

5 Auswertung

Die Zeitschriften wurden quartalsweise und nicht titelweise kodiert, um den Einfluss von Lerneffekten auf die Auswertung der später kodierten Titel auszuschließen. Innerhalb der Quartalsauswertung wurden die Zeitschriften der alphabetischen Reihenfolge ihrer Titel folgend bearbeitet. Die Kennziffer wurde fortlaufend vergeben.

Die kodierten Daten wurden – da es nur einen Kodierer gab – direkt im Personal-Computer erfasst. Während des Erfassungsvorganges wurden die Daten kontrolliert, da die Software es ermöglicht, einen engen Wertebereich als allein gültig vorzugeben. Nach der gesamten Erfassung wurden die Daten noch einmal abschließend auf widersprüchliche Werte durchgesehen.

Die Erfassung und Auswertung der Daten erfolgte mithilfe des Softwareprogramms SPSS, Version 10.0.7. (Standardversion plus Zusatzmodule Professional Statistics, Advanced Statistics und Tables).

In diesem Kapitel wird die Auswertung der Daten nach den Hauptkategorien geordnet dargestellt. Die Beurteilung der Hypothesen erfolgt – entsprechend ihrer Reihenfolge – innerhalb der sie betreffenden Hauptkategorien.

Insgesamt wurden in der Untersuchungsgrundgesamtheit 1.078 Beiträge mit medizinischem Inhalt identifiziert und ausgewertet.

5.1 Formale Gestaltung

Die 1.078 Beiträge mit medizinischem Inhalt verteilen sich ungleichmäßig auf die verschiedenen Titel. Spitzenreiter ist die *Neue Post*, in der insgesamt 130 Beiträge (12,1 % der ermittelten Texte) gefunden wurden, das heißt: durchschnittlich 32,5 Medizinbeiträge pro Ausgabe. Am anderen Ende der Häufigkeitenliste stehen die Titel *Essen & Trinken* und *rtv*, auf die insgesamt nur 7 (0,6 %) Nennungen entfallen, das entspricht 1,75 Medizinbeiträge pro Ausgabe, und die *Schöner Wohnen*, für die in allen sechs Ausgaben kein Medizinbeitrag kodiert wurde. Wären die Beiträge gleich verteilt, wären pro Titel 49 Beiträge kodiert worden. Diesem Durchschnittswert entsprechen Zeitschriften wie die *freundin* (45 Nennungen) und das *Journal für die Frau* (52 Nennungen).

Abbildung 5-1: Häufigkeit von Medizinbeiträgen je Titel

Zeitschrift	Titelgruppe	Häufigkeit	Prozent
Neue Post	Y	130	12,1
Frau im Spiegel	Y	99	9,2
Die Aktuelle	Y	92	8,5
Bild der Frau	w	90	8,3
Auf einen Blick	Y	87	8,1
Freizeit Revue	Y	87	8,1
Tina	w	86	8,0
Journal für die Frau	14	52	4,8
Freundin	14	45	4,2
Bunte	R	42	3,9
Brigitte	14	40	3,7
Für Sie	14	39	3,6
Meine Familie & Ich	F	32	3,0
Das Beste	R	30	2,8
Petra	R	28	2,6
Funk Uhr	R	25	2,3
Mein schöner Garten	F	18	1,7
Prisma	R	17	1,6
Fernsehwoche	R	16	1,5
Burda Moden	F	10	0,9
Essen & Trinken	F	7	0,6
rtv	R	6	0,6
Total		1.078	100,0

Diese Tabelle stellt dar, wie viele Texte mit medizinischem Inhalt pro Zeitschriftentitel ermittelt wurden. In der mittleren Spalte sind die absoluten Häufigkeiten, in der rechten Spalte der Anteil in Prozent an der Gesamtsumme wiedergegeben. „14“ sind die 14tägig erscheinenden „klassischen“ Titel, „w“ die wöchentlich erscheinenden Titel, „Y“ die Yellow-Press-Titel, „F“ die Funktionstitel und „R“ die Restgruppe.

Die **1. Hypothese** lautet: Vor allem in Zeitschriften mit speziellem Themenzuschnitt – Mode, Garten, Essen – wird über medizinische Themen seltener berichtet als in der so genannten Yellow Press. Aufgrund der ermittelten Häufigkeiten kann diese Hypothese als bestätigt gelten. In den typischen Vertretern der Gruppe Mode–Garten– Essen/Trinken wird deutlich seltener über medizinische Themen berichtet. Auf *Meine Familie & Ich* entfallen 3 Prozent der Nennungen, auf *Mein schöner Garten* 1,7 Prozent, auf *Essen & Trinken* 0,6 Prozent und auf *Burda Moden* 0,9 Prozent. In *Schöner Wohnen* wurde überhaupt kein Medizinbeitrag gefunden. Umgekehrt nehmen die Vertreter der Yellow Press mit 9,2 Prozent (*Frau im Spiegel*) und 12,1 Prozent (*Neue Post*) der Nennungen die Spitzenplätze ein, die anderen Vertreter dieser Zeitschriftengruppe besetzen die Rangplätze 3, 5 und 6.

Eine genauere Betrachtung der Daten zeigt, dass sich mithilfe des Kriteriums „Anzahl Medizinbeiträge pro Ausgabe“ allein keine Zeitschriftengruppen bilden lassen. Die Verteilung von 0,6 bis 12,1 Prozent ist annähernd gleichmäßig, nur im Bereich zwischen fünf und acht Prozent findet sich kein Titel.

Die in dieser Inhaltsanalyse ermittelten Daten sind nicht ohne weiteres mit anderen Ergebnissen aus der Literatur zu vergleichen. Denn es variieren die Kriterien für die Klassifikation als redaktioneller Beitrag mit medizinischem Inhalt in den Untersuchungen (siehe auch Kap. 3.2, Untersuchungen zum Thema Medizin/Gesundheit in der Publikumspresse). Die Kriterien von einigen Autoren bleiben sogar unklar. Außerdem sind einige vergleichbare Untersuchungen bereits 20 Jahre älter – ein Zeitraum, in dem die Zeitschriften ihr redaktionelles Konzept grundlegend geändert haben könnten.

Trotz aller Vorsicht scheinen jedoch manche Literaturangaben durch die Ergebnisse dieser Untersuchung bestätigt zu werden. So wurden von Fiedler pro Ausgabe der *Brigitte* durchschnittlich 7,4 medizinische Beiträge gefunden, in dieser Studie beträgt der vergleichbare Wert 10. Für die *Für Sie* hat Fiedler 10,7 Beiträge pro Ausgabe ermittelt, in dieser Untersuchung entfielen durchschnittlich 9,8 Beiträge darauf (vgl. Fiedler E. 1989, S. 53).

Die von Koch ermittelten Werte⁴⁰ (vgl. Koch C. 1983, S. 97) liegen zumeist unter vergleichbaren Werten. Auch Mersheim (vgl. Mersheim H. 1978, S. 93) hat deutlich weniger Beiträge in der von ihm untersuchten Zeitschrift gefunden. Möglicherweise wirkt sich hier der zeitliche Abstand der Untersuchung (mehr als 20 Jahre) aus, sicher auch eine unterschiedliche Medizinbeitrag-Definition. So wäre es möglich, dass Mersheim kurze, produktbezogene Beiträge von vornherein nicht als medizinischen Beitrag, sondern als Werbung gewertet hat.

⁴⁰ Berücksichtigt wurden für den Vergleich nur von Koch als „Beiträge“ kodierte Texte, nicht „Teilbeiträge“ und „selbstständige Fotos“.

Oette hat in einer aktuellen Arbeit im Vergleich zu dieser Untersuchung einen etwas größeren Anteil von Medizinberichten in der *Bunten* und einen etwas geringeren Anteil in der *tina* gefunden (vgl. Oette M. 2000, S. 112).

Ringelmann hebt sich mit ihrer Analyse von den anderen Autoren deutlich ab. Sie hat bei der *Bunten* 51 medizinische Beiträge in einem Erscheinungsjahr kodiert, bei *Brigitte* 44 Artikel und bei der *freundin* 62 Artikel (vgl. Ringelmann V. 1991, Anhang). Diese doch im Vergleich niedrigen Werte lassen sich damit erklären, dass die Autorin nur solche Beiträge kodiert hat, die „in ihrer Sparten- oder Rubrikenbezeichnung die Begriffe *Gesundheit, Medizin oder daraus abgeleitete Worte führen*“ (Ringelmann V. 1991, S. 82).

Andere Autoren haben entweder nur Teilaspekte der Medizin wie Stress untersucht oder sich auf bestimmte Beiträge wie Ratgeberartikel spezialisiert und sind daher, auch wenn dieselben Titel untersucht wurden, nicht vergleichbar.

Eine Übersicht über die Häufigkeit von medizinischen Beiträgen pro Ausgabe gibt die folgende Tabelle.

Abbildung 5-2: Häufigkeit medizinischer Beiträge: Vergleich der Ergebnisse verschiedener Inhaltsanalysen

Zeitschrift	Diese Untersuchung	Fiedler 1983	Koch 1983	Merscheid 1978	Oette 2000	Ringelmann 1991
Brigitte	10,0	7,4	6,7			1,7
Für Sie	9,8	10,7				
Frau im Spiegel	24,8		8,0			
tina	21,5		10,0		13,4	
Bunte	10,5			3,5	15,3	1,0
freundin	11,3					2,4

In dieser Tabelle wird die Häufigkeit von redaktionellen Beiträgen mit medizinischem Inhalt, die in dieser Untersuchung ermittelt wurden, mit den Ergebnissen anderer Inhaltsanalysen verglichen. Die Zahlen geben den Durchschnittswert „Medizinbeiträge pro ausgewertete Ausgabe“, gerundet auf die erste Stelle hinter dem Komma, wieder.

Die Funktionsanalyse des Jahreszeitenverlages geht bei der Untersuchung etwas anders vor. Es wird die Zusammensetzung einer durchschnittlichen Ausgabe, angegeben in Themengruppen in Prozent, bestimmt. Somit sind die Daten nicht direkt mit den in dieser Untersuchung ermittelten Häufigkeiten vergleichbar. Einen Hinweis auf die Übereinstimmung ergibt sich aber, wenn die Extremwerte der Häufigkeitsauswertung mit

den in der Funktionsanalyse ermittelten Daten (vgl. o.V. 1991, S. 48-49) in Beziehung gesetzt werden (siehe Tabelle unten).

Abbildung 5-3: Vergleich Rangplatz bez. Häufigkeit mit Anteil an Gesamtumfang laut Frequenzanalyse

Zeitschrift	Rangplatz	Prozent pro Ausgabe
Neue Post	1	5,7
Frau im Spiegel	2	8,0
Die Aktuelle	3	7,3
Fernsehwoche	19	3,8
Burda Moden	20	1,1
Essen & Trinken	21	0,9

In dieser Abbildung sind in der mittleren Spalte die ersten und letzten drei Rangplätze in der Kategorie „Häufigkeit medizinischer Artikel pro durchschnittlicher Ausgabe) aufgelistet⁴¹. Rechts stehen im Vergleich dazu die Anteile, die das Thema Gesundheit und Medizin in einer durchschnittlichen Ausgabe laut der Funktionsanalyse eingenommen hat.

Ersichtlich ist aus diesem Vergleich, dass die Zeitschriften, die in dieser Analyse besonders häufig über Medizin berichtet haben, in der Funktionsanalyse eine deutlich höhere Themen-Produkt-Nähe erreicht haben als die Titel, die laut dieser Analyse selten über Medizin berichtet haben.

Zentrales Thema bei den folgenden drei Hypothesen ist die Hervorhebung, welche Medizinbeiträge erfahren können.

Die **Hypothese 2** lautet: Beiträge mit medizinischem Inhalt werden nur selten auf dem Titelblatt angekündigt.

⁴¹ Dabei bleibt die *ntv* (Platz 22) unberücksichtigt, da dieser Titel in der Funktionsanalyse 1991 nicht ausgewertet wurde.

Abbildung 5-4: Ankündigung von Beiträgen auf der Titelseite

Ankündigung Titelseite	Häufigkeit	Prozent
Nein	981	91,0
Ja	97	9,0
Total	1.078	100,0

Diese Tabelle gibt die Häufigkeit der Ankündigung eines Beitrags auf dem Titelblatt wieder. Die mittlere Spalte enthält die absoluten Werte, die rechte die Prozente.

Die Auswertung ergibt ein eindeutiges Ergebnis: Mit 91 Prozent wird die überwiegende Mehrzahl der Beiträge nicht auf dem Titelblatt angekündigt. Damit kann die Hypothese 2 als zutreffend bezeichnet werden.

Bei der differenzierten Betrachtung der einzelnen Titel ist festzustellen, dass einige (*Funk Uhr*, *Fernsehwoche* und *Das Beste*) relativ viel Beiträge, rund ein Drittel, auch auf dem Titelblatt ankündigen.

Abbildung 5-5: Ankündigung auf dem Titelblatt je Zeitschrift

Nennung Titelblatt		
	Ja in %	Gesamt
Auf einen Blick	6,9	87
Bild der Frau	4,4	90
Brigitte	12,5	40
Bunte	9,5	42
Burda Moden		10
Das Beste	30,0	30
Die Aktuelle	1,1	92
Essen & Trinken		7
Fernsehwoche	37,5	16
Frau im Spiegel	19,2	99
Freizeit Revue	8,0	87
Freundin	2,2	45
Funk Uhr	28,0	25
Für Sie	7,7	39

Nennung Titelblatt		
Journal für die Frau	9,6	52
Mein schöner Garten	5,6	18
Meine Familie & Ich		32
Neue Post	8,5	130
Petra	3,6	28
Prisma	5,9	17
rtv		6
Tina	7,0	86
Gesamt	9,0	1.078

Diese Kreuztabelle verdeutlicht, wie häufig bei jedem Titel Medizinbeiträge auf der Titelseite angekündigt werden.

In wiederum anderen Zeitschriften wie *Burda Moden*, *rtv*, *Meine Familie & Ich* und *Essen & Trinken* ist im Untersuchungszeitraum kein Beitrag mit medizinischem Inhalt auf der Titelseite angekündigt worden. Diese letztgenannten Zeitschriften zeichnen sich nicht durch besonders kurze Beiträge aus. Die Nichtnennung auf dem Titelblatt kann also nicht durch eher unbedeutende Meldungen im redaktionellen Teil, die sich nicht zur Ankündigung anböten, erklärt werden, sondern wohl eher durch eine redaktionelle Vorgabe.

Die **Hypothese 3** lautet: In der Mehrzahl der Fälle beträgt die Länge von Beiträgen mit medizinischem Inhalt weniger als eine Seite.

Zur Prüfung dieser Hypothese wird die Variable Gesamtumfang in Prozent pro Seite verwendet, nicht etwa die Variablen Bildumfang, Textumfang oder Gesamtumfang in absoluten Werten.

Abbildung 5-6: Gesamtumfang von Medizinbeiträgen in Bezug zur Zeitschriftenseite

Seitenprozent	Häufigkeit	Prozent
<= 10	233	21,6
>10 - 25	314	29,1
>25 - 50	176	16,3
>50 - 100	163	15,1
> 100	192	17,8
Total	1.078	100,0

In dieser Abbildung sind die einzelnen Messwerte der Variablen „Gesamtumfang in Prozent pro Seite“ zur besseren Übersicht und Bewertung in fünf Gruppen umkodiert worden. In der mittleren Spalte werden die absoluten Häufigkeiten angegeben, rechts die dazugehörigen Prozentwerte.

Werden die Häufigkeiten der ersten drei Gruppen (Artikel mit einem Umfang von bis zu zehn Prozent einer redaktionellen Seite, über zehn bis 25 Prozent und über 25 bis 50 Prozent) zusammengezählt, so ergibt sich ein Anteil von 51,4 Prozent. Die Hypothese, dass Medizinbeiträge in der Mehrzahl der Fälle kürzer als eine Seite sind, scheint auf den ersten Blick zuzutreffen.

Ein differenziertes Bild ergibt sich bei der Analyse der Umfanggrößen der einzelnen Titel. Es gibt Zeitschriften wie *Auf einen Blick*, *Petra* und *Bild der Frau*, in denen viele Beiträge sehr klein sind, das heißt, sie messen weniger als zehn Prozent einer normalen redaktionellen Seite. Dafür ist die Zahl der Beiträge, die länger als eine Seite sind, gering. Umgekehrt gibt es Titel, deren Schwerpunkt auf über eine Seite langen Medizinbeiträgen liegt, zum Beispiel die *Fernsehwoche*, *Das Beste* und *Burda Moden*. So trifft die Hypothese für eine Teilmenge der Frauenzeitschriften doch zu.

Abbildung 5-7: Gesamtumfang von Medizinbeiträgen in Seitenprozent je Titel

Gesamtumfang in %	Titel	<= 10	>10 - 25	>25 - 50	>50 - 100	>100	Gesamt
Auf einen Blick	Y	44,8	32,2	9,2	6,9	6,9	87
Petra	R	42,9	28,6	17,9		10,7	28
Bild der Frau	w	41,1	27,8	21,1	4,4	5,6	90
Journal für die Frau	14	38,5	15,4	9,6	1,9	34,6	52

Gesamtumfang in %	Titel	<= 10	>10 - 25	>25 - 50	>50 - 100	>100	Gesamt
Freundin	14	33,3	22,2	13,3	15,6	15,6	45
Die Aktuelle	Y	28,3	30,4	22,8	5,4	13,0	92
Bunte	R	26,2	28,6	16,7		28,6	42
Mein schöner Garten	F	22,2	16,7	44,4	11,1	5,6	18
Tina	w	16,3	44,2	3,5	24,4	11,6	86
Neue Post	Y	16,2	37,7	11,5	26,2	8,5	130
Funk Uhr	R	16,0	24,0	8,0	28,0	24,0	25
Meine Familie & Ich	F	15,6	12,5	37,5	34,4		32
Prisma	R	11,8	47,1	35,3		5,9	17
Frau im Spiegel	Y	11,1	21,2	19,2	20,2	28,3	99
Freizeit Revue	Y	8,0	31,0	26,4	23,0	11,5	87
Brigitte	14	7,5	50,0	7,5	10,0	25,0	40
Für Sie	14	5,1	38,5	17,9	15,4	23,1	39
Burda Moden	F		10,0		10,0	80,0	10
Das Beste	R			3,3	20,0	76,7	30
Essen & Trinken	F			14,3	57,1	28,6	7
Fernsehwoche	R		6,3	18,8	12,5	62,5	16
rtv	R		33,3	33,3	33,3		6
Gesamt		21,6	29,1	16,3	15,1	17,8	1.078

Diese Kreuztabelle gibt die Verteilung der Gesamtumfänge von Medizinbeiträgen je Zeitschrift wieder. Die Umfanggrößen sind in fünf Gruppen zusammengefasst worden. Die Zeitschriftentitel sind nach der Größe des Wertes in der Spalte „kleiner als 10 Prozent“ absteigend geordnet. Deutlich wird, wie weit die durchschnittliche Beitragsgröße innerhalb der Gruppe der Frauenzeitschriften variiert. „14“ sind die 14tägig erscheinenden „klassischen“ Titel, „w“ die wöchentlich erscheinenden Titel, „Y“ die Yellow-Press-Titel, „F“ die Funktionstitel und „R“ die Restgruppe.

Ein weiterer Parameter für die Bedeutung, die Medizinbeiträgen in Zeitschriften zuteil wird, ist die Bildanzahl pro Beitrag. Die Auswertung der Häufigkeiten ergibt folgendes Bild:

Abbildung 5-8: Anzahl der Bilder in Medizinbeiträgen

Anzahl der Bilder	Häufigkeit	Prozent
0	299	27,7
1	399	37,0
2	133	12,3
3	68	6,3
4	55	5,1
5	39	3,6
6	27	2,5
7	18	1,7
8	12	1,1
9	4	0,4
10	6	0,6
11	5	0,5
12	3	0,3
13	2	0,2
14	3	0,3
16	2	0,2
17	1	0,1
18	2	0,2
Total	1.078	100,0

Diese Abbildung verdeutlicht, wie häufig Bilder zur Aufwertung von medizinischen Beiträgen verwendet werden. Die mittlere Spalte enthält die absoluten Werte, die rechte Spalte die Prozentangaben.

Zur Vereinfachung lassen sich auch hier fünf Gruppen bilden:

- Rund ein Viertel (27,7 %) aller Medizinbeiträge ist unebildert.
- Rund ein Drittel (37 %) aller Medizinbeiträge enthält ein Bild.
- Rund ein Achtel (12,3 %) aller Medizinbeiträge enthält zwei Bilder.
- Rund ein Achtel (11,4 %) aller Medizinbeiträge enthält drei oder vier Bilder.
- Rund ein Achtel (11,5 %) aller Medizinbeiträge enthält fünf oder mehr Bilder.

Die **Hypothese 4** lautet: In der Mehrzahl der Fälle sind medizinische Beiträge nicht bebildert. Aufgrund der ermittelten Daten kann diese Hypothese nicht verifiziert werden. Fast drei Viertel der medizinischen Beiträge sind bebildert.

Für die Bedeutung, die Abbildungen für die Hervorhebung medizinischer Beiträge haben, spricht auch der absolute Bildumfang. Bei der Betrachtung der Werte, die der besseren Übersicht halber im Zuge der Auswertung umkodiert wurden, wird deutlich, dass in rund der Hälfte der Fälle (51,1 %) der Gesamtumfang des Bildmaterials über 50 Quadratzentimeter beträgt. In 47 Fällen (4,4 %) ist der Bildanteil der Berichte mit mehr als 500 Quadratzentimeter sogar erstaunlich groß.

Abbildung 5-9: Bildumfang von Abbildungen in Medizinbeiträgen

Bildumfang in cm ²	Häufigkeit	Prozent
0	299	27,7
<= 25	239	22,2
>25 - 50	124	11,5
>50 - 100	125	11,6
>100 - 250	140	13,0
>250 - 500	104	9,6
> 500	47	4,4
Total	1.078	100,0

Wie diese Tabelle zeigt, ist der Umfang der Bildanteile in medizinischen Beiträgen mit Bild in rund der Hälfte der Fälle größer als eine durchschnittliche redaktionelle Seite. Die Spalte links enthält die fünf Gruppen „Bildumfang als Anteil einer Seite in %“, die mittlere Spalte die absoluten Häufigkeiten, die rechte Spalte die prozentualen Werte.

Die **Hypothese 5** lautet: Die häufigsten Darstellungsformen bei medizinischen Beiträgen sind Nachricht und Reportage/Feature.

Die Auswertung der Daten ergibt folgendes Ergebnis:

Abbildung 5-10: Häufigkeit von Darstellungsformen

Darstellungsform	Häufigkeit	Prozent
Nachricht	464	43,0
Bericht	316	29,3
Reportage/Feature	140	13,0
Ratgeberspalte	101	9,4
Leserbrief	17	1,6
Interview/Umfrage	16	1,5
Restgruppe	10	0,9
Bildbericht	5	0,5
Lexikon	4	0,4
Diätanleitung/Rezepte	4	0,4
Kommentar/Glosse	1	0,1
Total	1.078	100,0

Die oben stehende Tabelle gibt die Häufigkeit der Darstellungsformen in der Untersuchungsgesamtheit wieder.

Die Hypothese kann nur teilweise verifiziert werden. Richtig vermutet wurde, dass die Nachricht mit Abstand die Nummer 1 in der Häufigkeitenliste ist: Rund 43 Prozent der Medizinbeiträge werden in dieser Darstellungsform verfasst. Dann folgt aber mit 29,3 Prozent der Bericht, eine weitere sachliche Darstellungsform. Erst dann folgt die Reportage/das Feature mit 13 Prozent und – vielleicht ein Spezifikum für Frauenzeitschriften – die so genannte Ratgeberspalte mit einer Häufigkeit von immerhin noch 9,4 Prozent. Alle anderen Darstellungsformen sind seltener als 2 Prozent zu finden. Medizinbeiträge in Frauenzeitschriften, so kann pointiert formuliert werden, leiden an einer etwas eintönigen Darstellung. Mit nur vier Formen sind 94,7 Prozent der Beiträge verfasst worden.

In die Restgruppe (10 Nennungen, 0,9 %) wurden folgende Beiträge eingeordnet: ein Medizinquiz, sechs Adresslisten, ein Buchauszug, eine Tabelle und eine Liste mit kurzen Gesundheitstipps.

Abbildung 5-11: Häufigkeit der Darstellungsformen je Zeitschriftentitel a

Darstellungsform	Titelgruppe	Nachricht	Bericht	Bildbericht	Reportage/Feature	Interview/ Umfrage	Lexikon
Auf einen Blick	Y	52,9	20,7		11,5		
Bild der Frau	w	38,9	15,6		13,3	3,3	
Brigitte	14	50,0	17,5		12,5	2,5	
Bunte	R	64,3	9,5	2,4	7,1	16,7	
Burda Moden	F		90,0				
Das Beste	R	20,0	40,0		30,0		
Die Aktuelle	Y	60,9	23,9		4,3		
Essen & Trinken	F	57,1	42,9				
Fernsehwoche	R	12,5	75,0		12,5		
Frau im Spiegel	Y	33,3	35,4	3,0	19,2	1,0	2,0
Freizeit Revue	Y	33,3	28,7		14,9	2,3	2,3
Freundin	14	55,6	31,1		6,7	2,2	
Funk Uhr	R	24,0	56,0		8,0	4,0	
Für Sie	14	56,4	33,3		5,1		
Journal für die Frau	14	44,2	34,6		3,8		
Mein schöner Garten	F	72,2	22,2	5,6			
Meine Familie & Ich	F	40,6	59,4				
Neue Post	Y	31,5	30,8		26,2		
Petra	R	82,1	7,1		7,1		
Prisma	R	52,9	23,5		5,9		
rtv	R	50,0	50,0				
Tina	w	32,6	27,9		19,8		
Gesamt		43,0	29,3	0,5	13,0	1,5	0,4

Diese Kreuztabelle stellt die Häufigkeit der Verwendung der Darstellungsformen Nachricht, Bericht, Bildbericht, Reportage/Feature, Interview/Umfra ge und Lexikon je Zeitschrift in Prozent dar. „14“ sind die 14tägig erscheinenden „klassischen“ Titel, „w“ die wöchentlich erscheinenden Titel, „Y“ die Yellow-Press-Titel, „F“ die Funktionstitel und „R“ die Restgruppe.

Abbildung 5-12: Häufigkeit der Darstellungsformen je Zeitschriftentitel b

	Titel- gruppe	Kommen- tar/ Glosse	Diätanlei- tung / Rezepte	Ratgeber- spalte	Leserbrief	Restgruppe	Gesamt
Auf einen Blick	Y			12,6	1,1	1,1	87
Bild der Frau	w			26,7	2,2		90
Brigitte	14			2,5	15,0		40
Bunte	R						42
Burda Moden	F			10,0			10
Das Beste	R	3,3				6,7	30
Die Aktuelle	Y			8,7	2,2		92
Essen & Trinken	F						7
Fernsehwoche	R						16
Frau im Spiegel	Y			3,0	1,0	2,0	99
Freizeit Revue	Y			11,5	2,3	4,6	87
Freundin	14		2,2	2,2			45
Funk Uhr	R			4,0	4,0		25
Für Sie	14		2,6			2,6	39
Journal für die Frau	14			17,3			52
Mein schöner Garten	F						18
Meine Familie & Ich	F						32
Neue Post	Y			10,8	0,8		130
Petra	R				3,6		28
Prisma	R			17,6			17
rtv	R						6
Tina	w		2,3	17,4			86

Gesamt		0,1	0,4	9,4	1,6	0,9	1.078
--------	--	-----	-----	-----	-----	-----	-------

Diese Kreuztabelle stellt die Häufigkeit der Verwendung der Darstellungsformen Kommentar/Glosse, Diätanleitung/Rezepte, Ratgeberspalte und Leserbrief sowie die Restkategorie je Zeitschrift in Prozent dar. „14“ sind die 14tägig erscheinenden „klassischen“ Titel, „w“ die wöchentlich erscheinenden Titel, „Y“ die Yellow-Press-Titel, „F“ die Funktionstitel und „R“ die Restgruppe.

Bei der detaillierten Betrachtung der Besetzungshäufigkeiten fällt auch hier auf, dass zwischen den einzelnen Titeln große Unterschiede bestehen. Es gibt Zeitschriften, in denen maximal jeder dritte Beitrag eine Nachricht ist – umgekehrt sind beispielsweise in der *Petra* 80 Prozent aller medizinischen Beiträge Nachrichten. Umgekehrt ist fast ein Drittel aller Beiträge in *Das Beste* in die Rubrik Reportage/Feature einzuordnen – eine Darstellungsform, die in den Frauenzeitschriften mit dem Hauptthema Mode, Garten oder Essen gar nicht verwendet wird.

In *Bild der Frau* ist rund jeder vierte und im *Journal für die Frau* immerhin noch rund jeder sechste Medizinbeitrag in Form einer Ratgeberspalte verfasst – eine Darstellungsform, die in manchen anderen Titeln gar nicht vorkommt.

Zusammenfassung von Kap. 5.1

Zwei wichtige Ergebnisse lassen sich anhand der in diesem Kapitel ausgewerteten Daten nennen:

1. Aufgrund der in der Literatur vorgefundenen Daten und eigener Erkenntnisse wurde vermutet, dass die Medizinberichterstattung in Frauenzeitschriften eher ein Schattendasein führt. Nach der Auswertung der Kategorien „formale Gestaltung“ muss dieses Bild revidiert werden.

In manchen Frauenzeitschriften sind jeweils über 20 Medizinbeiträge in einer durchschnittlichen Ausgabe zu finden. Rund neun Prozent der Beiträge werden auf der Titelseite angekündigt. Und etwas mehr als die Hälfte aller Medizinbeiträge ist länger als eine Zeitschriftenseite.

Zur Hervorhebung werden häufig Abbildungen verwendet. Nur etwas mehr als ein Viertel aller Beiträge ist nicht in der einen oder anderen Form bebildert.

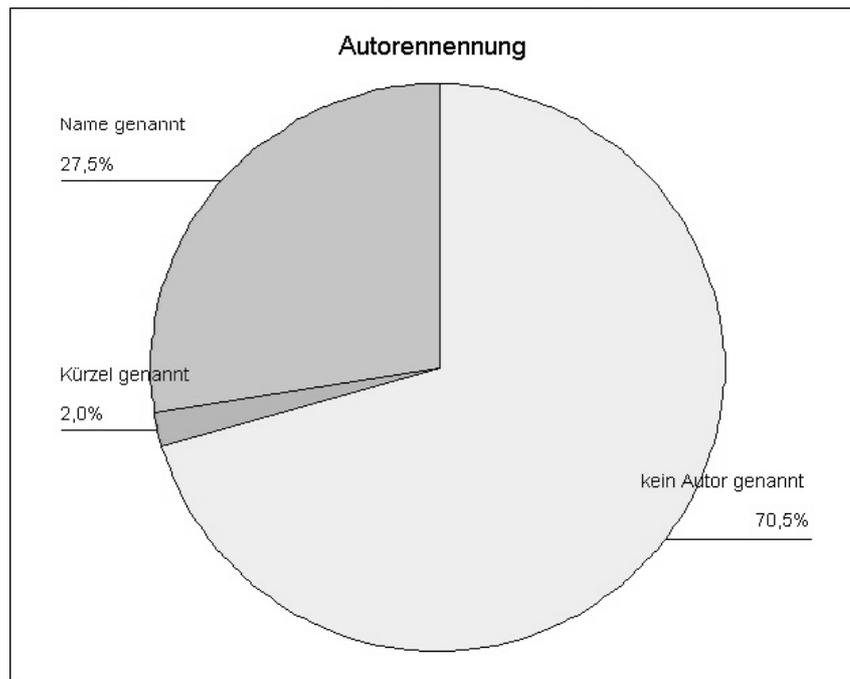
2. Es gibt keine einheitliche Gruppe von Frauenzeitschriften, wenn die hier verwendeten Definitionsmerkmale zugrunde gelegt werden. Die Spannweite der gemessenen Werte bezüglich der Variablen, die die formale Gestaltung der Beiträge betreffen, variiert beträchtlich.

Die meisten Beiträge sind in einer von vier Darstellungsformen verfasst. Die Nachricht ist mit Abstand am häufigsten zu finden. Es folgen der Bericht, Reportage/Feature und die Ratgeberspalten.

5.2 Herkunft

Die **Hypothese 6** lautet: In der Mehrzahl der Fälle wird der Autor von Medizinbeiträgen nicht genannt.

Abbildung 5-13: Autorennennung in Medizinbeiträgen



Mithilfe dieser Grafik wird deutlich, wie groß der Anteil der Beiträge ist, in denen kein Autor genannt wird (gelbes Segment) oder der Autor durch Kürzel (grünes Segment) oder Namen (blaues Segment) gekennzeichnet wird.

In der Mehrzahl der Fälle (760 Fälle, das entspricht 70,5 %) wird kein Autor genannt. Die oben genannte Hypothese kann somit als bestätigt gelten. Wenn der Autor eines medizinischen Beitrags gekennzeichnet ist, dann zumeist durch die Nennung des Namens (in 296 Fällen, das entspricht 27,5 %). Die Verwendung eines Kürzels ist mit 22 Fällen (2 %) eher selten.

Anzumerken ist jedoch, dass mit der Nennung des Namens noch immer keine eindeutige Autorennennung erfolgen muss. Während des ersten Pretests, der zur Prüfung und Komplettierung der Kategorien diente, wurde versucht, die genannten Autorennamen mit Listen von Medizinjournalisten abzugleichen. Die genannten Namen fanden sich nur höchst selten in den Mitgliederlisten des Kollegiums der Medizinjournalisten, des Arbeitskreises der Medizinpublizisten/Klub der Wissenschaftsjournalisten oder der

Vereinigung der Medizinischen Fach- und Standespresse. Sie wurden in den meisten Fällen nicht einmal im Presse-Taschenbuch Gesundheit⁴² aufgeführt. Das erlaubt zwei Schlussfolgerungen: Viele Journalisten, die über Medizinthemen in Frauenzeitschriften berichten, sind keine Fachjournalisten. Und in vielen Fällen – darauf weisen auch manche sehr vollmundig klingende Namen unter unterhaltenden Beiträgen hin – sind die Autorennamen wohl einfach nur erfunden. Es wäre also wohl nicht korrekt, allein aufgrund des ausgewerteten Datenmaterials zu postulieren, dass in mehr als einem Viertel der Fälle der Autor von Medizinbeiträgen in Frauenzeitschriften eindeutig identifizierbar ist.

Bei der Betrachtung der einzelnen Titel wird deutlich, dass bezüglich der Autorennennung deutliche Unterschiede bei den einzelnen Zeitschriften bestehen.

Abbildung 5-14: Autorennennung nach Titel geordnet

	Titelgruppe	kein Autor genannt in %	Autorennennung durch Kürzel in %	Autorennennung durch Namen in %	Gesamt
Burda Moden	F	100,0			10
rtv	R	100,0			6
Meine Familie & Ich	F	96,9	3,1		32
Petra	R	92,9		7,1	28
Für Sie	14	89,7		10,3	39
Die Aktuelle	Y	83,7		16,3	92
Frau im Spiegel	Y	79,8	1,0	19,2	99
Bunte	R	76,2		23,8	42
Auf einen Blick	Y	75,9		24,1	87
Journal für die Frau	14	75,0		25,0	52
Freizeit Revue	Y	74,7	3,4	21,8	87
Essen & Trinken	F	71,4	14,3	14,3	7
Freundin	14	71,1	15,6	13,3	45

⁴² Das Presse-Taschenbuch Gesundheit erscheint seit 1971 (teils unter dem Namen Presse-Taschenbuch Naturwissenschaft + Medizin). Es enthält in der Ausgabe 1998/99 (vgl. Bayer AG 1998/99) über 11.000 Personenkontakte. In diesem Werk sollte – davon ist auszugehen – eigentlich die Mehrzahl der freiberuflich oder angestellt tätigen Medizinjournalisten genannt sein.

Brigitte	14	70,0		30,0	40
Funk Uhr	R	68,0		32,0	25
Tina	w	64,0	2,3	33,7	86
Mein schöner Garten	F	61,1		38,9	18
Fernsehwoche	R	56,3	12,5	31,3	16
Bild der Frau	w	55,6	1,1	43,3	90
Neue Post	Y	53,8	1,5	44,6	130
Prisma	R	52,9	5,9	41,2	17
Das Beste	R	26,7	3,3	70,0	30
Gesamt		70,5	2,0	27,5	1.078

Mithilfe dieser Kreuztabelle ist ersichtlich, ob und wie die einzelnen Zeitschriften den Autor von Beiträgen mit medizinischen Themen kennzeichnen. In der rechten Spalte ist die absolute Zahl von Artikeln wiedergegeben, auf die sich die Prozentzahlen der entsprechenden Zeile beziehen. Die Tabelle ist absteigend nach der Besetzung des Kriteriums „kein Autor genannt“ geordnet. „14“ sind die 14tägig erscheinenden „klassischen“ Titel, „w“ die wöchentlich erscheinenden Titel, „Y“ die Yellow-Press-Titel, „F“ die Funktionstitel und „R“ die Restgruppe.

Am häufigsten werden Autoren in *Das Beste* namentlich genannt. Bei dieser Zeitschrift fehlt die Autorennennung nur bei rund jedem vierten Beitrag. Das heißt, für diesen Titel trifft die Hypothese 6 nicht zu. In allen anderen Zeitschriften sind mindestens in der Hälfte der Fälle keine Autoren genannt. Bei manchen Titeln scheint sogar grundsätzlich kein Autor genannt zu werden – wobei wegen geringer Anzahl der ausgewerteten Beiträge bei *Burda Moden* und *rtv* eine solche Aussage nur eingeschränkt getroffen werden kann.

Beim Vergleich mit anderen Untersuchungen lässt sich feststellen, dass der Anteil von Beiträgen ohne Autorennennung in dieser Erhebung teilweise deutlich höher liegt. Merscheim beispielsweise hat zwanzig Jahre früher etwas andere Ergebnisse gefunden (vgl. Merscheim H. 1978, S. 103). Bei ihm schwankte der Anteil der nicht gekennzeichneten bzw. nicht feststellbaren Autoren je nach Titel zwischen 13,7 (*Bunte*) und 52,4 (*Quick*) Prozent. Fiedler hat zehn Jahre früher für die *Für Sie* und *Brigitte* festgestellt, dass der Anteil nicht feststellbarer Autoren über 55 Prozent liegt (vgl. Fiedler E. 1989, S. 70). Möglicherweise haben beide Autoren weniger kurze Nachrichten kodiert, bei denen häufiger kein Autor genannt ist. Möglich ist aber auch, dass sich in den vergangenen Jahrzehnten eine Tendenz zur Nichtkennzeichnung des Autors gebildet hat.

Besonders häufig wird der Autor nicht genannt bei Nachrichten (von 464 Fällen wird bei 445 Fällen auf die Autorennennung mit Namen verzichtet) und bei Berichten (von 316 Fällen in 221 Fällen ohne Namensnennung). Besonders häufig wird der Autor mit

vollem Namen angegeben bei Ratgeberspalten (in 76 von 101 Fällen), Interview/Umfragen (11 von 16) und Reportage/Feature (88 von 140). Dieses Ergebnis bietet etwas Anlass zum Erstaunen, sind es doch die neutralen Sachbeiträge, bei denen durch die fehlende Autorennennung die Möglichkeit zur Nachprüfung erschwert wird.

Die **Hypothese 7** lautet: Die Quelle von Informationen wird in den meisten Fällen nicht präzisiert.

Abbildung 5-15: Quelle

	Anzahl	%
keine Quelle	554	51,4%
med. Fachzeitschrift	16	1,5%
Buch	37	3,4%
Fernsehsendung	1	0,1%
allg. Experte	105	9,7%
Experte, namentlich	237	22,0%
Betroffener/deren Angehörige	131	12,2%
Krankenkasse	5	0,5%
Urteil/Gericht	22	2,0%
allgemein: Studie	60	5,6%
Restgruppe	3	0,3%

In dieser Tabelle werden die so genannten Sekundärquellen aufgelistet, die Quellen also, aus denen die Information in den Beiträgen stammt. In der mittleren Spalte stehen die absoluten Werte, rechts die Prozente.

Bei der Betrachtung der Durchschnittswerte in der oben stehenden Tabelle stimmt es, dass in der Mehrzahl der Fälle keine Quelle für die Information eines Medizinbeitrages angegeben wird. Wenn eine Quelle angegeben wird, so ist das zumeist ein namentlich genannter Experte. Die nächstwichtigste Quelle für Informationen sind Betroffene oder deren Angehörige. Dann folgen zwei Pseudo-Quellenangaben: Experte allgemein und Studie allgemein. In diesen Fällen, immerhin 15,3 Prozent der kodierten Texte, wird von der Redaktion die Fachautorität von ungenannten Experten oder medizinischen Studien herangezogen, um die Inhalte des Beitrages zu bekräftigen. Alle anderen Quellenangaben werden dazu im Vergleich deutlich seltener genannt: Buch 3,4 Prozent, Ge-

richtsurteil 2 Prozent, medizinische Fachzeitschrift⁴³ 1,5 Prozent, Krankenkassen 0,5 Prozent und Fernsehsendungen 0,1 Prozent.

In der Restgruppe sind drei Fälle enthalten, bei denen als Quelle ein Meinungsforschungsinstitut angegeben worden ist.

In den meisten Fällen wird nur eine Quelle angegeben (85,3 %), in 11,8 Prozent der Beiträge zwei, in 2,7 Prozent drei und in 0,2 Prozent der Fälle sogar vier Quellen (siehe Abbildung 5-27: Mehrfachnennungen).

Abbildung 5-16: Quelle aufgeschlüsselt nach Zeitschriftentiteln a

	Auf einen Blick	Bild der Frau	Brigitte	Bunte	Burda Moden	Das Beste	Die Aktuelle
keine Quelle	50,6	48,9	42,5	40,5	80,0	26,7	56,5
med. Fachzeit- schrift	2,3	4,4				6,7	3,3
Buch	3,4	1,1	10,0	2,4		20,0	3,3
Fernsehsendung							
allgemein: Experte	2,3	8,9	20,0	21,4		6,7	8,7
Experte, nament- lich	24,1	17,8	42,5	26,2	20,0	43,3	17,4
Betroffener/deren Angehörige	13,8	14,4	7,5	4,8		26,7	2,2
Krankenkasse		1,1					
Urteil/Gericht	6,9	1,1					
allgemein: Studie		5,6	7,5	16,7		3,3	9,8
Restgruppe							

In diesem Teil der Tabelle sind die Quellen aus den Zeitschriften *Auf einen Blick*, *Bild der Frau*, *Brigitte*, *Bunte*, *Burda Moden*, *Das Beste* und *Die Aktuelle* wiedergegeben.

⁴³ Winfried Göpfert macht darauf aufmerksam, dass eine medizinische Fachzeitschrift als Quelle nicht unbedingt mit qualitativ hochwertiger Berichterstattung assoziiert werden muss. Die meisten Fachzeitschriften werden Ärzten kostenlos ins Haus geschickt, sind daher industrieabhängig und nicht mehr neutral (vgl. Göpfert W. 2000, S. 206)

Abbildung 5-17: Quelle aufgeschlüsselt nach Zeitschriftentiteln b

	Essen & Trinken	Fernsehwoche	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Freundin	Funk Uhr	Für Sie
keine Quelle	57,1	25,0	49,5	70,1	35,6	60,0	51,3
med. Fachzeitschrift			2,0		4,4		
Buch		12,5	2,0		2,2		7,7
Fernsehsendung		6,3					
allgemein: Experte	14,3	25,0	4,0	3,4	6,7	12,0	17,9
Experte, namentlich	42,9	37,5	24,2	13,8	37,8	28,0	30,8
Betroffener/deren Angehörige		12,5	17,2	12,6	8,9	4,0	5,1
Krankenkasse			1,0	2,3			
Urteil/Gericht			3,0			4,0	
allgemein: Studie	14,3	12,5	5,1	2,3	8,9	4,0	5,1
Restgruppe					4,4		

In diesem Teil der Tabelle sind die Quellen aus den Zeitschriften *Essen & Trinken*, *Fernsehwoche*, *Frau im Spiegel*, *Freizeit Revue*, *freundin*, *Funk Uhr* und *Für Sie* wiedergegeben.

Abbildung 5-18: Quelle aufgeschlüsselt nach Zeitschriftentiteln c

	Journal für die Frau	Mein schöner Garten	Meine Familie & Ich	Neue Post	Petra	rtv	Prisma	Tina
keine Quelle	40,4	94,4	65,6	50,8	32,1	66,7	58,8	54,7
med. Fachzeitschrift								1,2
Buch	9,6		6,3		7,1	16,7		1,2
Fernsehsendung								
allgemein: Experte	15,4		6,3	10,8	17,9	16,7	23,5	10,5
Experte, namentlich	36,5	5,6	15,6	10,8	35,7	33,3	11,8	8,1

	Journal für die Frau	Mein schöner Garten	Meine Familie & Ich	Neue Post	Petra	rtv	Prisma	Tina
Betroffener/deren Angehörige	7,7			23,8	7,1		5,9	18,6
Krankenkasse			3,1					
Urteil/Gericht				4,6				5,8
allgemein: Studie	5,8		3,1	3,8	14,3			5,8
Restgruppe				0,8				

In diesem Teil der Tabelle sind die Quellen aus den Zeitschriften *Journal für die Frau*, *Mein schöner Garten*, *Meine Familie & Ich*, *Neue Post*, *Petra*, *rtv*, *prisma* und *tina* wiedergegeben.

Bei der Betrachtung der einzelnen Titel wird deutlich, dass die Hypothese 7 insgesamt zutreffen mag, für einzelne Titel jedoch nicht und für andere in besonderem Maße. So gibt es Zeitschriften wie *Das Beste*, in der nur rund ein Drittel aller Beiträge ohne die Nennung nachvollziehbarer Quellen⁴⁴ steht. Bei den meisten anderen Titeln liegt dieser Anteil zwischen 60 und 75 Prozent. *Burda Moden* und *Mein schöner Garten* nehmen die Spitzenplätze mit 80 und 94 Prozent ein, diese Daten müssen aber wegen der relativ geringen Anzahl von Medizinbeiträgen in beiden Titeln mit Vorsicht interpretiert werden.

Interessant ist die unterschiedliche Besetzung bei den verwendeten Quellen. Einige Zeitschriften berufen sich nicht auf Bücher, *Das Beste* aber bei jedem fünften Beitrag und die *Fernsehwoche* bei 12,5 Prozent der Texte. *Brigitte* und *Fernsehwoche* berufen sich häufig (20 und 25 Prozent) auf nicht namentlich genannte „Experten“, die *Bunte* und *Petra* in 16,7 und 14,3 Prozent der Fälle auf nicht näher bezeichnete wissenschaftliche „Studien“. Auf namentlich genannte Experten wird relativ häufig zurückgegriffen, besonders oft mit 42,5 und 43,3 Prozent der Fälle von *Brigitte* und *Das Beste*. Betroffene und deren Angehörige werden von den *Mode–Garten–Essen–Titeln* nicht als Quelle von Informationen genannt, besonders häufig dagegen mit 26,7 und 23,8 Prozent von *Das Beste* und *Neue Post*. Dies ist nicht verwunderlich, da beide Titel am häufigsten von allen Frauenzeitschriften (in 30 und 36,2 % der Texte) die Darstellungsform Reportage/Feature für Medizinbeiträge benutzen.

Einige Autoren haben ebenfalls versucht, die Häufigkeit von Sekundärquellen zu ermitteln. So hat Merscheid für die *Bunte* bei 20,9 Prozent der von ihm untersuchten

⁴⁴ Nicht nachvollziehbar ist die Quelle einer Information, wenn keine Quelle genannt ist, aber auch, wenn nur eine nicht näher gekennzeichnete Studie genannt oder auf einen Experten allgemein verwiesen wird.

Texte eine Sekundärquelle gefunden (vgl. Merscheid H. 1978, S. 104) – in dieser Untersuchung liegt die Zahl der eindeutig identifizierbaren Sekundärquellen für die *Bunte* bei 33,4 Prozent. In der Arbeit von Fiedler ist bei den Sekundärquellen die Ausprägung „Wissenschaftler“ eingeschränkt mit den Ergebnissen dieser Untersuchung vergleichbar. Für die *Brigitte* hat sie eine Häufigkeit von 20,7 Prozent ermittelt, für *Für Sie* von 14 Prozent (vgl. Fiedler E. 1989, S. 71). Die Experten-Kategorie ist in dieser Untersuchung im Vergleich dazu mit 42,5 und 30,8 Prozent häufiger besetzt – möglicherweise weil als „Experte“ nicht nur „Wissenschaftler“, sondern auch andere Fachleute kodiert wurden. Oette hat ebenfalls ein nicht vergleichbares Kategoriensystem. Vergleichbar ist nur die Häufigkeit der fehlenden Quelle: Bei der *Bunten* ist laut Oette in 38,1 Prozent keine Quelle zu finden gewesen (in dieser Untersuchung in 40,5 Prozent), in der *Tina* in 69,7 Prozent (in dieser Untersuchung in 54,7 Prozent).

Ein Zusammenhang zwischen fehlender Quellenangabe und fehlender Autorennennung besteht offensichtlich nicht (siehe Abbildung 5-19): 34,3 Prozent aller Beiträge weisen zwar eine Quellenangabe, aber keine Autorennennung auf. Bei nur 1,9 Prozent mehr ist weder Quelle noch Autor genannt.

Abbildung 5-19: Identifikation der Quelle / Autor - Kreuztabelle

		kein Autor genannt	Autorennennung durch Kürzel	Autorennennung durch Namen	Total
		kein Autor genannt	Autorennennung durch Kürzel	Autorennennung durch Namen	
mit Quellenangabe	Anzahl	370	14	140	524
mit Quellenangabe	% der Gesamtzahl	34,3%	1,3%	13,0%	48,6%
ohne Quellenangabe	Anzahl	390	8	156	554
ohne Quellenangabe	% der Gesamtzahl	36,2%	,7%	14,5%	51,4%
Gesamt	Anzahl	760	22	296	1078
Gesamt	% der Gesamtzahl	70,5%	2,0%	27,5%	100,0%

Diese Kreuztabelle gibt an, wie die Quellenidentifikation und Autorennennung zusammenhängen. In 36,2 % der Fälle ist weder der Autor genannt noch die Quelle identifiziert

Bei der Betrachtung der Darstellungsformen fällt auf, dass bei der Reportage/Feature (in 117 von 140 Fällen) relativ häufig Quellen genannt werden, während in Ratgeberspalten (in 83 von 101 Fällen) und Leserbriefen (in 16 von 17 Fällen) auf die Angabe der Quelle verzichtet wird.

Zusammenfassung von Kap. 5.3

Auch bei der Analyse von Autoren und Quellen der Beiträge mit medizinischem Inhalt ist festzustellen, dass die Gruppe der Frauenzeitschriften sehr inhomogen ist.

In rund 70 Prozent der Fälle wird der Autor von medizinischen Beiträgen nicht genannt. Diese mangelnde Kennzeichnung ist besonders mit der Darstellungsform Nachrichten assoziiert.

Und in rund der Hälfte der Fälle wird die Quelle von Informationen nicht hinreichend präzisiert, wobei die Spannbreite dieses Merkmals recht groß ist. Dazu kommen weitere 15 Prozent, in denen die Quelle nur ungenau angegeben ist.

Weder Quelle noch Autor sind in rund einem Drittel der Beiträge mit medizinischem Inhalt angegeben.

5.3 Medizinische Inhalte und Produkte

Bei der Auswertung wurde deutlich, dass Produkte in der medizinischen Laienpresse eine nicht zu unterschätzende Bedeutung haben. Wie aus der folgenden Abbildung zu ersehen ist, wird in etwas mehr als einem Drittel der Beiträge mit medizinischem Inhalt ein Produkt genannt.

Abbildung 5-20: Produktnennung

	Anzahl	%
keine Produktnennung	680	63,1%
Präparat-Substanzgruppe	62	5,8%
Präparat-Substanz	183	17,0%
Präparat-Verkaufsname	92	8,5%
Buch/Broschüre	62	5,8%
Heil-/Hilfsmittel	28	2,6%
Nahrungsmittel-konkret	1	0,1%
sonstiges Produkt	7	0,6%

In dieser Tabelle werden die verschiedenen Produkttypen und die Häufigkeit ihrer Nennung dargestellt.

Am häufigsten werden mit 31,3 Prozent der Fälle Präparate (Arzneimittel oder Nahrungsergänzungsmittel) genannt, wobei in dieser Gruppe mit 17 Prozent die Nennung des Substanznamens dominiert. Eine Substanzgruppe wird nur in 5,8 Prozent der Fälle genannt. Und in immerhin 8,5 Prozent der Fälle wird konkret ein Produktname genannt – was überrascht, da doch das Heilmittelwerbegesetz eine bloße Namensnennung verbunden mit redaktionellen Aussagen über die Wirksamkeit unterbinden soll.

Die **Hypothese 8** - Wenn Präparate erwähnt werden, wird selten der Verkaufsname genannt – kann also nicht verifiziert werden. Denn wenn ein Präparat genannt wird, so hat diese Untersuchung gezeigt, wird in rund einem Viertel der Fälle (92 von 337, das entspricht 27,3 Prozent) konkret der Name genannt.

Weitere Produkte, die des Öfteren genannt werden, sind Bücher oder Broschüren mit 5,8 Prozent und Heil- und Hilfsmittel mit 2,6 Prozent. Andere Produkte werden selten genannt. Dazu zählen auch die „sonstigen Produkte“: Sportgeräte, CD-ROMs und Adresslisten.

Die folgende Kreuztabelle verdeutlicht die Unterschiede bei den einzelnen Zeitschriftentiteln.

Abbildung 5-21: Produktennung je Zeitschrift in Prozent

	Titel- gruppe	keine Produkt- ennung	Präpa- rat: Sub- stanz- gruppe	Präpa- rat: Sub- stanz	Präpa- rat: Ver- kaufs- name	Buch/ Bro- schüre	Heil-/ Hilfs- mittel	Nah- rungs- mittel- konkret	sonsti- ges Produkt
Mein schöner Garten	F	88,9	5,6	5,6					
Neue Post	Y	76,2	6,2	13,8	1,5	1,5	0,8		,8
Die Aktuelle	Y	76,1	6,5	6,5	3,3	5,4	2,2		
Bild der Frau	w	75,6	5,6	13,3	2,2		3,3		
Frau im Spiegel	Y	70,7	4,0	14,1	3,0	3,0	4,0	1,0	1,0
Auf einen Blick	Y	65,5	4,6	18,4	2,3	5,7	2,3		1,1
Freundin	14	64,4	8,9	13,3	13,3	4,4			
Tina	w	61,6	3,5	18,6	10,5	5,8	3,5		1,2
Bunte	R	59,5	2,4	11,9	23,8	9,5			
Meine Familie & Ich	F	59,4	3,1	15,6	9,4	9,4	6,3		
Petra	R	57,1	17,9	17,9	7,1	3,6	3,6		
Das Beste	R	56,7	13,3	30,0	6,7	6,7	3,3		
Freizeit Revue	Y	54,0	6,9	26,4	8,0	8,0	2,3		
Prisma	R	52,9		29,4	5,9	5,9	11,8		
Für Sie	14	51,3	5,1	15,4	15,4	12,8	2,6		
Brigitte	14	50,0	5,0	12,5	12,5	12,5	2,5		5,0
Journal für die Frau	14	50,0	9,6	21,2	13,5	13,5	3,8		
Fernsehwoche	R	43,8		25,0	31,3	6,3			
Essen & Trinken	F	28,6		28,6	14,3	28,6			14,3
Funk Uhr	R	28,0		36,0	40,0	4,0	4,0		

	Titel- gruppe	keine Produkt- nennung	Präpa- rat: Sub- stanz- gruppe	Präpa- rat: Sub- stanz	Präpa- rat: Ver- kaufs- name	Buch/ Bro- schüre	Heil-/ Hilfs- mittel	Nah- rungs- mittel- konkret	sonsti- ges Produkt
Burda Moden	F	20,0		20,0	50,0	10,0			
rtv	R	16,7	16,7	50,0	16,7				

In dieser Tabelle wird aufgelistet, wie häufig verschiedene Arten von Produktnennungen in medizinischen Beiträgen je Zeitschrift sind. Da pro Beitrag mehrere Produkte genannt sein können, beträgt die Gesamtprozentzahl bei manchen Titeln mehr als 100. „14“ sind die 14tägig erscheinenden „klassischen“ Titel, „w“ die wöchentlich erscheinenden Titel, „Y“ die Yellow-Press-Titel, „F“ die Funktionstitel und „R“ die Restgruppe.

Vor allem in der Gruppe der 14tägig erscheinenden Frauenzeitschriften (rosa) werden relativ häufig Produkte (*Für Sie, Journal der Frau, Brigitte*: in zirka 50 % der Beiträge) genannt. Demgegenüber werden in vier von fünf Yellow-Press-Titeln (orange) seltener Produkte genannt (*Neue Post, Die aktuelle, Frau im Spiegel, Auf einen Blick*: in 25-35 % der Fälle).

Die Aufschlüsselung der Produktnennungen nach Zeitschriftentiteln zeigt, dass manche Zeitschriften relativ häufig Präparate-Verkaufsamen nennen. So ist in der *Bunten* immerhin in einem knappen Viertel der Fälle (23,8 %) ein Präparat expressis verbis genannt. Übertroffen wird dies noch von der *Fernsehwoche* (31,3 %), *Funk Uhr* (40 %) und *Burda Moden* (50 %) – wobei dieser Titel aufgrund der geringen Fallzahl nur eingeschränkt zu werten ist. Bei solch häufigen Nennungen ist zu fragen, was die Ursache dafür ist. Das Informationsbedürfnis der Leser allein kann wohl nicht die Antwort sein, da andere Zeitschriften diese Aufgabe auch ohne so häufige Namensnennung zu erfüllen scheinen. So bietet sich als Erklärung ein von der Redaktion erwünschter PR-Effekt an. Entweder wird hier Reklame für Anzeigenkunden gemacht⁴⁵ oder die Autoren der Beiträge heben hier unbeeinflusst von den Anzeigen aus anderen Gründen gezielt Produkt-PR ins Blatt.

Um massive **Produkt-PR** ermitteln zu können, wurden alle Präparatenamen einzeln aufgelistet. Die Liste reicht von A wie Actimel bis Z wie Zhencidian. Bis auf Viagra mit sechs und Wobenzym mit zwei Nennungen wurden alle Präparate nur einmal namentlich genannt.⁴⁶ Ein Hinweis auf massive PR-Aktivitäten, die sich in vielen Nennungen niederschlagen könnten, kann aus diesen Ergebnissen nicht abgelesen werden. Da aber nur wenige der genannten Präparate innovativ und wichtig genannt

⁴⁵ 1997 wurden von der Pharmaindustrie in Publikumszeitschriften 326 Millionen Mark an Werbung investiert (vgl. ZAW 1998, S. 145). Diese Summe legt nahe, dass von den Anzeigenkunden doch Druck auf die Verlage ausgeübt werden kann.

⁴⁶ Eine Liste der Präparate findet der interessierte Leser im Anhang dieser Arbeit.

werden können und da auch nur für eine kleine Anzahl der mit Namen vorgestellten Präparate keine Alternative existiert, können Neuigkeitswert und Bedeutung dieser Produkte nur bei einer kleinen Zahl als Begründung für die Namensnennung herangezogen werden.

Deutlich wird damit auch, dass in vielen Fällen eigentlich gegen das Heilmittelwerbegesetz verstoßen wird. Danach müssen beispielsweise bei Werbung für OTC-Präparate⁴⁷ die Hinweise zu Risiken und Nebenwirkungen samt Pflichtangaben erwähnt werden. Viele der Beiträge mit Präparatenamensnennung sind letztlich nichts anderes als redaktionell verpackte Werbung, die auf diese Weise die Vorgaben des Heilmittelwerbegesetzes unterläuft.

Bei den Präparaten, die als Nahrungsergänzungsmittel auf den Markt gebracht werden, darf nicht indikationsabhängig geworben werden. Auch dies wird häufig von den Texten mit Namensnennung von entsprechenden Präparaten unterlaufen.

Außer gegen geltendes Recht wird von vielen Zeitschriften mit ihren Produktennungen gegen berufsethische Prinzipien verstoßen. So wird sicher gerade von den Zeitschriften, die in über 25 Prozent aller Medizinbeiträge Präparate namentlich nennen, gegen die Richtlinie 7.2 (**Schleichwerbung** in redaktionellen Veröffentlichungen) des **Pressekodex** in seiner Fassung vom 25. November 1992 verstoßen (vgl. Deutscher Presserat 1993, S. 69).

Ein weiteres interessantes Ergebnis ist, dass in der Zeitschrift *Essen & Trinken* häufig – das heißt in 28,6 Prozent der Fälle – auf Bücher und Broschüren hingewiesen wird. In der *rtv* wird sehr häufig auf Präparate hingewiesen, allerdings zumeist ohne direkt den Namen zu nennen (Substanzname in der Hälfte aller Beiträge). Und in den Titeln *Bild der Frau*, *Die Aktuelle*, *Mein schöner Garten* und *Neue Post* werden mindestens drei Viertel aller Beiträge ohne Produktennung verfasst.

Diese Ergebnisse lassen sich nicht mit anderen Untersuchungen vergleichen, denn bislang ist nur in einer Arbeit intensiv das Bild von Medikamenten in Publikumszeitschriften analysiert worden: Hans Wagner hat 1983 acht Tageszeitungen und vier Wochenzeitungen ein Vierteljahr lang (103 Erscheinungstage bei den Tageszeitungen beziehungsweise 17 Ausgaben für die Wochenzeitungen) nach pharmarelevanten Berichten durchsucht (vgl. Wagner H. 1984, S. 10-104). In 1.466 Textbeiträgen wurden 3.122 Medikamente erwähnt. Eine Aufschlüsselung in Substanz- oder Verkaufsname wurde nicht vorgenommen. Da zudem die erfassten Medikamente nicht mit den Präparate-Kategorien dieser Studie deckungsgleich sind, ist ein Vergleich der Ergebnisse schwierig.

Da vermutet werden kann, dass bei einer vom Inhalt ungerechtfertigten Nennung des Namens die Quelle dieser doch mehr werblichen Beiträge eher verschwiegen wird,

⁴⁷ OTC heißt „over the counter“ und bezeichnet die frei verkäufliche Präparategruppe, die vom Apotheker ohne Rezept direkt an den Käufer abgegeben werden kann.

wurde noch geprüft, ob dann, wenn auf eine Quellennennung verzichtet wird, ein Verkaufsname genannt wird.

Abbildung 5-22: Quelle / Präparat-Verkaufsname - Kreuztabelle

		Präparat-Verkaufsname		Total
		nein	ja	
Quelle	Anzahl	490	34	524
	% von Präparat-Verkaufsname	49,7%	37,0%	48,6%
keine Quelle	Anzahl	496	58	554
	% von Präparat-Verkaufsname	50,3%	63,0%	51,4%
Gesamt	Anzahl	986	92	1.078
	% von Präparat-Verkaufsname	100%	100%	100%

In dieser Kreuztabelle wird der Zusammenhang zwischen Verkaufsnamensnennung und dem Fehlen einer Quelle dargestellt.

Während bei rund der Hälfte aller Beiträge ohne Produktnennung auf Quellenangaben verzichtet wird, sind dies bei Beiträgen mit Produktnennung fast zwei Drittel (63 %). Dieser Zusammenhang ist statistisch signifikant. Es ist daher davon auszugehen, dass vor allem bei Beiträgen, die letztlich aus Werbegründen geschrieben wurden und in denen der Produktname konkret genannt wird, auf eine Quellennennung häufiger verzichtet wird, um den werblichen Ursprung zu kaschieren.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse der Auswertung von medizinischen Inhalten ist festzustellen, dass die Kategorien unterschiedlich stark besetzt sind. Die Spannweite reicht von 2 bis hin zu 154 Nennungen bei 1.078 Beiträgen.

Abbildung 5-23: Inhalte Medizin

	Anzahl	%
med. Rechtsfragen	2	0,2%
allgemein Medizin, unspezifisch	3	0,3%
angeborene Fehlbildungen und Perinatalperiode	5	0,5%

	Anzahl	%
Blut und Blutbildende Organe	11	1,0%
Reisemedizin	13	1,2%
Rauchen	14	1,3%
Restgruppe	14	1,3%
Therapeuten/Medizin-Adressen	20	1,9%
Pharmazie	21	1,9%
Ohren	24	2,2%
Gesundheitswesen und ärztliche Standespolitik	24	2,2%
Atmungssystem	35	3,2%
Schönheitschirurgie und med. Kosmetik	38	3,5%
Krankheit, undefiniert	39	3,6%
Schwangerschaft, Geburt und Wochenbett	42	3,9%
Zähne	42	3,9%
Augen	48	4,5%
Urogenitalsystem	54	5,0%
bestimmte infektiöse und parasitäre Erkrankungen	57	5,3%
Verletzungen, Vergiftungen u.a. Folgen äußerer Ursachen	63	5,8%
Verdauungssystem	69	6,4%
Nervensystem	86	8,0%
Haut	88	8,2%
Neubildungen	94	8,7%
Endokrinologie, Ernährungskrankheiten und Stoffwechsel	95	8,8%
Kreislaufsystem	102	9,5%
Psychische und Verhaltensstörungen	107	9,9%
Muskel-Skelett-System und Bindegewebe	113	10,5%
allgemein Gesunderhaltung und Stärkung der Abwehrkraft	154	14,3%

Diese Tabelle gibt – nach aufsteigender Häufigkeit geordnet – wieder, wie häufig die einzelnen Kategorien der Inhalte-Medizin kodiert wurden. Da in einem Beitrag mehrere Themen kodiert werden konnten, beträgt die Summe der Prozentanteile mehr als 100 Prozent.

Am häufigsten waren mit 14,3 Prozent Medizin-Beiträge mit dem Thema Gesunderhaltung/Stärkung der Abwehrkraft zu finden, ohne dass auf einzelne Beschwerden oder Krankheiten Bezug genommen wurde. Von den speziellen Themen wurde am häufigsten – in jeweils rund jedem zehnten Artikel – über das Stützsystem des Körpers inklusive Bindegewebe (10,5 %) und psychische Störungen (9,9 %) berichtet, dicht gefolgt von Kreislauf (9,5 %), Endokrinologie/Ernährung/Stoffwechsel (8,8 %), Neubildungen (8,7 %), Haut (8,2 %) und Nervensystem (8 %). Alle anderen Themen waren seltener als in 6,5 Prozent der Beiträge zu finden.

Der Restgruppe zugeordnet wurden Beiträge mit folgenden Inhalten: Bericht über einen Arzt, der gleichzeitig Dieb ist, sowie Berichte über die Arbeit als Arzt in Slums, Kurstädte, TV-Arztserien.

In den meisten Fällen (74,7 %) wurde pro Beitrag nur ein medizinisches Thema behandelt. In 17,3 Prozent zwei, in 5,3 Prozent drei, in 1,6 Prozent vier, in 0,6 Prozent fünf, in 0,4 Prozent sechs, in 0,2 Prozent sieben und in einem Fall (das entspricht 0,1 Prozent) sogar zehn verschiedene Themen (siehe Abbildung 5-27: „Mehrfachnennungen“).

Von diesen Themen, so lautet die **Hypothese 9**, werden vor allem Herz-Kreislauf, Krebs, psychische Störungen, Atmung und Verdauung sowie Frauenkrankheiten (in der Abbildung 5-23 kursiv dargestellt) häufiger als andere erwähnt.

Diese Hypothese kann nur zum Teil bestätigt werden. Die am weitesten verbreiteten Erkrankungen sind im Bereich Herz-Kreislauf, Neubildungen und Psyche lokalisiert. Wie vermutet, sind das auch – abgesehen von der allgemeinen Stärkung der Abwehrkraft – die am häufigsten vorkommenden medizinischen Themen: Neubildungen 8,7 %; Kreislaufsystem 9,5 %; psychische und Verhaltensstörungen 9,9 %. Aber auch die Erkrankungen des Stütz- und Bewegungsapparates sind weit verbreitet und werden daher wohl auch oft thematisiert (10,5 %). Das Verdauungssystem – ebenfalls häufig Ursache von Beschwerden – ist von der Häufigkeit des Vorkommens im Mittelfeld einzuordnen (6,4 %). Nur die Atemwege, ebenfalls häufig Ursache für die Konsultation eines Therapeuten, werden mit 3,2 Prozent eher selten thematisiert.

Frauenkrankheiten sind in der Kategorie Schwangerschaft/Geburt/ Wochenbett sowie teilweise in den Kategorien Urogenitalsystem und Endokrinologie kodiert worden. Bis auf die Endokrinologie – gemeinsam mit Ernährungskrankheiten – sind diese Kategorien unerwartet selten besetzt. In den untersuchten, von vielen Frauen gelesenen Zeitschriften, so kann formuliert werden, wird nicht besonders häufig über frauenspezifische Medizinthemen geschrieben.

Die **Hypothese 10** lautet: In den vierzehntägig erscheinenden Zeitschriften wie *Brigitte* und *Journal für die Frau* wird das Thema Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik häufiger als in anderen Frauenzeitschriften zu finden sein.

In den folgenden beiden Tabellen sind die Besetzungshäufigkeiten der Inhaltskategorien für die 22 Zeitschriftentitel wiedergegeben.

Abbildung 5-24: Inhalte Medizin je Zeitschrift a

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
nicht zuordenbar							1,1		1,0		
allgemein Gesunderhaltung und Stärkung der Abwehrkraft	12,5	20,0	30,8	25,0	6,7	9,3	8,0	13,0	12,5	16,3	5,4
bestimmte infektiöse und parasitäre Erkrankungen		6,7		1,9	3,3	3,5	5,7	6,5	3,1	3,5	6,2
Neubildungen	2,5		5,1	7,7	7,8	9,3	3,4	7,6	13,5	9,3	16,9
Blut und Blut bildende Organe			2,6	1,9	1,1	1,2	1,1	2,2	1,0	1,2	0,8
Endokrinologie, Ernährungs-krankheiten und Stoffwechsel	10,0	17,8	15,4	5,8	13,3	10,5	6,9	12,0	5,2	7,0	6,2
Psychische und Verhaltensstörungen	10,0	15,6	5,1	15,4	4,4	12,8	12,6	6,5	9,4	7,0	12,3
Nervensystem	7,5	4,4	2,6	5,8	11,1	7,0	9,2	8,7	8,3	15,1	6,9
Augen	5,0	2,2	5,1	1,9	7,8	4,7	3,4	6,5	2,1	3,5	6,9
Ohren	2,5	2,2		1,9	1,1	3,5	8,0	1,1	1,0	3,5	1,5
Kreislaufsystem	5,0	2,2	2,6	7,7	5,6	5,8	2,3	13,0	10,4	17,4	13,1

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
Atmungssystem			2,6	1,9	1,1	7,0	1,1	1,1	5,2	3,5	4,6
Verdauungssystem	2,5	4,4	2,6	3,8	7,8	11,6	4,6	3,3	3,1	10,5	7,7
Haut	17,5		15,4	9,6	12,2	16,3	2,3	9,8	2,1	10,5	3,1
Muskel-Skelett-System und Bindegewebe	7,5	4,4	12,8	5,8	14,4	11,6	8,0	3,3	13,5	15,1	13,1
Urogenitalsystem	2,5	2,2	2,6	3,8	16,7	5,8	3,4	2,2	4,2	7,0	6,2
Schwangerschaft, Geburt und Wochenbett	7,5	6,7	5,1	7,7	7,8	2,3	5,7	2,2	6,3		1,5
angeborene Fehlbildungen und Perinatalperiode	2,5				1,1		1,1		1,0	1,2	
Verletzungen, Vergiftungen u.a. Folgen äußerer Ursachen	2,5	2,2			6,7	15,1	10,3	6,5	5,2		6,9
Zähne	5,0	6,7	2,6		2,2	4,7	4,6	4,3	1,0	5,8	3,8
Gesundheitswesen und ärztliche Standespolitik	5,0	2,2			2,2		3,4	3,3		3,5	1,5
Pharmazie	5,0	4,4			2,2	2,3	1,1	1,1	2,1	2,3	0,8
Schönheitschirurgie und med. Kosmetik	5,0	2,2	10,3	5,8	2,2	5,8	1,1	4,3	2,1	2,3	0,8

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
med. Rechtsfragen							1,1				0,8
Krankheit, undefiniert	5,0	2,2	5,1		3,3	3,5	8,0	4,3	4,2	3,5	5,4
Rauchen	2,5			1,9	1,1	1,2	1,1	1,1	2,1		2,3
Reisemedizin	5,0	2,2	5,1	3,8			1,1			1,2	1,5
Therapeuten/Medizin-Adressen		2,2	2,6	3,8	2,2	3,5	1,1		2,1	8,1	0,8
Restgruppe		2,2			1,1		2,3		3,1		0,8

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Kategorien mit medizinischen Inhalten in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften sowie den sogenannten Yellow-Press-Titeln dargestellt. Kursiv hervorgehoben ist die Kategorie „Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik“.

Abbildung 5-25: Inhalte Medizin je Zeitschrift b

	Funktionstitel	Restgruppe
--	----------------	------------

	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
nicht zuordenbar	10,0										
allgemein Gesunderhaltung und Stärkung der Abwehrkraft	40,0	57,1	21,9	22,2	14,3	6,7	43,8	28,0	10,7	33,3	11,8
bestimmte infektiöse und parasitäre Erkrankungen			18,8		2,4	13,3	12,5	12,0	10,7	16,7	11,8
Neubildungen		14,3		5,6	14,3	3,3	18,8	8,0	7,1		11,8
Blut und Blut bildende Organe			3,1								
Endokrinologie, Ernährungskrankheiten und Stoffwechsel		14,3	6,3		11,9	6,7		8,0	7,1		17,6
Psychische und Verhaltensstörungen	10,0		6,3		21,4	13,3	12,5	4,0	14,3		
Nervensystem				11,1	9,5	10,0	18,8	8,0			5,9
Augen	10,0		3,1			3,3		12,0			11,8
Ohren			3,1					4,0			5,9
Kreislaufsystem	10,0	28,6	15,6	16,7	7,1	13,3	18,8	8,0	3,6	33,3	11,8

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
Atmungssystem			3,1	5,6				12,0	10,7		11,8
Verdauungssystem			9,4	5,6	2,4	10,0	12,5	20,0	3,6		5,9
Haut	20,0		9,4			16,7	31,3	12,0		16,7	
Muskel-Skelett-System und Bindegewebe	10,0		6,3		7,1	13,3	12,5	16,0	17,9		17,6
Urogenitalsystem				5,6	2,4	3,3	6,3		3,6		5,9
Schwangerschaft, Geburt und Wochenbett			6,3		4,8	3,3					5,9
angeborene Fehlbildungen und Perinatalperiode											
Verletzungen, Vergiftungen u.a. Folgen äußerer Ursachen				33,3	2,4	3,3		4,0	10,7		5,9
Zähne			9,4	5,6	2,4	3,3	6,3	12,0			5,9
Gesundheitswesen und ärztliche Standespolitik					4,8		12,5	8,0			11,8

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
Pharmazie					2,4			8,0	10,7		
<i>Schönheitschirurgie und med. Kosmetik</i>			<i>3,1</i>		<i>4,8</i>	<i>6,7</i>	<i>12,5</i>	<i>12,0</i>		<i>16,7</i>	
med. Rechtsfragen											
Krankheit, undefiniert			3,1		2,4	3,3					
Rauchen					2,4	3,3			3,6		
Reisemedizin	10,0				2,4						
Therapeuten/Medizin- Adressen											
Restgruppe	10,0				2,4	3,3					5,9

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Kategorien mit medizinischen Inhalten bei den Funktionstiteln und der Restgruppe dargestellt. Kursiv hervorgehoben ist die Kategorie Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik.

Aus diesen Kreuztabellen ist ersichtlich, dass in der *rtv* (16,7 %), der *Funk Uhr* (12 %), der *Fernsehwoche* (12,5 %) und der *Für Sie* (10,3 %) am häufigsten über Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik geschrieben wird. In der *Brigitte* und dem *Journal für die Frau* – Zeitschriften, in denen Mode und Schönheit eine große Bedeutung haben – sind solche Themen nur zu 5 beziehungsweise 5,8 Prozent vertreten. Die Hypothese ist daher nicht zutreffend. Beiträge über Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik sind eindeutig in den Fernsehzeitschriften besonders häufig zu finden.

Auffallend ist auch, dass in der *Bunten* besonders häufig über psychische und Verhaltensstörungen berichtet wird (21,4 % im Vergleich zu 9,9 % im Durchschnitt).

Zu erwarten war, dass in den beiden Titeln, die sich speziell mit dem Thema Essen beschäftigen, eine höhere Besetzung der Kategorie „Endokrinologie, Ernährungskrankheiten und Stoffwechsel“ zu finden gewesen wäre. Dies ist jedoch nicht der Fall. In *Essen & Trinken* wird dieser Themenbereich in 14,3 Prozent der Fälle behandelt – weniger als in der *freundin*, *Für Sie* und *prisma* –, in der *Familie & Ich* sogar nur in 6,3 Prozent (der Durchschnitt liegt bei 8,8 Prozent). Es scheint so, als würden negativ besetzte Themen wie Übergewicht und Diabetes mellitus, aber auch neutrale Themen wie die Physiologie der Ernährung in diesen „Fach“-Zeitschriften eher gemieden, obwohl die Nähe zum Hauptthema der Titel anderes vermuten ließe.

Das Thema angeborene Fehlbildungen und Perinatalperiode ist zwar nur eng begrenzt. Dennoch ist es überraschend, dass sich in 1.078 Medizin-Beiträgen in Frauenzeitschriften nur fünf Beiträge zumindest teilweise damit befassen. Selbst über Pharmazie wurde häufiger berichtet. Ursache dieser seltenen Nennungen könnte das Vermeiden eines besonders für die Zielgruppe Frauen negativ besetzten Themas sein.

Die *Freizeit Revue* fällt auf, da sie besonders häufig Adressen von Therapeuten veröffentlicht. 8,1 Prozent aller Beiträge mit medizinischem Inhalt handeln davon.

Bei der *Fernsehwoche* fällt auf, dass sich fast jeder dritte Beitrag (31,3 %) um das Thema Haut dreht und sogar zwei von fünf Beiträgen (43,8 %) die Stärkung der Abwehrkraft und allgemeine Maßnahmen zur Gesunderhaltung zum Inhalt haben.

Letztgenanntes gilt in abgeschwächter Form für mindestens jeden fünften Artikel mit medizinischem Inhalt in den Special-Interest-Titeln *Meine Familie & Ich*, *Mein schöner Garten*, *Essen & Trinken* sowie *Burda Moden*, den Fernsehzeitschriften *Funk Uhr*, *rtv* und *Fernsehwoche* sowie der *freundin*, der *Für Sie* und dem *Journal für die Frau*.

Die in dieser Untersuchung gefundenen Auffälligkeiten lassen sich aufgrund der unterschiedlichen Kategoriensysteme nur bedingt mit anderen Untersuchungen vergleichen. Oette hat ein ähnlich umfangreiches Variablensystem, darunter „Urologie“, „Dermatologie“, „Recht“, „Zahnmedizin“ und „Neurologie“ (vgl. Oette M. 2000, S. 132-133). In der folgenden Abbildung werden seine Ergebnisse mit denen dieser Untersuchung verglichen.

Abbildung 5-26: Vergleich von Daten dieser Untersuchung mit Oette M. 2000

Variable diese Studie / Oette	Tina diese Studie vs. Oette	Bunte diese Studie vs. Oette
Urogenitalsystem /Urologie	5,8 % vs. 1,1 %	2,4 % vs. 1,4 %
Haut / Dermatologie	16,3 % vs. 2,2 %	0 vs. 4,9 %
med. Rechtsfragen / Recht	0 vs. 2,6 %	0 vs. 0,9 %
Zähne / Zahnmedizin	4,7 % vs. 0,7 %	2,4 % vs. 1 %
Nervensystem / Neurologie	7,0 % vs. 1,9 %	9,5 % vs. 1 %

Anhand dieser Tabelle wird deutlich, dass zwischen den Ergebnissen dieser Inhaltsanalyse und der von Oette aus dem Jahr 2000 bezüglich der medizinischen Inhalte nur wenig Übereinstimmung besteht.

Beim Vergleich der beiden Titel *Tina* und *Bunte* ergeben sich zwischen Oette und dieser Untersuchung nur wenig Gemeinsamkeiten. Zu unterschiedlich scheinen doch die Kategorisierungen vorgenommen worden zu sein, auch wenn formal die Kategorien zum großen Teil übereinzustimmen scheinen.

Eva Fiedler hat in ihrer Arbeit die Inhalte der *Brigitte* untersucht. Hier sind die Ergebnisse ebenfalls nur teilweise vergleichbar:

- Pharmazie: 5 % vs. 3,2 % Fiedler
- Urologie: 2,5 % vs. 0,7 % Fiedler
- Zahnmedizin: 5 % vs. 2,9 % Fiedler
- Augen: 5 % vs. 2,5 % Fiedler
- Haut: 17,5 vs. 2,5 % Fiedler
- Neubildungen: 2,5 % vs. 1,8 % Fiedler.

Die Besetzungshäufigkeiten unterscheiden sich nur wenig, mit einer Ausnahme: „Dermatologie“ beziehungsweise „Haut“. Die Kategorie „Dermatologie“ in Fiedlers Arbeit wurde thematisch doch wohl deutlich enger gefasst als die „Haut“ in dieser Untersuchung.

Mit der Arbeit von Mersheim sind die Ergebnisse bezüglich der Zeitschrift *Bunte* in nur einer offensichtlich fast deckungsgleichen Kategorie zu vergleichen: Neubildungen (14,3 % vs. 6 % Mersheim). Bei dem insgesamt unterschiedlichen Kategoriensystem verwundert der Unterschied von 8,3 Prozent nicht.

Untersucht wurde noch die Zahl der Mehrfachnennungen in den Inhaltskategorien. Es hat sich herausgestellt, dass in rund drei Viertel aller Fälle nur ein Thema pro Beitrag behandelt wird. In 17,3 Prozent der Fälle werden zwei Themen behandelt, in 5,3

Prozent der Fälle drei und in 1,6 Prozent der Fälle vier. Fünf- und Mehrfachnennungen sind selten (kleiner 1 Prozent der Beiträge). Die maximale Anzahl der Themen betrug zehn.

Abbildung 5-27: Mehrfachnennungen

Zeitschrift	1		2		3		4		5		6		7		10	
	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%	Anz.	%
Quelle	447	85,3%	62	11,8%	14	2,7%	1	0,2%								
Produkt-nennung	364	91,5%	31	7,8%	3	0,8%										
Inhalte Medizin	805	74,7%	186	17,3%	57	5,3%	17	1,6%	6	0,6%	4	0,4%	2	0,2%	1	0,1%
Naturheil-verfahren	148	84,6%	16	9,1%	6	3,4%	3	1,7%	1	0,6%	1	0,6%				
Ernährung	100	97,1%	3	2,9%												
Nahrungser-gänzung	44	89,8%	4	8,2%	1	2,0%										
Funktion Information	623	70,9%	202	23,0%	42	4,8%	11	1,3%	1	0,1%						
Funktion Handlungsan-weisung	295	91,6%	27	8,4%												
Funktion Unterhaltung	249	92,9%	19	7,1%												
Beratungs-funktion	349	86,2%	53	13,1%	3	0,7%										
Präventions-zeitpunkt	115	96,6%	3	2,5%	1	0,8%										
Präventions-maßnahme	110	94,8%	6	5,2%												
Präventions-motivation	64	95,5%	3	4,5%												

Diese Tabelle enthält die Häufigkeiten der Kodierung (1 bis 10) für eine Reihe von Kategorien. Angegeben sind die absolute Häufigkeit (Anz.) und die entsprechenden Prozentwerte.

Als Abschluss dieses Unterkapitels über medizinische Inhalte wird die Aufschlüsselung der Namensnennungen nach medizinischen Inhalten betrachtet. Es zeigt sich, dass besonders häufig – der Durchschnitt liegt bei 12,9 Prozent – in Beiträgen zu den Themen Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik (34,2 %), Pharmazie (19 %) und Haut (20,5 %) ein Präparat konkret mit Namen genannt wurde. Während dies bei der Pharmazie verständlich ist, da über neue Präparate auch mit Namen berichtet wird, ist dies bei den beiden anderen Bereichen möglicherweise auf Produkt-PR für Hautpflegeprodukte zurückzuführen.

Abbildung 5-28: Inhalte Medizin vs. Präparate (aufgeschlüsselt) - Kreuztabelle

	keine Nennung		Substanz		Substanzgruppe		Name	
	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
nicht zuordenbar	66,7	2			33,3	1		
allgemein Gesunderhaltung und Stärkung der Abwehrkraft	60,4	93	6,5	10	20,1	31	13,0	20
bestimmte infektiöse und parasitäre Erkrankungen	49,1	28	5,3	3	35,1	20	10,5	6
Neubildungen	80,9	76	2,1	2	12,8	12	4,3	4
Blut und Blut bildende Organe	54,5	6	9,1	1	36,4	4		
Endokrinologie, Ernährungs-krankheiten und Stoffwechsel	55,8	53	7,4	7	24,2	23	12,6	12
Psychische und Verhaltensstörungen	76,6	82	3,7	4	14,0	15	5,6	6
Nervensystem	67,4	58	10,5	9	16,3	14	5,8	5
Augen	70,8	34	2,1	1	16,7	8	10,4	5
Ohren	62,5	15	4,2	1	33,3	8		
Kreislaufsystem	62,7	64	2,0	2	24,5	25	10,8	11
Atmungssystem	42,9	15	5,7	2	40,0	14	11,4	4
Verdauungssystem	56,5	39	4,3	3	33,3	23	5,8	4
Haut	43,2	38	10,2	9	26,1	23	20,5	18
Muskel-Skelett-System und Bindegewebe	62,8	71	6,2	7	26,5	30	4,4	5

	keine Nennung		Substanz		Substanzgruppe		Name	
Urogenitalsystem	68,5	37	5,6	3	9,3	5	16,7	9
Schwangerschaft, Geburt und Wochenbett	85,7	36	2,4	1	7,1	3	4,8	2
angeborene Fehlbildungen und Perinatalperiode	80,0	4			20,0	1		
Verletzungen, Vergiftungen u.a. Folgen äußerer Ursachen	90,5	57	3,2	2	4,8	3	1,6	1
Zähne	61,9	26	7,1	3	19,0	8	11,9	5
Gesundheitswesen und ärztliche Standespolitik	87,5	21			4,2	1	8,3	2
Pharmazie	33,3	7	28,6	6	19,0	4	19,0	4
Schönheitschirurgie und med. Kosmetik	42,1	16	2,6	1	21,1	8	34,2	13
med. Rechtsfragen	100,0	2						
Krankheit, undefiniert	92,3	36			5,1	2	2,6	1
Rauchen	85,7	12			7,1	1	7,1	1
Reisemedizin	92,3	12			7,7	1		
Therapeuten/Medizin-Adressen	85,0	17			10,0	2	5,0	1
Restgruppe	92,9	13			7,1	1		

In dieser Kreuztabelle werden die medizinischen Inhalte und die Präparate-Kategorien gegenübergestellt. Es fällt auf, dass in drei Inhaltskategorien besonders häufig Produkte mit Namen genannt werden. Die entsprechenden Zellen sind grau markiert.

Zusammenfassung von Kap. 5.3

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Auswertung von Kategorien mit medizinischem Inhalt und Produkten vorgestellt.

Für Produkte gilt, dass sie in etwas mehr als einem Drittel aller Beiträge mit medizinischem Inhalt vorkommen. Am häufigsten (rund ein Drittel aller Produkte) werden Arzneimittel und Nahrungsergänzungsmittel genannt. Entgegen den Erwartungen wird in zirka einem Viertel aller Präparatenennungen der Verkaufsname genannt. Bei der Betrachtung der einzelnen Titel fällt auf, dass sich die Zeitschriften hinsichtlich der Häufigkeit von Produktnennungen deutlich unterscheiden.

Dies gilt auch für die Kategorien der medizinischen Inhalte. Für alle Titel gemeinsam gilt, dass folgende Themen besonders häufig behandelt wurden: allgemein Gesunderhaltung und Stärkung der Abwehrkraft, Muskel-Skelett-System und Bindegewebe, psychische und Verhaltensstörungen, Kreislaufsystem, Endokrinologie und Stoffwechsel, Neubildungen, Haut und Nervensystem. In rund drei Viertel aller Beiträge wird ein Thema allein behandelt.

Entgegen den Erwartungen kommen frauenspezifische Krankheiten und Zustände nur durchschnittlich häufig vor.

Schönheitschirurgie und medizinische Kosmetik werden entgegen den Erwartungen nicht in den typischen Frauenzeitschriften, sondern in Fernsehzeitschriften am häufigsten thematisiert. Dieser Themenbereich wird – ebenso wie „Haut“ und „Pharmazie“ – besonders oft mit einem Präparatenamen in Verbindung gebracht.

5.4 Naturheilverfahren

Da Naturheilverfahren viele Deutsche – besonders Frauen – interessieren, wurde erwartet, dass sich diese Beliebtheit auch in der Berichterstattung widerspiegelt. Von den 1 078 ausgewerteten redaktionellen Texten mit medizinischem Inhalt haben sich 180 – das entspricht 16,7 Prozent – mit Naturheilverfahren beschäftigt.

Die Palette der Verfahren, die thematisiert werden, ist groß. Sie reicht von A wie Anthroposophische Medizin (0,1 %) bis S wie Shiatsu (ebenfalls 0,1 %). Aufgrund der Vielzahl der Verfahren ist die Zahl der Nennungen pro Kategorie meistens nicht sehr groß.

Abbildung 5-29: Inhalte Naturheilverfahren

	Anzahl	%
kein Verfahren genannt	898	83,3%
Phytotherapie	99	9,2%
Homöopathie	15	1,4%
chinesische Medizin und TCM außer Akupunktur	15	1,4%
ayurvedische Medizin	14	1,3%
physikalische Medizin, Balneologie, Klimatherapie	12	1,1%
Akupunktur allein	12	1,1%
Chirotherapie, manuelle Medizin	9	0,8%
Naturheilverfahren, unspezifisch	8	0,7%
Aromatherapie	6	0,6%
TENS	5	0,5%
Bioresonanz- und MORA-Therapie	3	0,3%
Farb- und Lichttherapien	3	0,3%
Sauerstoff- und Ozontherapien	3	0,3%
diätetische Verfahren	2	0,2%
Neuraltherapie, therapeutische Lokalanästhesie	2	0,2%
Verfahren aus indianischen Kulturen	2	0,2%
Restgruppe	2	0,2%
Anthroposophische Medizin	1	0,1%

ausleitende Verfahren	1	0,1%
Bachblütentherapie	1	0,1%
Eigenbluttherapie	1	0,1%
Geistheilung und Handauflegen	1	0,1%
mikrobiologische Therapie	1	0,1%
Fußreflexzonenmassage	1	0,1%
Kolon-Hydrotherapie	1	0,1%
Shiatsu	1	0,1%
Astromedizin		
Edelsteintherapie		
Eigenurinbehandlung		
Organotherapie		
Spagyrik		
Elektroneuraldiagnostik, Decodertest, Thermografie		
Energetische Fotografie und Diagnostik, Kirlian		
Haaranalyse		
Irisdiagnose		
Kinesiologie		
Radiaesthesie		
Verfahren aus afrikanischen Kulturen		

In dieser Tabelle sind die verschiedenen Diagnose- und Therapiemethoden aus dem Bereich der Naturheilverfahren und die Häufigkeit ihrer Nennung in medizinischen Beiträgen in Frauenzeitschriften dargestellt.

Nur die Phytotherapie wird deutlich häufiger als andere Verfahren erwähnt. Mit 99 Nennungen wird die Pflanzenheilkunde in immerhin 9,2 Prozent der Beiträge behandelt. Mit Abstand folgen dann die Homöopathie, chinesische Medizin / TCM (außer Akupunktur), ayurvedische Medizin, physikalische Medizin / Balneologie / Klimatherapie und die Akupunktur mit einer Häufigkeit von 1,1 bis 1,4 Prozent.

Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass die zumindest teilweise von der so genannten Schulmedizin anerkannten Verfahren wie die Phytotherapie und die physikalische Medizin mit über zehn Prozent den Hauptanteil an der Berichterstattung über Naturheilverfahren ausmachen. Die **Hypothese 11** - Über die anerkannten Verfahren wie

Pflanzenheilkunde und physikalische Therapie wird seltener berichtet als über außer-europäische Verfahren wie traditionelle chinesische Medizin inklusive Akupunktur oder Ayurveda – kann somit nicht bestätigt werden. Ayurveda und die traditionelle chinesische Medizin inklusive Akupunktur sind vielleicht in der Bevölkerung zur Zeit besonders beliebt, sie werden zusammen mit 2,7 Prozent jedoch nur in einem kleinen Anteil der Medizinbeiträge genannt.

Aus den Ergebnissen kann auch abgeleitet werden, dass gerade die etwas exotischen Verfahren deutlichen Trends unterworfen sind. So war das Thema Eigenurinbehandlung zeitweise ein beliebtes Thema in den Medien, in dieser Untersuchung wurde kein Beitrag mehr gefunden, der davon handelt.

Abbildung 5-30: Inhalte Naturheilverfahren je Zeitschrift a

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
kein Verfahren genannt	87,5	82,2	71,8	80,8	92,2	81,4	86,2	89,1	80,8	74,7	90,0
Anthroposophische Medizin						1,2					
Homöopathie				3,8		2,3	4,6		1,0	1,1	0,8
Phytotherapie	2,5	11,1	10,3	3,8	5,6	7,0	4,6	8,7	9,1	19,5	6,9
Aromatherapie		4,4		3,8		1,2					
ausleitende Verfahren									1,0		
Bachblütentherapie											
Bioresonanz- und MORA-Therapie			2,6							2,3	
Chirotherapie, manuelle Medizin	2,5				1,1				4,0	2,3	
diätetische Verfahren					1,1						
Edelsteintherapie											
Eigenbluttherapie				1,9							
Eigenurinbehandlung											
Farb- und Lichttherapien							2,3			1,1	

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
Geistheilung und Handauflegen										1,1	
mikrobiologische Therapie											
Organotherapie											
Neuraltherapie, therapeutische Lokal-anästhesie									1,0	1,1	
physikalische Medizin, Balneologie, Klimatherapie	2,5	2,2		1,9		1,2			2,0	3,4	
Sauerstoff- und Ozontherapien				1,9						2,3	
chinesische Medizin und TCM außer Akupunktur		2,2	2,6	9,6		1,2			3,0	2,3	
Akupunktur allein	2,5		2,6			3,5	1,1		3,0	2,3	
ayurvedische Medizin		2,2	5,1		1,1	1,2			1,0	1,1	2,3
Verfahren aus afrikanischen Kulturen											
Verfahren aus indianischen Kulturen	2,5										
Naturheilverfahren, unspezifisch			2,6			2,3	1,1	3,3			0,8

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
TENS	2,5			1,9		1,2			1,0	1,1	
Fußreflexzonenmassage			2,6								
Kolon-Hydrotherapie						1,2					
Shiatsu	2,5										
Restgruppe	2,5					1,2					

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Kategorien mit Naturheilverfahren in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Titeln sowie der Yellow Press dargestellt. Angegeben sind jeweils die Prozentwerte pro Zeitschrift.

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh-woche	Funk-Uhr	Petra	rtv	Prisma
TENS											
Fußreflexzonenmassage											
Kolon-Hydrotherapie											
Shiatsu											
Restgruppe											

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Kategorien mit Naturheilverfahren in den Funktionstitel und der Restgruppe dargestellt. Angegeben sind jeweils die Prozentwerte pro Zeitschrift.

Besonders häufig, das heißt in mindestens einem Viertel der Berichte, wurden Naturheilverfahren in folgenden Zeitschriften genannt: *Funk Uhr* (28 %), *Für Sie* (28,2 %), *Mein schöner Garten* (44,4 %) ⁴⁸, *Burda Moden* (40 %) ⁴⁹, *Fernsehwoche* (25 %) und *Freizeit Revue* (25,3 %).

An Einzelwerten fällt auf:

- In der *Burda Moden* wird in zehn Prozent der Beiträge über ayurvedische Medizin geschrieben, in der *Essen & Trinken* in 14,3 Prozent. Der Durchschnittswert für diese asiatische Therapieform liegt bei 1,3 Prozent.
- Die anthroposophische Medizin, vom Gesetzgeber als eine der drei besonderen Therapierichtungen bezeichnet, war nie Thema einer Berichterstattung.
- Über die Phytotherapie wurde vor allem in *Mein schöner Garten* und der *Funk Uhr* berichtet. Möglicherweise ist die thematische Nähe zu Heilpflanzen bei der Gartenzeitschrift für die häufige Thematisierung der Pflanzenheilkunde verantwortlich.
- In der *Brigitte*, der *Für Sie*, der *Freizeit Revue* und der *tina* wird relativ häufig über exotische Therapieformen berichtet. Dazu zählen Verfahren aus indianischen Kulturen, TENS, Shiatsu, traditionelle chinesische Medizin, Kolon-Hydrotherapie, Aromatherapie und andere, nicht kategorisierte Verfahren.

In den meisten Beiträgen (84,6 %) wird nur ein Naturheilverfahren behandelt. In 9,1 Prozent der Fälle kommen zwei verschiedene, in 3,4 Prozent der Fälle drei, in 1,7 Prozent der Fälle vier und in jeweils 0,6 Prozent der Fälle fünf beziehungsweise sechs in einem Beitrag vor (siehe Abbildung 5-27: „Mehrfachnennungen“). Relativ selten werden also mehrere Verfahren kombiniert, obwohl dies inhaltlich sicher des Öfteren Sinn machen würde.

Außer der Häufigkeit, mit der verschiedene Verfahren in den einzelnen Zeitschriften genannt werden, ist auch deren Bewertung von Interesse. Daher werden auch die Zuschreibung von Wirkungen, Nebenwirkungen und Kosten betrachtet.

⁴⁸ Dieser hohe Wert resultiert aus der Kombination von insgesamt wenig Medizinbeiträgen in der Zeitschrift und der Rubrik „Das empfiehlt die Kräuterhexe“, in der regelmäßig über Phytotherapie geschrieben wird.

⁴⁹ Auch dieser hohe Wert ist mit Vorsicht zu beurteilen, da in der *Burda Moden* insgesamt ebenfalls wenig Medizinbeiträge zu finden sind.

Abbildung 5-32: Naturheilverfahren Wirkung

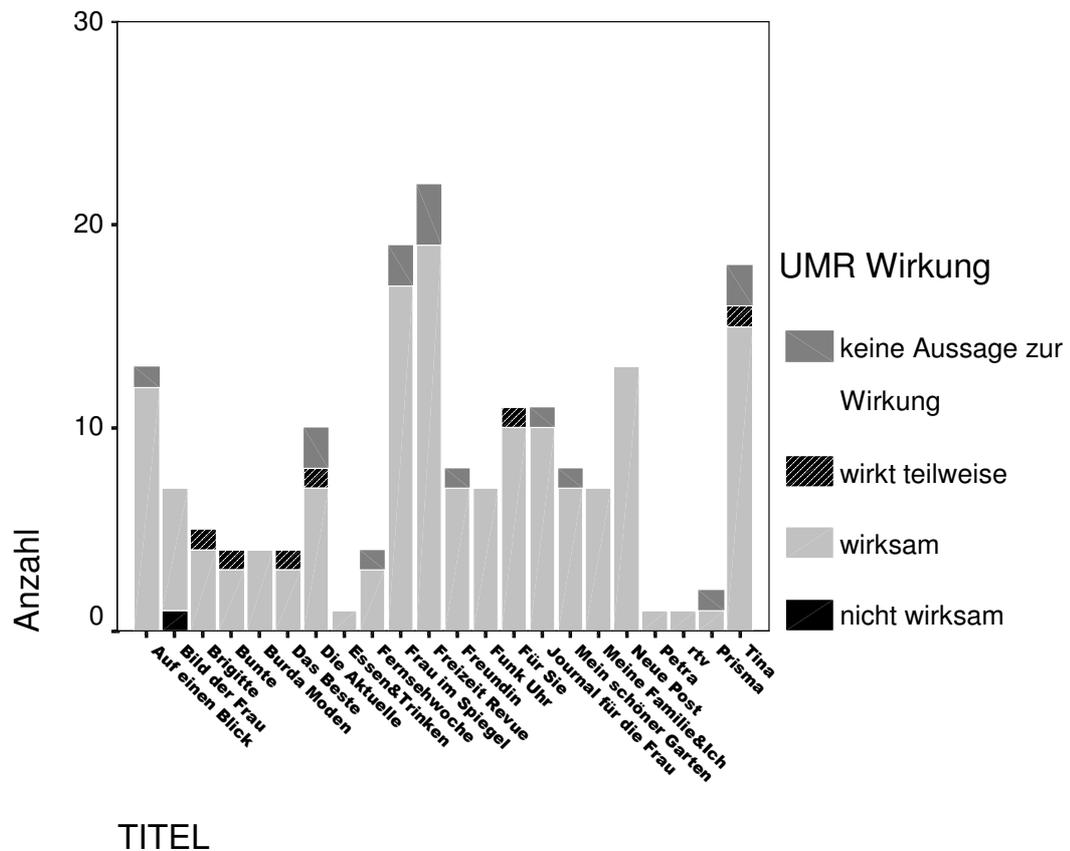
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
nicht wirksam	1	0,1	0,6
wirksam	158	14,7	87,8
wirkt teilweise	6	0,6	3,3
keine Aussage zur Wirkung	15	1,4	8,3
Total	180	16,7	100,0
Missing System	898	83,3	
	1.078	100,0	

Diese Tabelle enthält die Aussagen zur Wirksamkeit von Naturheilverfahren. Die rechte Spalte enthält die Prozentangaben, die sich auf die Texte beziehen, in denen Naturheilverfahren vorkommen.

Es ist offensichtlich, dass in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle – in 87,8 Prozent – Naturheilverfahren für wirksam gehalten werden. Nur in einem Fall wurden sie als unwirksam (0,6 %) bezeichnet und in sechs Fällen (3,3 %) wurde differenziert über die Wirkung berichtet.

Bei der Betrachtung der unten stehenden Grafik wird deutlich, dass bei den einzelnen Zeitschriften keine nennenswerten Unterschiede bezüglich der Bewertung der Wirkung bestehen. Die *Bild der Frau* ist der einzige Titel, der einmal Naturheilverfahren als wirkungslos bewertet hat, er hebt sich damit etwas von den anderen Zeitschriften ab. Die *Frau im Spiegel* und die *Freizeit Revue* sind zwei Titel, in denen die Wirkungen von Naturheilverfahren häufig als positiv und in keinem Fall als negativ – auch nicht eingeschränkt negativ im Sinne von „wirkt nur manchmal“ – beschrieben wurden.

Abbildung 5-33: Wirkung der Naturheilverfahren / Zeitschriften – gestapeltes Balkendiagramm



Diese Grafik verdeutlicht auf einen Blick die Bewertung der Naturheilverfahren in den einzelnen Zeitschriften. Sie ist aus der Kreuztabelle „Wirkung Naturheilverfahren / Titel“ entstanden. Die tabellarische Übersicht ist im Anhang angefügt.

Bei der Betrachtung der Nebenwirkungen ist festzustellen, dass diese in den meisten Fällen gar nicht erwähnt werden, wie in der folgenden Abbildung zu sehen ist.

Abbildung 5-34: Nebenwirkungen der Naturheilverfahren

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
keine Nebenwirkungen	13	1,2	7,2
Nebenwirkungen möglich	9	0,8	5,0
keine Aussage zu Nebenwirkungen	158	14,7	87,8
Total	180	16,7	100,0
Missing System	898	83,3	
	1.078	100,0	

Diese Tabelle enthält die Aussagen zu den Nebenwirkungen von Naturheilverfahren. Die rechte Spalte enthält die Prozentangaben, die sich auf die Texte beziehen, in denen Naturheilverfahren vorkommen.

In 87,8 Prozent der Fälle, in denen über Naturheilverfahren geschrieben wird, werden unerwünschte Effekte nicht erwähnt. In weiteren 7,2 Prozent der Fälle wird betont, dass diese Verfahren keine Nebenwirkungen, haben und in 5 Prozent wird die Möglichkeit eingeräumt. In keinem der 180 Beiträge wird geschrieben, dass Naturheilverfahren immer auch Nebenwirkungen haben.

Die Betrachtung der einzelnen Titel ergibt keine spezifischen Besonderheiten. Es gibt zwar einige Titel, in denen in 70 bis 80 Prozent der Fälle keine Aussagen zu Nebenwirkungen getroffen werden. Die Fallzahlen sind jedoch so gering, dass die Prozentwerte mit Vorsicht zu betrachten sind.

Eine detaillierte Kreuztabelle, die zeigt, in welchen Zeitschriften die Nebenwirkungen dargestellt sind, ist im Anhang angefügt (Naturheilverfahren: Nebenwirkung / Titel).

Obwohl viele Naturheilverfahren vielfach weder von gesetzlichen noch privaten Krankenkassen erstattet werden, wird diese Thematik so gut wie nie in Beiträgen aufgegriffen. Nur in jeweils einem Fall wurden Verfahren als teuer (im *Journal für die Frau*) beziehungsweise preiswert (in der *Fernsehwoche*) bezeichnet. Damit wird die ganze Problematik der Kostenerstattung⁵⁰ aus der Berichterstattung ausgeklammert, was doch eher für eine undifferenzierte Behandlung des Themas spricht.

⁵⁰ Die Problematik wird in den folgenden Werken intensiver behandelt: Stebner F. 1991 und Weber K. 1991. Hinweise zur Kostenerstattung für einzelne Verfahren werden in Federspiel K.; Herbst V. 1991 gegeben. Die aktuelle Rechtslage wird von Dr. jur. Frank A. Stebner in einer Broschüre aus dem Jahr 2001 zusammengefasst. Die darin über die Homöopathie gemachten Aussagen lassen sich auch auf andere Naturheilverfahren übertragen (vgl. Stebner F.A. 2001).

Aufgrund dieser Daten kann die **Hypothese 12** – wenn Naturheilverfahren thematisiert werden, dann werden häufiger die positiven Aspekte (Wirksamkeit, geringe Nebenwirkungsrate, geringe Kosten) herausgestellt als negative Akzente (fehlende Wirkung, hohe Kosten, Nebenwirkungen) – überprüft werden. Über eine Wirksamkeit der Naturheilverfahren wird deutlich häufiger als über Unwirksamkeit berichtet und es wird häufiger eine Aussage getroffen über fehlende Nebenwirkungen als über mögliche Nebenwirkungen. So weit ist die Hypothese 12 formal erfüllt. Über die Kosten dieser Verfahren wird meistens nur wenig geschrieben, so dass die Hypothese unter diesem Aspekt nicht verifiziert werden kann.

Letztlich ist die Hypothese, auch wenn zum überwiegenden Teil richtig, doch unzutreffend. Sie wurde erstellt, da angenommen wurde, dass häufig und dass positiv über Naturheilverfahren berichtet wird. Festgestellt wurde dagegen, dass einerseits nur in einem relativ geringen Prozentsatz der Beiträge die positiven Effekte dieser Verfahren betont werden. Und andererseits werden *expressis verbis* erstaunlich wenig Aussagen über – sowohl positive als auch negative – Wirkungen und Kosten dieser Verfahren gemacht. Sie werden wohl hauptsächlich in Zusammenhang mit bestimmten Beschwerden und Krankheiten und damit indirekt als wirksam vorgestellt. Der Leserin bleibt bei diesen Beiträgen der Schluss überlassen: Die Naturheilverfahren wirken, da sie als Behandlungsmöglichkeit genannt werden.

Der Trend zur indifferenten Berichterstattung über Naturheilverfahren ist auch bei der Auswertung der Kategorie Adjuvans/Alternative festzustellen.

In nur jeweils einem Fall wird geschrieben, dass sich das Verfahren als Ergänzung (in der *Die Aktuelle*) beziehungsweise als Alternative (in der *Für Sie*) eignet. Die manchmal recht intensiv geführte und in der Praxis auch große Bedeutung besitzende Diskussion⁵¹ um den Stellenwert dieser Verfahren wird demnach in den untersuchten Zeitschriften nicht erwähnt.

Die **Hypothese 13** lautet: Wenn Naturheilverfahren in einen Zusammenhang mit der Schulmedizin gestellt werden, dann wird die Frage, ob Alternative oder Adjuvans, in den meisten Fällen gar nicht gestellt. Wenn sie erwähnt wird, dann wird das Naturheilverfahren häufiger als Alternative und nicht als Adjuvans bezeichnet.

Aufgrund der Daten wird der erste Teil der Hypothese klar bestätigt. Da die Frage, Ergänzung oder Alternative, so selten gestellt wird, ist eine Verifizierung des zweiten Hypothesenteils nicht möglich.

Auch die Betrachtung der Kategorie „Vergleich zur Schulmedizin“ zeigt wenig differenzierte Ergebnisse:

⁵¹ Viele Anhänger von Naturheilverfahren verzichten – teilweise motiviert durch ihre Therapeuten – auf eine konventionelle Behandlung, auch wenn dies fachlich nicht sinnvoll ist.

Abbildung 5-35: Naturheilverfahren im Vergleich zur Schulmedizin

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent
kein Vergleich	172	16,0	95,6
besser	6	0,6	3,3
gleich gut	2	0,2	1,1
Total	180	16,7	100,0
Missing System	898	83,3	
Total	1.078	100,0	

In dieser Tabelle ist angegeben, welche Aussagen über den Vergleich von Naturheilverfahren und konventioneller Medizin in den untersuchten Frauenzeitschriften getroffen werden.

In der überwiegenden Mehrzahl der Fälle (95,6 %) wird kein Vergleich zwischen Naturheilverfahren und konventioneller Medizin gezogen. Nur in sechs Fällen (3,3 %) werden Naturheilverfahren als besser und in zwei Fällen (1,1 %) als gleich gut bezeichnet. Schlechter wurden sie in keinem Fall bewertet. Als „besser“ wurden die jeweiligen Verfahren in Beiträgen von *Auf einen Blick*, *Brigitte*, *Freizeit Revue*, *Funk Uhr* und *Für Sie*, als „gleich gut“ in Beiträgen von *Bild der Frau* und *Fernsehwoche* bezeichnet.⁵²

Die **Hypothese 14** – Wird ein Vergleich zwischen Naturheilverfahren und Schulmedizin gezogen, werden Naturheilverfahren besser bewertet – kann aufgrund der Daten tendenziell bestätigt werden. Ein Vergleich wird zwar selten gezogen, fällt dann aber meist pro Naturheilverfahren aus.

Von Interesse ist auch der Zusammenhang zwischen Naturheilverfahren und der Nennung von Präparaten. Da aufgrund des Heilmittelwerbegesetzes damit gerechnet wird, dass weniger Verkaufsnamen genannt werden, ist der Substanzname in redaktionellen Texten wahrscheinlich der Wichtigere.

Wenn ein Naturheilverfahren genannt wird, dann ist fast in der Hälfte der Fälle (46,9 %) auch ein Substanzname genannt (siehe gelbe Markierung in der folgenden Abbildung). Im Vergleich dazu: Ein Name wird nur in 11,2 Prozent der Fälle genannt, in denen kein Naturheilverfahren genannt wird.

⁵² Die genauen Daten sind im Anhang in der Tabelle „Naturheilverfahren: Schulmedizin / Titel“ nachzulesen.

Abbildung 5-36: Naturheilverfahren / Präparat-Substanzname – Kreuztabelle

		Präparat-Substanz	Total
		ja	
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	82	175
	% von kein Verfahren genannt	46,9%	100,0%
kein Naturheilverfahren genannt	Anzahl	101	903
	% von kein Verfahren genannt	11,2%	100,0%
Total	Anzahl	183	1.078
	% von kein Verfahren genannt	17,0%	100,0%

Diese Kreuztabelle zeigt den Zusammenhang zwischen Substanznennung und der Nennung eines Naturheilverfahrens. Die auffälligen Werte sind kursiv gedruckt.

Die **Hypothese 15** – Bei Berichten über Naturheilverfahren werden häufiger als bei anderen Berichten Präparate genannt – ist somit zutreffend. Die Differenz von über 36 Prozent bei über 1.000 Fällen ist signifikant.

Wird der Zusammenhang zwischen der Nennung des Verkaufsnamens und der Nennung eines Naturheilverfahrens betrachtet, ergibt sich kein so klares Bild (siehe Abbildung nächste Seite).

Abbildung 5-37: Naturheilverfahren / Präparat Verkaufsname – Kreuztabelle

		Präparat-Verkaufsname	Total
		ja	
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	21	175
	% von kein Verfahren genannt	12,0%	100,0%
kein Verfahren genannt	Anzahl	71	903
	% von kein Verfahren genannt	7,9%	100,0%
Total	Anzahl	92	1.078
	% von kein Verfahren genannt	8,5%	100,0%

Diese Kreuztabelle zeigt den Zusammenhang zwischen der Nennung des Präparatenamens und der Nennung eines Naturheilverfahrens. Die gezählten Häufigkeiten entsprechen in etwa den erwarteten.

Der Verkaufsname eines Präparates scheint häufiger genannt zu werden, wenn über Naturheilverfahren berichtet wird. Ein anderes Bild ergibt sich bei der Betrachtung der Nennung von Substanzenamen. Es ist davon auszugehen, dass in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle, in denen über Naturheilverfahren berichtet wird, dies mit der weniger deutlichen Nennung von Präparaten verbunden ist.

Gerade die Phytotherapie, das mit Abstand am häufigsten genannte Verfahren, bietet sich dazu an, konkrete Produktempfehlungen zu geben.

Abbildung 5-38: Phytotherapie / Präparat – Kreuztabelle

		Präparat keine Nennung	1-mal	2-mal	3-mal	Total
Phytotherapie nein	Anzahl	741	47	108	83	979
	% von Phytotherapie	75,7%	4,8%	11,0%	8,5%	100,0%
Phytotherapie ja	Anzahl	25	6	59	9	99
	% von Phytotherapie	25,3%	6,1%	59,6%	9,1%	100,0%
Total	Anzahl	766	53	167	92	1.078
	% von Phytotherapie	71,1%	4,9%	15,5%	8,5%	100,0%

In dieser Kreuztabelle wird der signifikante Zusammenhang zwischen Präparatenennung und Phytotherapie deutlich. In den Spalten ist aufgelistet, wie häufig keine, ein, zwei oder drei Präparate genannt werden, wenn oder wenn nicht über Phytotherapie berichtet wird. So werden beispielsweise bei 11 Prozent der Beiträge ohne Phytotherapie zwei Präparate genannt, aber bei 59,6 Prozent der Beiträge mit Phytotherapie.

Die Frage, die sich anschließt, ist, ob diese Empfehlungen wertfrei gegeben werden oder die Folge einer intensiven Werbe- und PR-Arbeit widerspiegeln. Sinn würde die Bewerbung von Präparaten aus dem Bereich der Naturheilverfahren, besonders pflanzliche Mittel, in Frauenzeitschriften aus zwei Gründen machen.

Erstens aufgrund des Verschreibungsverhaltens: Frauen erhalten insgesamt gesehen nicht nur mehr Medikamente als Männer verschrieben⁵³, sie erhalten auch mehr der so genannten umstrittenen Präparate. Dazu zählen besonders viele Phytopharmaka: „Verglichen mit dem Vorjahr fällt auf, dass bei Frauen die in ihrer Wirksamkeit umstrittenen Johanniskrautextrakte neu unter den meistverordneten Wirkstoffen auftreten [...]“ (Schröder H.; Selke G.W. 2001, S. 777-778).

Der zweite Grund ist das Konsumentenverhalten im Bereich der Selbstmedikation. Der Anteil der Naturheilmittelanwender in der Bevölkerung ist von 52 Prozent 1970 über 65 Prozent 1997 auf 73 Prozent im Jahr 2002 angestiegen (vgl. BAH 2002). Bei den Naturheilmitteln besitzen die ohne Rezept erhältlichen Phytopharmaka eine herausragende Bedeutung. So liegt der Anteil der Selbstmedikation am Gesamtumsatz rezeptfreier Arzneimittel und damit Phytopharmaka bei 50 bis 95 Prozent – in den Gruppen der

⁵³ Männern werden pro Jahr durchschnittlich 315 Tagesdosen verschrieben, Frauen dagegen 454 Tagesdosen, das ist ein Mehrverbrauch von 44 Prozent (vgl. Schröder H.; Selke G.W. 2001, S. 778).

- Stärkungsmittel,
- Geriatrika,
- Schmerzmittel,
- Vitamine und
- Beruhigungs- und Schlafmittel.

Aber auch bei Erkältungs- und Grippemitteln, Dermatika, Rheumamitteln, Urologika und Magen-Darm-Mitteln ist er mit 20 bis 50 Prozent noch hoch (vgl. Wagner H.; Wiesenauer M. 1995, S. 4-5).

Die dominierende Stellung der Naturheilverfahren und insbesondere der Phytotherapie im Bereich der Behandlung wird auch deutlich, wenn die Kategorien zur Handlungsanregung – zur Vorbeugung und zur Diagnose/Therapie – mit betrachtet werden.

Abbildung 5-39: Naturheilverfahren / Handlungsanregung zur Vorbeugung - Kreuztabelle

		zur Vorbeugung	Total
		ja	
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	8	175
	% von kein Verfahren genannt	4,6%	100,0%
kein Verfahren genannt	Anzahl	61	903
	% von kein Verfahren genannt	6,8%	100,0%
Total	Anzahl	69	1.078
	% von kein Verfahren genannt	6,4%	100,0%

Diese Kreuztabelle zeigt den Zusammenhang zwischen der Nennung eines Naturheilverfahrens und der Handlungsanregung zur Vorbeugung. Die gezählten Häufigkeiten entsprechen in etwa den erwarteten.

Naturheilverfahren, die sich sehr gut für die Prävention eignen, werden in den untersuchten Frauenzeitschriften nicht besonders dafür empfohlen. Die Chance, mithilfe einer Lebensstiländerung nach dem Vorbild der klassischen Diäta dem Risiko der Entwicklung von Zivilisationskrankheiten vorzubeugen, wird von den Frauenzeitschriften nicht gefördert.

Im Bereich der Therapie ist dagegen ein klarer, hoch signifikanter Zusammenhang zu erkennen, wie aus der folgenden Tabelle ersichtlich wird.

Abbildung 5-40: Naturheilverfahren / Handlungsanregung zur Diagnose/Therapie - Kreuztabelle

		zur Diagnose/ zur Therapie	Total
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	67	175
	%	38,3%	100,0%
kein Verfahren genannt	Anzahl	98	903
	%	10,9%	100,0%
Total	Anzahl	165	1.078
	%	15,3%	100,0%

Diese Kreuztabelle zeigt den Zusammenhang zwischen der Nennung eines Naturheilverfahrens und der Handlungsanregung zur Diagnose/Therapie. Kursiv ist die Prozentzahl gedruckt, die den Anteil der Naturheilverfahren-Beiträge wiedergibt, in denen auch eine Diagnose- beziehungsweise Therapieempfehlung gegeben wird.

In 38 Prozent der Fälle, in denen ein Naturheilverfahren genannt wird, wird auch eine Empfehlung für die Diagnose oder Therapie einer Erkrankung ausgesprochen. Im Vergleich dazu werden nur in 10,9 Prozent der Fälle, in denen kein Naturheilverfahren genannt wird, Handlungsanregungen zur Diagnose und/oder Therapie gegeben. Dieser Unterschied ist statistisch signifikant ($p < 0,001$).

Aus diesen Ergebnissen kann der Schluss gezogen werden, dass die Darstellung von Naturheilverfahren in Frauenzeitschriften Diagnose- und Therapie-betont ist.

In der **Hypothese 16** wird postuliert, dass bei einer Nennung von Naturheilverfahren häufig auch zum Kauf von Produkten angeregt und bezüglich des Konsums beraten wird. Dies scheint nur teilweise zuzutreffen.

Abbildung 5-41: Produktkauf/-bestellung / Naturheilverfahren - Kreuztabelle

		Produktkauf/ -bestellung	Gesamt
		ja	
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	15	175
	% von kein Verfahren genannt	8,6%	100,0%
nicht genannt	Anzahl	51	903
	% von kein Verfahren genannt	5,6%	100,0%
Gesamt	Anzahl	66	1078
	Erwartete Anzahl	66,0	1.078,0
	% von kein Verfahren genannt	6,1%	100,0%

In dieser Kreuztabelle werden die Kategorien „Produktkauf/-bestellung“ und „kein Naturheilverfahren genannt“ miteinander in Beziehung gesetzt. Es besteht ein – wenn auch nicht sehr deutlicher – Zusammenhang zwischen der Anregung zum/zur Produktkauf/-bestellung und der Nennung von Naturheilverfahren (8,6 vs. 5,6 %).

Es besteht offensichtlich kein sehr deutlicher Zusammenhang zwischen Naturheilverfahren-Nennung und der Anregung, Produkte zu kaufen oder zu bestellen.

Abbildung 5-42: Konsumerberatung / Naturheilverfahren - Kreuztabelle

		Konsumerberatung	Gesamt
		ja	
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	33	175
	% von kein Verfahren genannt	18,9%	100,0%
keine Nennung	Anzahl	80	903
	% von kein Verfahren genannt	8,9%	100,0%
Gesamt	Anzahl	113	1.078
	% von kein Verfahren genannt	10,5%	100,0%

Diese Kreuztabelle stellt den Zusammenhang zwischen „Naturheilverfahren“ und „Konsumerberatung“ dar. Beide Merkmale gemeinsam kommen häufiger vor als Beiträge ohne Naturheilverfahren mit Konsumerberatung ($p < 0,001$).

Der zweite Teil der Hypothese 16 kann somit verifiziert werden. Wenn über Naturheilverfahren berichtet wird, dann wird sehr häufig auch eine Konsumerberatung angeboten.

Für eine Konsumorientierung in den Naturheilverfahren-Beiträgen spricht auch die Hypothese 17: Bei Berichten über Naturheilverfahren wird weniger als in anderen medizinischen Beiträgen eine verhaltensbezogene Beratung angeboten.

Abbildung 5-43: Verhaltensbezogene Beratung / Naturheilverfahren - Kreuztabelle

		verhaltensbezogene Beratung	Gesamt
		ja	
Naturheilverfahren genannt	Anzahl	39	175
	% von kein Verfahren genannt	22,3%	100,0%
nicht genannt	Anzahl	129	903
	% von kein Verfahren genannt	14,3%	100,0%
Gesamt	Anzahl	168	1.078
	% von kein Verfahren genannt	15,6%	100,0%

Diese Kreuztabelle zeigt den Zusammenhang zwischen verhaltensbezogener Beratung und Naturheilverfahren. Beides kommt überproportional häufiger gemeinsam vor ($p = 0,008$).

Aufgrund der Ergebnisse kann die Hypothese 17 nicht verifiziert werden. Es besteht zwar ein Zusammenhang zwischen verhaltensbezogener Beratung und Naturheilverfahren. Dieser ist jedoch nicht – wie vermutet – umgekehrt. Wenn über Naturheilverfahren berichtet wird, dann werden häufiger auch verhaltensbezogene Ratschläge gegeben. Dies ist ein weiterer Hinweis darauf, dass die Beiträge über Naturheilverfahren stark auf Behandlung und Diagnose hin ausgerichtet sind.

Zusammenfassung von Kap. 5.4

Naturheilverfahren werden in 16,7 Prozent der Beiträge mit Medizinthemen genannt. Entgegen den Erwartungen werden nur einige Verfahren thematisiert, ein so umfangreiches wie das verwendete Kategoriensystem wäre nicht notwendig gewesen. Besonders häufig wird die Phytotherapie erwähnt (9,2 % der Beiträge) – ein Verfahren, das zumindest teilweise von der universitären Medizin anerkannt wird.

In den meisten Fällen (87,8 %) werden Naturheilverfahren für ohne Einschränkungen wirksam und nebenwirkungsfrei (ebenfalls 87,8 %) dargestellt. Die Probleme bei der Kostenerstattung werden aus der Berichterstattung fast völlig ausgeklammert. Auch die Frage, ob diese Verfahren eher adjuvant oder alternativ eingesetzt werden sollen, wird so gut wie gar nicht gestellt. Ein Vergleich mit der so genannten Schulmedizin wird in über 95 Prozent der Fälle nicht gezogen. Insgesamt werden diese Verfahren also unerwartet undifferenziert dargestellt. Kritische Aspekte der Anwendung – Nebenwirkungen, Indikationsstellung, Kosten – werden nicht einfach simplifiziert positiv beschrieben, sie werden erst gar nicht erwähnt.

Relativ häufig dagegen werden Präparate erwähnt: Substanznamen werden in fast der Hälfte der Beiträge mit Naturheilverfahren genannt. Da die Phytotherapie das mit Abstand am häufigsten erwähnte Verfahren ist, kann vermutet werden, dass sich in der häufigen Nennung von Substanznamen doch der Einfluss von Werbung und PR auf die Redaktion widerspiegelt.

Nicht nur bei der Nennung von Substanzen, auch bei der Handlungsanregung wird deutlich, dass die Darstellung von Naturheilverfahren in Frauenzeitschriften Diagnose- und Therapie-betont ist. Die Möglichkeiten, mithilfe der Naturheilverfahren präventiv zu wirken, wird nur selten genutzt. Stattdessen werden häufig den Konsum betreffende und verhaltensbezogene Ratschläge gegeben.

5.5 Ernährung

Erwartet wurde in Frauenzeitschriften eine relativ intensive Berücksichtigung von Ernährungsthemen, die mit Gesundheit zu tun haben. Diese Erwartung wurde erfüllt. In immerhin knapp zehn Prozent aller Beiträge dieser Untersuchung wird Ernährung mit dem Thema Gesundheit in Verbindung gebracht. Da aber eine ausgewogene und gesunde Ernährung wenig Neuigkeits- und Aufmerksamkeitswert besitzt, lautet die **Hypothese 18**: Über „gesunde“ Dauerkostformen wird seltener geschrieben als über andere Ernährungsthemen wie Kurzzeitdiäten oder exotische Kostformen.

Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Besetzung der Ernährungs-Kategorien.

Abbildung 5-44: Ernährungsweise / Diät

Ernährungsweise / Diät	Anzahl	%
keine Nennung	975	90,4%
Fasten	4	0,4%
Vollwertkost	3	0,3%
Vegetarismus	3	0,3%
Anthroposophische Ernährung		
Makrobiotik		
Bircher-Benner-Kost		
Alternative Landbaumethoden/biolog. Produkte		
Blutgruppendiät	1	0,1%
Waerland		
Haysche Trennkost		
Vollwertkost nach Bruker		
Trennkost nach Kühnemann		
Schnitzer-Kost		
Markert-Diät		
Pfundskur nach Pudel		
Brigitte-Diät	1	0,1%
ausgewählte Nahrungsmittel/Inhaltsstoffe	49	4,5%

Ernährungsweise / Diät	Anzahl	%
allg. mäßig und ausgewogen	21	1,9%
sonstige Diät zum Abnehmen	15	1,4%
Restgruppe	9	,8%

Diese Tabelle enthält die absoluten und relativen Häufigkeiten der Besetzung der verschiedenen Ernährungs- und Diät-Kategorien.

Es ist festzustellen, dass über gesunde Ernährungsformen – hier: „allgemein mäßig und ausgewogen“, „Vollwertkost“ und „Vegetarismus“⁵⁴ – in insgesamt 2,5 Prozent der Beiträge berichtet wird. Dabei wird allerdings größtenteils nur unspezifisch von mäßig und ausgewogen geschrieben. Vegetarische und vollwertige Ernährung wird nur in insgesamt 0,6 Prozent der Fälle thematisiert. Über Reduktionsdiäten wird im Vergleich zu diesen beiden Kostformen mit 1,5 Prozent (inklusive 0,1 % Brigitte-Diät) häufiger geschrieben. Die Hypothese 18 trifft allerdings nicht zu, da der Unterschied statistisch nicht signifikant ist. Am häufigsten wurden ausgewählte Nahrungsmittel oder Inhaltsstoffe thematisiert.

In die Restgruppe wurden Themen wie „Diabetes-Diät“ und verschiedene Beiträge über Giftstoffe im Essen und infizierte Nahrungsmittel kodiert.

⁵⁴ Es wird pauschal angenommen, dass nicht über die ungesunden Vegetarismusformen berichtet wird.

Abbildung 5-45: Ernährungsweise, Diät / Titel – Kreuztabelle a

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
keine Nennung	90,0	88,9	82,1	80,8	87,8	91,9	96,6	95,7	96,0	95,4	93,1
Fasten					1,1						
Vollwertkost				1,9	1,1						0,8
Vegetarismus							1,1				
Blutgruppendiät								1,1			
Brigitte-Diät											
ausgewählte Nahrungsmittel/Inhaltsstoffe	5,0	6,7	12,8	9,6	3,3	3,5		2,2	2,0	3,4	1,5
allg. mäßig und ausgewogen	2,5	2,2		5,8	5,6	1,2	1,1	1,1			3,1
sonstige Diät zum Abnehmen	2,5	2,2	5,1		1,1	2,3	1,1	1,1	1,0	1,1	,8
Restgruppe				1,9		1,2			1,0		,8
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	101,1	100,0	100,0	100,0

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Kategorien „Ernährung“ in den wöchentlich und 14tägig erscheinenden Zeitschriften sowie der Yellow Press dargestellt.

Abbildung 5-46: Ernährungsweise, Diät / Titel – Kreuztabelle b

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
keine Nennung	100,0	42,9	71,9	83,3	88,1	93,3	81,3	92,0	82,1	100,0	88,2
Fasten					2,4				3,6		5,9
Vollwertkost											
Vegetarismus		14,3				3,3					
Blutgruppendiät											
Brigitte-Diät		14,3									
ausgewählte Nahrungsmittel/Inhaltsstoffe			25,0	11,1	4,8		12,5	8,0	7,1		5,9
allg. mäßig und ausgewogen		14,3			4,8		6,3				
sonstige Diät zum Abnehmen			3,1						3,6		5,9
Restgruppe		14,3		5,6	2,4	3,3			3,6		
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	102,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	105,9

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Ernährungs-Kategorien in den Funktionstitel und der Zeitschriften-Restgruppe dargestellt.

Die Analyse der einzelnen Titel ergibt wenig Interessantes. Nur zwei Titel berichten häufiger als in einem Viertel der Medizin-Beiträge über Ernährung: *Essen & Trinken* sowie *Meine Familie & Ich*. Dies sind diejenigen Titel, deren Schwerpunkte auch Essen beziehungsweise Haushalt/Essen sind. Außerdem kommen in beiden Titeln relativ wenig Medizinbeiträge vor, so dass die Angabe der Prozentwerte bei geringer absoluter Häufigkeit mit Vorsicht zu bewerten ist. Insgesamt sind also kaum Unterschiede in der Berichterstattung über Ernährung festzustellen.

Meist wird nur ein Ernährungsthema pro Beitrag behandelt (in 97,1 Prozent der Fälle), nie mehr als zwei Themen (siehe Abbildung 5-27: „Mehrfachnennungen“).

In einer verhältnismäßig großen Anzahl von Ernährungsbeiträgen wird über ein oder mehrere (in 10 Prozent der Fälle werden zwei oder drei genannt) Nahrungsergänzungsmittel berichtet. Vor allem reine Vitaminpräparate (17,7 %) werden den Lesern genannt, gefolgt von Mineralstoff- und/oder Spurenelementpräparaten (5,4 %), Kombinationspräparaten (ebenfalls 5,4 %), Gewichtsreduktionsmittel (4,6 %) und Enzympräparaten (3,1 %). Andere Präparate werden seltener als zwei Prozent genannt.

In die Restgruppe wurden Algenpräparate eingeordnet.

Abbildung 5-47: Nahrungsergänzungsmittel

	Anzahl	%
kein Präparat genannt	82	63,1%
reines Vitaminpräparat	23	17,7%
Mineralstoff- u./o. Spurenelementpräparat	7	5,4%
Enzympräparat	4	3,1%
Kombinationspräparat	7	5,4%
Gewichtsreduktionsmittel	6	4,6%
Obstipationsmittel	1	0,8%
Bakterien-Präparat	1	0,8%
Aminosäuren/Proteine	1	0,8%
Lachsöl/Omega3	2	1,5%
Restgruppe	3	2,3%

In dieser Tabelle ist wiedergegeben, wie häufig Nahrungsergänzungsmittel in Beiträgen mit Ernährungsthematik (nicht alle untersuchten Beiträge) genannt werden.

Es ist also zu vermuten, dass dieser relativ hohe Prozentsatz das Ergebnis einer guten PR-Arbeit ist, da aus medizinischer Sicht außer bei streng definierten, kleinen Risikogruppen keine Notwendigkeit besteht, Nahrungsergänzungsmittel einzusetzen.

Doch die **Hypothese 19** – Wenn über Ernährungsthemen berichtet wird, dann werden in der Mehrzahl der Fälle auch Nahrungsergänzungsmittel genannt – kann nicht aufrecht erhalten werden. Es werden zwar häufig Präparate genannt, mehr als 60 Prozent der Beiträge mit Ernährungsthemen sind jedoch präparatfrei.

Zusammenfassung von Kap. 5.5

In etwa jedem zehnten Medizin-Beitrag in Frauenzeitschriften kommt auch ein Ernährungsthema vor – in 47 Prozent dieser Fälle bestimmte Nahrungsmittel oder Inhaltsstoffe. Die die Gesundheit erhaltenden Dauerkostformen werden, wenn sie erwähnt werden, meist unspezifisch als „ausgewogen“ und „mäßig“ bezeichnet. Zwischen den einzelnen Titeln bestehen keine deutlichen Unterschiede hinsichtlich der Betonung der Ernährungsthemen.

In mehr als einem Drittel der Beiträge mit Ernährungsthemen (36,9 %) werden Präparate erwähnt, vor allem Vitaminpräparate.

5.6 Funktion

Ein Teilziel dieser Inhaltsanalyse ist es, die Informations-, Unterhaltungs- und Beratungsfunktion der Medizinbeiträge zu quantifizieren. Außerdem wird versucht zu ermitteln, ob und wie die Beiträge die Rezipienten zum Handeln anregen.

5.6.1 Informationsfunktion

Bei der Analyse der Informationsfunktion wird deutlich, dass mehr als vier Fünftel der Beiträge informierend geschrieben wurden.

Abbildung 5-48: Funktion Information

	Anzahl	%
keine Informationsfunktion	199	18,5%
Risiko oder Vorbeugung	198	18,4%
Pathophysiologie	122	11,3%
Therapie/Diagnose	505	46,8%
med.-biol. Grundwissen	35	3,2%
Gesundheitswesen	37	3,4%
Rechte als Patient	32	3,0%
gesunde Lebensweise	55	5,1%
Hinweis auf TV oder Tel.-Aktion	25	2,3%
Produkt	175	16,2%
Restgruppe	18	1,7%
Gesamt	1.078	130,0%

In dieser Tabelle ist aufgeführt, wie häufig bei den untersuchten Zeitschriften eine Informationsabsicht kodiert wurde. Wegen Mehrfachantworten ist die Summe der Prozente größer als 100.

Am häufigsten – in 46,8 Prozent – wurde über Diagnose und/oder Therapie informiert. Es folgen die Informationen über Risiko beziehungsweise Vorbeugung mit 18,4 %, Produkte (16,2 %) und Pathophysiologie (11,3 %). Andere Themen waren mit maximal 5,1 Prozent Häufigkeit weniger wichtig. In die Restgruppe gingen Beiträge über Kurstädte und Adressen von Therapeuten ein.

In den meisten Fällen (70,9 %) wurde nur einmal eine Informationsintention pro Beitrag kodiert. In 23 Prozent der Beiträge zweimal, in 4,8 Prozent dreimal, in 1,3 Prozent viermal und in 0,1 Prozent sogar fünfmal.

Es wurde erwartet, dass bei den Titeln deutliche Unterschiede in der Bedeutung der Informationsvermittlung bestehen. Nach **Hypothese 20** wird die Vermittlung von Informationen in Medizinbeiträgen in Zeitschriften wie der *Frau im Spiegel* weniger wichtig sein als in Titeln wie der *Brigitte*.

Die detaillierte Betrachtung der einzelnen Titel, dargestellt in den folgenden beiden Tabellen, bestätigt diese Hypothese. Während in der *Frau im Spiegel* fast ein Drittel der Beiträge keine Informationsintention besitzt, ist dies bei der *Brigitte* in nur jedem zehnten Text der Fall.

Noch weniger wichtig ist die Informationsvermittlung in der *Neuen Post*. Bei diesem Titel soll die Hälfte aller Beiträge mit medizinischem Inhalt nicht informieren. Möglicherweise liegt dieser hohe Prozentsatz darin begründet, dass in dieser Zeitschrift auffallend wenig (nur 7,7 Prozent der Beiträge) über Produkte informiert wird. In anderen Titeln wie der *Funk Uhr* (48 %) oder *rtv* (66,7 %) wird deutlich häufiger über Produkte informiert – beides Titel, in denen kein Beitrag ohne Informationsintention kodiert wurde.

Abbildung 5-49: Titel / Information – Kreuztabelle a

	14tägig				wöchentlich		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuell eSpiegel	Frau im Revue	Freizeit	Neue Post
keine Informationsintention	10,0	2,2			18,9	17,4	20,7	13,0	30,3	24,1	50,0
Risiko oder Vorbeugung	27,5	13,3	15,4	26,9	21,1	17,4	18,4	22,8	15,2	3,4	12,3
Pathophysiologie	15,0	8,9	7,7	28,8	11,1	10,5	2,3	9,8	21,2	4,6	5,4
Therapie/Diagnose	45,0	64,4	56,4	46,2	46,7	51,2	34,5	48,9	35,4	52,9	33,8
med.-biol. Grundwissen	5,0	8,9	10,3	3,8	1,1			2,2	4,0	1,1	3,1
Gesundheitswesen	7,5	2,2			5,6	3,5	8,0	4,3	1,0	3,4	1,5
Rechte als Patient		4,4		1,9	4,4	7,0	8,0		3,0	1,1	4,6
gesunde Lebensweise	5,0	4,4	12,8	7,7	4,4	4,7	2,3	3,3	5,1	3,4	
Hinweis auf TV oder Tel.-Aktion	2,5	2,2			1,1		6,9	1,1	1,0	2,3	
Produkt	22,5	22,2	25,6	23,1	6,7	20,9	9,2	8,7	11,1	24,1	7,7
Restgruppe		2,2			1,1	1,2	2,3		5,1	4,6	2,3
Gesamt	140,0	135,6	128,2	138,5	122,2	133,7	112,6	114,1	132,3	125,3	120,8

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Informations-Kategorien in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften sowie der Yellow Press dargestellt.

Abbildung 5-50: Titel / Information – Kreuztabelle b

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh -woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
keine Informationsintention					21,4	20,0			3,6		
Risiko oder Vorbeugung	10,0	14,3	25,0	38,9	26,2	20,0	12,5	8,0	39,3	50,0	23,5
Pathophysiologie	20,0	14,3	15,6	5,6	9,5	33,3	6,3	8,0	14,3		11,8
Therapie/Diagnose	90,0	14,3	68,8	61,1	33,3	53,3	62,5	64,0	46,4	50,0	64,7
med.-biol. Grundwissen			3,1		11,9	3,3	6,3		7,1	16,7	
Gesundheitswesen			3,1		2,4		12,5	8,0			11,8
Rechte als Patient								4,0			5,9
gesunde Lebensweise		57,1	3,1		4,8	3,3	31,3	4,0	10,7	16,7	17,6
Hinweis auf TV oder Tel.-Aktion						3,3	37,5	12,0		16,7	5,9
Produkt	40,0	57,1	21,9		23,8	3,3	31,3	48,0	3,6	66,7	23,5
Restgruppe									3,6		
Gesamt	160,0	157,1	140,6	105,6	133,3	140,0	200,0	156,0	128,6	216,7	164,7

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Informations-Kategorien in den Funktionstiteln und der Zeitschriften-Restgruppe dargestellt.

Ein Teil der Ergebnisse dieser Untersuchung kann durch externe Daten bestätigt werden. Aus Sicht ihrer Leserinnen bietet – einer Umfrage der Media Markt Analysen zufolge – die *Burda Moden* mehr Informationen als die *Brigitte* und diese wiederum mehr an Information als die *Bild der Frau* (vgl. Gruner + Jahr 1999, S. 121). Dieses Verhältnis spiegelt sich auch in den hier für die Medizinberichterstattung ermittelten Daten wider.

In der folgenden Tabelle werden typische Vertreter von Zeitschriftengruppen – Yellow Press (*Neue Post, Frau im Spiegel*), 14-tägig erscheinende Frauenzeitschriften (*Brigitte, Freundin, Petra*) und Fernsehzeitschriften (*Fernsehwoche, Funk Uhr*) – gemeinsam ausgewertet und miteinander verglichen.

Abbildung 5-51: Funktion Information

	Titel		
	Yellow (NP,FiS)	14Tage (Br,Fr,Pe)	TV (Fe,Fu)
keine Informationsintention	41,5	5,3	
Risiko oder Vorbeugung	13,5	24,8	9,8
Pathophysiologie	12,2	12,4	7,3
Therapie/Diagnose	34,5	53,1	63,4
med.-biol. Grundwissen	3,5	7,1	2,4
Gesundheitswesen	1,3	3,5	9,8
Rechte als Patient	3,9	1,8	2,4
gesunde Lebensweise	2,2	6,2	14,6
Hinweis auf TV oder Tel.-Aktion	0,4	1,8	22,0
Produkt	9,2	17,7	41,5
Restgruppe	3,5	1,8	
Gesamt	125,8	135,4	173,2

In dieser Kreuztabelle werden die Informationskategorien bei drei Zeitschriftengruppen miteinander verglichen: Yellow Press (*Neue Post, Frau im Spiegel*), 14-tägig erscheinende Titel (*Brigitte, Freundin, Petra*) und Fernsehzeitschriften (*Fernsehwoche, Funk Uhr*). Die Besetzungshäufigkeiten sind in Prozent angegeben. Besonders auffällige Werte sind kursiv gedruckt.

Deutliche Unterschiede sind feststellbar. So wird in den 14-tägig erscheinenden und den Fernsehzeitschriften deutlich häufiger als in der Yellow Press über Therapie und/oder Diagnose berichtet (rosa Markierung in der Tabelle). Ebenfalls deutlich häufiger sind in

den Fernsehzeitschriften Informationen über das Gesundheitswesen (blaue Markierung), eine gesunde Lebensweise (graue Markierung) und Produkte (grüne Markierung) zu finden.

Während bei der Yellow Press das Verhältnis von Medizinbeiträgen mit Informationsfunktion zu denen ohne Informationsfunktion 58,5 zu 41,5 Prozent beträgt, liegt es bei den drei 14-tägig erscheinenden Frauenzeitschriften bei 94,7 und 5,3 Prozent. Bei den beiden Fernsehzeitschriften ist für jeden Beitrag eine Informationsfunktion kodiert worden.

Die Unterschiede bezüglich der Informationsfunktion bei diesen drei Zeitschriftengruppen sind hoch signifikant. Auch diese Ergebnisse bekräftigen die Aussage, die in der Hypothese 20 gemacht wird.

5.6.2 Unterhaltungsfunktion

Die Unterhaltungsfunktion ist im Vergleich zur Informationsfunktion seltener zu finden. So besitzen zusammengenommen rund drei Viertel aller Medizin-Beiträge keine deutliche Unterhaltungsfunktion.

Abbildung 5-52: Unterhaltungsfunktion

	Anzahl	%
keine deutliche Unterhaltungsfunktion	810	75,1%
Prominenz	155	14,4%
Einzelschicksal	84	7,8%
Faszinosum	30	2,8%
Ärztepfusch	16	1,5%
Restgruppe	2	,2%

In dieser Tabelle ist dargestellt, wie häufig welche Unterhaltungsaspekte in der medizinischen Berichterstattung in Frauenzeitschriften zu finden sind.

Wenn unterhalten wird, dann wird am häufigsten (14,4 % der Beiträge) ein/eine Prominente/r dargestellt. Auch über ein interessantes Einzelschicksal wird mit immerhin 7,8 Prozent noch relativ häufig geschrieben. Andere Themen, die aus Sicht der Unterhaltungsfunktion von Bedeutung sind – absonderliche und faszinierende Ereignisse sowie Ärztepfusch –, werden dagegen nur selten thematisiert. In die Restgruppe wurden zwei

Beiträge eingeordnet, in denen über besondere Ärzte – allerdings nicht unter fachlichen Gesichtspunkten – berichtet wird.

In den meisten Fällen (92,9 %) wurde eine Unterhaltungsfunktion nur einmal kodiert, im Rest der Beiträge zweimal (siehe Abbildung 5-27: „Mehrfachnennungen“).

Die folgenden Überschriften verdeutlichen den Inhalt von unterhaltenden Beiträgen:

- „Beule am Silikonbusen: Autofahrerin erhält Schadensersatz“
- „Ein brutaler Überfall rettete mich vor dem Krebstod“
- „Gummibärchen gegen Übergewicht“
- „Seit es die Potenzpille gibt, ist bei uns der Teufel los“
- „Tumor war ein gesundes Baby“

Die Analyse der einzelnen Titel ergibt – wie vermutet – einige Unterschiede. So gibt es Titel, in denen die Unterhaltungsfunktion eher unwichtig ist, wie bei den Vertretern der Mode- und Haushaltszeitschriften (*Burda Moden*, *Essen & Trinken*, *Mein schöner Garten*, *Meine Familie & Ich*), bei denen kein Beitrag mit deutlicher Unterhaltungsfunktion kodiert wurde. Auch in Fernsehzeitschriften spielt dieser Aspekt keine so wichtige Rolle. Umgekehrt sind in der *Neuen Post* mit 53,8 Prozent und der *Frau im Spiegel* mit 36,4 Prozent relativ viele unterhaltende Medizinbeiträge zu finden.

Das Thema Prominenz ist besonders in der *Neuen Post* von Bedeutung: In 40,8 Prozent der Medizinbeiträge wird über eine oder einen Prominente/n berichtet. In der *Tina* wiederum sind mit 19,8 Prozent der Beiträge besonders häufig Einzelschicksale dargestellt, gefolgt von *Das Beste* mit 16,7 Prozent.

Besonders sonderbare und faszinierende Themen werden insgesamt nur wenig mit Medizin zusammen dargestellt. Bei drei Zeitschriften, *Die Aktuelle*, die *Fernsehwoche* und die *Frau im Spiegel*, ist ein Faszinosum in immerhin mehr als fünf Prozent der Medizinbeiträge zu finden.

Somit sind, wie in der **Hypothese 21** formuliert, auch bezüglich der Bedeutung von Unterhaltung in den Medizinbeiträgen von Frauenzeitschriften deutliche Unterschiede zu finden. Auch die Vermutung, dass in der *Frau im Spiegel* die Unterhaltungsfunktion wichtiger ist als in beispielsweise der *Brigitte*, konnte durch die Auswertung – detaillierte Ergebnisse sind in den beiden folgenden Tabellen dargestellt – bestätigt werden.

Abbildung 5-53: Titel / Unterhaltungsfunktion - Kreuztabelle a

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuell e Spiegel	Frau im Revue	Freizeit	Neue Post
keine deutliche Unterhaltungsfunktion	90,0	86,7	82,1	92,3	84,4	76,7	74,7	73,9	63,6	64,4	46,2
Prominenz		4,4	12,8		3,3		11,5	22,8	23,2	27,6	40,8
Einzelchicksal	10,0	8,9	2,6	1,9	11,1	19,8	8,0		10,1	4,6	12,3
Faszinosum	2,5	2,2	2,6	3,8	1,1	3,5	2,3	5,4	6,1	3,4	
Ärztefuschi				1,9	1,1	3,5	5,7		1,0	2,3	2,3
Restgruppe					1,1						
Gesamt	102,5	102,2	100,0	100,0	102,2	103,5	102,3	102,2	104,0	102,3	101,5

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Unterhaltungsfunktion-Kategorien in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften sowie der Yellow Press dargestellt.

Abbildung 5-54: Titel / Unterhaltungsfunktion - Kreuztabelle b

	Funktionstitel				Restgruppe							
	Burda Moden	Essen & Trinke n	Meine & Familie & Ich	Mein schöne r Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma	
keine deutliche Unterhaltungsfunktion	100,0	100,0	100,0	100,0	76,2	63,3	87,5	84,0	92,9	100,0	94,1	
Prominenz					21,4	13,3		4,0				
Einzelchicksal						16,7	6,3	8,0	3,6		5,9	
Faszinosum					2,4	3,3	6,3	4,0	3,6			
Ärztefuschi												
Restgruppe						3,3						
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Unterhaltungsfunktion-Kategorien in den Funktionstiteln und der Zeitschriften-Restgruppe dargestellt.

Auch für die genaue Analyse der Unterhaltungsfunktion wurden typische Titel in drei Zeitschriftengruppen zusammengefasst.

Abbildung 5-55: Titelgruppen / deutliche Unterhaltungsfunktion - Kreuztabelle

			keine deutliche Unterhaltungsfunktion	Total
			ja	
Titel	Yellow (NP,FiS)	Anzahl	123	229
		% von Titel	53,7%	100,0%
	14Tage (Br,Fr,Pe)	Anzahl	101	113
		% von Titel	89,4%	100,0%
	TV (Fe,Fu)	Anzahl	35	41
		% von Titel	85,4%	100,0%
Total		Anzahl	259	383
		% von Titel	67,6%	100,0%

Diese Kreuztabelle enthält drei Titelgruppen und die Kategorie „keine Unterhaltungsfunktion“. Zwischen den Zeitschriftengruppen sind deutliche Unterschiede feststellbar.

Die Prozentwerte machen deutlich, dass die größte Unterhaltungsabsicht bei der Gruppe der Yellow-Press-Titel besteht (Unterhaltungsfunktion in 46,3 Prozent der Beiträge). Die beiden anderen Zeitschriftengruppen – Fernsehzeitschriften und 14-tägig erscheinende Frauenzeitschriften – weisen dagegen nur einen Unterhaltungsanteil von weniger als 15 Prozent auf. Die Hypothese 21 wird ebenfalls durch diese signifikanten Ergebnisse bestätigt.

Während der Auswertung der Zeitschriften entstand die Vermutung, dass die Unterhaltung mithilfe von Prominentenberichten besonders häufig mit zwei Krankheitsbildern verknüpft wird: Neubildungen und psychische Leiden. Für beide Kategorien wurden, wie in den folgenden Tabellen dargestellt, Kreuztabellen erstellt und der statistische Zusammenhang berechnet.

Abbildung 5-56: Prominenz / Neubildungen - Kreuztabelle

		Prominenz	keine Prominenz	Total
Neubildungen	Anzahl	28	66	94
	%	18,1%	7,2%	8,7%
Total	Anzahl	155	923	1.078
	%	100,0%	100 %	100,0%

In dieser Kreuztabelle ist der Zusammenhang zwischen Unterhaltung durch Prominenzdarstellung und der Besetzung der Kategorie Neubildungen dargestellt. Im Vergleich zu medizinischen Beiträgen ohne Prominenznennung ist bei der Darstellung von prominenten Persönlichkeiten häufiger (18,1 % vs. 7,2 %) über Neubildungen geschrieben worden ($p < 0,001$).

Der Zusammenhang – Darstellung von Prominenten und Neubildungen als medizinischer Inhalt – ist statistisch hoch signifikant.

Ein ähnlicher Zusammenhang wird auch deutlich, wenn die Beiträge mit Prominenten und die Beiträge mit psychischen Störungen miteinander in Beziehung gesetzt werden. In 14,2 Prozent der Beiträge, in denen über Prominente berichtet wird, sind auch psychische Störungen ein Thema, etwas häufiger als es bei den Berichten ohne Prominenz der Fall ist.

Abbildung 5-57: Prominenz / Psychische Störungen - Kreuztabelle

		Prominenz	keine Prominenz	Total
Psychische und Verhaltensstörungen	Anzahl	22	85	107
	% von Prominenz	14,2%	9,2 %	9,9%
Total	Anzahl	155	923	1.078
	% von Prominenz	100,0%	100%	100,0%

In dieser Kreuztabelle ist der Zusammenhang zwischen Unterhaltung durch Prominenzdarstellung und der Besetzung der Kategorie psychische Störungen dargestellt. Im Vergleich zu medizinischen Beiträgen ohne Prominenznennung ist bei der Darstellung von prominenten Persönlichkeiten häufiger (14,2 % vs. 9,2 %) über psychische und Verhaltensstörungen geschrieben worden ($p = 0,055$).

Der Unterschied ist fast signifikant.

Laut der **Hypothesen 22 und 23** besteht ein Zusammenhang zwischen der Besetzung der Kategorien Information und Unterhaltung. Um diesen zu überprüfen, werden die

beiden Kategorien „deutliche Unterhaltungsfunktion“ und „Informationsfunktion“ miteinander verglichen, dargestellt in der folgenden Tabelle.

Abbildung 5-58: deutliche Unterhaltungsfunktion / Informationsfunktion - Kreuztabelle

		deutliche Unterhaltungsfunktion		Total
		ja	nein	
Informationsintention	Anzahl	103	776	879
	% von Total	9,6%	72,0%	81,5%
keine Informationsintention	Anzahl	165	34	199
	% von Total	15,3%	3,2%	18,5%
Total	Anzahl	268	810	1.078
	% von Total	24,9%	75,1%	100,0%

In dieser Kreuztabelle ist der signifikante Zusammenhang zwischen den Kategorien Unterhaltungsfunktion und Informationsintention dargestellt. ($p < 0,001$). Die Prozentangaben beziehen sich nicht, wie in den meisten anderen Kreuztabellen, auf die Zeilen oder Spalten, sondern auf die Gesamtzahl der analysierten Beiträge.

72 Prozent der Beiträge haben keine Unterhaltungs-, aber eine Informationsfunktion – nur 9,6 Prozent haben im Vergleich dazu sowohl Unterhaltungs- als auch Informationsfunktion. Das ist eine Bestätigung für die Hypothese 22: Ist die Funktion „Information“ für Medizinbeiträge besetzt, sind die Kategorien für „Unterhaltung“ wahrscheinlich nicht besetzt.

Und 15,3 Prozent der Beiträge haben eine Unterhaltungsfunktion und keine Informationsfunktion. Im Vergleich dazu weisen nur 3,2 Prozent weder Unterhaltungs- noch Informationsabsichten auf. Dies bestätigt die Hypothese 23: Ist die Funktion „Unterhaltung“ für Medizinbeiträge besetzt, sind die Kategorien für „Information“ wahrscheinlich nicht besetzt.

Der Zusammenhang ist stark ausgeprägt ($\phi = -0,64$).

5.6.3 Beratungsfunktion

Die Analyse der Beratungsfunktion ergab, dass in der Mehrzahl der Beiträge mit medizinischem Inhalt keine Ratschläge gegeben werden. In 37,6 Prozent der Texte wird eine Beratung gegeben, zumeist ein praktischer Tipp (16,9 %) oder ein

Verhaltensratschlag (15,6 %). In 10,5 Prozent der Fälle wird eine Konsumerberatung dargeboten. Der Restgruppe wurde eine Tippsammlung zugeordnet.

Abbildung 5-59: Funktion Beratung

	Anzahl	%
keine Beratungsfunktion	673	62,4%
praktische Beratung	182	16,9%
Konsumerberatung	113	10,5%
verhaltensbezogene Beratung	168	15,6%
Restgruppe	1	0,1%
Gesamt	1.078	105,5%

Diese Tabelle zeigt, wie häufig die Beratungsfunktionen in den 1 078 Texten kodiert wurden. Da teilweise mehrfach kodiert wurde, beträgt die Gesamtsumme in Prozent 105,5.

In den allermeisten Beratungsfällen wird nur ein Ratschlag gegeben (86,2 %), in 13,1 Prozent der Fälle zwei und in drei Fällen (entspricht 0,7 %) drei verschiedene (siehe Abbildung 5-27: „Mehrfachnennungen“).

Von Interesse ist die Häufigkeit der Beratungen bei den verschiedenen Zeitschriften. Es wurde vermutet und in der **Hypothese 24** formuliert, dass die Zeitschriften, die sich mit dem Thema Essen und Haushalt beschäftigen, häufiger Beratung bieten als Zeitschriften wie beispielsweise die *Bunte*.

Abbildung 5-60: Titel / Beratungsfunktion - Kreuztabelle a

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
keine Beratungsfunktion	52,5	60,0	43,6	44,2	56,7	62,8	71,3	60,9	70,7	59,8	78,5
praktische Beratung	12,5	28,9	25,6	23,1	27,8	14,0	12,6	16,3	12,1	18,4	6,2
Konsumberatung	17,5	11,1	17,9	21,2	4,4	11,6	8,0	9,8	11,1	6,9	3,8
verhaltensbezogene Beratung	25,0	4,4	23,1	19,2	15,6	15,1	9,2	16,3	11,1	14,9	14,6
Restgruppe										1,1	
Gesamt	107,5	104,4	110,3	107,7	104,4	103,5	101,1	103,3	105,1	101,1	103,1

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Beratungs-Kategorien in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften sowie der Yellow Press dargestellt.

Abbildung 5-61: Titel / Beratungsfunktion – Kreuztabelle b

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
keine Beratungsfunktion	10,0	71,4	53,1	61,1	81,0	66,7	31,3	44,0	71,4	50,0	64,7
praktische Beratung	70,0	14,3	15,6	27,8	4,8	26,7	25,0	16,0	14,3		17,6
Konsumerberatung	20,0	14,3	25,0		9,5		43,8	24,0	3,6	16,7	5,9
verhaltensbezogene Beratung	50,0	28,6	15,6	11,1	9,5	23,3	18,8	32,0	10,7	33,3	17,6
Restgruppe											
Gesamt	150,0	128,6	109,4	100,0	104,8	116,7	118,8	116,0	100,0	100,0	105,9

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Beratungs-Kategorien in den Funktionstiteln und der Zeitschriften-Restgruppe dargestellt.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse fällt auf, dass die *Burda Moden* eine Ausnahmestellung einnimmt. In 90 Prozent der Beiträge wird beraten, sehr häufig mit praktischen Tipps (70 % - deutlich mehr als in anderen Titeln) und mithilfe von Verhaltensratschlägen (50 %, ebenfalls deutlich mehr als bei anderen Zeitschriften). Die *Bunte* weist mit 19 Prozent den geringsten Beratungsanteil auf. Die *Fersehwoche* hält mit 43,8 Prozent die Spitzenstellung bei der Konsumerberatung. Und die beiden anderen Fernsehzeitschriften, *Funk Uhr* und *rtv*, weisen mit 32 beziehungsweise 33,3 Prozent den größten Anteil bei der Verhaltensberatung auf.

Aufgrund der Ergebnisse kann die Hypothese 24 – Zeitschriften, die sich hauptsächlich mit dem Thema Essen und Haushalt beschäftigen, bieten mehr Beratung in Medizinbeiträgen als Zeitschriften mit Unterhaltungscharakter wie die *Bunte* – bestätigt werden. In der *Bunten* wird mit Abstand am wenigsten beraten, in Essen & Trinken sowie Meine Familie & Ich liegt der Anteil der beratenden Beiträge bei rund 28,6 beziehungsweise 46,9 Prozent.

Auch bei anderen Titeln wird der Unterschied in der Beratungsfunktion deutlich, wie die nächste Tabelle zeigt.

Abbildung 5-62: Titel / keine Beratungsfunktion - Kreuztabelle

		Beratungsfunktion		Total
		ja	nein	
Yellow (NP,FiS)	Anzahl	57	172	229
	% von Titel	24,9%	75,1%	100,0%
14Tage (Br,Fr,Pe)	Anzahl	45	68	113
	% von Titel	39,8%	60,2%	100,0%
TV (Fe,Fu)	Anzahl	25	16	41
	% von Titel	61,0%	39,0%	100,0%
Total	Anzahl	127	256	383
	% von Titel	33,2%	66,8%	100,0%

In dieser Kreuztabelle ist wiedergegeben, wie häufig in drei Zeitschriftengruppen eine Beratung in den Medizinbeiträgen kodiert worden ist. Der Chi-Quadrat-Test zeigt, dass Titelgruppe und Häufigkeit einer Beratung bei Medizinbeiträgen zusammenhängen ($p < 0,001$).

Für die beiden Titel aus dem Bereich der Fernsehzeitschriften gilt, dass in ihnen mit 61 Prozent häufig Beratung in Medizinbeiträgen zu finden ist. Deutlich weniger (39,8 %) für die beiden Titel aus dem Bereich der Zeitschriften.

groß ist dieser Anteil bei den 14-tägig erscheinenden Frauenzeitschriften und bei der Yellow Press (24,9 %). Diese Unterschiede sind hoch signifikant.

Laut **Hypothese 25** ist die Pluralität der angebotenen Lösungswege bei einer Beratung umso geringer, je wichtiger die Unterhaltungsfunktion für Medizinbeiträge ist. Für die Hypothesenprüfung ist es notwendig, die Pluralität der Lösungswege genauer zu betrachten.

Abbildung 5-63: Pluralität der Lösungswege bei der Beratung

Titel	Beratung – Pluralität der Lösungswege ja in %	Gesamt
Das Beste	90,0	10
Burda Moden	77,8	9
Funk Uhr	64,3	14
Meine Familie & Ich	60,0	15
Fernsehwoche	54,5	11
Essen & Trinken	50,0	2
Bild der Frau	46,2	39
Für Sie	40,9	22
Die Aktuelle	38,9	36
Bunte	37,5	8
Brigitte	36,8	19
Neue Post	35,7	28
Freizeit Revue	34,3	35
Prisma	33,3	6
Journal für die Frau	31,0	29
Tina	28,1	32
Petra	25,0	8
Frau im Spiegel	24,1	29
Freundin	22,2	18
Auf einen Blick	20,0	25

Titel	Beratung – Pluralität der Lösungswege	Gesamt
Mein schöner Garten		7
rtv		3
Gesamt	37,5	405

In dieser Tabelle ist aufgelistet, wie häufig (Angaben in Prozent) mehr als nur ein Lösungsweg pro Beitrag angegeben wird. Die Liste ist absteigend sortiert nach der Häufigkeit der Pluralität von Lösungswegen.

Die meisten Lösungsweg-Varianten sind bei *Das Beste* und *Burda Moden* zu finden. *Mein schöner Garten* und *rtv* bilden das Ende dieser Liste – mit wenig Beratungen und keiner Lösungsweg-Alternative gehören sie zu den am wenigsten an Beratung orientierten Titeln. In beiden Titeln sind laut Auswertung keine Beiträge mit deutlicher Unterhaltungsfunktion zu finden. Dies spricht für die Gültigkeit der **Hypothese 26**: Je unwichtiger die Unterhaltungsfunktion von Medizinbeiträgen ist, desto häufiger wird mehr als ein Lösungsvorschlag gemacht.

Zu den Titeln mit der größten Unterhaltungsfunktion zählen *Das Beste* und die *Neue Post*. *Das Beste* bietet mit Abstand die meiste Pluralität von Lösungswegen, die *Neue Post* ist mit 35,7 Prozent im Mittelfeld einzuordnen. Dieses Ergebnis scheint die Richtigkeit der Hypothese 25 zu widerlegen. Bei der genauen Analyse wird dieser erste Eindruck bestätigt.

Abbildung 5-64: Unterhaltungsfunktion / Pluralität der Lösungswege – Kreuztabelle

		Beratung – Pluralität der Lösungswege		Gesamt
		nein	ja	
deutliche Unterhaltungsfunktion	Anzahl	20	17	37
	% der Gesamtzahl	4,9%	4,2%	9,1%
keine Unterhaltungsfunktion	Anzahl	233	135	368
	% der Gesamtzahl	57,5%	33,3%	90,9%
Gesamt	Anzahl	253	152	405
	% der Gesamtzahl	62,5%	37,5%	100,0%

Diese Tabelle zeigt, dass kein signifikanter Zusammenhang zwischen Unterhaltungsfunktion und Pluralität der Lösungswege besteht. Kursiv gedruckt ist der Wert für die Kombination „Unterhaltungsfunktion“ und „keine Pluralität der Lösungswege“.

Ein Zusammenhang zwischen Beratungsfunktion und Pluralität der Lösungswege ist – wenn überhaupt – in Richtung umgekehrt proportional festzustellen. Die Hypothesen 25 und 26 können daher nicht bestätigt werden.

Ein deutlicher Zusammenhang ist dagegen erkennbar bei den Kategorien Unterhaltungs- und Beratungsfunktion, wie aus den beiden folgenden Abbildungen ersichtlich ist.

Abbildung 5-65: Unterhaltungsfunktion / Beratungsfunktion - Kreuztabelle

		deutliche Unterhaltungsfunktion		Total
		ja	nein	
Beratungsfunktion	Anzahl	37	368	405
	% von Total	3,4%	34,1%	37,6%
keine Beratungsfunktion	Anzahl	231	442	673
	% von Total	21,4%	41,0%	62,4%
Total	Anzahl	268	810	1.078
	% von Total	24,9%	75,1%	100,0%

In dieser Kreuztabelle ist der signifikante Zusammenhang zwischen Unterhaltung und Beratung dargestellt ($p < 0,001$). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Gesamtzahl der untersuchten Beiträge. Unterhaltungs- und Beratungsfunktion sind gemeinsam seltener als erwartet zu finden

Nur 37 Beiträge weisen eine Beratungsfunktion plus eine Unterhaltungsfunktion auf. Im Vergleich dazu haben 231 Beiträge nur eine Unterhaltungsfunktion und 368 nur eine Beratungsfunktion. Die Kombination beider Merkmale ist signifikant seltener als erwartet ($p < 0,001$), der Zusammenhang ist aber nur schwach ausgeprägt ($\phi = -.28$).

5.6.4 Handlungsanregung

Die meisten Beiträge mit medizinischem Inhalt in den untersuchten Zeitschriften regen nicht zum Handeln an. Nur knapp ein Drittel – 29,9 Prozent – sind so verfasst, dass die Leserin zur Handlung animiert wird. Dabei dominieren, wie aus der unten stehenden Tabelle ersichtlich, Handlungsanregungen zur Diagnose und/oder Therapie mit 15,3 Prozent der Beiträge. Es folgen die Anregung zu vorbeugenden Maßnahmen (6,4 %) und zum Kauf oder zur Bestellung von Produkten (6,1 %). Zur Hilfe für Mitmenschen wird mit vier Prozent der Beiträge selten animiert. In die Restgruppe wurden Beiträge aufgenommen, in denen zur Meinungsäußerung aufgerufen wurde.

Abbildung 5-66: Handlungsanregung

	Anzahl	%
keine Handlungsanregung	756	70,1%
zur Vorbeugung	69	6,4%
zur Diagnose/zur Therapie	165	15,3%
Hilfe für Mitmenschen	43	4,0%
Produktkauf/ -bestellung	66	6,1%
Restgruppe	6	0,6%
Gesamt	1.078	102,5%

In dieser Tabelle ist aufgeführt, wie häufig bei den untersuchten Zeitschriften eine Handlungsanregung kodiert wurde. Wegen Mehrfachantworten ist die Summe der Prozente größer als 100.

In den meisten Fällen wurden diese Kategorien nur einmal pro Beitrag kodiert (91,6 %), im Rest der Beiträge zweimal (siehe Abbildung 5-27: „Mehrfachnennungen“).

Bei der Betrachtung der Werte für die einzelnen Titel werden Unterschiede deutlich. So gibt es Zeitschriften, bei denen rund die Hälfte oder sogar mehr Beiträge zum Handeln anregen: *Burda Moden* (80 %), *Fernsehwoche* (50 %), *Funk Uhr* (48 %) und *Für Sie* (46,2 %). Umgekehrt gibt es Titel, in denen diese Art von Motivation gar nicht oder selten vorkommt: *Essen & Trinken* (0 %) und *Bunte* (11,9 %).

Abbildung 5-67: Titel / Handlungsanregung - Kreuztabelle a

	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
keine Handlungsanregung	62,5	62,2	53,8	53,8	67,8	67,4	78,2	69,6	78,8	70,1	81,5
zur Vorbeugung	12,5	8,9	12,8	5,8	6,7	2,3	2,3	9,8	4,0	3,4	3,8
zur Diagnose/zur Therapie	12,5	28,9	33,3	25,0	17,8	10,5	12,6	16,3	12,1	14,9	3,8
Hilfe für Mitmenschen	2,5			5,8	7,8	7,0	1,1	4,3	1,0	5,7	7,7
Produktkauf/ -bestellung	10,0	2,2	5,1	9,6	3,3	14,0	6,9	4,3	4,0	5,7	3,1
Restgruppe				1,9	1,1	1,2		1,1	1,0	1,1	
Gesamt	100,0	102,2	105,1	101,9	104,4	102,3	101,1	105,4	101,0	101,1	100,0

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Handlungsanregung-Kategorien in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften und der Yellow Press dargestellt.

Abbildung 5-68: Titel / Handlungsanregung - Kreuztabelle b

	Funktionstitel				Restgruppe						
	Burda Moden	Essen & Trinken	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
keine Handlungsanregung	20,0	100,0	62,5	55,6	88,1	80,0	50,0	52,0	82,1	66,7	58,8
zur Vorbeugung	10,0		12,5	22,2	2,4	13,3	6,3		7,1	33,3	11,8
zur Diagnose/zur Therapie	70,0		21,9	16,7	2,4	13,3	31,3	24,0	10,7		23,5
Hilfe für Mitmenschen				5,6		3,3	12,5				5,9
Produktkauf/ -bestellung	10,0		6,3		7,1		18,8	24,0			5,9
Restgruppe											
Gesamt	110,0	100,0	103,1	100,0	100,0	110,0	118,8	100,0	100,0	100,0	105,9

In dieser Kreuztabelle sind die Besetzungshäufigkeiten für die Handlungsanregung-Kategorien in den Funktionstiteln und der Zeitschriften-Restgruppe dargestellt.

Auffallend sind noch die Besetzungshäufigkeiten bei einigen Zeitschriften. So weist die *Fernsehwoche* mit 12,5 Prozent den größten Anteil an Beiträgen auf, in denen zur Hilfe für Mitmenschen motiviert wird. Die *Funk Uhr* hat mit 24 Prozent den mit Abstand größten Teil von Beiträgen, in denen zum Kauf oder zur Bestellung bestimmter Produkte oder Dienstleistungen animiert wird. Die *Fernsehwoche* besetzt mit 18,8 Prozent dicht dahinter den 2. Platz in dieser Kategorie.

Bei der Anregung zu präventivem Handeln ist die *rtv* mit einem Drittel der Beiträge vorn – ein Wert, der allerdings wegen der geringen Gesamtzahl an medizinischen Beiträgen in diesem Heft mit Vorsicht zu interpretieren ist. Es folgt *Mein schöner Garten* mit immerhin noch 22,2 Prozent.

Bei der Anregung zur Diagnostik beziehungsweise Therapie liegen *Burda Moden* mit 70 Prozent, die *Für Sie* mit 33,3 Prozent und die *Fernsehwoche* mit 31,3 Prozent vorn. Die *Bunte* mit 2,4 Prozent und die *Neue Post* mit 3,8 Prozent bilden das Schlusslicht.

Um die unterschiedlichen Besetzungshäufigkeiten besser deuten zu können, wurden auch für diese Kategorien typische Vertreter der Zeitschriftengruppen ausgewertet.

Abbildung 5-69: Titelgruppen / Handlungsanregung - Kreuztabelle

			keine Handlungsanregung	Total
			ja	
Titel	Yellow (NP,FIS)	Anzahl	184	229
		% von Titel	80,3%	100,0%
	14Tage (Br,Fr,Pe)	Anzahl	76	113
		% von Titel	67,3%	100,0%
	TV (Fe,Fu)	Anzahl	21	41
		% von Titel	51,2%	100,0%
Total		Anzahl	281	383
		% von Titel	73,4%	100,0%

In dieser Kreuztabelle ist wiedergegeben, wie häufig in drei Zeitschriftengruppen eine Handlungsanregung in den Medizinbeiträgen kodiert worden ist. Die Unterschiede sind hochsignifikant ($p < 0,001$)

Die größten Unterschiede sind zwischen den beiden Fernsehzeitschriften und den beiden Yellow-Press-Vertretern zu finden: In den Fernsehzeitungen sind in rund der Hälfte der Beiträge Handlungsanregungen zu finden, das sind mehr als doppelt so viele wie bei der Yellow-Press. Diese Unterschiede sind statistisch signifikant.

Diese Daten lassen vermuten, dass in den sehr unterhaltungsbetonten Yellow-Press-Artikeln die Handlungsanregung seltener vorkommt, dass sich also Handlungsanregung und Unterhaltungsfunktion umgekehrt proportional zueinander verhalten (siehe folgende Abbildung: 37 % vs. 8 %).

Abbildung 5-70: Unterhaltungsfunktion / Handlungsanregung - Kreuztabelle

		deutliche Unterhaltungsfunktion		Total
		nein	ja	
Handlungsanregung	Anzahl	300	22	322
	% von keine deutl. Unterhaltungsfunktion	37%	8,2%	29,9%
Total	Anzahl	810	268	1.078

In dieser Kreuztabelle wird der Zusammenhang von Unterhaltungsfunktion und Handlungsanregung deutlich. Beide Eigenschaften sind seltener als erwartet gemeinsam in einem Beitrag zu finden ($p < 0,001$).

Zusammenfassung von Kap. 5.6

Mehr als vier Fünftel aller Medizinbeiträge in den untersuchten Zeitschriften haben eine deutliche Informationsintention. Vor allem über Diagnose und Therapie, Produkte sowie die Pathophysiologie von Erkrankungen wird informierend berichtet.

Eine deutliche Unterhaltungsfunktion besitzt rund ein Viertel aller untersuchten Beiträge. Themen dieser Texte sind vor allem Prominenz und Krankheiten – vor allem Neubildungen – sowie Einzelschicksale. Festzustellen ist auch, dass Unterhaltung und Information häufiger als zufällig nicht gleichzeitig in einem Text zu finden sind.

In etwas mehr als einem Drittel der Medizinbeiträge wird beraten. Diese Beratungsfunktion ist seltener als zufällig mit einer Unterhaltungsfunktion kombiniert.

Zu einer Handlung wird in etwas weniger als einem Drittel der Medizinbeiträge animiert. Vor allem wird zur Diagnose und/oder Therapie aufgerufen. Aktivierung zu Handlungen und eine Unterhaltungsfunktion treten selten gemeinsam auf.

Um die zeitschriftentypischen Unterschiede zu kategorisieren, wurden aus typischen Vertretern drei Titelgruppen gebildet: die Fernsehzeitungen mit *rtv* und *Fernsehwoche*, die 14-tägig erscheinenden Frauenzeitschriften (*Petra*, *Freundin*, *Brigitte*) und die Yellow Press mit der *Neuen Post* und der *Frau im Spiegel*.

Die beiden Fernsehzeitschriften informieren vor allem über Therapie und Diagnose, Gesundheitswesen und Produkte. Der Anteil von unterhaltenden Texten liegt mit 15 Prozent unter dem Durchschnitt. Dafür wird in ihnen deutlich häufiger als in den beiden anderen Titelgruppen beraten und zur Handlung angeregt.

Die 14-tägig erscheinenden Frauenzeitschriften informieren ebenfalls häufig über Therapie und Diagnose. Der Anteil von unterhaltenden Texten liegt unter dem Durchschnitt.

Die beiden Yellow-Press-Vertreter weisen als Besonderheit in über 40 Prozent der Fälle keine Informationsintention auf. In ihnen wird auch seltener zur Handlung angeregt und beraten. Dafür ist bei diesen Zeitschriften – mit einem Textanteil von rund 46 Prozent – die Unterhaltungsfunktion besonders wichtig.

5.7 Prävention

In etwas mehr als jedem Zehnten (11,3 %) medizinischen Beitrag in Frauenzeitschriften kommt das Thema Prävention/Vorbeugung vor. Unterschiede zwischen den einzelnen Titeln sind nicht zu verzeichnen. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, liegt die Besetzungshäufigkeit bei den einzelnen Titeln zwischen fünf und 25 Prozent. Eine Ausnahme ist die *Essen & Trinken*, in der kein Beitrag von Prävention handelte. Bei einer Gesamtzahl von sieben Beiträgen mit medizinischem Inhalt besitzt der prozentuale Wert (100 %) allerdings bei diesem Titel nur wenig Aussagekraft. Ausreißer nach oben ist die *rtv* mit 50 Prozent Präventionsthemen. Aber auch bei diesem Titel ist die geringe Anzahl medizinischer Beiträge (nur sechs) bei der Bewertung der Prozentzahl zu berücksichtigen.

Abbildung 5-71: Prävention / Titel - Kreuztabelle

	Prävention/ Vorbeugung	Gesamt
	wird genannt	
	%	
Auf einen Blick	6,9	87
Bild der Frau	10,0	90
Brigitte	10,0	40
Bunte	21,4	42
Burda Moden	10,0	10
Das Beste	20,0	30
Die Aktuelle	16,3	92
Essen & Trinken		7
Fernsehwoche	12,5	16
Frau im Spiegel	9,1	99
Freizeit Revue	4,6	87
Freundin	6,7	45
Funk Uhr	4,0	25
Für Sie	20,5	39
Journal für die Frau	13,5	52

	Prävention/ Vorbeugung	Gesamt
Mein schöner Garten	22,2	18
Meine Familie & Ich	18,8	32
Neue Post	9,2	130
Petra	10,7	28
Prisma	17,6	17
rtv	50,0	6
Tina	8,1	86
Gesamt	11,3	1.078

In dieser Tabelle ist aufgelistet, wie häufig Prävention/Vorbeugung Thema der Berichterstattung in den einzelnen Frauenzeitschriften ist.

In den meisten Beiträgen ließ sich kodieren, in welcher Phase die Präventionsmaßnahme ansetzt. Nur in wenigen Fällen in der *Brigitte*, *Die Aktuelle* und der *Frau im Spiegel* wurde so allgemein über Prävention geschrieben, dass kein Zeitpunkt angegeben werden konnte.

Abbildung 5-72: Prävention Zeitpunkt / Titel - Kreuztabelle a

Prävention: Zeitpunkt	14tägige				wöchentliche		Yellow Press				
	Brigitte	Freundin	Für Sie	Journal für die Frau	Bild der Frau	Tina	Auf einen Blick	Die Aktuelle	Frau im Spiegel	Freizeit Revue	Neue Post
nicht genannt	25,0							6,7	11,1		
Primärprävention	75,0	100,0	75,0	71,4	77,8	85,7	66,7	73,3	77,8	100,0	66,7
Sekundärprävention			25,0	28,6	11,1	14,3		20,0	22,2		33,3
Tertiärprävention					11,1		33,3	6,7			
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	106,7	111,1	100,0	100,0

In dieser Grafik wird dargestellt, ob und welche Zeitpunkte für die Präventionsmaßnahme in den 14tägig und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften sowie der Yellow Press angegeben wurden.

Abbildung 5-73: Prävention Zeitpunkt / Titel – Kreuztabelle b

Prävention: Zeitpunkt	Funktionstitel			Restgruppe						
	Burda Moden	Meine Familie & Ich	Mein schöner Garten	Bunte	Das Beste	Fernseh- woche	Funk Uhr	Petra	rtv	Prisma
nicht genannt										
Primärprävention	100,0	100,0	100,0	100,0	66,7	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sekundärprävention				11,1	16,7					
Tertiärprävention					50,0					
Gesamt	100,0	100,0	100,0	111,1	133,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

In dieser Grafik wird dargestellt, ob und welche Zeitpunkte für die Präventionsmaßnahme in den Funktionstiteln und der Zeitschriften-Restgruppe angegeben wurden. Die Zeitschrift *Essen und Trinken* fehlt, da darin keine Präventionsmaßnahmen thematisiert wurden.

Deutlich wird, dass vorwiegend primärpräventivmedizinische Themen in den Frauenzeitschriften vorkommen. Der Anteil für diesen Zeitpunkt liegt zwischen 66 und 100 Prozent. Der Rest der Präventionsthemen betrifft die Sekundärprävention. Nur vier Zeitschriften, *Das Beste*, *Auf einen Blick*, *Bild der Frau* und *Die Aktuelle*, behandeln auch das Thema Tertiärprävention. Damit ist die **Hypothese 29** – wird Prävention thematisiert, dann besonders häufig die Primärprävention – bestätigt.

Die **Hypothese 28** lautet: Wird Prävention thematisiert, dann besonders häufig personale Risiken. Diese Hypothese kann aufgrund der ermittelten Daten (siehe unten stehende Tabelle) bestätigt werden. In den meisten Titeln bezieht sich knapp die Hälfte aller Beiträge mit Präventionsthemen auf die personalen Risiken.

Abbildung 5-74: Häufigkeit der Präventionsmaßnahmen

		keine Präventionsmaßnahmen	gegen personale Risiken	gegen Risiken in Umwelt und Lebensbed.	gegen Verhaltensrisiken
N	Gültig	5	59	41	23
	Fehlend	1.073	1.019	1.037	1.055

Es ist ersichtlich, dass vor allem Maßnahmen gegen personale Risiken und solche in Umwelt und Lebensbedingungen thematisiert werden.

Überraschend ist die relativ schwache Besetzung der Kategorie Verhaltensrisiken. Die meisten Zivilisationskrankheiten sind doch letztlich verhaltensbedingt. Es könnte vermutet werden, dass die Redaktionen von Frauenzeitschriften lieber unvermeidbare personale Risiken und Umweltrisiken thematisieren als gesundheitliches Fehlverhalten ihrer Leserinnen.

Damit unterscheidet sich möglicherweise die Art der Berichterstattung von der US-amerikanischen. So fanden June Fisher, Oscar H. Gandy und Noreene Z. Janus in einer Inhaltsanalyse von unter anderem des *Lady Home Journal* und des *Readers Digest*, dass die Verhaltensrisiken in den Beiträgen über Herzerkrankungen besonders betont wurden (vgl. Fisher J. et al. 1981, S. 246). Sie ermittelten auch deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Zeitschriften.

Eine Analyse der Maßnahmen nach Zeitschriftentiteln in dieser Untersuchung bringt keine weiteren Erkenntnisse. Eine Tabelle, die dies zeigt, ist im Anhang einzusehen.

Bei der Analyse der Mittel, die für die Motivierung der Leserinnen eingesetzt werden, fällt auf, dass in den meisten Fällen in Beiträgen, die sich mit Prävention beschäftigen, nicht extra motiviert wird. Wenn motiviert wird, dann meistens durch Angsterzeugung und/oder durch Sachinformation. Dabei ist anzumerken, dass fast immer nur eine

Motivationsmethode verwendet wird. Nur in 3 Fällen (4,5 %) werden zwei verschiedene Motivationsarten eingesetzt.

Modelllernen, das sich bei Studien zur Ermittlung der Wirkung präventiver Maßnahmen als besonders günstig erwiesen hat, wird nur in sechs der 1.078 Beiträge überhaupt eingesetzt.

Abbildung 5-75: Häufigkeit Präventionsmotivation

	Präventions- motivation	keine	durch Angst	durch Modelllernen	durch Sachinformation	durch anderes
N	Gültig	56	33	6	30	1
	Fehlend	1.022	1.045	1.072	1.048	1.077

In dieser Tabelle ist dargestellt, wie häufig auf welche Art für Präventionsmaßnahmen motiviert wird.

Die **Hypothese 30** - Wird Prävention thematisiert, dann wird besonders häufig Angsterzeugung zur Motivation eingesetzt – ist somit nicht ganz zutreffend. Angst zählt zwar zu den häufig verwendeten Mitteln zur Motivationserzeugung, noch häufiger aber wird erst gar nicht gesondert versucht, für eine Präventionsmaßnahme zu werben. Daraus kann geschlossen werden, dass die Effektivität von Präventionsbeiträgen in Frauenzeitschriften eher begrenzt ist, da Präventionsthemen sehr wohl erwähnt werden, eine Motivierung zur Änderung gesundheitsschädlicher Verhaltensweisen oder Zustände unterbleibt aber in den meisten Fällen. In den Fällen, in denen doch motiviert wird, kommt oft die eher umstrittene Angsterzeugung zum Einsatz.

Die Auswertung der Häufigkeiten bei den einzelnen Zeitschriften ergibt ein sehr unterschiedliches Bild. In einigen Titeln wie *freundin*, *Petra* und *Funk Uhr* wird grundsätzlich nicht motiviert. In der *Bild der Frau* wird in mehr als der Hälfte der Fälle, in denen motiviert wird, mit Angst gearbeitet. Die genaue Verteilung der Motivationshäufigkeiten ist in einer Tabelle im Anhang wiedergegeben.

Wie oft bei bestimmten Themen präventive Aspekte genannt werden, ist in einer Kreuztabelle zu sehen, die im Anhang nachgeschlagen werden kann. Von Bedeutung für die Gesundheit breiter Bevölkerungsschichten und lohnenswert für präventive Arbeit sind vor allem – wie in Kapitel 2.1.3 (Inhalte der Prävention, S. 17 ff.) erläutert – die Themen Neubildungen und Herz-Kreislauf-Krankheiten.

Abbildung 5-76: Prävention / Neubildungen - Kreuztabelle

			Prävention/Vorbeugung	Total
			wird genannt	
Neubildungen	nein	Anzahl	102	984
		% von Neubildungen	10,4%	100,0%
	ja	Anzahl	20	94
		% von Neubildungen	21,3%	100,0%
Total		Anzahl	122	1.078
		% von Neubildungen	11,3%	100,0%

In dieser Tabelle wird gezeigt, dass beim Thema Neubildungen überzufällig häufig auch über präventive Aspekte geschrieben wird ($P=0,001$).

In rund 21,3 Prozent der Fälle, in denen über Neubildungen geschrieben wurde, war auch Prävention ein Thema. Das ist etwa doppelt so viel wie der Anteil von 10,4 Prozent in den Fällen, in denen Neubildungen nicht thematisiert wurden. Der Zusammenhang ist statistisch signifikant.

Abbildung 5-77: Prävention / Kreislaufsystem - Kreuztabelle

			Prävention/Vorbeugung	Total
			wird genannt	
Kreislaufsystem	nein	Anzahl	100	976
		% von Kreislaufsystem	10,2%	100,0%
	ja	Anzahl	22	102
		% von Kreislaufsystem	21,6%	100,0%
Total		Anzahl	122	1.078
		% von Kreislaufsystem	11,3%	100,0%

Diese Kreuztabelle zeigt, dass zwischen der Nennung des Themas Kreislaufsystem und der Prävention ein statistischer Zusammenhang besteht ($p=0,001$).

Ein ähnliches Ergebnis gibt es für das Thema Kreislauf: In 21,6 Prozent der Fälle wird über das Kreislaufsystem und Prävention gemeinsam berichtet – in 10,2 Prozent der Fälle über andere Themen und Prävention. Der Zusammenhang ist statistisch signifikant.

Ein ähnlich deutlicher Zusammenhang wurde nur noch für das Thema Reisemedizin gefunden. In rund 47 Prozent der Beiträge mit reisemedizinischen Inhalten kommt auch Prävention vor – im Vergleich zu 10,9 Prozent ohne Reisemedizin und mit Prävention.

Abbildung 5-78: Vorbeugung / Reisemedizin - Kreuztabelle

			Prävention/Vorbeugung	Total
			wird genannt	
Reisemedizin	nein	Anzahl	116	1.065
		% von Reisemedizin	10,9%	100,0%
	ja	Anzahl	6	13
		% von Reisemedizin	46,2%	100,0%
Total		Anzahl	122	1.078
		% von Reisemedizin	11,3%	100,0%

Für das Thema Reisemedizin ist ein klarer Zusammenhang mit dem Thema Prävention zu erkennen. Eingeschränkt wird die Interpretation des Ergebnisses allerdings durch die relativ geringe Nennung reisemedizinischer Themen: insgesamt nur 13.

Es gibt auch Themenbereiche, bei denen deutlich seltener über Prävention geschrieben wird. So besteht ein umgekehrter Zusammenhang zwischen Ernährungsthemen und dem Vorbeugungsaspekt (siehe folgende Tabelle).

Abbildung 5-79: Ernährung / Prävention - Kreuztabelle

			Prävention/Vorbeugung	Gesamt
			wird genannt	
Ernährung genannt		Anzahl	24	103
		% von keine Nennung	23,3%	100,0%
Ernährung nicht genannt		Anzahl	98	975
		% von keine Nennung	10,1%	100,0%
Gesamt		Anzahl	122	1078
		% von keine Nennung	11,3%	100,0%

Eine eher negative Beziehung ergibt sich bei der Betrachtung von Ernährungsthemen und Prävention. Von den 122 Beiträgen, in denen Prävention ein Thema ist, .enthalten nur 24 Ernährungsthemen ($p < 0,001$).

Der statistische Zusammenhang ist hoch signifikant. Besonders häufig wird über Prävention in Beiträgen geschrieben, in denen kein Ernährungsthema auftaucht.

Überraschend war auch die Feststellung, dass das Thema Rauchen – ebenfalls nicht häufig vorkommend – nicht besonders oft mit präventiven Aspekten gemeinsam dargestellt wird.

Abbildung 5-80: Prävention / Rauchen - Kreuztabelle

			Prävention/Vorbeugung	Total
			wird genannt	
Rauchen	nein	Anzahl	120	1.064
		% von Rauchen	11,3%	100,0%
	ja	Anzahl	2	14
		% von Rauchen	14,3%	100,0%
Total		Anzahl	122	1.078
		% von Rauchen	11,3%	100,0%

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass Rauchen nicht besonders häufig gemeinsam mit Vorbeugung genannt wird. 1,58 Nennungen für die Kombination beider Kategorien wäre zu erwarten gewesen bei der Annahme der Unabhängigkeit, zwei sind beobachtet worden ($p=0,7$).

Während also die Frauenzeitschriften ihrer Funktion als Mittler von präventiven Inhalten zumindest formal bei den beiden großen Zivilisationskrankheiten Krebs und Herz-Kreislauf-Erkrankungen nachkommen, wird anscheinend von den Redaktionen keinerlei Mühe unternommen, um etwas zur Senkung der Raucherzahl – die ja gerade bei den Frauen noch im Steigen begriffen ist – zu tun. Batra und Fagerström (vgl. Batra A.; Fagerström K.-O. 1997, S. 277-282) schätzen bei Berücksichtigung der diagnostischen Kriterien der ICD 10, dass etwa 70 bis 80 Prozent der Raucher vom Nikotin abhängig sind. Das würde auf die bundesdeutschen Verhältnisse übertragen heißen, dass in Deutschland rund fünf bis sechs Millionen Frauen nikotinabhängig sind. Die Zielgruppe für Prävention wäre also für die Frauenzeitschriften sehr groß. Warum dennoch wenig zu diesem Thema publiziert wird, ist vielleicht auf den Einfluss von Werbekunden zurückzuführen. 1998 wurden knapp 60 Millionen Euro für Werbung in Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen von der Tabakindustrie ausgegeben. Die Gruppe der Publikumszeitschriften erhielten mit 79,2 Prozent den Löwenanteil am Werbeetat (vgl. Junge B. 2000, S. 44). Möglicherweise vermeiden die Verlage durch Ausblenden problematischer Themenbereiche – in diesem Fall Rauchen im Allgemeinen und Rau-

chen plus Vorbeugung im Besonderen – Sanktionen der finanzkräftigen Anzeigenkunden.

Untersucht wurde auch der Zusammenhang zwischen Unterhaltungsfunktion und Thematisierung von Prävention. Die **Hypothese 27** lautet: Je unbedeutender die Unterhaltungsfunktion ist, umso häufiger wird über Prävention berichtet. Wie die folgende Kreuztabelle zeigt, trifft diese Hypothese zu.

Abbildung 5-81: Prävention / Unterhaltungsfunktion - Kreuztabelle

		Prävention/Vorbeugung	Gesamt
		wird genannt	
deutliche Unterhaltungsfunktion	Anzahl	11	268
	% von keine deutliche Unterhaltungsfunktion	4,1%	100,0%
keine deutliche Unterhaltungsfunktion	Anzahl	111	810
	% von keine deutliche Unterhaltungsfunktion	13,7%	100,0%
Gesamt	Anzahl	122	1078
	% von keine deutliche Unterhaltungsfunktion	11,3%	100,0%

In dieser Tabelle wird der Zusammenhang zwischen geringer Unterhaltungsfunktion und präventiven Themen dargestellt. Während Prävention nur in 4,1 Prozent der Beiträge ohne klare Unterhaltungsabsicht thematisiert wird, kommt diese in 13,7 Prozent der anderen Beiträge ohne deutlicher Unterhaltungsfunktion vor ($p < 0,001$).

Dieses Ergebnis bestätigt teilweise die Messung, dass Modelllernen nur sehr selten für die Vermittlung präventiver Inhalte in Frauenzeitschriften verwendet wird. Es wäre ja sehr wohl möglich und wahrscheinlich auch wirkungsvoll, wenn versucht würde, in Beiträgen über berühmte Persönlichkeiten, VIPs, Stars und Sternchen Präventionsinhalte einzubauen wie:

- „... hat das Rauchen aufgegeben wg. schädlicher Folgen. Sein/Ihr Tipp: Schlusspunktmethode ...“ oder
- „... läuft viermal die Woche 30 Minuten lang, um weiter fit zu bleiben ... „
- „... auch auf Tourneen bleibt die Ernährung gesund: ...“

Nur in Ausnahmefällen wie dem von Joschka Fischer, der vom behäbig wirkenden Politiker zum fitten Vorzeigjogger mutierte, wird eine gesundheitsfördernde Änderung

des Lebensstils von bekannten Persönlichkeiten massenmedial ausgeschlachtet. Fischer selbst hat übrigens den Wert des Modelllernens auch erkannt. Ein Grund, das – wie er es nennt – „automatische“ Alltagsprogramm radikal zu verändern, bewusst infrage zu stellen und umzustürzen, ist, „*durch erfolgreiche Vorbilder zu diesem Schritt veranlasst zu werden*“ (vgl. Fischer J. 1999, S. 77).

Zusammenfassung von Kap. 5.7

Die Prävention wird in durchschnittlich 11,3 Prozent der Beiträge in den untersuchten Zeitschriften thematisiert.

Beim Präventionszeitpunkt ergibt sich eine klare Bevorzugung der primärpräventiven Themen, die Tertiärprävention wird so gut wie gar nicht erwähnt. Am häufigsten richten sich die im Beitrag genannten Maßnahmen gegen personale Risiken, gefolgt von Risiken in Umwelt und Lebensbedingungen. Eine Motivation unterbleibt in den meisten Fällen. Wenn motiviert wird, dann häufig mithilfe von Angsterzeugung. Modelllernen wird fast nie verwendet, um zu motivieren.

Die Analyse der Präventionsinhalte ergab, dass besonders bei der Darstellung von Themen wie Neubildungen, Herz-Kreislauf und Reisemedizin präventive Aspekte genannt werden. Überraschend war festzustellen, dass das sowieso schon seltene Thema Rauchen nicht überzufällig häufig mit präventiven Inhalten gemeinsam dargestellt wird. Das Thema Ernährung wurde deutlich seltener als erwartet gemeinsam mit Vorbeugung behandelt.

5.8 Zeitschriftengruppen

Wie bereits im Kapitel 3.1.2 beschrieben, existiert eine Fülle von Versuchen, Frauenzeitschriften zu kategorisieren. Als sinnvoll für die Auswertung dieser Untersuchung hat sich herausgestellt, typische Titel aus den drei Gruppen Fernsehzeitschriften, Yellow Press und 14-tägig erscheinende Titel zusammenzufassen und zu vergleichen.

Abschließend wird versucht, für den Bereich Medizinjournalismus eine eigene Gruppenbildung vorzunehmen.

Dazu wird die hierarchische **Clusteranalyse** verwendet. Mit diesem Verfahren wird anhand ausgewählter Merkmale versucht, relativ homogene Fallgruppen oder Variablen zu identifizieren. Dabei wird ein Algorithmus eingesetzt, der für jeden Fall oder für jede Variable zunächst einen separaten Cluster bildet und die Cluster so lange kombiniert, bis nur noch einer zurückbleibt. Als hierarchisches Verfahren wird die Ward-Methode ausgewählt⁵⁵.

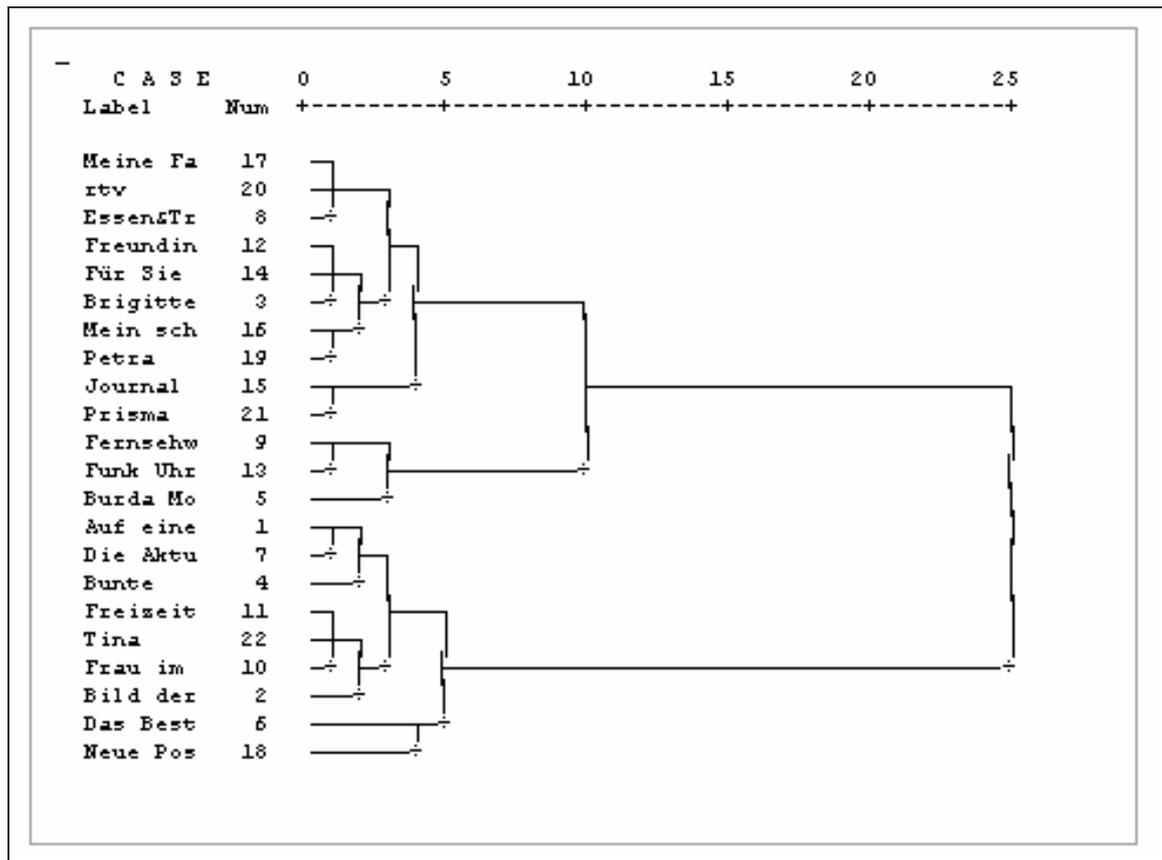
Da viele Merkmale in mehrere Kategorien untergliedert wurden, mussten teilweise vor der Auswertung neue Variable gebildet werden. So wurden beispielsweise neue Variable gebildet, in denen die Präparate-Nennungen zusammengefasst wurden. Gleiches gilt für die Kategorien Quellen, Naturheilverfahren-Inhalte, Information, Beratung, Handlungsanregung, Unterhaltung, Ernährung und Prävention.

Für die Analyse wurden diejenigen Variablen ausgewählt, von denen vermutet wird, dass sie entscheidend für die Gruppenbildung sein könnten (Anzahl Medizinbeiträge, Gesamtumfang, Häufigkeit von Nachricht, Bericht, Reportage, Ratgeberspalte, Häufigkeit der Nennung von Quelle, Präparat, Naturheilverfahren, Ernährung und Prävention sowie Beratungs-, Informations- und Unterhaltungsfunktion, Handlungsanregung). Das Ergebnis wird mit Hilfe eines Dendrogramms⁵⁶ dargestellt.

⁵⁵ Bei dieser Methode werden diejenigen Merkmale respektive Cluster zusammengeführt, deren Fusion die geringste Erhöhung der gesamten Fehlerquadratsumme bewirkt. Durch wiederholtes Berechnen der Distanz und Fusionieren der „nächsten“ Merkmale entsteht dabei ein binärer Baum, der die Distanz der einzelnen Merkmale zueinander grafisch veranschaulicht.

⁵⁶ Dendrogramme können verwendet werden, um die Dichte der gebildeten Cluster zu bewerten. Sie enthalten Informationen über die angemessene Anzahl der Cluster, die beibehalten werden sollen.

Abbildung 5-82: Dendrogramm nach der Ward-Methode



Dieses Dendrogramm zeigt die Schritte bei der Clusterbildung für die untersuchten Frauenzeitschriften. Die Variablen, die zur Unterscheidung verwendet wurden, beziehen sich auf formale Kriterien wie Stilmittel und Umfang, auf Inhalte und auf die Funktionen der Medienbeiträge. Am sinnvollsten scheint die Bildung von fünf Clustern zu sein.

Am sinnvollsten ist die Bildung von fünf Clustern, die sich wie folgt zusammensetzen:

1. *Auf einen Blick, Bild der Frau, Bunte, Die Aktuelle, Frau im Spiegel, Freizeit Revue, Tina*
2. *Brigitte, Essen & Trinken, Freundin, Für Sie, Mein schöner Garten, Meine Familie & Ich, Petra, rtv*
3. *Burda Moden, Fernsehwoche, Funk Uhr*
4. *Neue Post, Das Beste*
5. *Journal für die Frau, Prisma*

Die Cluster entsprechen nur zum Teil den üblichen Einteilungskriterien für Frauenzeitschriften. Sie enthalten mindestens je einen Vertreter aus zwei konventionellen Einteilungsgruppen. Die Yellow-Press-Vertreter finden sich in zwei Gruppen wieder (1/4), die 14-tägig erscheinenden Frauenzeitschriften sind auf ebenfalls zwei Cluster (2/5)

verteilt. Die typischen Fernsehzeitschriften finden sich mit einer Modezeitung in einer Gruppe (3) wieder, die Beilage-Fernsehzeitschriften *rtv* und *Prisma* sind in jeweils eine andere Gruppe eingeordnet worden, zwei von drei Funktionstiteln sind in Gruppe 2 enthalten.

Obwohl die Gruppen augenscheinlich sehr heterogen zusammengesetzt sind, weisen sie jedoch typische Merkmalsunterschiede auf, wie die folgende Abbildung zeigt.

Abbildung 5-83: Signifikanz der Mittelwert-Unterschiede zwischen den Clustern

ANOVA					
Zwischen den Gruppen					
	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Titel	17559,196	4	4389,799	7,923	,001
Gesamt_p	80976,094	4	20244,023	2,395	,091
Nachr	,533	4	,133	8,182	,001
Bericht	,558	4	,140	7,302	,001
Report	,108	4	,027	10,380	,000
Ratgeber	,070	4	,018	5,014	,007
Quelle	,020	4	,005	1,380	,283
Präparat	,008	4	,002	2,689	,067
UKMinh	,067	4	,017	1,994	,141
Essen	,077	4	,019	1,399	,277
Prävention	,024	4	,006	,531	,715
IntInf	,308	4	,077	18,364	,000
IntHan	,306	4	,077	4,845	,009
IntUnt	,357	4	,089	15,676	,000
BerFun	,353	4	,088	7,492	,001

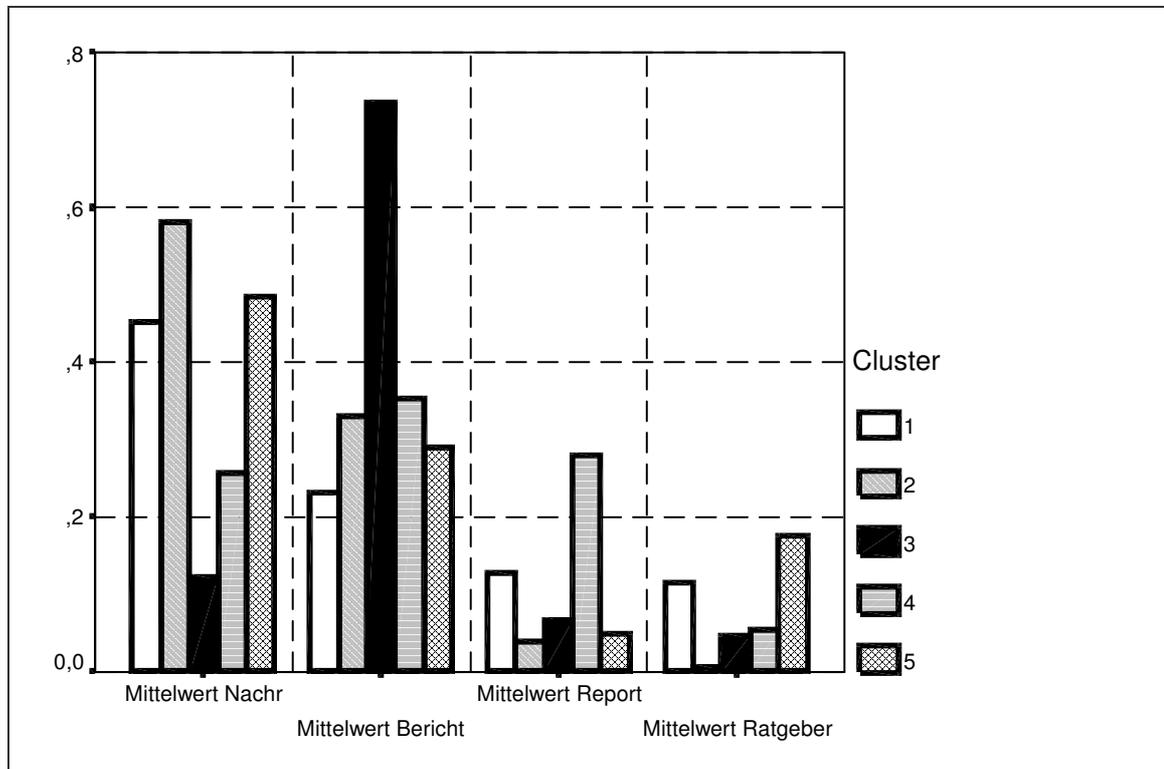
In dieser Abbildung wird die Signifikanz der Mittelwertunterschiede angegeben. Als Prozedur für die Varianzanalyse wurde die einfaktorielle ANOVA verwendet. (Nachr=Nachricht, UKMinh=Naturheilverfahren, IntInf=Informationsfunktion, IntHan=Handlungsanregung, IntUnt=Unterhaltungsfunktion, BerFun=Beratungsfunktion)

Die gebildeten Gruppen unterscheiden sich signifikant bei den Merkmalen „Titelnenennung“, „Nachrichten“, „Berichte“, „Reportagen“, „Informationsintention“, „Ratgeber“, „Handlungsanregung“, „Unterhaltungsfunktion“ und „Beratungsfunktion“. Andere Merkmale, wie die durchschnittliche Fläche der Medizinbeiträge, die Quellennennung, die Präparatenennung, und inhaltliche Merkmale wie Naturheilverfahren, Ernährung und Prävention, sind wenig brauchbar, um die Cluster zu unterscheiden.

Bei der Betrachtung der Darstellungsformen wird deutlich, dass sich die Cluster 3 und 4 von den anderen durch einen geringeren Anteil an Nachrichten unterscheiden, Cluster 4

mehr Reportagen beinhaltet und Cluster 3 einen besonders großen Anteil von Berichten aufweist.

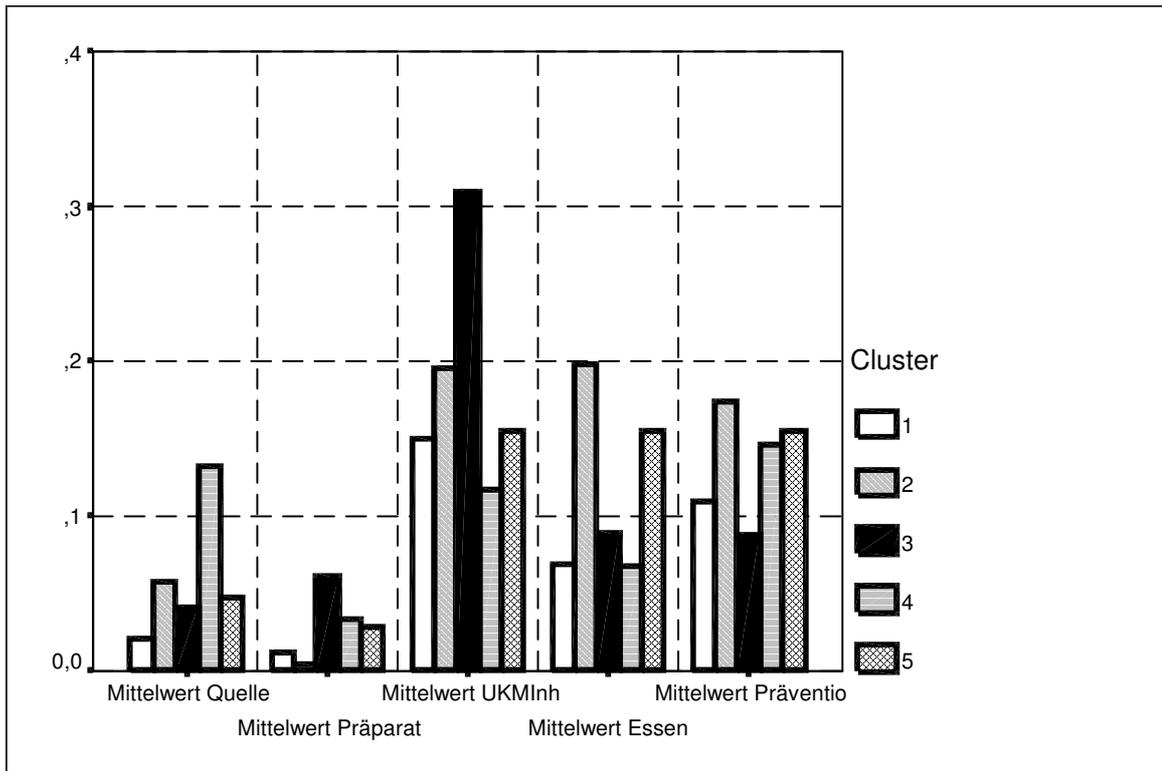
Abbildung 5-84: Darstellung der Clusterunterschiede „Darstellungsform“



In dieser Abbildung werden die Mittelwertsunterschiede bei den Darstellungsformen deutlich. Vor allem die Cluster 3 und 4 unterscheiden sich untereinander und von den anderen Clustern.

Auch bei der Betrachtung der Variablen Ernährung, Präparate, Naturheilverfahren, Quellenangabe und Prävention lassen sich für die Cluster typische Merkmale charakterisieren. So weist Cluster 3 einen besonders hohen Anteil von Naturheilverfahren-Beiträgen auf, bei den Titeln von Cluster 2 werden häufig Ernährung und Prävention thematisiert und selten Präparate genannt. Cluster 4 zeichnet sich durch häufige Quellenennungen aus und berichtet selten über Naturheilverfahren. In Cluster 1 werden am wenigsten Quellen genannt.

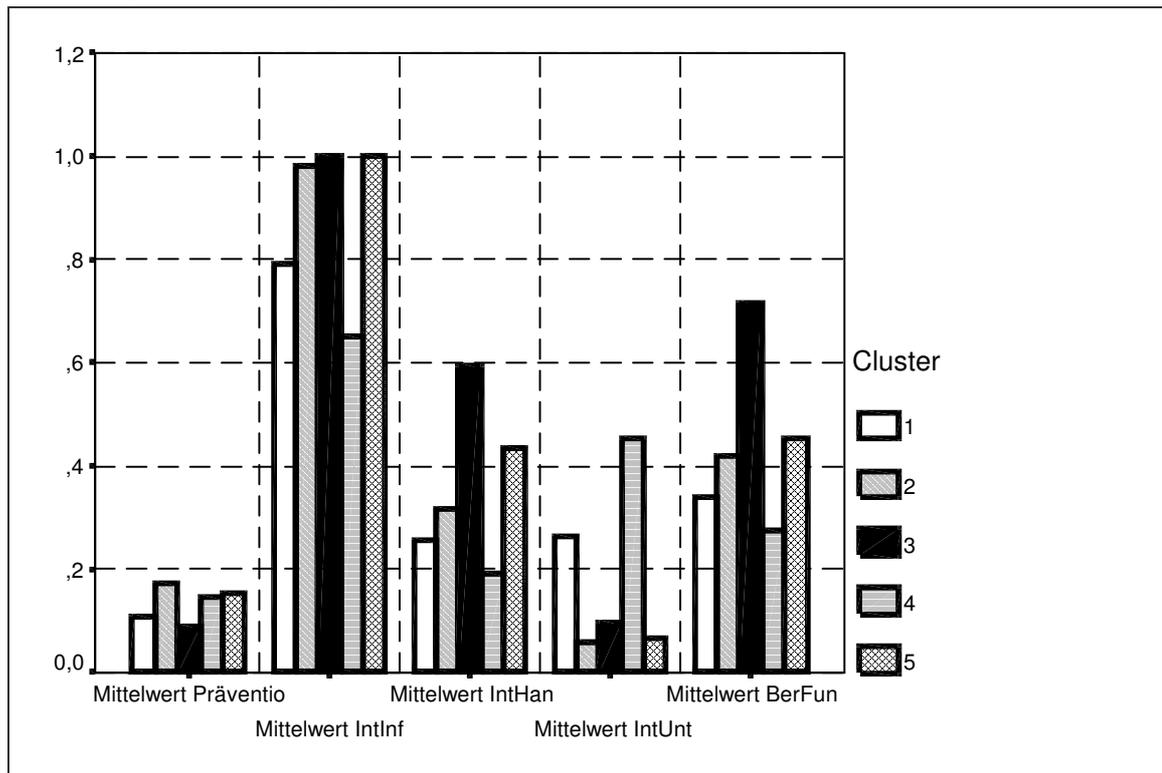
Abbildung 5-85: Darstellung der Clusterunterschiede bei „Quelle“, „Präparat“, „Naturheilverfahren“, „Ernährung“ und „Prävention“



Mithilfe dieser Abbildung werden die Mittelwertsunterschiede bei den Inhaltskategorien verdeutlicht.

Bei den verschiedenen Funktionen unterscheiden sich die Mittelwerte der einzelnen Cluster unterschiedlich stark. Die Titel des Clusters 4 haben eine vergleichsweise geringe Informationsintention, beraten wenig und regen seltener zum Handeln an. Dafür unterhalten sie relativ häufig. Die Beratungsfunktion ist im Cluster 3 besonders stark ausgeprägt, ebenfalls die Handlungsanregung und die Informationsintention. Cluster 1 verhält sich bezüglich Unterhaltung, Handlungsanregung und Beratungsfunktion ähnlich. Cluster 2 und 5 unterhalten relativ wenig, informieren dafür aber viel.

Abbildung 5-86: Darstellung der Clusterunterschiede „Funktion“



In dieser Abbildung sind die Mittelwertsunterschiede der fünf Cluster die Funktionen (IntInf=Informationsfunktion, IntHan=Handlungsanregung, IntUnt=Unterhaltungsfunktion, BerFun=Beratungsfunktion) betreffend zu sehen. Unterschiede gibt es vor allem bei den Mittelwerten für die Unterhaltungsfunktion und die Beratung.

Aus den Ergebnissen der Clusteranalyse lassen sich folgende Zeitschriftengruppen charakterisieren:

Die **Indifferenten** (Cluster 1): Die Zeitschriften in dieser Gruppe ragen nicht durch besondere Merkmalsausprägungen hervor. Sie bieten wenig zu den Themen Ernährung, Naturheilverfahren und Prävention, Quellen werden selten genannt.

Die **Informierenden** (Cluster 2): Diese Gruppe zeichnet sich durch viele informative und wenige unterhaltende Beiträge aus. Wenig Präparate werden genannt, Ernährung und Prävention sind im Vergleich zu den anderen Titeln häufig thematisierte Aspekte.

Die **Informierenden und Beratenden** (Cluster 3): Diese Gruppe enthält viel längere Sachberichte, weniger kurze Nachrichten. Naturheilverfahren werden häufig, Prävention dagegen eher selten thematisiert. Die Beiträge sind informierend, wenig unterhaltend und enthalten viel Beratung. Häufig wird zur Handlung motiviert.

Die **Unterhaltenden** (Cluster 4): Diese Gruppe enthält viele Reportagen. Die Beiträge sind häufig unterhaltend, im Vergleich zu anderen wenig informierend und handlungsanregend.

Die **Informierenden mit speziellen Inhalten** (Cluster 5): Diese Gruppe ähnelt der Gruppe 2, ist jedoch durch weniger Ratgeberspalten und mehr Texte mit Ernährungs- und Naturheilverfahrenthemen gekennzeichnet.

Dieses Ergebnis ist etwas überraschend und stimmt nicht mit den Erwartungen überein. Vermutet wurde, dass sich die Titel der klassischen Zeitschriftengruppen untereinander doch mehr ähneln. Die Titel, die üblicherweise zu den Frauenzeitschriften gezählt werden (wöchentliche „Billigtitel“ und 14tägig/monatlich erscheinende Titel), finden sich in jeweils zwei Clustern. Die Programmzeitschriften und die Funktionstitel unterscheiden sich in der Art und Weise, wie über Medizinthemen berichtet wird, jedoch so sehr, dass keine hinreichend geschlossenen Gruppen gebildet werden konnten.

Zusammenfassung von Kap. 5.8

Anhand der Analyseergebnisse wurde versucht, typische Merkmale bei den Titeln zu bündeln, um Zeitschriftengruppen mit jeweils ähnlichen Eigenschaften zu bilden. Die so ermittelten Titelgruppen, die sich in vielen Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden, sind nicht deckungsgleich mit den üblichen Zeitschriften-Klassifikationen. Fünf Cluster wurden gebildet: Informierende, Informierende & Beratende, Informierende mit speziellen Inhalten, Unterhaltende und Indifferente. So ähnlich sich die Titel in den jeweiligen Clustern bezüglich der Medizinberichterstattung auch sind, so sehr unterscheiden sie sich teilweise in Erscheinungsweise, Aufmachung und sonstigen Inhalten.