, 13.

Zwick, D. (2020b, Juni 23). Gewaltige Blamage für den Wirtschaftsstandort. *Die Welt*, 3.

Zwick, D. (2020c, Juni 25). Jetzt ist erstmals ein insolventes Unternehmen im Dax. *Die Welt*.

Anhang

Exposé Master These

Familienname, Vorname	Marchhart, Philipp BSc. (WU)
eMail-Adresse	wf191518@fhstp.ac.at
Telefonnummer	+43676 7707939
Datum der Abgabe	8.4.2021
Name Betreuer (wird von Studiengangsleitung zugeteilt)	Kovarova-Simecek, Monika Mag.
Arbeitstitel	Ein Bilanzskandal in den Medien – Eine kritische Diskursanalyse rund um Aufstieg und Fall der Wirecard AG anhand der Berichterstattung in deutschen Tageszeitungen
Fragestellung der Master-These	<p>Problemstellung: Der Bilanzskandal rund um den Zahlungsdienstleister Wirecard gilt als einer der größten in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Ueckerseifer, 2020). Während sich die Öffentlichkeit bereits mit der politischen und unternehmerischen Verantwortung für den Skandal auseinandersetzt, wurde hingegen die Rolle der Medien in dem Bilanzskandal und vor allem die inhaltliche mediale Darstellung Wirecards noch nicht beleuchtet.</p> <p>Zielsetzung: Diese Master These soll die Berichterstattung und den Diskurs rund um Wirecard im Rahmen einer kritischen Diskursanalyse analysieren. Sie soll untersuchen wie in deutschen Tageszeitungen über den rasanten Aufstieg des Konzerns berichtet wurde und wie sich die Berichterstattung im Laufe des Bilanzskandals verändert hat. Zudem soll anhand dieser kritischen Diskursanalyse hinterfragt werden, inwiefern die deutschen Tageszeitungen mit qualitativer und kritischer Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um Wirecard beigetragen haben und damit die oftmals selbst gesetzte Rolle der „Kontrollinstanz“ und der „vierten Macht der Gewaltenteilung im Staat“ wahrgenommen haben.</p> <p>Forschungsfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In welchem Ausmaß wurde in den Jahren 2015 bis 2020 in den untersuchten deutschen Tageszeitungen über die Wirecard AG berichtet und hat sich das Ausmaß in diesem Zeitraum wesentlich verändert? • Wie stellt sich der Diskurs rund um die Wirecard AG und den Bilanzskandal in den untersuchten Tageszeitungen im Zeitraum 2015 bis 2020 dar? <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie hat sich hierbei der Diskurs im Zeitablauf verändert und welche Ereignisse waren hierfür ausschlaggebend? • Inwiefern haben deutsche Tageszeitungen durch qualitative und kritische Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um die

	Wirecard AG beigetragen und ihrer inoffiziellen Rolle und ihrem Selbstbild als Vierte Macht im staatlichen System der Gewaltenteilung entsprochen?
Wissenschaftliche und praktische Relevanz	<p>Wissenschaftliche Relevanz: Über Bilanzskandale wie jenen der Wirecard AG wurde in der Vergangenheit in den Medien ausführlich berichtet. Entscheidend bei der Einordnung der Rolle der medialen Berichterstattung in solchen Bilanzskandalen ist vor allem ihr Beitrag zum allgemeinen öffentlichen Diskurs. Bei vergangenen Bilanzskandalen und Finanzkrisen wurden häufig kritische Stimmen gegenüber der medialen Berichterstattung des Wirtschafts- und Finanzjournalismus laut. Beispielsweise beim Bilanzskandal von Enron in den USA oder beim Platzen der Immobilienblase ebenso in den USA ((Doyle, 2006); Schiffrin, 2013; Starkman 2014). Eine Untersuchung des Beitrags der medialen Berichterstattung zum öffentlichen Diskurs rund um die Wirecard AG kann somit beitragen, die Rolle des Wirtschafts- und Finanzjournalismus in solchen Krisen oder Skandalen genauer zu beleuchten und einzuordnen.</p> <p>Praktische Relevanz: Der Bilanzskandal der Wirecard AG hat durch seine Größe und Tragweite eine enorme Bedeutung für den deutschen Kapitalmarkt. Wirecard ist das erste im deutschen Leitindex DAX vertretene Unternehmen das Insolvenz anmelden musste („Erstmals ist ein Dax-Konzern insolvent: Wirecard fällt ins eigene Bilanzloch“, 2020). Während bereits Ermittlungen rund um die mögliche Verantwortung der Politik oder seitens der Wirtschaftsprüfer laufen, wurde die Rolle der Medien bisher kaum beleuchtet. Historische Beispiele wie etwa der Enron-Bilanzskandal, das Platzen der Immobilienblase in den USA oder die Dotcom-Blase haben gezeigt, dass der Wirtschaftsjournalismus und der Finanzjournalismus im Speziellen ihrem oftmals geäußerten Selbstbild einer kritischen Berichterstattung nicht adäquat gerecht wurden. Diese Arbeit hat daher besonders für das Feld des Wirtschafts- und Finanzjournalismus in der Praxis Relevanz, weil sie die inhaltliche Auseinandersetzung der Medien mit dem Konzern Wirecard und dem damit verbundenen Bilanzskandal und der Insolvenz analysiert. Zudem sollen aus den Ergebnissen dieser Analyse Parallelen zu vergleichbaren Bilanzskandalen aus der Vergangenheit gezogen werden und somit mögliche Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen für die Zukunft gegeben werden.</p>
Aufbau und Gliederung	<p>Inhaltsverzeichnis Masterarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ehrenwörtliche Erklärung – Inhaltsverzeichnis – Abstract/Zusammenfassung – Abbildungsverzeichnis/Tabellenverzeichnis/Abkürzungsverzeichnis <p>1. <i>Einleitung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Problemstellung 1.2 Zielsetzung und Forschungsfrage 1.3 Forschungsdesign und methodischer Zugang 1.4 Gang und Aufbau der Arbeit <p>2 Forschungsstand</p>

	<p>3 Theoriekapitel</p> <p>3.1 Der Fall Wirecard</p> <p>3.1.1 Anfänge als Unternehmen der New-Economy</p> <p>3.1.2 Aufstieg bis in die höchste Börsenliga</p> <p>3.1.2 Erste Vorwürfe der Bilanzmanipulation</p> <p>3.1.3 Der tiefe Fall und die Insolvenz</p> <p>3.1.4 Kritik an Wirtschaftsprüfer und Politik</p> <p>3.2 Finanzjournalismus – theoretische Verortung</p> <p>3.2.1 Finanzjournalistische Publika</p> <p>3.2.2 Finanzjournalismus als journalistisches Spezialgebiet</p> <p>3.2.3 Funktionen des Finanzjournalismus im wissenschaftlichen Diskurs</p> <p>3.2.4 Selbstbild und -anspruch im Finanzjournalismus</p> <p>3.2.5 Kritik am Finanzjournalismus und an FinanzjournalistInnen</p> <p>3.3 Die deutsche Medienlandschaft</p> <p>3.3.1 Aufbau & Struktur</p> <p>3.3.2 Tageszeitungen in Deutschland</p> <p>3.3.3.1 BILD Deutschland</p> <p>3.3.3.2 Süddeutsche Tageszeitung</p> <p>3.3.3.3 Frankfurter Allgemeine Zeitung</p> <p>3.3.3.4 Die Welt</p> <p>3.3.3.5 Handelsblatt</p> <p>3.4 Forschungsdesign und methodische Vorgehensweise</p> <p>3.4.1 Mixed-Methods-Ansatz</p> <p>3.4.1.1 Motive für Mixed-Methods-Ansatz</p> <p>3.4.1.2 Designs der Mixed-Methods-Forschung</p> <p>3.4.1.3 Mixed-Methods-Design in der vorliegenden Untersuchung</p> <p>3.4.2 Die Framing-Analyse</p> <p>3.4.2.1 Bedeutung des Framing-Ansatzes</p> <p>3.4.2.2 Kategorien von Frames</p> <p>3.4.2.3 Ablauf des Framing-Prozesses</p> <p>3.4.3 Die kritische Diskursanalyse</p> <p>3.4.3.1 Der Diskursbegriff</p> <p>3.4.3.2 Diskurstheoretische Ansätze und Grundlagen</p> <p>3.4.3.2 Die sozialwissenschaftliche Diskursforschung</p> <p>3.4.3.3 Die kritische Diskursanalyse</p> <p>4 Empirische Untersuchung</p> <p>4.1 Forschungsfrage und Hypothesen</p> <p>4.2 Methodischer Zugang (inkl. Limitationen)</p> <p>4.3 Datenerhebung</p> <p>4.4 Datenauswertung</p> <p>4.5 (Handlungsempfehlungen)</p> <p>5 Fazit</p> <p>5.1 Diskussion und Reflexion der Ergebnisse (Beantwortung der Forschungsfragen)</p> <p>5.2 Forschungsausblick</p> <p>Literaturverzeichnis</p> <p>Anhang</p>
Methodenwahl	Empirische Methode:

	<p>Die Arbeit verfolgt zur Beantwortung und Behandlung der Forschungsfragen einen Mixed-Methods-Ansatz. Kuckartz definiert diesen als „die Kombination und Integration von qualitativen und quantitativen Methoden im Rahmen des gleichen Forschungsprojekts“ (Kuckartz 2014, 33). In dieser Arbeit wird ein sequenzielles Forschungsdesign im Sinne des Mixed-Methods-Ansatzes verfolgt. Die einzelnen Methodiken werden also schrittweise nacheinander durchgeführt. Sie dienen dabei nicht nur dem reinen Erkenntnisgewinn, sondern auch der Entwicklung der fortfolgenden Methode (Kuckartz 2014, 77-78).</p> <p>Zunächst soll eine quantitative Erhebung der Berichterstattung rund um Wirecard in den einzelnen untersuchten Tageszeitungen im Zeitraum 1.1.2015 bis 31.12.2020 durchgeführt werden. Hierbei wird anhand einer textstatistischen Untersuchung erörtert, wie sich der Umfang der Berichterstattung entwickelt hat und in welchen Zeiträumen in besonderem Ausmaß über Wirecard berichtet wurde. Dieser Ansatz dient einerseits der Behandlung der FF1 und andererseits der Sampleauswahl für die qualitative Untersuchung dieser Arbeit.</p> <p>Darauf aufbauend folgt die qualitative Forschungsarbeit. Hierfür werden zunächst Texte (Meldungen, Berichte, Kommentare, Reportagen) aus den untersuchten Tageszeitungen anhand der Framing-Analyse nach Entman/Matthes (Entman 1993; Matthes 2007; Matthes 2014) analysiert. Die Framing-Analyse dient der Untersuchung von Frames bei strategischen Kommunikatoren, in Medieninhalten oder bei Rezipienten. Unter Frames werden dabei die Ergebnisse des Framings-Prozesses in der Kommunikation verstanden. Framing bezieht sich auf den aktiven Prozess des selektiven Hervorhebens von Informationen und Positionen. Im Rahmen der Framing-Analyse soll ergründet werden, wie die Frames von bestimmten Akteuren entstehen, wie sie sich ändern und wie sie sich gegenseitig beeinflussen (Matthes 2014, 10-11). Die konkrete Auswahl dieser Texte wird unter dem Punkt „Sample und Datenauswahl“ erläutert. Entman (1993, 52) definiert vier Frame-Elemente nach denen der Rahmen der Berichterstattung eines Textes analysiert werden kann:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Probleme bzw. Handlungsfolgen werden thematisiert? • Welche Ursachen und Verantwortungszuschreibungen werden ausgemacht? • Welche Handlungsempfehlungen werden gegeben? • Welche zentralen Botschaften und Bewertungen kommen in der Berichterstattung vor? <p>Die zu untersuchenden Texte, die sich aus dem Sample ergeben, werden mithilfe dieser Frame-Elemente analysiert und kategorisiert. Dies ermöglicht einerseits einen Vergleich der Berichterstattung zu Wirecard in den untersuchten Medien. Andererseits soll dies auch eine Analyse der Entwicklung der Berichterstattung im zeitlichen Ablauf ermöglichen.</p> <p>Folgend auf die textstatistische Untersuchung und die Framing-Analyse der ausgewählten Texte soll die Berichterstattung rund um den Wirecard-Bilanzskandal im Rahmen einer kritischen Diskursanalyse untersucht werden. Grundlage für diese Analyse soll das Rahmenwerk der <i>Critical Discourse Analyses (CDA)</i> sein (Fairclough 2013; Wodak & Meyer 2015). Gegenstand der Diskursanalyse ist die Berichterstattung zum Unternehmen Wirecard AG in deutschen Tageszeitungen. Als Diskursebene wird dementsprechend die deutsche Medienlandschaft identifiziert und als Diskurssektor Tageszeitungen.</p> <p>Die vorangegangenen methodischen Schritte und deren Ergebnisse bzw. Erkenntnisse dienen als Grundlage für die kritische Diskursanalyse.</p>
--	--

Basierend darauf ist es möglich, die Entwicklung des Diskurses rund um Wirecard in deutschen Tageszeitungen zu beleuchten und somit die Forschungsfragen dieser Arbeit zu behandeln.

Begründung Methodenwahl:

Mixed-Methods

Ein Mixed-Methods-Ansatz kann sowohl methodologisch als auch aus der inhaltlichen Logik der Forschungsarbeit begründet sein (Kuckartz 2014, 29). Die Wahl eines Mixed-Methods-Ansatzes in dieser Arbeit wird aus beiden Motiven heraus begründet. Einerseits dient dieser Ansatz der vollinhaltlichen Behandlung aller Forschungsfragen da diese sowohl qualitative als auch quantitative Methoden voraussetzen. Andererseits verfolgt diese Arbeit im Rahmen des Mixed-Methods-Ansatzes auch ein sequenzielles Forschungsdesign. Die Erkenntnisse der quantitativen Untersuchung sollen also zur Entwicklung der Methodik der qualitativen Untersuchung dienen.

Entsprechend der Designtypen der Mixed-Methods-Forschung von Green et al. sind also sowohl die Entwicklung der Methodik als auch die Komplementarität, also die Vervollständigung der Forschungsergebnisse, Motive für die Wahl dieses Ansatzes (Kuckartz 2014, 58).

Framing-Analyse

Im Rahmen der Framing-Analyse können auch journalistische Frames zu einem bestimmten Thema erfasst und analysiert werden. Diese determinieren oftmals in welchen Kontext ein Ereignis eingeordnet wird und wie die Berichterstattung rund um ein Thema strukturiert ist (Matthes 2014, 37). Diese journalistischen Frames sind eng mit Medien-Frames verbunden. Diese konstituieren sich in journalistischen Texten die einem spezifischen Muster von Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen, Bewertungen und Handlungsanweisungen folgen (Matthes 2014, 18).

Somit kann also die Berichterstattung zu einem bestimmten Thema in einem bestimmten Medium eingeordnet und mit anderen Medien beziehungsweise einem anderen Zeitpunkt der Berichterstattung verglichen werden. Im Hinblick auf den diskursanalytischen Fokus dieser Arbeit ist der Ansatz der Framing-Analyse somit ein geeignetes Instrument, um die ausgewählten Texte inhaltlich zu analysieren.

Kritische Diskursanalyse

Die kritische Diskursanalyse als Disziplin der sozialwissenschaftlichen Diskursforschung setzt sich mit dem Diskurs rund um ein bestimmtes Thema auseinander. Im Gegensatz zur Diskursanalyse (*Discourse Analysis*) ist sie weniger eine kognitionsorientierte, sondern vielmehr eine sozialtheoretische auf kollektive Wissensordnungen zielende Fundierung von Diskursanalysen. Ziel der kritischen Diskursanalyse ist zudem eine emanzipatorische Aufklärung durch Praxiskritik und die Entwicklung oder Konzeption von daran anschließenden Verbesserungsvorschlägen (Keller, 2011, S. 27).

Zudem deutet die Bezeichnung „Kritische Diskursanalyse“ bereits auf das Potenzial hin, gesellschaftlich brisante Themen zu analysieren, problematisieren und in letzter Instanz auch zu kritisieren (Wiedemann & Lohmeier, 2019, S. 62).

In Anbetracht der aufgestellten Forschungsfrage erscheint diese Methode daher als plausibel und dienlich für die Beantwortung dieser.

Ziel dieser Arbeit ist eine inhaltliche und kritische Auseinandersetzung mit dem öffentlichen Diskurs rund um die Wirecard AG. Hierfür bedient sie sich der Instrumente und Ansätze der sozialwissenschaftlichen

Diskursforschung und nicht der sprachwissenschaftlichen. Die Analyse der sprachlichen Ebene des Diskurses ist nicht Schwerpunkt der Forschung. Fragen der Grammatik oder der Syntax der analysierten Texte sollen nicht behandelt werden, es sei denn diese tragen dazu bei zum Beispiel die öffentliche Resonanz des Diskurses zu erklären (Keller, 2011, S. 70). Die Arbeit soll zudem keine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Geschäftspraktiken und Vorgängen innerhalb der Wirecard AG darstellen. Die Analyse bewegt sich rein auf Ebene der Berichterstattung um den Konzern.

Der Untersuchungsgegenstand bezieht sich ausschließlich auf deutsche Tageszeitungen. Es wird somit nicht der gesamte öffentliche oder mediale Diskurs analysiert. Hierfür wäre eine deutliche Ausweitung der Untersuchung auf beispielsweise weitere Medienformate wie Radio- oder TV-Sendungen notwendig.

Sample und Datenauswahl:

Untersuchungsgegenstand

Für die Generierung der benötigten Daten soll zunächst eine Auswahl geeigneter deutscher Tageszeitungen, die untersucht werden, getroffen werden. Als Ausschlusskriterium wird hierbei eine regional begrenzte Berichterstattung definiert. Es werden also nur überregionale Tageszeitungen berücksichtigt.

Als Kriterium für die Auswahl der zu untersuchenden Tageszeitungen wird die jeweilige Reichweite dieser herangezogen. Die Diskursanalyse soll eine möglichst akkurate und genaue Darstellung des öffentlichen Diskurses in den Tageszeitungen darstellen. Es erscheint daher plausibel die fünf reichweitenstärksten überregionalen Tageszeitungen in Deutschland für die Auswahl der Daten heranzuziehen. Basis für die Ermittlung der reichweitenstärksten Zeitungen ist der jährlich veröffentlichte Bericht „ma Pressemedien“ der deutschen Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. Mit Blick auf den aktuellen Bericht aus dem Jahr 2020 sind demzufolge die fünf reichweitenstärksten Tageszeitungen in Deutschland:

- BILD Deutschland
- Süddeutsche Tageszeitung
- Frankfurter Allgemeine Zeitung
- Die Welt Print Werktag
- Handelsblatt

Hinsichtlich der in den Tageszeitungen vorkommenden Textsorten (Bericht, Kommentar, Reportage, ...) soll keine Einschränkung vorgenommen werden.

Untersuchungszeitraum

Für die quantitative, textstatistische Erhebung der Berichterstattung zu Wirecard wird der Zeitraum 1.1.2015 bis 31.12.2020 definiert. Hierbei werden alle Textsorten in den entsprechenden Tageszeitungen erhoben in denen Wirecard genannt wird.

Die Auswahl der Texte, die anhand der Framing-Analyse untersucht werden, erfolgt basierend auf der quantitativen Erhebung. Es werden Zeiträume, in denen in besonderem Ausmaß über Wirecard berichtet wurde, erhoben. Innerhalb dieser Zeiträume werden alle Texte aus den untersuchten Tageszeitungen entsprechend der Frame-Elemente von Entman (1993, 52) im Rahmen der Framing-Analyse analysiert.

Literaturhinweise	<p>Alexander, Ziem, Daniel, Wrana, Martin, Nonhoff, Juliette, Wedl, Johannes, Angermuller, Eva, Herschinger, . . . Martin, Reisigl. (2014). <i>Diskursforschung</i> (DiskursNetz). Transcript Verlag.</p> <p>Beck, Klaus, Berghofer, Simon, Dogruel, Leyla, & Greyer, Janine. (n.d.). Kommunikatoren und Strategien des Wirtschaftsjournalismus. In <i>Wirtschaftsberichterstattung in der Boulevardpresse</i> (pp. 55-97). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Bogner, Alexander, Littig, Beate, & Menz, Wolfgang. (n.d.). <i>Interviews mit Experten</i> (2014 ed., Qualitative Sozialforschung). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Entman, Robert M. (1993). <i>Framing: Toward clarification of a fractured paradigm</i>. <i>Journal of Communication</i>, 43(4), 51.</p> <p>Fairclough, N. (2013). <i>Critical discourse analysis: The critical study of language</i>. Routledge.</p> <p>Keller, R. (n.d.). <i>Diskursforschung</i> (4th ed.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Kuckartz, U. (2014). <i>Mixed Methods : Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren</i> (1st ed. 2014.. ed.). Wiesbaden :: Springer Fachmedien Wiesbaden : Imprint: Springer VS.</p> <p>Mast, C. (2012). <i>Neuorientierung im Wirtschaftsjournalismus: Redaktionelle Strategien und Publikumserwartungen</i>. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Matthes, J. (2007). <i>Framing-Effekte : Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten</i> (1. Auflage 2007. ed.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & KG.</p> <p>Matthes, J. (2014). <i>Framing</i> (1. Auflage 2014. ed.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & KG.</p> <p>Peemöller, Volker H, Krehl, Harald, Hofmann, Stefan, & Lack, Jana. (2020). <i>Bilanzskandale</i>. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Wiedemann, Thomas, & Lohmeier, Christine. (2019). <i>Diskursanalyse Für Die Kommunikationswissenschaft</i>. Wiesbaden: Springer Vieweg. in Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.</p> <p>Richardson, J. (2007). <i>Analysing newspapers : An approach from critical discourse analysis</i> (1. publ.. ed.). Basingstoke [u.a.]: Palgrave Macmillan.</p> <p>Roush, C. (2012). <i>Profits and losses : Business journalism & its role in society</i> (2.nd ed.). Oak Park: Marion Street Press, LLC.</p> <p>Schiffrin, A. (2010). <i>Bad News: How America's Business Press Missed the Story of the Century</i>. New Press.</p> <p>Shaw, I.S. (2015). <i>Business Journalism: A Critical Political Economy Approach</i> (1st ed.). Routledge.</p>
-------------------	--

	<p>Starkman, D. (2014). <i>The watchdog that didn't bark : : The financial crisis and the disappearance of investigative reporting</i> (Columbia Journalism Review Books). New York :: Columbia University Press.</p> <p>Strauß, N. (2019). Financial journalism in the post-crisis era: a recent assessment of the role of financial journalist for financial markets. <i>Journalism</i>, 20(2), 274–291.</p> <p>Strycharz, J., Strauß, N., & Trilling, D. (2018). The role of media coverage in explaining stock market fluctuations: Insights for strategic financial communication. <i>International Journal of Strategic Communication</i>, 21(1), 67–85.</p> <p>Tambini, Damian. (2010). „What Are Financial Journalists For?“ <i>Journalism Studies</i> 11.</p> <p>Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2015). <i>Methods of critical discourse studies</i>. Sage.</p> <p>Zeranski, Stefan and Sancak, Ibrahim E. (2020). <i>Does the 'Wirecard AG' Case Address FinTech Crises?</i>. Available at SSRN 3666939.</p>
--	--

Genehmigt durch Studiengangsleitung

Quellen:

- Der Standard. 2020. „Erstmals ist ein Dax-Konzern insolvent: Wirecard fällt ins eigene Bilanzloch“, 26. Juni 2020. <https://www.derstandard.at/story/2000118322310/erstmal-ist-ein-dax-konzern-insolvent-wirecard-faellt-ins-eigene>.
- Doyle, Gillian. 2006. „Financial News Journalism: A Post-Enron Analysis of Approaches towards Economic and Financial News Production in the UK“. *Journalism: Theory, Practice & Criticism* 7 (4): 433–52. <https://doi.org/10.1177/1464884906068361>.
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51.
- Keller, Reiner. 2011. *Diskursforschung: eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. 4. Auflage. *Qualitative Sozialforschung*, Band 14. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kuckartz, U. (2014). *Mixed Methods : Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren* (1st ed. 2014.. ed.). Wiesbaden :: Springer Fachmedien Wiesbaden : Imprint: Springer VS.
- Matthes, J. (2014). *Framing* (1. Auflage 2014. ed.). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & KG.
- Tambini, Damian. 2010. „What Are Financial Journalists For?“ *Journalism Studies* 11. <https://doi.org/10.1080/14616700903378661>.
- Ueckerseifer, Ulrich. 2020. „Aufstieg und Fall eines Börsenlieblings“. [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de/wirtschaft/wirecard-127.html), 22. Juni 2020. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/wirecard-127.html>.
- Wiedemann, Thomas, und Christine Lohmeier, Hrsg. 2019. *Diskursanalyse für die Kommunikationswissenschaft: Theorie, Vorgehen, Erweiterungen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25186-4>.

Online-Quellen:

ma 2020 Pressemedien II: <https://www.ma-reichweiten.de/index.php?fm=1&tt=1&mt=1&vs=3&m0=0&m1=-1&m2=-1&m3=-1&b2=0&vj=1&ms=45&mg=a0&bz=0&d0=0&rs=44&d1=1&vr=2&d2=2&sc=000&d3=-1>

Artikelliste Framing-Analyse

NR.	Datum	Jahr	KW	Meldung	Zeitung
1	09.04.2015	2015	15	Wirecard erwartet bald Durcruch für Handy-Bezahldienste	Handelsblatt
2	09.04.2015	2015	15	Finanzen Kompakt	Die Welt
3	09.04.2015	2015	15	Wirecard wird profitabel	FAZ
4	07.04.2015	2015	15	Dax klebt an der 12.000-Punkte-Marke	Die Welt
5	19.08.2015	2015	34	Tops & Flops	FAZ
6	19.08.2015	2015	34	Talfahrt der RWE-Aktie setzt sich ungebremst fort	Die Welt
7	18.08.2015	2015	34	DIE MÄRKTE HEUTE Wal-Mart und Wienerberger liefern Zahlen	Handelsblatt
8	17.08.2015	2015	34	TERMINE DER WOCHE Zahlen aus den hinteren Börsenreihen	Handelsblatt
9	08.11.2015	2015	45	Die Perlen liegen im Tec-Dax	FAZ
10	06.11.2015	2015	45	Einige Tec-Dax-Werte mit Kaufsignalen	FAZ
11	06.11.2015	2015	45	Wirecard profitiert	FAZ
12	04.11.2015	2015	45	Die jungen Wilden	Handelsblatt
13	22.11.2015	2015	47	So verdienen Anleger am Online-Handel	FAZ
14	19.11.2015	2015	47	Terrorsorgen verderben Anlegern die Kauflaune	Die Welt
15	18.11.2015	2015	47	DIE MÄRKTE HEUTE Wenige neue Daten erwartet	Handelsblatt
16	19.11.2015	2015	47	Geschäftsmodell Dispo	SZ
17	26.02.2016	2016	8	Wirecard erholt sich nur langsam	Handelsblatt
18	26.02.2016	2016	8	WIRECARD Wildwest an der Börse	Handelsblatt
19	25.02.2016	2016	8	Kurssturz ruft Aufseher auf den Plan	Handelsblatt
20	25.02.2016	2016	8	Dax bleibt fest im Klammergriff des Öls	Die Welt
21	25.02.2016	2016	8	Finanzen Kompakt	Die Welt
22	25.02.2016	2016	8	Wirecard: "Kein Betrug"	FAZ
23	25.02.2016	2016	8	Fallender Ölpreis drückt Aktienkurse nach unten	SZ
24	25.02.2016	2016	8	Angriff aus dem Hinterhalt	SZ
25	18.11.2016	2016	46	Tops & Flops	FAZ
26	17.11.2016	2016	46	FINANZMÄRKTE Ernüchterte Anleger	Handelsblatt
27	17.11.2016	2016	46	Anleihe drückt Bayer-Aktie tief in die Verlustzone	Die Welt
28	17.11.2016	2016	46	Börsenrally vorerst beendet Internationale Finanzmärkte	FAZ
29	17.11.2016	2016	46	Wirecard rechnet mit Gewinnplus	FAZ
30	17.11.2016	2016	46	Bayer-Aktie belastet den Dax	SZ
31	24.02.2017	2017	8	WIRECARD-AKTIEN Staatsanwaltschaft untersucht Handel	Handelsblatt
32	24.02.2017	2017	8	Ermittlungen wegen Wirecard-Aktienhandel	FAZ
33	24.02.2017	2017	8	Wirtschaft Kompakt II	Die Welt
34	23.02.2017	2017	8	CHART DES TAGES	Handelsblatt
35	24.02.2017	2017	8	Ermittlungen um Wirecard KURZ GEMELDET	SZ
36	23.02.2017	2017	8	Dax steigt über 12000-Punkte-Marke	SZ
37	14.07.2017	2017	28	ASIATISCHE MARKTFÜHRER Angreifer aus Fernost	Handelsblatt
38	12.07.2017	2017	28	Tops & Flops	FAZ
39	12.07.2017	2017	28	Anleger warten auf Signale zur US-Geldpolitik	Die Welt
40	11.07.2017	2017	28	Machtkampf um die Ladenkasse	FAZ
41	11.07.2017	2017	28	Chinesische Revolution an der Ladenkasse	Die Welt
42	10.07.2017	2017	28	So läuft das Geschäft mit den China-Shoppern	BILD
43	12.07.2017	2017	28	Anleger warten auf Fed-Bericht	SZ
44	17.06.2018	2018	24	TOPS UND FLOPS	FAZ
45	16.06.2018	2018	24	Allianz denkt an einen deutschen Bezahlservice	FAZ
46	15.06.2018	2018	24	Der Tec-Dax gewinnt weiter an Bedeutung	FAZ
47	14.06.2018	2018	24	Der TecDax hängt alle ab FINANZMÄRKTE	Handelsblatt
48	14.06.2018	2018	24	Attacke der jungen Wilden	Handelsblatt
49	14.06.2018	2018	24	So jung - so teuer ZAHLUNGSVERKEHR	Handelsblatt
50	14.06.2018	2018	24	In Italien beruhigen sich die Märkte Internationale Finanzmärkte	FAZ
51	14.06.2018	2018	24	Adyen mit rasantem Börsendebüt	FAZ
52	14.06.2018	2018	24	Abwartende Haltung vor US-Zinsentscheid	Die Welt
53	13.06.2018	2018	24	KAUFEN - HALTEN - VERKAUFEN	Handelsblatt
54	13.06.2018	2018	24	Einträgliche Tipps	Handelsblatt
55	11.06.2018	2018	24	So verwalten Sie Ihre Finanzen per Handy SMARTPHONE-BANKEN	Handelsblatt
56	14.06.2018	2018	24	Dax mit leichten Gewinnen - Siemens-Aktie gefragt	SZ

NR.	Datum	Jahr	KW	Meldung	Zeitung
57	14.10.2018	2018	41	Immer wieder Kasper Rorsted NAMEN & NACHRICHTEN	FAZ
58	13.10.2018	2018	41	War's das schon wieder? Dax gibt Tagesgewinn ab	Die Welt
59	13.10.2018	2018	41	"Bayern-Dax" kennt keine Krise	Die Welt
60	13.10.2018	2018	41	Gute Zahlen von Banken sind eine kleine Stütze Internationale Finanzmärkte	FAZ
61	13.10.2018	2018	41	Tops & Flops	FAZ
62	13.10.2018	2018	41	Eine Woche mit wenigen Gewinnern BÖRSENWOCHE	FAZ
63	12.10.2018	2018	41	Gründe für das Kurschaos WIRECARD	Handelsblatt
64	12.10.2018	2018	41	Flucht aus dem Risiko	Handelsblatt
65	11.10.2018	2018	41	Italienische Finanzpolitik macht Anleger nervös	Die Welt
66	11.10.2018	2018	41	Google bringt Paypal an die Ladenkassen MOBILES BEZAHLEN	Handelsblatt
67	11.10.2018	2018	41	Qualität statt Fantasie	Handelsblatt
68	11.10.2018	2018	41	Ausverkauf der Technologieaktien	FAZ
69	11.10.2018	2018	41	Paypal kooperiert mit Google Pay in Deutschland	FAZ
70	10.10.2018	2018	41	Dax schafft es nach schwachem Tag ins Plus	Die Welt
71	10.10.2018	2018	41	Wirtschaft Kompakt II	Die Welt
72	10.10.2018	2018	41	Dax rettet sich ins Plus FINANZMÄRKTE	Handelsblatt
73	10.10.2018	2018	41	Kühne Ziele nach dem Kurssturz WIRECARD	Handelsblatt
74	10.10.2018	2018	41	"Wir haben ein Mentalitätsproblem" CHRISTIAN LINDNER	Handelsblatt
75	10.10.2018	2018	41	Der Dax fängt sich wieder Internationale Finanzmärkte	FAZ
76	10.10.2018	2018	41	Dax-Neuling Wirecard setzt sich ehrgeizige Ziele	FAZ
77	09.10.2018	2018	41	Zinsängste und Italien belasten Aktienmarkt	Die Welt
78	09.10.2018	2018	41	Italien-Angst lässt Kurse stürzen FINANZMÄRKTE	Handelsblatt
79	09.10.2018	2018	41	Kaum Ausländer in den Vorständen TOPMANAGEMENT	Handelsblatt
80	09.10.2018	2018	41	Von Deutschland aus in die Welt	Handelsblatt
81	09.10.2018	2018	41	DIE MÄRKTE HEUTE	Handelsblatt
82	09.10.2018	2018	41	Mächtige Indexanbieter	FAZ
83	09.10.2018	2018	41	Alles in Rot an Europas Aktienmärkten Internationale Finanzmärkte	FAZ
84	09.10.2018	2018	41	Der Dax rutscht unter 12 000 Punkte	FAZ
85	13.10.2018	2018	41	Versöhnlicher Wochenausklang BÖRSE VOM FREITAG	SZ
86	12.10.2018	2018	41	Abwärts mit Ansage	SZ
87	11.10.2018	2018	41	Anleger sehen zu viele Risiken	SZ
88	11.10.2018	2018	41	Bezahlen auf amerikanisch	SZ
89	10.10.2018	2018	41	Aktie von Ceconomy bricht ein	SZ
90	10.10.2018	2018	41	Wirecard bringt Unruhe in den Dax	SZ
91	09.10.2018	2018	41	Ins Schaufenster, was läuft	SZ
92	09.10.2018	2018	41	Dax fällt unter 12000 Punkte	SZ
93	10.02.2019	2019	6	Wirecards Absturz	FAZ
94	09.02.2019	2019	6	Dax weitet seine Vortagsverluste aus	Die Welt
95	09.02.2019	2019	6	Dax fällt unter 11 000 Punkte Internationale Finanzmärkte	FAZ
96	09.02.2019	2019	6	Nervöse Anleger BÖRSENWOCHE	FAZ
97	09.02.2019	2019	6	An den Märkten wächst die Angst vor dem Krisencocktail	FAZ
98	09.02.2019	2019	6	Polizei durchsucht Wirecard-Büros in Singapur	FAZ
99	08.02.2019	2019	6	Konjunktursorgen schicken Dax talwärts	Die Welt
100	08.02.2019	2019	6	Wirecard stürzt wieder ab FINANZMÄRKTE	Handelsblatt
101	08.02.2019	2019	6	Konjunktursorgen ergreifen die Märkte	FAZ
102	08.02.2019	2019	6	Zum dritten Mal Betrugsvorwürfe gegen Wirecard	FAZ
103	06.02.2019	2019	6	Dax-Rallye gewinnt trotz Sorgen an Fahrt	Die Welt
104	06.02.2019	2019	6	Wirecard-Aktie legt weiter zu FINANZMÄRKTE	Handelsblatt
105	06.02.2019	2019	6	"Die Aussage eines renommierten Prüfers würde helfen" CHRISTIAN STRENGER	Handelsblatt
106	06.02.2019	2019	6	Wirecard muss jetzt liefern LEITARTIKEL	Handelsblatt
107	06.02.2019	2019	6	Anleger schöpfen wieder Hoffnung Internationale Finanzmärkte	FAZ
108	06.02.2019	2019	6	Die Börse schenkt Wirecard wieder Vertrauen	FAZ
109	05.02.2019	2019	6	Dax gleicht Verluste zum Handelsschluss wieder aus	Die Welt
110	05.02.2019	2019	6	Wirecard und der Fünf-Milliarden-Sturz	Die Welt
111	05.02.2019	2019	6	KAUFEN - HALTEN - VERKAUFEN	Handelsblatt
112	05.02.2019	2019	6	WORTE DES TAGES	Handelsblatt
113	05.02.2019	2019	6	Mehr Fragen als Antworten	Handelsblatt
114	05.02.2019	2019	6	Wirecard kämpft um Vertrauen	Handelsblatt
115	05.02.2019	2019	6	Wenig Bewegung am deutschen Aktienmarkt Internationale Finanzmärkte	FAZ
116	05.02.2019	2019	6	Angriffsziel Wirecard	FAZ
117	05.02.2019	2019	6	Wirecard kämpft um Vertrauen	FAZ

NR.	Datum	Jahr	KW	Meldung	Zeitung
118	05.02.2019	2019	6	Ein Milliardär in der Defensive MENSCHEN & WIRTSCHAFT	FAZ
119	05.02.2019	2019	6	Betrugsvorwürfe gegen Zahlungsdienst Wirecard	FAZ
120	04.02.2019	2019	6	Aktienmärkte zeigen sich deutlich robuster	Die Welt
121	04.02.2019	2019	6	KAUFEN - HALTEN - VERKAUFEN	Handelsblatt
122	04.02.2019	2019	6	Neuanfang oder weiterer Absturz?	Handelsblatt
123	04.02.2019	2019	6	Nach Kursabsturz bemüht sich Wirecard um Aufklärung	FAZ
124	09.02.2019	2019	6	Dax fällt unter 11000 Punkte	SZ
125	09.02.2019	2019	6	Besuch von der Polizei	SZ
126	08.02.2019	2019	6	Wirecard-Aktie bricht wieder ein	SZ
127	08.02.2019	2019	6	Dax fällt mehr als zwei Prozent	SZ
128	06.02.2019	2019	6	Auf und Ab bei Infineon-Aktie	SZ
129	05.02.2019	2019	6	Zurückhaltung zu Wochenbeginn	SZ
130	05.02.2019	2019	6	Wirecard sieht sich als Opfer einer Intrige	SZ
131	20.10.2019	2019	42	TOPS UND FLOPS	FAZ
132	19.10.2019	2019	42	Wirecard leidet weiter unter Verdacht Internationale Finanzmärkte	FAZ
133	19.10.2019	2019	42	Der Dax nimmt Fahrt auf BÖRSENWOCHE	FAZ
134	18.10.2019	2019	42	Komplex und umstritten	Handelsblatt
135	18.10.2019	2019	42	Tops & Flops	FAZ
136	17.10.2019	2019	42	Quo vadis, Brexit? Anleger halten sich bedeckt	Die Welt
137	17.10.2019	2019	42	Druck auf Wirecard wächst ZAHLUNGSDIENSTLEISTER	Handelsblatt
138	17.10.2019	2019	42	Ausländer lieben Dax-Konzerne ERFOLGREICHE ANLAGEN	Handelsblatt
139	17.10.2019	2019	42	Die neue Globalisierung im Topmanagement	Handelsblatt
140	17.10.2019	2019	42	Aareal Bank statt Wirecard Tendenzen und Tipps	FAZ
141	17.10.2019	2019	42	Wirecard bemüht sich nach Kurssturz um Aufklärung	FAZ
142	16.10.2019	2019	42	Hoffnung auf Kompromiss im Brexit-Streit	Die Welt
143	16.10.2019	2019	42	Wirecard-Aktie stürzt nach Bericht ab	Die Welt
144	16.10.2019	2019	42	KAUFEN - HALTEN - VERKAUFEN	Handelsblatt
145	16.10.2019	2019	42	Neue Zweifel an Wirecard-Bilanz	Handelsblatt
146	16.10.2019	2019	42	Aus Fehlern nichts gelernt WIRECARD	Handelsblatt
147	16.10.2019	2019	42	Dax klettert auf Jahreshoch Internationale Finanzmärkte	FAZ
148	16.10.2019	2019	42	Tops & Flops	FAZ
149	16.10.2019	2019	42	Wirecard im Sog	FAZ
150	16.10.2019	2019	42	Neue Vorwürfe gegen Wirecard schockieren die Börse	FAZ
151	17.10.2019	2019	42	Anleger vorsichtig optimistisch	SZ
152	17.10.2019	2019	42	Wirecard widerspricht	SZ
153	16.10.2019	2019	42	Hoffnung auf Brexit-Deal hilft Dax BÖRSE VOM DIENSTAG	SZ
154	16.10.2019	2019	42	Das Misstrauen der Märkte	SZ
155	16.10.2019	2019	42	HEUTE	SZ
156	28.06.2020	2020	26	Ein Hoch auf die Spekulanten	FAZ
157	28.06.2020	2020	26	Der Siemens-Chef und die Frauen NAMEN UND NACHRICHTEN	FAZ
158	28.06.2020	2020	26	Die Grenzen des Kapitalismus	FAZ
159	27.06.2020	2020	26	Erste Interessenten für den Rest von Wirecard	FAZ
160	27.06.2020	2020	26	Wirecard fliegt aus F.A.Z.-Indizes	FAZ
161	27.06.2020	2020	26	Schon gehört dass ...	FAZ
162	27.06.2020	2020	26	Nie mehr erste Liga Auf einen Espresso	FAZ
163	27.06.2020	2020	26	Finanzaufsicht gerät ins Kreuzfeuer	FAZ
164	27.06.2020	2020	26	Dax kann Anfangsschwung nicht mitnehmen	Die Welt
165	27.06.2020	2020	26	Vage Hoffnung für die Kleinen	Die Welt
166	27.06.2020	2020	26	WARUM HABEN BEI WIRECARD ALLE SO VERSAGT? Mega-Absturz	BILD
167	26.06.2020	2020	26	Was auf die Wirecard-Anleger jetzt zukommt	FAZ
168	26.06.2020	2020	26	Wirecard geht die Luft aus	FAZ
169	26.06.2020	2020	26	Das Desaster von Aschheim	FAZ
170	26.06.2020	2020	26	Ende einer Leidenschaft AKTIONÄRE	Handelsblatt
171	26.06.2020	2020	26	Wirecard stürzt wieder ab FINANZMÄRKTE	Handelsblatt
172	26.06.2020	2020	26	Ex-DWS-Chef kritisiert Börse WIRECARD	Handelsblatt
173	26.06.2020	2020	26	WORTE DES TAGES	Handelsblatt
174	26.06.2020	2020	26	Anleger schieben Zoll- und Corona-Ängste beiseite	Die Welt
175	26.06.2020	2020	26	Untergang im Zeitraffer	Die Welt
176	26.06.2020	2020	26	Mit Wirecard ist jetzt erstmals ein insolventer Konzern im Dax	Die Welt
177	26.06.2020	2020	26	Die Wirecardastrophe Steiler Aufstieg, tiefer Fall	BILD
178	26.06.2020	2020	26	"Behörden wollten an Erfolg von Wirecard glauben" Ex-"Financial Times"-Chef	BILD

NR.	Datum	Jahr	KW	Meldung	Zeitung
179	26.06.2020	2020	26	Liebe Kontrolleure, POST VON WAGNER	BILD
180	25.06.2020	2020	26	Drei Lehren aus dem Wirecard-Desaster für Anleihe-Investoren NEUE ANLEIHEN	FAZ
181	25.06.2020	2020	26	Neuinfektionen und Zölle belasten Börse Internationale Finanzmärkte	FAZ
182	25.06.2020	2020	26	Wirecard-Kapriolen	FAZ
183	25.06.2020	2020	26	Versicherer haften für immer mehr Manager	FAZ
184	25.06.2020	2020	26	Kunden auf dem Absprung	FAZ
185	25.06.2020	2020	26	Ohne Vertrauen	FAZ
186	25.06.2020	2020	26	Aufsicht in Erklärungsnot	FAZ
187	25.06.2020	2020	26	Unsichtbares Geld	FAZ
188	25.06.2020	2020	26	Wirecard- Kunden gehen auf Abstand	Handelsblatt
189	25.06.2020	2020	26	Gefährliche Lücken im System WIRECARD	Handelsblatt
190	25.06.2020	2020	26	Corona-Sorgen überlagern starkes Ifo-Geschäftsklima	Die Welt
191	24.06.2020	2020	26	Aufseher ohne Zähne	FAZ
192	24.06.2020	2020	26	Schnäppchen	FAZ
193	24.06.2020	2020	26	Der Wirecard-Weckruf	FAZ
194	24.06.2020	2020	26	WORTE DES TAGES	Handelsblatt
195	24.06.2020	2020	26	Erste Verhaftung bei Wirecard	Handelsblatt
196	24.06.2020	2020	26	Frisch aus der U-Haft	Die Welt
197	23.06.2020	2020	26	Raus aus dem Dax	FAZ
198	23.06.2020	2020	26	Die Möglichkeiten der Wirecard-Anleger	FAZ
199	23.06.2020	2020	26	Finanzaufsicht gibt Fehler bei Wirecard zu	FAZ
200	23.06.2020	2020	26	Wirecards Milliardenmann MARK TOLENTINO	Handelsblatt
201	23.06.2020	2020	26	KAUFEN - HALTEN - VERKAUFEN	Handelsblatt
202	23.06.2020	2020	26	Drohende Klagewelle ERNST & YOUNG	Handelsblatt
203	23.06.2020	2020	26	Betrug als Menetekel	Die Welt
204	23.06.2020	2020	26	Die alte Bankenwelt richtet über den Emporkömmling	Die Welt
205	23.06.2020	2020	26	Gewaltige Blamage für den Wirtschaftsstandort	Die Welt
206	22.06.2020	2020	26	Milliarden verzweifelt gesucht	Handelsblatt
207	22.06.2020	2020	26	Mehr Werte für den Dax ERSTE BÖRSENLIGA	Handelsblatt
208	22.06.2020	2020	26	Wirtschaft Kompakt	Die Welt
209	24.06.2020	2020	26	Der Wirecard-Wahnsinn KEINE Bilanz, KEINE Milliarden, Chef kommt auf Kautions frei	BILD
210	27.06.2020	2020	26	Luftbuchung Aktuelles Lexikon	SZ
211	27.06.2020	2020	26	Dax gibt Gewinne ab BÖRSE VOM FREITAG	SZ
212	27.06.2020	2020	26	Deutliche Kritik an Wirecard-Prüfern	SZ
213	26.06.2020	2020	26	Anleger bleiben vorsichtig	SZ
214	26.06.2020	2020	26	Was Wirecard-Anleger wissen sollten	SZ
215	26.06.2020	2020	26	Das Kartenhaus	SZ
216	26.06.2020	2020	26	Wirecard steht vor der Pleite	SZ
217	24.06.2020	2020	26	Der Absturz	SZ
218	23.06.2020	2020	26	Wirecard über Wirecard	SZ
219	23.06.2020	2020	26	Abschied von der Glitzerwelt	SZ
220	23.06.2020	2020	26	Wirecard-Aktien stürzen weiter ab BÖRSE VOM MONTAG	SZ
221	23.06.2020	2020	26	Wegschauen mit aller Macht WIRECARD	SZ
222	22.06.2020	2020	26	Deutsche Hybris WIRECARD	SZ
223	22.06.2020	2020	26	Zahlungsverkehr	SZ
224	22.06.2020	2020	26	Dunkle Tunnel	SZ
225	06.09.2020	2020	36	Das Schattenreich des Jan Marsalek	FAZ
226	05.09.2020	2020	36	Das geheimnisvolle Corona-Hoch BÖRSENLIGA	FAZ
227	05.09.2020	2020	36	Herbstzeitlose vor der Welke Auf einen Espresso	FAZ
228	05.09.2020	2020	36	Das Ende eines Sommermärchens	FAZ
229	04.09.2020	2020	36	Prüfung für Prüfer NACH DEM WIRECARD-SKANDAL	Handelsblatt
230	04.09.2020	2020	36	"Keine schnelle Erholung" AXEL WEBER	Handelsblatt
231	04.09.2020	2020	36	"Klare Schritte zu mehr europäischer Integration" IM WORTLAUT	Handelsblatt
232	04.09.2020	2020	36	Insiderhandel bei Union Investment	FAZ
233	04.09.2020	2020	36	Wirecard: Anleger verklagen EY	FAZ
234	04.09.2020	2020	36	Scholz fordert mehr Biss	FAZ
235	03.09.2020	2020	36	Railsbank kämpft um das Vertrauen der Kunden FINTECH-BRANCHE	Handelsblatt
236	03.09.2020	2020	36	Sorge um die Banken	Handelsblatt
237	03.09.2020	2020	36	Der Schaden für EY	FAZ
238	03.09.2020	2020	36	Bafin-Chef Hufeld will kein Drückeberger sein MENSCHEN UND WIRTSCHAFT	FAZ
239	03.09.2020	2020	36	Mann der Wirtschaft	FAZ

NR.	Datum	Jahr	KW	Meldung	Zeitung
240	03.09.2020	2020	36	LEIPZIG Leipzig	BILD
241	03.09.2020	2020	36	"Verhaftet diesen Haufen Krimineller!" BaFin-Chef über Wirecard-Skandal	BILD
242	02.09.2020	2020	36	ID Now übernimmt Wirecard-Tochter FINTECH	Handelsblatt
243	02.09.2020	2020	36	Untersuchungsausschuss zur Wirecard-Pleite kommt	Die Welt
244	02.09.2020	2020	36	ID Now übernimmt Wirecard-Tochter	Die Welt
245	02.09.2020	2020	36	Was Anleger noch tun können	FAZ
246	02.09.2020	2020	36	Der politische Wirecard-Skandal	FAZ
247	01.09.2020	2020	36	Der Geldwäsche-Bekämpfer CHRISTOF SCHULTE	Handelsblatt
248	01.09.2020	2020	36	Otto will künftig selbst kassieren ONLINEHANDEL	Handelsblatt
249	31.08.2020	2020	36	LBBW erhöht die Risikovorsorge deutlich HALBJAHRESZAHLEN	Handelsblatt
250	31.08.2020	2020	36	DZ Bank verschiebt Dividende "zähneknirschend" HALBJAHRESBILANZ	Handelsblatt
251	31.08.2020	2020	36	Wirecards Horror-Bilanz INSOLVENZBERICHT	Handelsblatt
252	31.08.2020	2020	36	Das EY-Netzwerk FOLGEN DES WIRECARD-SKANDALS	Handelsblatt
253	31.08.2020	2020	36	Geheimsache Wirecard FLUCHTHILFE	Handelsblatt
254	31.08.2020	2020	36	Wirtschaft Kompakt	Die Welt
255	31.08.2020	2020	36	Der Sechs-Punkte-Plan	FAZ
256	05.09.2020	2020	36	Abgeordnete wollen Scholz befragen	SZ
257	05.09.2020	2020	36	Kandidat mit Rucksack OLAF SCHOLZ	SZ
258	03.09.2020	2020	36	Neue Meinung	SZ
259	03.09.2020	2020	36	Commerzbank will EY kündigen	SZ
260	03.09.2020	2020	36	"Nicht bissig genug"	SZ
261	03.09.2020	2020	36	HEUTE	SZ
262	03.09.2020	2020	36	"Verdacht von massiven Interessenkonflikten"	SZ
263	02.09.2020	2020	36	Wirecard-Tochter schlüpft bei Start-up unter	SZ
264	02.09.2020	2020	36	Kritischer Blick auf die Prüfer	SZ
265	02.09.2020	2020	36	Untersuchungsausschuss zu Wirecard kommt	SZ
266	01.09.2020	2020	36	Dax in Not	SZ
267	01.09.2020	2020	36	Zu spät, zu wenig WIRECARD	SZ
268	01.09.2020	2020	36	Staat greift auf Vermögen von Ex-Wirecard-Chef zu	SZ
269	31.08.2020	2020	36	Es geht nicht nur um Wirecard FORUM	SZ
270	31.08.2020	2020	36	Reingelegt	SZ