

## **Botellones suizos**

Die Zeitungsberichterstattung schweizerischer «Massenbesäufnisse» im Sommer 2008 und Mobilisierung derer Teilnehmer

Facharbeit

am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
der Universität Bern

eingereicht bei  
lic. phil. Peter Meier

vorgelegt von  
Mario Aeby

Matrikelnummer 02-115-517

Stritenstrasse 47  
3176 Neuenegg  
+41 31 741 28 73  
mario.aeby@students.unibe.ch

Neuenegg, 12. Januar 2011

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>II</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungs- und Begriffsverzeichnis</b>	<b>VI</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 Forschungsstand . . . . .	2
1.2 Fragestellung . . . . .	2
1.3 Aufbau der Arbeit . . . . .	3
<b>2 Geschichte der Botellones</b>	<b>4</b>
<b>3 Konfliktfelder</b>	<b>7</b>
3.1 Gesetzeslage und -vollzug . . . . .	8
3.2 Bewilligungen und Verantwortlichkeiten . . . . .	8
3.3 Ruhestörung . . . . .	11
3.4 Abfall . . . . .	11
3.5 Alkoholkonsum . . . . .	14
3.5.1 Öffentlicher Alkoholkonsum . . . . .	14
3.5.2 Jugendschutz . . . . .	15
3.5.3 Gesundheit . . . . .	16
3.6 Gewalt . . . . .	18
3.7 Kosten . . . . .	19
3.7.1 Polizeieinsatz . . . . .	19
3.7.2 Sanitätseinsätze und Spitäler . . . . .	20
3.7.3 Zivilschutz . . . . .	20
3.7.4 Abfallbeseitigung . . . . .	21
<b>4 Theoretische Grundlage</b>	<b>22</b>
4.1 Digitale Mobilisierung . . . . .	22
4.1.1 Mobiltelefonie . . . . .	23
4.1.2 Internet . . . . .	24
4.1.3 Facebook . . . . .	24
4.1.4 Neue Formen sozialer Zusammenkünfte . . . . .	25
4.1.5 Flashmobs . . . . .	27
4.2 Nachrichtenwert . . . . .	29

<b>5</b>	<b>Untersuchungsanlage</b>	<b>34</b>
5.1	Erkenntnisleitende Fragestellung und Hypothesen . . . . .	34
5.2	Untersuchungsmethode . . . . .	36
5.3	Untersuchungsgegenstand . . . . .	41
5.4	Untersuchungszeitraum . . . . .	42
5.5	Stichprobenauswahl . . . . .	42
5.6	Codierung . . . . .	43
<b>6</b>	<b>Ergebnisse</b>	<b>44</b>
6.1	Nachrichtenwert . . . . .	44
6.1.1	Medienpräsenz . . . . .	44
6.1.2	Themenspezifischer «Röstigraben» . . . . .	50
6.2	Intensität und Verlauf . . . . .	54
6.2.1	Primeurs . . . . .	54
6.2.2	Boulevard . . . . .	55
6.2.3	Abflauen . . . . .	57
6.3	Digitale Mobilisierung . . . . .	60
6.3.1	Internet und Facebook . . . . .	60
6.3.2	Teilnehmerzahlen . . . . .	64
6.3.3	Flashmobs? . . . . .	68
6.3.4	Facebooks Sternstunde? . . . . .	71
<b>7</b>	<b>Schlussfolgerungen</b>	<b>74</b>
	<b>Literatur</b>	<b>80</b>
	<b>Anhang</b>	<b>84</b>
A	Tabellen . . . . .	84
B	Textausschnitte . . . . .	89
C	Codebuch zur Inhaltsanalyse . . . . .	92
D	Codebögen . . . . .	96

# Abbildungsverzeichnis

1	Artikel nach Ortsbezug und Zeitung . . . . .	48
2	Stellung der Politiker mit Wortmeldungen . . . . .	48
3	In Artikeln erwähnte Themen . . . . .	51
4	Prozentuale Erwähnung von Themen in deutsch- und französischsprachigen Artikeln . . . . .	51
5	Anzahl Artikel nach Medium . . . . .	58
6	Anzahl Wörter nach Medium . . . . .	58
7	Intensität Berichterstattung Genf . . . . .	61
8	Intensität Berichterstattung Lausanne . . . . .	61
9	Intensität Berichterstattung Bern . . . . .	62
10	Intensität Berichterstattung Zürich . . . . .	62
11	Verlauf der Berichterstattung . . . . .	65
12	Anteil Artikel mit Thema «Mobilisierung über Internet» . . . . .	65
13	Mitgliederwachstum der Gruppe «1st Official Züri Botellòn» im Vergleich zur Zahl der Artikel mit Thema «Botellón Zürich» . . . . .	67
14	Beweggründe zur Teilnahme an einem Botellón im Sommer 2008 in der Schweiz	67
15	Benutzerwachstum <i>Facebook</i> Schweiz 2007–2010 . . . . .	73
16	Benutzerwachstum <i>Facebook</i> Schweiz Januar–Dezember 2008 . . . . .	73

# Tabellenverzeichnis

1	Übereinstimmung der zweiten Codierung . . . . .	40
2	Intensität der Berichterstattung vor und nach den Botellones . . . . .	60
3	Chronologie schweizerischer Botellones 2008 . . . . .	84
4	«Organisatoren» von Botellones in der Schweiz . . . . .	84
5	Städtische Exekutivpolitiker . . . . .	85
6	Untersuchte Tageszeitungen . . . . .	85
7	Untersuchte Sonntagszeitungen . . . . .	85
8	Aktive Facebook-Benutzer aus der Schweiz 2008 . . . . .	86
9	Vorkommen des Begriffes «Massenbesäufnis» . . . . .	86
10	Artikel nach Ortsbezug und Zeitung . . . . .	87
11	Mitgliederzahlen nach Zeitung . . . . .	87
12	Publizierte Mitgliederzahlen der Facebook-Gruppen . . . . .	88

# Abkürzungs- und Begriffsverzeichnis

BZ	Berner Zeitung
NZZ	Neue Zürcher Zeitung
SoBli	SonntagsBlick
SZ	SonntagsZeitung
TA	Tages-Anzeiger
TdG	La Tribune de Genève

# 1 Einleitung

Im medialen Sommerloch des Jahres 2008 machte sich in der französisch- wie deutschsprachigen Presse der Schweiz praktisch über Nacht ein zuvor völlig unbekanntes<sup>1</sup> Thema breit: Das Schreckgespenst «Botellón» war plötzlich in aller Munde. Dieser Begriff dient seit den 1990er-Jahren als offizielle Bezeichnung für von Jugendlichen einberufene Treffen unter ihresgleichen im öffentlich-städtischen Raum in Spanien, die vorzugsweise an Wochenenden stattfinden und vom Abend bis spät in die Nacht hinein dauern. Die wörtliche Übersetzung des Begriffs (dt. «grosse Flasche») verweist auf die Konsumation grosser Mengen Alkohol an solchen Besammlungen.

Diese Trend der Jugendkultur schwappte im Sommer 2008 aus Spanien in die Schweiz über, als Studenten am 18. Juli in Genf den ersten schweizerischen Botellón veranstalteten – ohne damals zu wissen, dass sie damit den Startschuss zum ersten (und bisher zugleich letzten) «Botellón-Sommer» gegeben hatten. Im Folgemonat ereigneten sich in allen grösseren Schweizer Städten ähnliche Szenen (Waldmeier 2008). Mit mehrwöchiger Verzögerung auf diese Initialzündung in Genf trat das Thema Mitte August einen fulminanten Siegeszug durch die regionale und nationale Presse an. Die Stadtexekutiven sprachen angesichts der in ihren Städten angekündigten Botellones eiligst Verbote aus und setzten die Sicherheits- und Rettungsdienste in erhöhte Alarmbereitschaft. Das allgegenwärtige Gesprächsthema brachte nicht zuletzt auch kontrovers diskutierte Interviews mit dem Soziologen Kurt Imhof und der zürcherischen Polizeivorsteherin Esther Maurer hervor.

---

<sup>1</sup> Der Begriff «botellon» liefert bei einer Volltextsuche auf *Factiva* vom 1. Januar 1990 bis Ende des Jahres 2007 sieben Treffer in schweizerischen Presseerzeugnissen. Davon sind vier unechte Treffer, da die Artikel in spanischen und französischen Medien erschienen sind. Am 9. August 2006 fiel der Begriff «Botellón» zum ersten Mal im *TA*, und zwar in einer Reportage über die Feriendestination Barcelona, ohne jedwelchen Bezug auf die Schweiz.

So schnell das Thema seinen Weg in die öffentliche Diskussion geschafft hatte, desto rasch verschwand es gegen Ende der warmen Sommermonate auch wieder aus der Medienberichterstattung. Obwohl die Thematik in den Sommermonaten 2009 und 2010 wieder aufflammte, erreichte sie nie mehr eine derartige Dimension und Popularität wie im Sommer 2008.<sup>2</sup>

### 1.1 Forschungsstand

Weder in der Kommunikationswissenschaft, noch in den Rechtswissenschaften, der Politologie oder der Medizin existieren Arbeiten, die sich spezifisch mit den schweizerischen Botellones des Sommers 2008 befassen. Die vorliegende Arbeit betritt somit völliges Neuland und muss neben der Beantwortung kommunikationswissenschaftlicher Fragen gleichzeitig auch Grundlagenarbeit über die Hintergründe des Phänomens leisten.

Lässt man den Blick gegen Westen über die Landesgrenze schweifen, stösst man auf zumindest zwei wissenschaftliche Beiträge über die Botellón-Kultur in Spanien: Die an der Universität Sorbonne verfasste Überblicksdarstellung des Studenten Farnié (2006) ist über das Internet frei zugänglich. Wer – im Gegensatz zum Autor der vorliegenden Facharbeit – der spanischen Sprache mächtig ist, sollte zwingend auch der Monographie von Baigorri und Fernández (2004) Beachtung schenken, die die Botellón-Problematik umfangreich und wissenschaftlich fundiert erläutert. Die beiden Arbeiten befassen sich aber leider nicht mit der Medienberichterstattung, sondern konzentrieren sich auf die soziologischen Hintergründe und die Reaktionen aus der Politik.

### 1.2 Fragestellung

Die vorliegende Facharbeit untersucht verschiedene kommunikationswissenschaftliche Aspekte der schweizerischen Botellones im Sommer 2008. Mit der Untersuchung sollen zwei Fragestellungen beantwortet werden: Einerseits interessiert – für die wissenschaftliche Disziplin völlig

---

<sup>2</sup> *Factiva* findet für die Jahre 2009 und 2010 (bis 25. Dezember 2010) je 103 respektive 45 Artikel, welche den Begriff «botellon» enthalten. Für das gesamte Jahr 2008 werden hingegen mehr als fünfmal so viele Artikel verzeichnet (588 Stück).



klassisch – der **Nachrichtenwert** des Themas. Wieso erhielten die schweizerischen «Botellones» im Sommer 2008 eine derartige Medienpräsenz? In diesem Zusammenhang wird auch nach der Dauer, der Intensität und dem Umfang der Berichterstattung gefragt. Andererseits soll im Kontext der zunehmenden Penetration unseres Alltages mit Neuen Medien geklärt werden, ob es sich bei den schweizerischen Botellones um ein Produkt einer typischen «**digitalen Mobilisierung**» handelt.

Als Grundlage für die Beantwortung der Fragestellung dienen Artikel ausgewählter deutsch- und französischsprachiger Printmedien mit Redaktionssitz in der Schweiz. Die Artikel wurden in elektronischer Form<sup>3</sup> aus der Datenbank *Factiva*<sup>4</sup> bezogen. Als Suchkriterium galten einerseits der Publikationszeitraum zwischen dem 1. August 2008 bis und mit 30. September 2008, andererseits das Vorkommen des Begriffs «botellon» im Titel oder Textteil des Artikels.

### 1.3 Aufbau der Arbeit

Nach der Einleitung wird das Phänomen «Botellón» charakterisiert. Nach der Darstellung dessen spanischer Ursprünge werden die Konfliktlinien aufgezeigt, die sich im Sommer 2008 in der Schweiz mit der Öffentlichkeit und den städtischen Behörden ergaben. Im anschliessenden Theorieteil werden die für dieses Thema relevanten theoretischen Hintergründe erläutert: Neben der Nachrichtenwerttheorie folgt ein grösserer Einblick in das Konzept der «digitalen Mobilisation». Im Methodikteil folgt die definitive Ausformulierung der Fragestellung und der Hypothesen. Weiter wird aufgezeigt, wie der Stichprobenraum festgelegt und mit welcher Methode die Auswertung der Inhalte vorgenommen wurde. Im Ergebnisteil werden die Fragen und Hypothesen beantwortet. Anschliessend werden die Schlussfolgerungen präsentiert. Es folgt die Bibliographie und der umfangreiche Anhang mitsamt Codebuch und den vollständigen Codebogen.

---

<sup>3</sup> Mittels des XML-Formats lassen sich die einzelnen Artikel und deren Parameter wie Erscheinungsdatum, Autor, Zeitung und Anzahl lokal weiterverarbeiten.

<sup>4</sup> Die Datenbank *Factiva* gehört dem Unternehmen *Dow Jones & Company* und ist unter <http://www.factiva.com/> zu erreichen. In der Datenbank werden über 28 000 lizenzpflichtige und freie Quellen aggregiert, darunter Tageszeitungen, Zeitschriften und Magazine. Aus dem Netzwerk der Universität Bern können die in der Datenbank gespeicherten Texte durchsucht und in elektronischen Datenformaten exportiert werden.

## 2 Geschichte der Botellones

Die Ursprünge der Botellón-Kultur führen zurück ins Spanien Mitte der 1990er-Jahre: In den Städten Salamanca und Cáceres begannen Studenten ihr Bier lieber vor Restaurationslokalen an der freien Luft als in den Räumlichkeiten zu geniessen. Überteuerte Getränkepreise brachten Jugendliche in der Folge dazu, ihre Getränke bereits den Tag hindurch zu viel günstigeren Preisen und in grösseren Mengen direkt in den Supermärkten zu kaufen, am Abend mit sich zu führen und vor angesagten Bars und Discos zu trinken, bevor sie diese schlussendlich betraten und die Nacht durchfeierten (Kahl 2006). Indem die Partygänger bereits auf der Strasse genügend Alkohol konsumiert hatten, mussten sie sich in den Clubs kaum mehr überteuerte Getränke leisten.

Nach und nach entstanden in spanischen Dörfern und Städten an Wochenenden – oftmals auch schon am Donnerstag – zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten grosse Menschenaufläufe, welche auf Grund der von den Teilnehmern mitgeführten alkoholischen Behältern bald einmal «Botellón» (dt. «grosse Flasche») getauft wurden. Die Menschen versammelten sich dabei vorzugsweise auf grossen, gut erreichbaren und zentral gelegenen städtischen Plätzen, in Parks oder auf Grünflächen (Farnié 2006:20ff.).

Im Laufe der Zeit bewegten sich solche Anlässe vom reinen «Vorglühen» weg zu eigentlichen Parties im freien Raum – der anschliessende Besuch einer Diskothek geriet immer mehr zur Nebensächlichkeit, Hauptattraktion des Wochenendes war nun primär die Teilnahme an einem Botellón. Findige Teilnehmer sorgten schon bald für die nötige Beschallung mit Musik. Der ungezwungene Auflauf von Menschen eignete sich zudem vorzüglich, um neue Bekanntschaften zu knüpfen, womit sich die Jugendlichen aus Eigeninitiative mindestens all das boten, was ihnen auch ein Club oder eine Diskothek geboten hätte – dies aber zum Selbstkostenpreis. Bo-

## 2 Geschichte der Botellones

tellones entwickelten sich zu eigenständigen, abendfüllenden Treffen, bei denen Musik und Alkohol als unverzichtbares «Schmiermittel» eingesetzt wurden (Farnié 2006). Der soziale Aspekt überwog dabei alle anderen Eigenheiten dieser Versammlungen. In einer Studie im Auftrag der spanischen Behörden stellten Forscher fest, dass die Hauptmotivation der Hälfte der befragten Jugendlichen sei, «mit Freunden Spass zu haben». Erst an dritter Stelle wurde von weniger als einem Zehntel der Befragten der Alkoholkonsum als Hauptbeweggrund genannt (SZ, «Flasche leer, Birne doch nicht voll», 24. August 2008).

An diesen Massenaufläufen, die auch heute noch an Wochenenden – und in den warmen Sommermonaten in der schulfreien Zeit gar täglich – in ganz Spanien<sup>5</sup> stattfinden, nehmen vor allem Jugendliche und Studenten im Alter von 16 bis 24 Jahren teil, die mehrheitlich aus der Mittel- oder gar Oberschicht stammen (Dubuis 2008). Der typisch spanische Botellótgänger ist gemäss einer 2001 publizierten Befragung Student und lebt in der Mehrheit der Fälle noch zu Hause bei seinen Eltern. Die Beziehung der Jugendlichen zu ihren Eltern sei gut, deren schulischen Leistungen akzeptabel. Im Schnitt besuchen die Jugendlichen ein Botellón pro Woche, vorzugsweise an einem Samstag-Abend. Der Botellón ist eng mit dem Studentenleben der Partizipanten verbunden – sobald die Studenten ihre Ausbildung abgeschlossen haben, eine Arbeitsstelle antreten und heiraten, schwindet auch der Drang, an Botellones teilzunehmen (Farnié 2006:18).

Während in den Anfängen während der 1990er gerne Mal Flyer und Plakate verwendet wurden, um Jugendliche zu überblickbaren Botellones zusammenzutrommeln, sind heute im Zeitalter des Mobilfunks und des Internets Treffen in gigantischem Ausmass möglich, die weder einen Koordinator erfordern, noch grosse Vorbereitungen benötigen. Die Mobilisierung geschieht seit der massenhaften Verbreitung des Mobilfunks mündlich per Telefonkette oder noch effizienter schriftlich mittels Versand von Kurznachrichten, die vom Empfänger einem Schneeballsystem gleich mit vernachlässigbarem zeitlichen Aufwand an all seine Freunde weitergeleitet werden, welche die Nachricht wiederum an ihre Bekannten weiterleiten. Seit viele Haushalte auch über einen Internetanschluss verfügen, geschieht die Mobilisierung zusätzlich

---

<sup>5</sup> Farnié (2006: 16) zählt gegen 30 spanische Städte auf, in denen regelmässig Botellones stattfinden; unter anderem Madrid, Bilbao, Sevilla, Palma de Mallorca, Granada, Saragossa und Barcelona.

## 2 Geschichte der Botellones

zur Mobiltelefonie auch per Internettechnologien wie E-Mail, Instant Messaging und *Facebook*-Nachrichten (*Le Temps*, «Facebook, l'outil pour mobiliser sans peine», 20. August 2008).

Am 19. März 2004, am Tag der Frühlingsfeier, versammelten sich nach einem über den Mobilfunk und über das Internet verbreiteten Aufruf auf dem ehemaligen Expo-Gelände in Sevilla beispielsweise über 70 000 Jugendliche zum ersten «Macrobotellón» in der spanischen Geschichte – der grosse Bruder der Botellones war geboren. Im Frühjahr 2006 entbrannte unter den jugendlichen Bewohnern verschiedener spanischen Grossstädte ein regelrechter Wettkampf, wer die grösste Zahl an Leuten an einen Botellón locken konnte. Ausgelöst wurde der Wettkampf durch die jahrhundertealte Rivalität der Bewohner der Städte Sevilla und Granada: Sevilla veranstaltete im Februar 2006 einen Botellón, an welchem 5 000 Jugendliche teilnahmen, worauf man diese Teilnehmerzahl in Granada zu schlagen trachtete. In den nächsten Wochen wurden weitere spanische Städte in den Wettkampf hineingezogen, unter anderem Madrid, Barcelona, Malaga und Cordoba (Kahl 2006). In Granada wurden am 17. März 2006 an einem anderen Botellón deren 25 000 Teilnehmer gezählt (ORF 2006). Diese Ereignisse galten selbst für das botellónerprobte Spanien als Ausnahmeerscheinungen und fanden auf Grund des Ausmasses auch erstmals den Weg in die deutschsprachige Presse und das Fernsehen.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Das *Schweizer Fernsehen* berichtete in der *Tagesschau* vom März 2006 beispielsweise zum ersten Mal über einen spanischen Macrobotellón.

### 3 Konfliktfelder

Nachfolgend sollen die vielfältigen Konfliktlinien an Hand der Erfahrungen mit den schweizerischen Botellones aufgezeigt werden. Als Grundlage für die systematische Zusammenstellung diente eine erste grobe Durchsicht der für die vorliegende Facharbeit ausgewählten Medienberichte sowie weiterführende Überlegungen des Autors. Um die tatsächliche Relevanz der Konfliktfelder aufzuzeigen, wurde weiter versucht, zu jedem Punkt konkrete Erfahrungswerte aus dem Botellón-Sommer einfließen zu lassen. Die erwähnten Fakten wurden direkt aus der Presseberichterstattung entnommen.

Kritik ist bei diesem Vorgehen durchaus angebracht: In dem man sich auf die später zu analysierenden Medienberichte abstützt, läuft man Gefahr, die Optik der Berichterstatter einzunehmen und in den Medien gar nicht erst zur Sprache gekommenen Konfliktthemen zu übersehen.<sup>7</sup> Da es sich hierbei aber um den ersten wissenschaftlichen Versuch handelt, die Konfliktlinien zwischen den Botellones und der schweizerischen Gesellschaft zu benennen und zu systematisieren, muss zwangsläufig akzeptiert werden, dass die Liste in Zukunft durch weiterführende Untersuchungen ergänzt und/oder angepasst werden könnte.

Die hier herauskristallisierten Themen bildeten anschliessend die Grundlage für einen Teil des Codebuchs zur Inhaltsanalyse. So konnten die Artikel auf die Nennung der verschiedenen konfliktträchtigen Themen hin klassifiziert werden.

---

<sup>7</sup> Gerade mit Blick auf die später im Theorieteil noch angesprochene «Verzerrung» (vgl. Abschnitt 4.2 auf S. 29).

## 3.1 Gesetzeslage und -vollzug

Bei den Botellones in der Schweiz handelt es sich um eine Unterart von Veranstaltungen, die im öffentlichen Raum einer Stadt stattfinden. Welcher spezifischer Art die Veranstaltungen auch sind – sie können je nach Grösse und Ziel des Anlasses die öffentliche Ordnung bedrohen und beeinträchtigen. Die Polizei, welche mit der Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung beauftragt ist, kann aber nur aktiv gegen Veranstaltungen und deren Teilnehmer vorgehen, wenn konkrete Gesetzesverstösse vorliegen.

Im Umfeld von öffentlichen Anlässen kommt es immer wieder zu Littering, Sachbeschädigung, Gewalt und zu (nächtlicher) Ruhestörung. Die Legislativen haben in der letzten Dekade primär auf lokaler, aber auch auf kantonaler Ebene entsprechende Gesetze erlassen, die den mutwilligen Missbrauch des öffentlichen Raumes einschränken.<sup>8</sup> Die Ereignisse des Sommers 2008 zeigten nur allzu klar, dass der Gesetzgeber bei der Ausarbeitung der entsprechenden gesetzlichen Richtlinien neuartige soziale Phänomene wie Botellones nicht antizipiert hatte. Behörden, Polizei und Justiz standen diesen deshalb ohne gesetzliche Handhabe gegenüber und sahen sich auf vielen Ebenen im Konflikt mit den trinkfreudigen Jugendlichen, die öffentliche Plätze in Beschlag nahmen.

## 3.2 Bewilligungen und Verantwortlichkeiten

Um Gefährdungen der öffentlichen Ordnung durch Veranstaltungen mit tausenden von Besuchern zu minimieren, ist in allen grösseren schweizerischen Städten die Bewilligungspflicht von teilnehmerstarken Anlässen Pflicht. So wird erwartet, dass Veranstalter bei der Gewerbe-polizei rechtzeitig ein umfangreiches Gesuch einreichen, welches von den Behörden zwingend bewilligt werden muss, damit die Veranstaltung durchgeführt werden darf.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> So ist es beispielsweise im Kanton Bern seit dem 1. Juni 2004 möglich, Ordnungsbussen gegen Littering zu verteilen (vgl. *Abfallverordnung AbfV* sowie *Kantonale Ordnungsbussenverordnung KOBV*). Die Stadt Bern wiederum verfügt ebenfalls auf die kantonalen Gesetze aufbauend eine *Abfallverordnung AFV* und ein *Abfall-reglement*. Mit dem *Gesetz über die Ruhe an öffentlichen Feiertagen* vom 1. Dezember 1996 regelt der Kanton Bern die zulässigen Lärmemissionen an Feiertagen, welche auch von Veranstaltern einzuhalten sind.

<sup>9</sup> Im Gesuchsformular der Stadt Bern (Veranstaltungsmanagement Stadt Bern 2009) muss beispielsweise die genaue Lokalität der Veranstaltung, deren zeitlicher Beginn und deren Ende, die Zeiten der geplanten «Musik-aufführungen», die Organisatorin (Firma) wie auch zwei Verantwortliche angegeben werden. Weiter sind al-

### 3 Konfliktfelder

Wie sich im Sommer 2008 herausstellte, war es den städtischen Behörden nicht möglich, Botellones auf diesem Wege zu verbieten: Um ein Verbot gegen einen Anlass auf öffentlichem Boden auszusprechen, wäre nämlich der vorgängige Eingang eines solchen Bewilligungsgesuches von Seiten des Veranstalters nötig gewesen. Eine Eigenheit der Botellones ist es aber, dass es keinen Veranstalter gab, der sich gegenüber den Behörden als solcher zu erkennen gab oder bereit war, die Verantwortung für den reibungslosen Ablauf des Anlasses zu tragen. Dies nicht zuletzt aus Haftungsfragen, andererseits aber auch, weil die Anlässe nur mit einigen Tagen Vorlaufzeit angekündigt wurden und so gar keine Zeit für die sonst üblichen Planungen blieb. Zudem wurden von den Initiatoren der Botellones auch keine kommerziellen Interessen verfolgt, weshalb gar nicht erst die personellen wie finanziellen Ressourcen zur Verfügung standen, um die Auflagen der Behörden zu erfüllen – konkret, um für die Sicherheit der Teilnehmer zu sorgen und für die Abfallentsorgung aufzukommen.

Neben der fehlenden finanziellen Ressourcen der Initiatoren der Botellones gab es auch ein deutlich schwerwiegendes organisatorisches Problem, wie Javier Martinez, einer der Initianten des zweiten Botellón in Genf, in einem Zeitungsartikel beschrieb:

«Je n'ai pas plus de compétences en organisation que n'importe quel autre participant.»

– *TdG*, «La Ville place les organisateurs-fêtards du <botellón> face à leurs responsabilités», 14. August 2008.

Martinez verfügte – wie alle anderen Initiatoren von Botellones in anderen Städten auch – nur über äusserst eingeschränkte Möglichkeiten, den über das Internet und die Medien einmal mit Datum, Uhrzeit und Ort ausgerufenen Anlass abzusagen. Sobald sich der «Botellón-Zug» erst einmal in Bewegung gesetzt hatte, konnte er nur noch schwer gelenkt oder gar gestoppt werden.<sup>10</sup>

---

le bewilligungspflichtigen «Tätigkeiten und Infrastrukturen» zu notieren. Der Veranstalter muss über die Zahl der bereitgestellten Toiletten Auskunft geben, zudem auch, wie die Strom- und Wasserversorgung geregelt ist. Schlussendlich muss der Versicherungsschutz bestätigt und die Finanzierung bekannt gegeben werden.

<sup>10</sup> Dies führte beispielsweise zu Problemen, als die Initiatoren den Botellón für den Samstag, 30. August 2008, auf dem Bundesplatz ankündigten, dabei aber vergassen, dass an genau diesem Abend das Berner Sinfonieorchester ein von langer Hand geplantes Open-Air Konzert auf dem Bundesplatz bestreiten wollte (*Der Bund*, «Massenbesäufnis auf Kommando», 20. August 2008). Die nächste Kollision entstand, als die Organisatoren den Anlass via *Facebook* auf Freitag-Abend, 29. August 2008, verschoben und dabei übersahen, dass an diesem Abend auf dem Bundesplatz der Final der Herrenmeisterschaft im Beachvolleyball ausgetragen werden sollte. Der Botellón wurde schlussendlich kurzerhand auf die Grosse Schanze verschoben, wo er am Samstag, 30. August 2008 dann auch wirklich stattfand (*Der Bund*, «Katz-und-Maus-Spiel um Botellón», 21. August 2008).

Aus all diesen Gründen traf in keiner Stadt ein entsprechendes Bewilligungsgesuch ein, was zum paradoxen Zustand führte, dass kein schweizerischer Botellón im Vorfeld weder amtlich bewilligt noch verboten worden war.

Den Exekutivpolitikern blieb nichts anderes übrig, als ihren Unmut über die geplanten Veranstaltungen in der Presse öffentlich zu machen und von Verboten zu reden, die man auf Grund der Gesetzeslage im Ernstfall gar nicht hätte durchsetzen können. Genau dies geschah dann auch: Obwohl sowohl Esther Maurer als auch Stephan Hügli, die Polizeidirektoren der Städte Zürich und Bern, in den Medien mehrmals ein Verbot erwägten,<sup>11</sup> mussten die Veranstaltungen auf der Blatterwiese in Zürich und der Grossen Schanze in Bern schlussendlich toleriert werden.

Eine Ausnahme bildeten die Botellones in den Städten Genf und Lausanne. Hier gaben sich die Initianten der «Massenbesäufnisse» die ganze Zeit über mit ihrem vollem Namen zu erkennen (vgl. Tabelle 4 auf S. 84).<sup>12</sup> In beiden Städten trafen sich Stadtbehörden daraufhin mit den Organisatoren zu Gesprächen, wobei in Genf ein Kompromiss realisiert werden konnte und der Botellón von den Behörden unter Auflagen grünes Licht erhielt (*TdG*, «L'apéro géant aux Bastions se fera sous surveillance», 21. August 2008), während die Behördenvertreter in Lausanne derartigen Druck auf die Initianten ausübten, dass diese sich entschieden, die Veranstaltung abzusagen (*24 heures*, «Le botellón ne séduit toujours pas les autorités lausannoises», 19. August 2008).

---

<sup>11</sup> Hügli war sich bewusst, dass mangels ein Bewilligungsgesuches auch kein Verbot ausgesprochen werden könne, versprach aber, «alle bestehenden rechtlichen Grundlagen» auszuschöpfen, um gegen den Anlass vorzugehen. (*Der Bund*, «Katz-und-Maus-Spiel um Botellón», 21. August 2008). Identisch hatte sich zwei Tage zuvor auch schon der Mediensprecher von Esther Maurer geäussert: «Aber verhindern wollen sie es: <[sie] will dazu alle rechtlichen Mittel ausschöpfen.>» (*Blick*, «Sie wollen sich besaufen... und sie können nichts dagegen tun», 19. August 2008)

<sup>12</sup> Die *Facebook*-Gruppe zum Zürcher Botellón wurde von Jan Fröhlich (17) eröffnet. Dieser zog sich nach einer grossen Medienkampagne der Tagespresse aber rasch als Organisator zurück (*TA*, «Besäufnis-Organisator zieht sich zurück», 20. August 2008). Auch beim Botellón Bern traten die Organisatoren zuerst mit ihren realen Namen auf; Sandro Amstutz (18) beantwortete auch Anfragen von mindestens einer Tageszeitung (*Der Bund*, «Massenbesäufnis auf Kommando», 20. August 2008). Auf Grund der Kollision mit dem Open-Air des Symphonieorchesters sprangen aber auch diese beiden Organisatoren ab und überliessen das Feld einem anonymen *Facebook*-Benutzer, der sich als Anspielung auf den bernischen Stadtpräsidenten «Alexander Tschäppät» nannte (*Der Bund*, «Katz-und-Maus-Spiel um Botellón», 21. August 2008).



### 3.3 Ruhestörung

Botellones finden auf öffentlichen Plätzen in den Stadtzentren statt, einerseits auf Grund der guten Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr und andererseits wegen der natürlichen Präsenz des Zielpublikums, der unternehmungslustigen und festfreudigen Jugendlichen und Mittzwanziger. In jeder grösseren Schweizer Stadt finden sich zentrumsnahe Plätze und Grünzonen, um Versammlungen an der freien Luft zu organisieren.<sup>13</sup>

Sind die Versammlungsorte nahe von Wohnquartieren gelegen, können sich durch die Ansammlung vieler Alkohol konsumierender Menschen und die ausgelassene Stimmung entsprechenden Lärmemissionen ergeben. Bringen die Teilnehmer auch noch Musikinstrumente wie Trommeln und Verstärker mit, wird die Grenze zur Nachtruhestörung rasch überschritten.

Genau dieses Problem stellte sich beim Zürcher Botellón, der an einem Samstag auf der Blatterwiese stattfand – einer Grünfläche mit Kinderspielplatz, die zwischen dem Seefeldquartier und dem Ufer des Zürichsees liegt. Der nahe am Wohnquartier Seefeld gelegene Veranstaltungsort führte vereinzelt zu Lärmklagen von Seiten der dortigen Anwohner (*Sonntag*, «Saufen gegen Maurer», 30. August 2008). Abgesehen von dieser Meldung fanden sich keine Berichte über Ruhestörungen.

### 3.4 Abfall

Der englische Begriff «Littering» bezeichnet die Verschmutzung des öffentlichen Raumes mit liegengelassenem Abfall. Der Begriff drückt die Sorglosigkeit aus, mit welcher Menschen Abfälle auf öffentlichen Grund und in der Natur «entsorgen», statt diese in Mülltonnen zu sammeln und der Kehrriichtabfuhr zu verantworten. Gerade bei Veranstaltungen mit grosser Teilnehmerzahl, die unter freiem Himmel stattfinden, besteht eine erhöhte Gefahr von grossem Abfallaufkommen. Die Stadt Bern verpflichtet Veranstalter von Feierlichkeiten auf öffentlichem Grund

---

<sup>13</sup> In Bern sind dies beispielsweise der Bundesplatz, der Waisenhaus- und der Kornhausplatz sowie die Grosse und Kleine Schanze. In Zürich bieten sich das begrünte rechte und linke Seeufer beim Mythenquai und um das Zürichhorn herum an sowie der Sechseläutenplatz beim Bellevue. Das Zentrum Genfs zählt in jeder Himmelsrichtung ein oder zwei Parks, darunter beispielsweise der Jardin Anglais mit Seeanstoss oder der Parc des Bastions.

### 3 Konfliktfelder

deshalb zur Einhaltung strikter Regeln, wie mit Abfällen umgegangen werden soll (Entsorgung + Recycling Stadt Bern 2009). Werden an einem Anlass Ess- und Trinkwaren verkauft, müssen Veranstalter beim Einholen des Bewilligungsgesuches ein Abfallkonzept vorlegen. Die heute effektivste Massnahme der Stadt Bern gegen die Abfallproblematik ist die Pflicht für Veranstalter, Getränke nur in Pfandbechern auszuschenken und Nahrung nur in Geschirr mit Depotabgabe zu verkaufen. Diese Massnahme sorgt dafür, dass Teilnehmer Becher und Geschirr nicht achtlos wegwerfen, sondern an die Verkaufsstelle zurückbringen, um die geleistete Pfandzahlung zurückzuerhalten. Die Gedanken hinter dieser von den städtischen Behörden auferlegten Massnahme sind zweifältig: Einerseits werden deutlich weniger Abfälle auf dem und um das Veranstaltungsareal weggeworfen. Andererseits aber wird so auch vermieden, dass sich Teilnehmer unabsichtlich an zerbrochenen Glasflaschen verletzen oder diese von Betrunkenen als Waffe verwendet werden könnten.

Da Botellones keinen verantwortlichen Veranstalter kennen und auch keine Getränke verkauft werden, ist es für Städte nicht möglich, ihre Abfall- und Veranstaltungskonzepte durchzusetzen. Dies macht auch die Abfallentsorgung zu einem grossen Problem: Trinkfreudige Teilnehmer decken sich in Supermärkten billig mit alkoholischen Getränken ein, die sie anschliessend an den vereinbarten Treffpunkt mitnehmen. Am Ende einer Freiluftfeier verschwinden die Teilnehmer, zurück bleiben aber grosse Mengen an Abfall. Da die meisten alkoholische Getränke in Aludosen und Glasflaschen verkauft werden, ist die Verletzungsgefahr gross. Diese Gefahr potenziert sich, wenn betrunkene Teilnehmer Glasflaschen absichtlich zerschlagen und die Überreste achtlos auf dem Boden zurücklassen.

Angaben der Zürcher Behörden zur Abfallmenge lassen aufhorchen: In einer Kurzmeldung wurden als Bilanz «6 000 Tonnen Abfall» angegeben (SZ, «Meldungen», 31. August 2008). Hier handelt es sich aber um einen offensichtlichen Verschreiber, gemeint waren 6 000 Kilogramm und nicht Tonnen. Diese Zahl muss weiter relativiert werden, denn «an einem schönen Sommertag» fallen auch ohne Botellón 3 Tonnen Abfall an, weshalb von 3 bis 3.5 Tonnen zusätzlichem Abfall ausgegangen werden muss, der vom Botellón stammte (NZZ, «Diverse Aufräumarbeiten nach dem Zürcher <Botellón>», 2. September 2008). Ein Leserbriefschreiber

### 3 Konfliktfelder

stellte darauf die berechnete Frage in den Raum, wie es möglich sei, dass sich jeder der 2 000 Botellón-Teilnehmer für durchschnittlich 3 Kilogramm Abfall verantwortlich zeichnen könne (TA, «Konsumorientiertes, egoistisches Verhalten», 3. September 2008). Entweder sei die Teilnehmerzahl viel zu tief angegeben worden, oder aber *Entsorgung & Recycling Zürich* hätten eine zu hohe Abfallmenge berechnet. Eine Antwort auf diese berechnete Frage blieb aus.

In Bern fielen 2.5 Tonnen Abfall an, wobei nach einem normalen Samstagabend im Sommer bis zu einer Tonne Abfall abtransportiert werden müsse (*Der Bund*, «Tonnen von Abfall», 1. September 2008). Auch hier hätte somit jeder der 1 200 Teilnehmer im Schnitt 1.25 Kilogramm liegen gelassen – wenn denn die Teilnehmerzahlen und die gesamte Abfallmenge richtig eruiert wurden.

Von Scherben war in den Artikeln viel die Rede, doch von daraus resultierenden Verletzungen wurde hingegen kaum berichtet. Neben der Blatterwiese waren auch die «umliegenden Strassen» von Scherben übersät (*Sonntag*, «Botellón hinterlässt Sauerei», 31. August 2008). Die Blatterwiese wurde deshalb für das ganze verbleibende Wochenende gesperrt. Damit die Gemeinde ihre Sorgfaltspflicht erfüllen, das Gelände säubern und so nicht für allfällige Verletzungen haftbar gemacht werden konnte, musste die Sperrung schlussendlich bis zum Dienstag nach dem Botellón verlängert werden (*NZZ*, «Diverse Aufräumarbeiten nach dem Zürcher «Botellón»», 2. September 2008). Es wurde veranschlagt, dass die Wiese mit 20 Mitarbeitern von Hand von den Scherben gesäubert werden müsste (TA, ««Botellón»-Teilnehmer hinterlassen rund 6 Tonnen Abfall», 1. September 2008). Das Problem erwies sich offensichtlich als derart schwerwiegend, dass der TA einen Tag später einen ganzen Artikel rein nur über dieses Problem veröffentlichte (TA, «Saufparty hinterlässt einen Scherbenhaufen», 2. September 2008). Erneut einen Tag später doppelte der *Blick* nach (*Blick*, «Hier kommt der Glasmäher», 3. September 2008).

Auch am Botellón in Bern verschlugen die Anwesenden unzählige Flaschen, deren Überreste sich auf dem Rasen der Grossen Schanze sowie auf der Bahnplattform fanden (*BZ*, «Mehr Dreck als Rausch», 1. September 2008). «Selbst die gründlichste Rasenreinigung wird nicht alle Splitter beseitigen können. Die Verletzungsgefahr ist erheblich gestiegen – auch auf dem Kinderspielplatz.», so der *Der Bund* («Echte Probleme angehen», 1. September 2008).

## 3.5 Alkoholkonsum

Der Alkoholkonsum, Kernbestandteil der Botellones, führt sowohl auf gesellschaftlicher wie individueller Ebene zu Konflikten. Autoren einer wissenschaftlichen Publikation des *International Center for Alcohol Policies (ICAP)*<sup>14</sup> stellten fest, dass die Allgemeinheit besonders mit drei Auswirkungen des Alkoholkonsums zu kämpfen hat: Fahren im angetrunkenen Zustand, Erregung öffentlichen Ärgernis<sup>15</sup> und Alkoholkonsum unter Jugendlichen (Stimson 2006). Die zwei letzteren Problemfelder fanden sich auch prominent in der Diskussion um die schweizerischen Botellones wieder:

### 3.5.1 Öffentlicher Alkoholkonsum

Die Teilnehmer solcher Anlässe geniessen ihren Alkohol an der freien Luft – in diesem Fall in den Stadtzentren inmitten in der urbanen Öffentlichkeit. Es handelt sich dabei um kein völlig neuartiges Phänomen.<sup>15</sup>

Es liegt in der Natur der Botellones, dass es den Behörden auf Grund der fehlenden Organisation und Verantwortlichkeiten nicht möglich ist, verbindliche Richtlinien über den Alkoholausschank und -konsum einzufordern. Es besteht somit bei jedem solchen Anlass die Gefahr, dass der Alkoholkonsum ausartet und die Teilnehmer unkontrollierbar agieren – das Resultat können sein: Gewalttätigen Ausschreitungen zwischen Teilnehmern und Dritten (vgl. Abschnitt 3.6 auf S. 18) sowie Abfall, Sachbeschädigungen und Ruhestörung (vgl. Abschnitt 3.3 auf S. 11). Die Probleme erwachsen hier also nicht für denjenigen, der in der Öffentlichkeit Alkohol konsumiert, sondern für unbeteiligte Dritte.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Beim ICAP handelt es sich um einen gemeinnützigen Think-Tank, dessen Mitglieder aus der Alkoholindustrie, aus dem Gesundheitswesen und Politik stammen. Das Ziel der Organisation ist es, Alkoholmissbrauch auf der ganzen Welt zu bekämpfen. Vgl. <http://www.icap.org/>.

<sup>15</sup> Ähnlich ohnmächtig wie den Botellones stehen basellandschaftliche Behörden seit Jahren dem «Harassenlauf» am 1. Mai gegenüber: Ziel ist es, dass Teams aus zwei Personen eine Harasse Bier von Reinach bis ins Basler Grün 80 in Münchenstein transportieren und bei der Ankunft im Ziel den Inhalt der Harasse leergetrunken haben. Die schnellsten Bestreiter des vier Kilometer langen Marsches gewinnen den Wettbewerb und streichen den Harassenpfand aller Teilnehmer ein. Auch diesem trinkfreudigen Anlass fehlt ein öffentlich in Erscheinung tretender Organisator, die Teilnehmer organisieren sich autonom, weil das Datum und die Strecke in jedem Jahr identisch sind. Im Jahr 2009 wurden 2 000 Teilnehmer gezählt und es kam zu Schlägereien, Unfällen und Abfallbergen entlang der Strecke (TA, «Massenbesäufnisse sind vollkommen legal», 14. August 2008).

<sup>16</sup> Kanadische Forscher stellten fest, dass fast die Hälfte der dortigen Bevölkerung bereits mit negativen Konsequenzen von Alkoholkonsum Dritter konfrontiert war: 26 Prozent klagten über Ruhestörungen, 21 Prozent

Die Gesetzgebung des Bundes kennt keine Bestimmung, die den Alkoholkonsum auf öffentlichem Grund verbieten würde (Bundesamt für Gesundheit BAG 2008). Es obliegt deshalb den Kantonen und Gemeinden, entsprechende Gesetze zu erlassen und durchzusetzen. Die Stadt Chur beispielsweise hat noch vor dem Aufkommen der Botellones in der Schweiz im Februar 2008 das seinerzeit «schärfste» Polizeigesetz für öffentliche Plätze erlassen. Dieses untersagt den Konsum von Alkohol zwischen 0.30 und 7.00 Uhr auf öffentlichem Grund.<sup>17</sup> Darin ist auch ein Wegweisungsartikel enthalten, der es der Polizei erlaubt, Personen von öffentlichem Grund wegzuweisen respektive ihnen den Zutritt und dessen Benutzung zu verwehren. Andere schweizerische Städte kennen kein solches Alkoholverbot, vereinzelt – wie Bern – aber einen Wegweisungsartikel. Als Alternative empfahl das Bundesamt für Gesundheit BAG (2008) im Sommer 2008 deshalb, den Konflikt der Botellones mit dem sicherheits- und ordnungsrechtlichen Bereich im Auge zu behalten und notfalls auf Grund von Verstössen gegen diese Gesetze gegen die Massenaufläufe einzuschreiten. Der verfolgte Ansatz war die Vermutung des «gesteigerten Gemeingebrauchs des öffentlichen Grundes», auf Grund dessen ein Anlass wie ein Botellón bewilligungspflichtig geworden wäre.

#### 3.5.2 Jugendschutz

Eine Befragung von Schweizer Schülern hat ergeben, dass im Jahr 2002 40 Prozent der männlichen und 25 Prozent der weiblichen Neuntklässler<sup>18</sup> bereits mindestens zweimal in ihrem Leben betrunken waren. Gegenüber der ersten Erhebung von 1986 haben sich die Zahlen damit verdoppelt – heute machen doppelt so viele Jugendliche erste Erfahrungen mit Alkohol bevor sie die Volksschulbildung abschliessen als noch vor 20 Jahren (Delgrande Jordan u. a. 2004).<sup>19</sup>

---

wurden von Betrunkenen beleidigt, 17 Prozent wurden in Streitigkeiten mit Alkoholkonsumenten involviert, 7 Prozent wurden angegriffen und 3 Prozent verzeichneten Vandalenakte an ihrem Besitz (Room 2004). Für die Schweiz existiert keine solche Untersuchung, die Zahlen sollten aber ohne weiteres auch auf unser Land übertragbar sein.

<sup>17</sup> Den Ausschlag zur Ausarbeitung des Gesetzes hätten «nächtliche Saufgelage von Jugendlichen» gegeben, gegen welche die Polizei mangels Gesetzesgrundlagen nicht hatte einschreiten können (NZZ Online 2008).

<sup>18</sup> Schüler im Alter von 15 und 16 Jahren.

<sup>19</sup> Der Fernsehsender *arte* strahlte am 21. August 2008 mitten im schweizerischen Botellón-Sommer einen Themenabend («14 Jahre und 1.4 Promille») über Rauschtrinken unter Kindern und Jugendlichen aus. Die Texte zu den drei Sendungen gehen weit detaillierter auf die Ursachen hinter dem Alkoholkonsum Minderjähriger ein und zeigen auf, welche Probleme daraus entstehen, als es die vorliegende Arbeit tun kann (*arte* 2008).

Während an kommerziellen Veranstaltungen das Barpersonal verpflichtet ist, bei der Getränkebestellung das Alter der Konsumenten zu überprüfen, gibt es eine solche Kontrolle an Botellones mangels Barbetrieb nicht. Die mitgebrachten Alkoholika werden vorgängig in Supermärkten, Tankstellen- oder Bahnhofshops gekauft. Es hat sich in Stichproben sowohl der Gewerbepolizei als auch Dritter gezeigt, dass Personal von solchen Läden trotz klarem gesetzlichem Verbot wiederholt Alkoholika an Minderjährige verkauft hat (TA, «Massenbesäufnisse sind vollkommen legal», 14. August 2008). Selbst wenn die Ausweise der jugendlichen Käufer an der Kasse jederzeit strikte kontrolliert würden, kann niemand verhindern, dass Volljährige für minderjährige Bekannte Alkohol einkaufen und die Getränke anschliessend an ihre jüngeren Kollegen abgeben (Schmid u. a. 2007:20). Für Minderjährige ist es somit auch an Botellones ein Leichtes, hochprozentige alkoholische Getränke zu erhalten und zu konsumieren.

#### 3.5.3 Gesundheit

Eine Studie der *World Health Organisation (WHO)* stellt fest, dass Alkoholkonsum in entwickelten Ländern zu den drei wichtigsten Risikofaktoren für Todesfälle und Behinderungen zählt (Ezzati u. a. 2002). Wöchentlicher Alkoholkonsum bei schulpflichtigen Jugendlichen muss als gesundheitlich problematisch eingestuft werden (Schmid u. a. 2007:15). Der Alkoholkonsum kann den jugendlichen Körper schädigen, weil dieser ein geringeres Gewicht aufweist und deshalb der Alkoholgehalt im Blut viel rascher ansteigt als bei einem Erwachsenen – zumal die Getränkeportionen auf Erwachsene abgestimmt sind. Weiter werden im jugendlichen Körper noch nicht ausreichend Enzyme produziert, die den Blutalkohol ähnlich rasch wie bei einem Erwachsenen abbauen (Tudisco 2009:28).

Bei kommerziellen Veranstaltungen muss das Barpersonal Personen den Alkoholausschank verwehren, wenn diese minderjährig sind. Ausserdem kann stark angetrunkenen Personen der Ausschank problemlos verwehrt werden. Notfalls wird der Sicherheitsdienst informiert, der Personen vom Gelände weist oder bei Verdacht auf eine Alkoholvergiftung die Rettungssanität avisiert. An Botellones hingegen bestimmt jeder Teilnehmer selber, wann er genug getrunken hat – manchmal zu seinem Unglück. Helfen müssen bei Notfällen die jugendlichen Kollegen –

### 3 Konfliktfelder

oder aber Polizei und Sanität. Neben der Belastung des Gesundheitssystems stellt übermässiger Alkoholkonsum eine Bürde für die Einsatzkräfte von Feuerwehr und Polizei dar (Room 2004).

Dass Jugendliche Gefahr laufen, über den «Durst» zu trinken und so ihre Gesundheit zu schädigen, ist nicht erst seit den Botellones bekannt: Im Vereinigten Königreich zeigt sich die Gesellschaft seit längerem besorgt über das «binge drinking» Jugendlicher, dem «Saufen bis zur Bewusstlosigkeit», «Rauschtrinken» oder «Komasaufen», wie es der *Blick* in der Botellón-Diskussion markig titulierte (*Blick*, «Alarmstufe Blau», 21. August 2008). Tatsächlich beunruhigt es, dass Jugendliche in westlichen Ländern immer früher mit Alkohol in Kontakt kommen, sie diesen vermehrt in klar gesundheitsschädigenden Mengen konsumieren und danach in Spitäler eingeliefert werden müssen (Room 2004).

Botellones und Harassenläufe (vgl. Fussnote 15 auf S. 14) sind hingegen nicht die Ursache, sondern Symptome eines gesellschaftlichen Wandels, der den Jugendlichen bereits sehr früh viele Freiheiten einräumt und den Alkoholkonsum – im Gegensatz zu weichen und harten Drogen – als gesellschaftlich breit akzeptiertes und wenig bedenkliches Rauschmittel auffasst.

Die Städte Bern und Zürich boten deshalb an die Botellones auch spezialisierte Teams auf, die die Jugendlichen über die Gefahren des Alkoholkonsums aufklären sollten (*Der Bund*, «Suchthilfe am Botellón», 28. August 2008). In Bern war dies «Pinto», ein Projekt, das «Prävention, Intervention, Toleranz» zwischen Teilnehmern im öffentlichen Raum fördern will.

Wie Leserbriefschreiber in der Diskussion um die «Massenbesäufnisse» kritisch anmerkten, machten die Jugendlichen nur das nach, was ihnen die Eltern seit Jahrzehnten vorzeigen: An Schützenfesten im ganzen Land werde jedes Jahr bewiesen, dass auch Erwachsene, im Berufsleben stehende Personen und Elternteile Probleme damit haben können, Alkoholika in einem massvollen Rahmen zu konsumieren. Es sei scheinheilig, die Botellones rein auf Grund den drohenden Alkoholexzessen zu verbieten, gleichzeitig aber andere feucht-fröhliche Ereignisse wie Schützenfeste, die Basler Fasnacht, das Zürcher Sechseläuten und die hinsichtlich des massiven Konsums harter Drogen, Rausch- und Aufputschmitteln kritisierte Street Parade nicht nur zu dulden, sondern mit offenen Armen zu empfangen und mit der Bereitstellung von Infrastruktur

und sonstigen Dienstleistungen zu unterstützen (TA, «Unerträglich, die ewige Bevormundung», 19. August 2008).

## 3.6 Gewalt

Übermässiger Alkoholkonsum senkt die Hemmschwelle der Betrunkenen und fördert deren Aggressivität und Gewaltbereitschaft. Verbale Streitigkeiten unter Teilnehmern können rasch ausarten und in Raufhandel übergehen. Sind Glasflaschen oder gar Waffen im Spiel, können solche Auseinandersetzungen zwischen Kontrahenten schwere Verletzungen zur Folge haben oder gar lebensbedrohend sein.

Werden alkoholisierte Personen in ein Spital eingeliefert, kommt es immer wieder vor, dass das Pflegepersonal attackiert wird. Gemäss am Triemlispiital erhobenen Zahlen für das Jahr 2008 stehen mehr als die Hälfte der aggressiven Patienten unter Drogen- und Alkoholeinfluss.<sup>20</sup>

In der Berichterstattung über Botellones fanden sich jedoch keine Meldungen, dass Spitalpersonal bedroht oder gar verletzt worden wäre.

Auch grosse Schlägereien unter Teilnehmern blieben bei allen Botellones aus. Dennoch kam es vereinzelt zu Tötlichkeiten gegenüber Dritten, die ihre Erwähnung in der Medienberichterstattung fanden. In Genf wurde beispielsweise ein Photograph des *SoBli* von einem betrunkenen Botellón-Teilnehmer angegriffen. Der Jugendliche ging mit einer gläsernen Alkoholflasche rücklings auf ihn los, als dieser gerade Photos schiessen wollte. Der Photograph erlitt durch diese Attacke eine Platzwunde am Kopf, die im Spital genäht werden musste. Die Zeitung nutzte diesen Vorfall und druckte einen längeren «Erlebnisbericht» des Opfers ab (*SoBli*, «Beim Botellón in Genf floss Alkohol - und Blut», 24. August 2008).

Schlechte Erfahrungen mit aggressiven Teilnehmern machten auch Journalisten in Zürich, die sich auf der Blatterwiese eingefunden hatten, um Jugendlichen zu interviewen und Eindrücke vom ersten Zürcher Botellón in Reportagen zu verarbeiten. Zwar wurden die Journa-

---

<sup>20</sup> Risikopatienten sind männlich, zwischen 20 und 49 Jahre alt, stehen unter Drogen- und/oder Alkoholeinfluss und werden am Wochenende in der Nacht eingeliefert. Bemerkenswerterweise fallen Notfallpatienten unter 20 Jahren kaum aggressiv auf (Reinhardt 2009).



listen nicht tätlich angegriffen, aber mit Beschimpfungen wie «Scheiss-Paparazzi!» angepöbelt (TA, «Offene Rechnungen nach der Sauferei», 1. September 2008) und an ihrer Arbeit gehindert. Ein TV-Journalist von Tele Züri musste die Aufnahme seiner Ansprache mehrmals wiederholen, weil Jugendlichen immer wieder in das Bild platzten und ihn mit Schimpfworten eindeckten (TA, «Hüaho, alter Schimmel! Wir tun nichts Verbotenes!», 30. August 2008). Eine andere Zeitung berichtete davon, dass der Reporter die Aufnahmen schlussendlich gar abbrechen musste, da er mit Flaschen beworfen wurde.

In Zürich musste die Polizei zudem am späteren Abend mit Gummischrot gegen einzelne Teilnehmer einschreiten. Die Polizei nahm drei Personen fest und brachte weitere vier Personen in das Rückführungszentrum. Auch Rettungssanitäter wurden mehrmals in ihrer Arbeit behindert, als sie betrunkenen Teilnehmern helfen wollten (NZZ, ««Botellón»-Teilnehmer hinterlassen rund 6 Tonnen Abfall», 1. September 2008).

## 3.7 Kosten

In Zeiten der angespannten Finanzlage der öffentlichen Hand drängt sich auch die Kostenfrage im Zusammenhang mit Botellones rasch ins Blickfeld der Gesellschaft, Politik und der Medien. Wie bei anderen Grossveranstaltungen auch müssen die Massnahmen der Behörden vor, während und nach den Ereignissen von jemanden berappt werden. Können diese Kosten auf niemanden überwältzt werden, bezahlt schlussendlich der Steuerzahler die Aufwände.

In der Diskussion über die «Massenbesäufnisse» im Sommer 2008 wurden verschiedene kostentreibende Faktoren ausgemacht:

### 3.7.1 Polizeieinsatz

Auf Grund der sich auf *Facebook* zu den Botellones angemeldeten Personen und den in den Medien kolportierten Teilnehmerzahlen waren die Behörden gezwungen, die Polizeipräsenz in den angekündigten Nächten und um die Veranstaltungsorte zu verstärken. Polizeikräfte mussten dafür entweder von anderen Einsätzen und Aufgaben entbunden und an die brenzlichen Stellen berufen werden, oder aber es musste zusätzliches Personal aufgeboden werden, um die im Einsatz

stehenden Polizeieinheiten zu verstärken. Verschärft wurde die Problematik aus zwei Gründen: Einerseits gab es keinen Veranstalter, der aus eigenen Mitteln einen privaten Sicherheitsdienst engagieren konnte. Bei kommerziellen Veranstaltungen regeln private Sicherheitsdienste den Eintritt auf das Veranstaltungsgelände und sorgen dort für die Sicherheit der Teilnehmer. Dies entlastet die Polizeikräfte spürbar. Andererseits war es absehbar, dass die Stimmung unter den Jugendlichen durch übermässigen Alkoholkonsum rasch kippen konnte, was Schlägereien und Sachbeschädigungen zur Folge gehabt hätte.

#### 3.7.2 Sanitätseinsätze und Spitäler

Wo Jugendliche grosse Mengen Alkohol konsumieren, gehören auch Einsätze der Sanität und Spitaleinlieferungen zum Alltag. Personen mit Alkoholvergiftungen sind nicht mehr ansprechbar, können bewusstlos werden und bei mangelnder Betreuung an ihrem Erbrochenen ersticken – die Ausnüchterung im Spital ist deshalb angebracht. *Schutz & Rettung Zürich* fuhr am 29. August 2008 denn auch 21 Einsätze zum Botellón auf der Blatterwiese (*Sonntag*, «Botellón hinterlässt Sauerei», 31. August 2008). Von Seiten einiger Politiker wurde deshalb bereits im Vorfeld der Ruf laut, die Sanitätstransporte betrunkenen Jugendliche nicht etwa über die Krankenversicherungen abzurechnen, sondern die Rechnung den Eltern zuzustellen (*TA*, ««Chropfleerete» im Gemeinderat nach dem Botellón», 4. September 2008). Diese verursachergerechte Verrechnung war mangels einer rechtlichen Grundlage schlussendlich aber nicht möglich (*NZZ*, «Der Botellón kostet die Stadt über 200 000 Franken», 13. März 2009).

#### 3.7.3 Zivilschutz

In Zürich bot die Polizeidirektorin Esther Maurer zusätzlich zu Polizei und Sanität den Zivilschutz auf, um auf alle Eventualitäten gewappnet zu sein. 90 Mann<sup>21</sup> bekamen ein Aufgebot und verbrachten den Abend in Zelten in der Nähe des Veranstaltungsortes. In der nahegelegenen Zivilschutzanlage an der Promenadengasse, kurzfristig zu einem «Rückführungszentrum» umgestaltet, standen 100 Betten zur Aufnahme alkoholisierter Jugendlicher bereit. Die Stadt

<sup>21</sup> In einem Rechenschaftsbericht der Gemeindeexekutive an das städtische Parlament war später nur noch von 36 Zivilschützern die Rede (*NZZ*, «Der Botellón kostet die Stadt über 200 000 Franken», 13. März 2009).

Zürich liess verlauten, jeder eingelieferten Person die «Benutzung» eines Bettes mit 200 Franken zu verrechnen (*Blick*, «Viele kamen schon betrunken!», 30. August 2008). Bis zum Morgenrauen waren in diese Anlage aber nur gerade vier erwachsene Männer eingeliefert worden (*NZZ*, ««Botellón»-Teilnehmer hinterlassen rund 6 Tonnen Abfall», 1. September 2008).

Die gesamten personellen Aufwendungen für Polizei und Zivilschutz beliefen sich in Zürich auf 200 000 Franken (*NZZ*, «Der Botellón kostet die Stadt über 200 000 Franken», 13. März 2009).

#### 3.7.4 Abfallbeseitigung

Die Blatterwiese in Zürich war am Sonntag nach dem Botellón von Glasscherben übersät und musste von den Behörden während mehrerer Tage gesperrt werden. Die Säuberung übernahm die städtische *Entsorgung & Recycling Zürich*. Neben der Entsorgungskosten für die Abfälle liefen so auch hohe Personalkosten auf. Zusätzlich musste für die Säuberung der Wiese von den Glasscherben ein Spezialgerät – ein sogenannter «Glasmäher» – gemietet werden. Die Behörden schätzten die Gesamtkosten der Abfallbeseitigung auf 18 000 bis 25 000 Franken (*Blick*, «Hier kommt der Glasmäher», 3. September 2008). In Bern wurde der Sachschaden auf 4 500 bis 5 000 Franken geschätzt (*Der Bund*, «Viele Glasscherben, wenig Schaden», 2. September 2008).

Der zürcherische Stadtrat legte im März 2009 nach einer Interpellation der FDP-Fraktion Rechenschaft über die aus dem Botellón vom 29. August 2008 resultierenden Kosten ab: So habe die Säuberung der Blatterwiese schlussendlich 34 000 Franken gekostet (*NZZ*, «Der Botellón kostet die Stadt über 200 000 Franken», 13. März 2009).

## 4 Theoretische Grundlage

Auf Grund des vielfältigen Erkenntnisinteresses und der ausgedehnten Fragestellung der vorliegenden Arbeit werden nachfolgend zwei theoretische Ansätze vorgestellt, die die Grundlage zur Verifizierung der Hypothesen (vgl. Abschnitt 5.1 auf S. 34) bilden.

Mangels eines wissenschaftlich etablierten Konzepts der digitalen Mobilisierung fallen die Erläuterungen dazu deutlich umfangreicher aus als der später folgende Abschnitt über den Nachrichtenwert. Die letztgenannte Theorie ist in der Wissenschaft nicht nur seit Jahren bekannt, sondern auch breit diskutiert und wurde bereits in unzähligen Untersuchungen angewendet. Eine stark komprimierte Zusammenfassung des aktuellen Standes der theoretischen Grundlagen mit Hinweisen auf die massgebende Literatur reicht für dieses Konzept deshalb aus.

### 4.1 Digitale Mobilisierung

Um das Konzept der «digitalen Mobilisierung» zu verstehen, ist es nötig, zuerst auf die Kommunikationsrevolution<sup>22</sup> an der Jahrhundertwende zum 21. Jahrhundert einzugehen. Träger dieser Revolution waren die Mobiltelefonie sowie das Internet. Diese neuen Technologien wurden in der westlichen Welt äusserst rasch adaptiert und sind heute aus dem Alltag der Konsumgesellschaft nicht mehr wegzudenken.

---

<sup>22</sup> Inwiefern es sich hierbei wirklich um eine Kommunikationsrevolution handelt, ist nicht Thema der Facharbeit. Bezug nehmend auf Cairncross (2001), der die «Kommunikationsrevolution» zum Titel seiner Monographie machte, ist das Revolutionäre an der technologischen Entwicklung, dass die Übermittlung von Informationen fast nichts kostet, die Distanz zwischen Sender und Empfänger irrelevant ist und Informationen jedwelchen Umfanges auf Knopfdruck zur Verfügung stehen.

### 4.1.1 Mobiltelefonie

Heute besitzen in der Schweiz 6.7 Millionen Einwohner ein Mobiltelefon (Bauer 2009).

Dass sich die digitale Mobiltelefonie seit ihrer Einführung im Jahre 1992 derart rasch etabliert hat, basiert – neben der raschen Abdeckung der gesamten Schweiz mit Sende- und Empfangsmasten und der hohen Kaufkraft der Bevölkerung – auf folgenden zwei Faktoren: Einerseits ist man mit dem Kauf eines Mobiltelefons verglichen mit der Festnetztelefonie praktisch jederzeit und überall erreichbar. Dies hat zur Folge, dass man heute den Aufenthaltsort einer Person nicht mehr kennen muss, um mit dieser telefonisch in Kontakt treten zu können. Egal, ob jemand gerade durch den Wald spaziert oder im Freibad weilt: Die Person ist unabhängig von ihrem Standort für ihr Umfeld telefonisch erreichbar. Andererseits ist es für Mobilfunkteilnehmer nun möglich, direkt miteinander in Kontakt zu treten, ohne dass Dritte eingeschaltet sind – die Mobilfunknummer ist im Gegensatz zur Festnetznummer persönlich und wird mit niemandem geteilt (Höflich 2001:4). Dies erlaubt eine viel direktere, unkontrollierte und deshalb oftmals auch viel intimere Kommunikation ohne den Miteinbezug von Dritten, was besonders auch Jugendliche anspricht.

Mit der Mobilfunktechnologie haben sich zudem auch die elektronischen, maximal 160 Zeichen langen SMS-Kurznachrichten durchgesetzt. Als Ergänzung zu Telefongesprächen kann man sich heute problemlos mittels Textbotschaften austauschen (Höflich 2001:8f.).

Derzeit befindet sich westliche Konsumgesellschaften mitten in einem weiteren, durch den Mobilfunk bedingten Wandel: Dank neuen, besonders schnellen Datenübertragungsmethoden und dem Aufkommen von internetfähigen Smartphones wie dem iPhone der Firma Apple haben private Endanwender jederzeit und überall Zugriff auf das World Wide Web und seine mannigfaltigen Anwendungen wie Suchmaschinen, Enzyklopädien und soziale Netzwerke – das Internet «aus der Hosentasche» ist mittlerweile Realität. Wir sind Zeugen, wie derzeit die eine Kommunikationsrevolution des 21. Jahrhunderts, die Mobiltelefonie, mit der anderen, dem Internet, verschmilzt.

### 4.1.2 Internet

Die zweite Kommunikationsrevolution stellt der Anschluss schweizerischer Haushalte an das Internet<sup>23</sup> dar.

Die Etablierung der privaten Internetnutzung gelang mit der Einführung von Breitbandanschlüssen für Private um die Jahrhundertwende. Die wichtigste Neuerung dieser Internetzugänge war neben der hohen Geschwindigkeit die «Flat Rate», die den Konsumenten den Internetzugang zu einem monatlichen Pauschalbetrag rund um die Uhr und ohne Nutzungseinschränkungen zur Verfügung stellt. Heute verfügen drei Viertel der Haushaltungen über einen Internetanschluss, die Hälfte davon ist mit Breitbandgeschwindigkeiten ans Netz angebunden. Vier von fünf Schweizern benutzen das Internet zudem täglich (Bauer 2009).

Nachdem sich ein Grossteil der Gesellschaft daran gewöhnt hatte, sowohl an ihren Arbeitsplätzen wie auch in den eigenen vier Wänden permanenten Zugriff auf das Internet zu haben, entsprossen auf Basis des jederzeit verfügbaren Datennetzwerkes neue kommunikative Anwendungsarten: Die letzten Jahre haben mehrere grosse soziale Netzwerke hervorgebracht, in welchen man mit bereits bekannten, oftmals aber auch unbekannten Mitmenschen in Kontakt tritt und mit ihnen Informationen austauscht.

### 4.1.3 Facebook

Das derzeit populärste Beispiel für solche sozialen Netze privater Natur ist *Facebook*. *Facebook* war ursprünglich der umgangssprachliche Namen des Jahrbuches der *Phillips Exeter Academy*, in welchem neue Schüler, Schulabgänger und Lehrpersonen mit Foto, Namen und ihrer Zimmernummer auf dem Campus abgebildet sind (Antonas 2009). Heute ist es auch der Name des grössten sozialen Netzwerkes im World Wide Web.<sup>24</sup> Die erste Version dieser Anwendung ging

---

<sup>23</sup> Beim Internet handelt es sich um ein weltweites Datennetzwerk, basierend auf dem TCP/IP-Protokoll, welches Computer miteinander verbindet. Über dieses Datennetzwerk kommunizieren unzählige höhergelagerte Dienste. Die bekanntesten darunter sind einerseits das World Wide Web, sprich das Angebot von Web-Sites im HTML-Format, die über das HTTP-Protokoll abgerufen werden, sowie andererseits E-Mail zum Austausch von persönlich adressierten Textmitteilungen. Ferner benutzen beispielsweise auch Chat-, Instant Messaging-, Telefonie-, Audio- und Videodienste mittels spezifischen Protokollen das Internet zur Kommunikation zwischen Sender und Empfänger (Wikipedia 2010).

<sup>24</sup> 2008 wurde Myspace als einer der grössten Konkurrenten von *Facebook* gehandelt, liegt heute aber mit Blick auf die Nutzerzahlen deutlich abgeschlagen zurück (Wikipedia 2010). Daneben gibt es andere, grosse soziale

im Frühjahr 2004 online und sollte die Studenten der amerikanischen Elite-Universität *Harvard* über eine Web-Site miteinander vernetzen. Ziel der Plattform ist es heute, beliebige Menschen aus der realen Welt miteinander in Verbindung zu bringen und persönliche Inhalte wie Fotos, Videos und Links mit Mitmenschen zu teilen. Die Plattform erlaubt die Einrichtung eines persönlichen Profils mit einem Foto des Besitzers und der Preisgabe von Informationen über den Lebenslauf, die akademische und berufliche Laufbahn wie beispielsweise auch den Beziehungsstatus der fraglichen Person. Benutzer können so mittels Statusmeldungen mitteilen, was sie gerade tun oder denken.

Seit Juli 2010 zählt das Netzwerk über 500 Millionen aktive Benutzer aus aller Welt. *Facebook* ist somit das grösste und wichtigste soziale Online-Netzwerk, das auf Privatbenutzer abzielt (Wikipedia 2010). 2.5 Millionen Schweizer (ein Drittel der gesamten Wohnbevölkerung des Landes) sind derzeit auf der Plattform registriert (Bernet 2011); Männer und Frauen sind zu gleichen Teilen auf *Facebook* vertreten. Die grösste Nutzergruppe stellen die 18–25-jährigen dar (31 Prozent), gefolgt von den 26–34-jährigen (27 Prozent). Personen im Alter zwischen 13 und 44 Jahren machen 90 Prozent der Benutzer aus (Hutter 2010).

Die mittlerweile starke Verbreitung von Smartphones mit mobilem Internetzugang im privaten Bereich haben *Facebook* noch populärer gemacht, da man damit nun auch problemlos von unterwegs auf die Web-Site zugreifen und sich seinen Bekanntschaften mitteilen kann.

#### 4.1.4 Neue Formen sozialer Zusammenkünfte

Die Möglichkeiten des Internets – und insbesondere dieser neuen sozialen Netzwerken – kann man nicht nur dazu verwenden, um virtuelle Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Genauso gut eignen sich Online-Plattformen dazu, um – teilweise gar in Echtzeit – eine Gruppe von Personen zu kontaktieren und zu mobilisieren. Dies ist zu äusserst geringen Kosten und mit minimalstem Aufwand möglich (Nicholson 2005).

---

Netzwerke im Internet, die länderspezifisch oder überregional Verbreitung gefunden haben: Orkut in Brasilien, StudiVZ in Deutschland, Xing in Europa und LinkedIn in Nordamerika, um nur einige Beispiele zu nennen. Twitter ist ein Sonderfall eines solchen sozialen Netzwerkes: Es ist verglichen mit den anderen hier genannten Diensten funktionsarm, weil es sich vollumfänglich auf die Kommunikation zwischen den Mitgliedern und der breiten Öffentlichkeit konzentriert.

#### 4 Theoretische Grundlage

Als Unterschied zu herkömmlich organisierten sozialen Zusammenkünften werden diese neuartigen Treffen online, also über das Internet und eine der vielen Kommunikationsplattformen, organisiert. Die virtuell initiierten Treffen finden jedoch in der «Offline-Welt» statt – die virtuelle Gemeinschaft manifestiert sich durch solche Treffen in ihrer physischen Form (Scheepers 2008:18).

Gerade Beispiele von digitalen Mobilisierungen weisen darauf hin, dass die Internetkommunikation – wie zu Beginn der Internetforschung fälschlicherweise postuliert – nicht etwa ein für sich isoliertes soziales Phänomen ist. Das Internet ist keine vom Alltag komplett separierte Wirklichkeit: Personen, die im Netz und auf sozialen Netzwerken miteinander agieren, tun dies immer auch auf Grundlage ihrer bisheriger Lebenserfahrung, die durch das Geschlecht, das Alter, den sozioökonomischen Status und das private Umfeld im realen Leben definiert wird (Wellman und Gulia 1997). Die Internetteilnehmer bringen ihre Lebensumstände quasi in ihrem «Gepäck» mit in die Online-Kommunikation ein.

Nicht nur nehmen Menschen Dinge aus dem realen Leben mit in die virtuelle Realität, sondern bringen umgekehrt Virtuelles auch zurück in die physische Wirklichkeit. Viele Menschen – besonders Jugendliche und technikaffine männliche Erwachsene – verbringen heute einen grossen Teil des Alltages in ständiger Verbindung zum Internet. Schliessen diese über soziale Netzwerke Bekanntschaften, erwächst mit der Zeit oftmals das Verlangen, die virtuelle Kohorte auch im realen Leben zu treffen. Wie Wellman und Gulia (1997: 16) festgestellt haben, ermöglichen es Online-Communities, dass insbesondere über mehrere Zeitzonen verstreute Mitglieder untereinander aktiv in Kontakt bleiben, bis sich die Gelegenheit ergibt, sich im realen Leben zu treffen. Aus diesen virtuellen Verknüpfungen zwischen Online-Teilnehmern entstehen bei Offline-Treffen reale soziale Bindungen zwischen Personen, die sich sonst in den seltensten Fällen getroffen und schon gar nicht tiefgründig gefestigt hätten. Das Internet baut «Brücken» in die reale Welt und verbindet Menschen mit unterschiedlichsten Lebensläufen. Dass der Internetkonsum Personen generell isoliert, ist gerade auf Grund solcher Erkenntnisse eine der näheren Betrachtung nicht standhaltende Aussage (Wellman 2004).



Es gibt heute eine Vielzahl solcher aus dem Internet heraus organisierter sozialer Zusammenkünfte. Erwähnt werden müssen auch mit Blick auf die Schweiz Bloggertreffen jedwelcher Art – seien es Blogcamps<sup>25</sup> mit hundert und mehr Teilnehmern oder aber lokale Treffen von Bloggern wie dem BLGMNDYBRN<sup>26</sup>, welcher zu Beginn eines jeden Monats in Bern stattfindet und manchmal bis zu einem Dutzend Blogger aus Bern und Umgebung anzieht. Mit der Verbreitung von Twitter unter computeraffinen Schweizer haben sich auch sogenannte «Twitterbeers» etabliert, die in regelmässigen Abständen in vielen Regionen der Schweiz stattfinden und von einer kleinen, gut vernetzten Gruppe von Twitter-Benutzern besucht wird.

Mit Blick auf Botellones und deren Mobilisierung sollte aber eine andere Art von digital mobilisierten Treffen näher vorgestellt werden: Flashmobs.

#### 4.1.5 Flashmobs

Bei der kuriosesten Art von aus dem Internet heraus organisierten Treffen handelt es sich wohl um «Flashmobs». Der Begriff setzt sich aus den englischen Wörtern «Flash» (dt. «Blitz») und «Mob» (dt. «Pöbel»). Bei Flashmobs verabreden sich Menschen, die sich nicht (oder kaum) kennen, an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit und führen dann ungewöhnliche – sprich unkonforme oder negativ konnotiert «sinnfreie» – Aktionen aus (Molnár 2010:3). Molnár (2010: 11ff.) unterscheidet verschiedene Typen von Flashmobs:

- **Atomisierte Flashmobs.** Personen, die per E-Mail und SMS mobilisiert wurden, treffen sich in öffentlich zugänglichen Gebäuden (zum Beispiel in einem Warenhaus) und führen alle dieselbe Aktion aus. Den Personen ist es verboten, untereinander in Kontakt zu treten – sie verschwinden nach einigen Minuten wieder in alle Himmelsrichtungen.
- **Interaktive Flashmobs.** Solche Flashmobs bemächtigen sich eines Kinderspiels wie beispielsweise einer Kissenschlacht und veranstalten das Spiel im öffentlichen Raum einer Stadt. Der Anlass dauert meistens länger als 10 Minuten, führt zu einer Beeinträchtigung der städtischen Ordnung – und die Teilnehmer treten klar miteinander in Kontakt.
- **Performance-Flashmobs** entstehen aus städtischen Kunstszenen heraus, die mit besonderen Aktionen in die Öffentlichkeit zu treten versuchen. Das künstlerische Element steht im Vordergrund: Die Initiative dreht sich um die Promotion eines Künstlers, einer Vorstellung oder einer Ausstellung. Die Initiatoren hinter den Mobs sind zudem professionelle Organisatoren und in der Mobilisierung und Inszenierung von Menschenmassen geübt.

<sup>25</sup> <http://barcamp.ch/BlogCampSwitzerland>

<sup>26</sup> <http://blgmndybrn.ch/>

- **Politische Flashmobs.** Politisch motivierte Flashmobs sind in der Forschung geläufiger unter dem Namen «Smartmobs» bekannt. Smartmobs sind den Flashmobs vorausgegangen: Auch hier besetzen Personen den öffentlichen Raum. Bei den Teilnehmern handelt es sich aber um politische Aktivisten wie Globalisierungskritiker, die durch die Aktion ihren politischen Standpunkten Nachdruck verleihen möchten (Rheingold 2003).
- **Werbe-Flashmobs.** Auch die Werbeindustrie hat Flashmobs als Möglichkeit entdeckt, um Produktwerbung zu betreiben. Im Gegensatz zu den anderen Arten von Flashmobs sind solche Aktionen vorgängig bis ins Detail choreographiert und werden während des Ereignisses auch auf professionelle Weise dokumentiert, um zu einem späteren Zeitpunkt multimedial weiterverbreitet zu werden. So ist der Werbe-Effekt gewährleistet.

Die ersten beiden Arten von Flashmobs – sozusagen aus evolutionärer Sicht die «Originale» – folgen keinem höheren Ziel: Die Teilnehmer machen einzig zum Spass an der Sache mit. Dies soll das im Jahr 2003 berühmt gewordene Credo der Flashmob-Bewegung verdeutlichen: «The power of many, in the pursuit of nothing» (Schepers 2008:20). Einige Beobachter wiederum stellen diese strikte Trennung zwischen sinnfreiem und (politisch, kommerziell oder künstlerisch) zielgerichtetem Mob sogleich wieder in Frage: Ist es nicht doch (auch) eine politische Willensäußerung, wenn Flashmob-Teilnehmer die konformistische städtische Mittelschicht mit ihren Aktionen zu schockieren und aus der Fassung zu bringen versuchen, in dem sie öffentliche Plätze zweckentfremden und für ihre «sinnfreien» Aktionen beanspruchen?

Der erste Flashmob fand im Juni 2003 in New York statt: Über 100 Personen trafen sich im Warenhaus Macy's, versammelten sich um einen teuren Teppich und erklärten dem verduzteten Verkaufspersonal, dass sie einen «Liebesteppich» für ihre Kommune suchten. Bevor das Ladenpersonal das Verkaufsgespräch beginnen konnte, waren die Flashmobber bereits wieder aus dem Geschäft verschwunden (Schepers 2008:21). Im Sommer 2003 verbreitete sich dieser neue Mob-Trend rasend schnell über die ganze Welt, von Toronto bis Tokyo (Molnár 2010:2). Obwohl Flashmobs bereits mehrere Male totgesagt wurde (Wasik 2006), finden bis heute auf aller Welt weiterhin solche Aktionen statt. Molnár (2010: 10) zählt zwischen 2005 und 2010 deren 200 Ereignisse. Im September 2009 wurde beispielsweise in Zürich zu einem Flashmob gerufen, an welchem die über 300 Teilnehmer aufgefordert waren, Seifenblasenbehälter zum Treffpunkt im Hauptbahnhof Zürich mitzunehmen, damit Seifenblasen zu produzieren und diese gegen das Bahnhofsdach zu pusten. Nach fünf Minuten verschwanden die Teilnehmer wieder in alle Himmelsrichtungen. Sie hinterliessen nicht wenige verduzte Passanten (20 Minuten

Online 2009). In Basel kämpften im Oktober 2008 über 300 wildfremde Personen in einer Küssenschlacht gegeneinander (Ertler 2009).

Flashmobs bedürfen vor Ort keine Steuerung durch einen Moderator. Es gibt aber durchaus einen Initiator, der im Vorfeld den Anstoss zu einem Treffen gegeben und dies den potentiellen Teilnehmern kommuniziert hat. Bei der Mobilisierung per SMS, E-Mail, Online-Foren und *Facebook* wurden Instruktionen zum Verhalten vor Ort mitgegeben, an denen sich die Teilnehmer zu orientieren haben. Deshalb können sich die Freiwilligen zum betreffenden Zeitpunkt am richtigen Ort einfinden, eine Gruppe bilden und dynamisch agieren. Für Aussenstehende entsteht so der Eindruck eines spontanen Treffens gleichgeschalteter Personen (Schepers 2008:20).

Nach diesen Ausführungen über mögliche Arten digitaler Mobilisierung und deren technischen Vorbedingungen soll nachfolgend eine der klassischen Theorien der Medienwissenschaft beleuchtet werden: Die Nachrichtenwerttheorie.

## 4.2 Nachrichtenwert

Mittels Schulz' Nachrichtenwerttheorie lässt sich eruieren, aus welchen Gründen Redaktionen und Medienschaffende bestimmte Ereignisse als berichtenswert einstufen – respektive wie so umgekehrt gewisse Ereignisse den Weg eben nicht in die Medienberichterstattung finden. Die Nachrichtenwerttheorie versucht zu erklären, nach welcher Systematik Journalisten bei der Nachrichtenauswahl vorgehen.

Wieso müssen Medienschaffende überhaupt eine Auswahl treffen? Die Informationsüberflutung unserer heutigen Gesellschaft ist auch auf Redaktionen allgegenwärtig: Täglich müssen Radio-, TV- und Zeitungsschaffende aus einer Flut von Agenturmeldungen, Pressemitteilungen aus Politik und Wirtschaft, Berichten anderer Medien, Vorschlägen von Redakteuren und Korrespondenten wie auch aus Publikumswünschen diejenigen Meldungen und Themen herauspicken, die sie für das Zielpublikum als relevant einschätzen. Die hierbei limitierenden drei Faktoren sind die begrenzte Arbeitszeit der Medienschaffenden, der in den letzten Jahren kontinuierlich erfolgte Stellenabbau auf den Redaktionen sowie die Kapazitätsgrenzen der jeweiligen Medien selbst – bei Zeitungen in Form des Seitenumfanges (auch hinblicklich der Werbefläche),

bei Radio und Fernsehen die durch die Programmstruktur zeitlich klar begrenzten Sendegefäße (Maier, Stengel und Marschall 2010:13f.).

Die Forschungsrichtung wurde in den 1960ern von Einar Östgaard (1965) begründet und gleichzeitig bei seiner Publikation von Galtung und Holombe (1965) in einem weiteren Artikel im selben Journal verfeinert. Zehn Jahre später hat Winfried Schulz (1976) die Theorie systematisiert und empirisch angereichert und so bis heute die theoretische Grundlage für unzählige medienwissenschaftliche Forschungsarbeiten bereitgestellt (Burkart 2002:279).

In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung Europas (insbesondere des deutschen Sprachraumes) ist die Nachrichtenwerttheorie die am häufigsten<sup>27</sup> verwendete Theorie, während in der angelsächsischen Erforschung der Massenmedien bisher stärker auf die Gatekeeper-Theorie gesetzt wurde. Im Gegensatz zur Gatekeeper-Forschung, die nur gerade die «letzte Meile» einer Nachricht innerhalb der Zeitungsredaktion betrachtet, hilft der Nachrichtenwert bereits bei der Wahrnehmung eines Ereignisses mit, dessen Publikationswahrscheinlichkeit abzuschätzen (Burkart 2002:279).

### Nachrichtenfaktoren

Die Nachrichtenwerttheorie besagt, dass sich der «Wert» einer Nachricht aus den Merkmalen eines Ereignisses und deren Relevanz für den Medienschaffenden bestimmt. Die Ereignismerkmale können dabei mit einzelnen Faktoren verbunden werden, deren Kombination schlussendlich den Nachrichtenwert ergibt, der einem Ereignis zugeschrieben wird. Je genauer eine Nachricht den Selektionsvorstellungen eines Journalisten entspricht, desto höher ist folglich auch die Chance, dass er auch tatsächlich über das Ereignis berichten wird.

Schulz postulierte sechs Faktorendimensionen<sup>28</sup> mit insgesamt 19 Nachrichtenfaktoren, mit welchen Journalisten den Nachrichtenwert bestimmen:

---

<sup>27</sup> Oder zumindest ist sie «eine der sechs Kerntheorien des Fachs, über die am meisten publiziert wird.» (Maier, Stengel und Marschall 2010:97)

<sup>28</sup> Sechs Jahre nach der ersten Publikation überarbeitete Schulz die Liste der sechs Dimensionen (Schulz 1982). Er strich dabei die Dimension «Nähe», führte stattdessen die Dimension «Relevanz» ein, benannte die Dimension «Zeit» in «Konsonanz» um und verschob einige wenige Faktoren in andere Dimensionen. Obwohl sein Modell über 25 Jahre alt ist, haben mehrere Untersuchungen jüngerer Datums gezeigt, dass alle von ihm genannten Dimensionen empirisch belegt werden können und Gültigkeit haben (Maier, Stengel und Marschall 2010:97–104).

**1. Konsonanz**

- a) Thema. Ein bereits etabliertes Thema hat einen hohen Nachrichtenwert.
- b) Vorhersehbarkeit
- c) Stereotypen

**2. Status**

- a) Elitenation
- b) Eliteperson
- c) Eliteinstitution

**3. Dynamik**

- a) Unvorhersehbarkeit
- b) Aktualität
- c) Unsicherheit

**4. Valenz**

- a) Kontroverse
- b) Erfolg. Wird mit dem Ereignis politisch, wirtschaftlich oder kulturell ein Fortschritt erzielt?
- c) Aggression
- d) Werte

**5. Identifikation**

- a) Personalisierung. Kann das Ereignis mit einer bestimmten Person in Verbindung gebracht werden?
- b) Ethnozentrismus. Ist die eigene Bevölkerung betroffen?
- c) Nähe. Ist eine räumliche, politische und/oder kulturelle Nähe gegeben?
- d) Emotionen

**6. Relevanz**

- a) Konsequenzen
- b) Betroffenheit

Die Zuordnung von Faktoren zu Ereignissen beschreiben nach Meinung Schulz' aber nicht etwa objektiv fassbare Merkmale der Ereignisse, sondern sind bereits «journalistische Hypothesen» über die Realität. Journalisten bilden die Wirklichkeit nicht einfach passiv und unverzerrt ab, sondern entwerfen selbst eine Vorstellung von der Wirklichkeit und vermitteln dieses Bild mit der Auswahl der publizierten Meldungen an die Rezipienten weiter. Bereits Galtung und

Holombe (1965) haben diesen von ihnen als «Verzerrung» benannten Effekt ausgemacht. Staab (1990) ging noch weiter und postulierte in seinem «Finalmodell», dass Journalisten die aus ihrer Sicht entscheidenden Nachrichtenfaktoren erst sichtbar machen und betonen (oder gar überzeichnen), während die irrelevanten Nachrichtenfaktoren ausgeblendet werden. Das «Kausalmodell» als Gegenentwurf geht hingegen davon aus, dass Ereignisse bereits bei ihrer Entstehung feste, unveränderliche Merkmale mit sich bringen, die in der Folge mit ihrer Gesamt-Intensität die journalistische Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Im Finalmodell wird dies nur als Scheinkorrelation gedeutet, die wahre Korrelation besteht hier zwischen den persönlichen Interessen der Journalisten und ihrer Aufmerksamkeit für Ereignisse (Maier, Stengel und Marschall 2010:20). Diese vielfältigen Einflüsse sollen während der nachfolgenden Analyse nicht vergessen gehen.

Nachrichtenfaktoren dürfen nicht isoliert betrachtet werden, denn der Nachrichtenwert wird umso grösser, je mehr Faktoren einem Ereignis attestiert werden können. Galtung und Holombe (1965) postulierten diesen Effekt in ihrer «Additivitätshypothese»: Je mehr Nachrichtenfaktoren sich bei einem Ereignis addieren, desto grösser ist die Chance, dass das Ereignis zur Nachricht wird – und gegebenenfalls Schlagzeilen macht (Maier, Stengel und Marschall 2010:23). Inwiefern die Thematik «Botellón» verschiedene Nachrichtenfaktoren vereint, muss die Analyse zeigen.

Kepplinger und Ehmig (2006) haben mit der «Zwei-Komponenten-Theorie» ein prospektives Modell entwickelt und empirisch getestet, welches es erlaubt, den Nachrichtenwert eines Ereignisses vorherzusagen, in dem die Nachrichtenfaktoren quantitativ bewertet werden. Für die vorliegende Arbeit ist dieses Modell im Grunde nicht von Belang, weil wir auf Grund der vorliegenden Zeitungsartikel bereits wissen, dass den Botellones von den Medienschaffenden ein entsprechender Nachrichtenwert attestiert wurde. In der vorliegenden Untersuchung soll am Rande nur eine Feststellung beachtet werden: Je nach Medium (Presse, Radio und TV) und je nach Redaktion<sup>29</sup> können, so die Forscher, die Nachrichtenfaktoren ein- und desselben Ereignisses unterschiedlich gewichtet werden, was sich auf den Nachrichtenwert und folglich auf das

---

<sup>29</sup> So können zum Beispiel die Publikationsentscheidungen einer Redaktion einer Qualitätszeitung mit derjenigen eines Boulevardblattes verglichen werden.

journalistische Interesse wie auch auf die Publikationschancen der Nachricht auswirken. Neben den Nachrichtenfaktoren und -werten wirken konkret folgende Einflüsse auf den Selektionsentscheid ein: Die individuelle Einstellung der Journalisten, Vorstellungen von der Erwartung des Zielpublikums, aber auch die Redaktionslinie sowie ökonomische und politische Imperative (Kepplinger und Ehmig 2006:29). In der Analyse soll – soweit es der Umfang der Untersuchung und der Arbeitsaufwand erlaubt – versucht werden, solche Unterschiede zwischen verschiedenen Zeitungsarten aufzuzeigen.

Die Nachrichtenwerttheorie hat auch Instrumente hervorgebracht, mit welchen man den Nachrichtenwert von verschiedenen Ereignissen gegeneinander abwägen könnte. In solche Untersuchungen fließen einerseits die jeweiligen Nachrichtenfaktoren, andererseits die Position und der Umfang der jeweiligen Beiträge ein. Erscheint ein Beitrag beispielsweise auf der Frontseite einer Zeitung, muss ihm ein sehr hoher Nachrichtenwert attestiert werden. Auch ein grosser Umfang (Anzahl Textzeilen in einer Zeitung oder die Länge eines TV- oder Radiobeitrages in Sekunden) hilft mit, den jeweiligen Nachrichtenwert zu bestimmen (Maier, Stengel und Marshall 2010:19). Dieses Verfahren kommt in der vorliegenden Arbeit in abgewandelter Form zum Tragen, in dem zumindest die Umfänge und Häufigkeiten von Botellón-Artikeln in den verschiedenen Tageszeitungen untersucht werden. Der Vergleich mit anderen im Sommer 2008 aktuellen Themen hätte den Umfang der vorliegenden Arbeit aber bei weitem gesprengt, es wurde deshalb darauf verzichtet.

## 5 Untersuchungsanlage

Dieses Kapitel widmet sich der Empirie. Zuerst wird die erkenntnisleitende Fragestellung ausformuliert und es werden entsprechende Hypothesen aufgestellt, die es im folgenden Kapitel auf Basis der empirisch erhobenen Daten zu verifizieren respektive falsifizieren gilt. Hierzu wird die zur Beantwortung der Fragestellung gewählte Untersuchungsmethodik vorgestellt. Darauf folgen Erläuterungen über den Untersuchungsgegenstand, den Untersuchungszeitraum sowie die Stichprobenauswahl. Schlussendlich wird das verwendete Codierbuch vorgestellt.

### 5.1 Erkenntnisleitende Fragestellung und Hypothesen

Die erkenntnisleitende Fragestellung sucht als Antwort, aus welchen Gründen und auf welche Art von diesen Anlässe während Wochen in der Tagespresse berichtet wurde. Weiter interessiert in dieser Untersuchung, wie die Botellones in der Schweiz initiiert wurden. Es fragt sich, ob diese Anlässe durch das Zusammenspiel einer digitalen Mobilisierung mit der Medienberichterstattung verstärkten Zulauf erhielten.

**Fragestellung 1** Wieso kam den Botellones ein solches Medienecho zu?

**Hypothese 1a** Der Nachrichtenwert der Thematik ist aus qualitativer Sicht ausgesprochen hoch. Indiz dafür ist, dass die Berichterstattung mehrere von Schulz postulierte Faktorendimensionen gleichzeitig abdeckt. Mit Hilfe der vorgenommenen Inhaltsanalyse lassen sich insbesondere die Dimensionen Identifikation, Status und Valenz empirisch, sprich in quantitativer Form, nachweisen.



**Hypothese 1b** Die französischsprachigen Publikationen bringen auf Grund der kulturellen Identität der Romandie ein anderes Verständnis für die Aktionen der Jugendlichen auf. Dies widerspiegelt sich deutlich in den angesprochenen Konfliktthemen.

**Fragestellung 2** Welche Zeitungen brachten in der West- und Deutschschweiz den ersten grösseren, von einem Journalisten verfassten Artikel über das neue Phänomen? Welche Printprodukte berichteten zu welchem Zeitpunkt und in welcher Intensität über Botellones?

**Hypothese 2a** In der Romandie hat die Boulevardzeitung *Le Matin* als erstes über Botellones berichtet. In der Deutschschweiz wird die Boulevardzeitung *Blick* oder ihre Schwesterzeitung *SoBli* das Thema als erste aufgegriffen haben.

**Hypothese 2b** Boulevardzeitungen und dem Boulevard nahestehende Zeitungen haben sich dem Thema bezüglich Anzahl und Umfang der Artikel am Ausführlichsten angenommen.

**Hypothese 2c** Der Veranstaltungstermin gilt als Trennlinie: Die Medien veröffentlichten *vor* dem Ereignis eine Vielzahl von Artikeln und schürten so die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Auf Grund der unspektakulären Besucherzahlen und Ereignislosigkeit an den Anlässen nahm die Berichterstattung im Nachgang zu den Botellones hingegen äusserst rasch ab, und zwar sowohl bezüglich Frequenz als auch bezüglich Umfang der Artikel.

**Fragestellung 3** Sind die Schweizer Botellones Produkt einer «digitalen Mobilisierung»?

**Hypothese 3a** In den Artikeln über Botellones wird in der Anfangsphase der Berichterstattung oft darauf hingewiesen, dass Botellones über das Internet organisiert werden. In der Mehrheit dieser Artikel wird explizit auf das soziale Netzwerk *Facebook* als Hilfsmittel der Initiatoren verwiesen.

**Hypothese 3b** Die Journalisten nehmen wiederholt Bezug auf die Zahl der Mitglieder der betreffenden *Facebook*-Gruppen respektive die auf *Facebook* einsehbaren Teilnehmerzahlen für die angekündigten Anlässe.

## 5.2 Untersuchungsmethode

Die ausgewählten Zeitungsartikel werden einer Inhaltsanalyse unterzogen, um mit den daraus gewonnenen Daten und deren Interpretation die Fragestellung der vorliegenden Arbeit zu beantworten. Neben diesem für die Fachrichtung üblichen empirischen Vorgehen soll zusätzlich der hermeneutische Ansatz beigezogen werden, um spezifische Fragen zu klären und die Erkenntnisse zu ergänzen. Früh (2007: 27) definiert die Inhaltsanalyse wie folgt:

Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.

Die Vorteile einer Inhaltsanalyse gegenüber anderen wissenschaftlichen Methoden zur Beantwortung von Forschungsfragen sind mannigfaltig (Früh 2007:41f.):

- Die Inhaltsanalyse erlaubt Rückschlüsse auf den Kommunikator wie auch auf den Rezipienten, ohne dass diese direkt befragt werden müssen.
- Generell benötigt man keine Versuchspersonen und kann auf die Befragung von Kommunikatoren und Rezipienten verzichten.
- Die Inhalte sind jederzeit greifbar – die Analyse muss nicht zu einer bestimmten Zeit durchgeführt werden und es besteht auch kein Zeitdruck.
- Die zu untersuchenden Inhalte sind statisch und werden durch die Untersuchung nicht verändert.
- Die Untersuchung ist mit Rückgriff auf das Codebuch beliebig reproduzierbar.
- Inhaltsanalysen sind – im Gegensatz zu anderen Datenerhebungsmethoden – äusserst günstig durchzuführen.

Es gibt nicht *die* Inhaltsanalyse, sondern mindestens deren drei Ansätze, von denen jeder für völlig unterschiedliche Fragestellungen eingesetzt wird (Früh 2007:44):

- Mitteilungen werden mit dem **formal-deskriptiven Ansatz** nur nach äusserlichen, nicht aber inhaltlichen Merkmalen untersucht. Beispielsweise zählt man die Anzahl der Wörter, berücksichtigt Illustrationen und Aufmachung des Artikels sowie dessen Position in einer Zeitung oder einer TV- oder Radiosendung.
- Der **diagnostische Ansatz** erläutert die Entstehungsbedingungen von Aussagen und fokussiert dafür auf die Beziehung zwischen dem Kommunikator und der Mitteilung. Mit

diesem Ansatz können unter anderem folgende Fragen beantwortet werden: Was wollte der Autor mitteilen? Welche Wirkung beabsichtigte er, beim Rezipienten zu erzielen? Welche Wertvorstellungen sind in die Mitteilung eingeflossen?

- Die (mutmassliche) Auswirkung einer Mitteilung auf Rezipienten wird mit dem **prognostischen Ansatz** erörtert. Dieser Ansatz geht der Frage nach, wie der Rezipient die Mitteilung verstehen und wie er darauf reagieren wird.

Die interpretativen Rückschlüsse auf externe Sachverhalte, die mit den letzten beiden Ansätzen aus Mitteilungsmerkmalen generiert werden, nennt man «Inferenz».

Für die vorliegende Untersuchung eignet sich der diagnostische Ansatz am Treffendsten. Als Interpretationstechnik wurde die **Strukturierung** gewählt, die bestimmte Aspekte einer Mitteilung isoliert.<sup>30</sup> Die strukturierende Interpretationsform wiederum weist vier Unterarten auf: Die formale, inhaltliche, typisierende und skalierende Strukturierung.

Das Vorgehen folgt dabei dem standardisierten, vierphasigen Ablauf einer Inhaltsanalyse (Früh 2007:147):

1. Planungsphase
2. Entwicklungsphase
3. Testphase
4. Anwendungsphase
5. Auswertungsphase

**Planungsphase** Die Planungsphase gliedert sich in zwei Abschnitte: Zuerst geht es darum, die Problemstellung und Hypothesenbildung vorzunehmen; man legt also ein Untersuchungsziel fest. Aus einer Generalhypothese heraus werden spezifischere Hypothesen gebildet, die wissenschaftlich – eben mit der Inhaltsanalyse – auch tatsächlich überprüfbar sind. In einem ersten Anlauf entstehen solche Hypothesen meist theoriegeleitet. Es empfiehlt sich in einem zweiten Schritt aber, ebenfalls empiriegeleitete Hypothesen aufzustellen, die sich erst bei der ersten Sichtung des Untersuchungsmaterials ergeben. Im zweiten Teil der Planungsphase wählt man das Untersuchungsmaterial aus und legt den Stichprobenraum fest.

---

<sup>30</sup> Daneben existiert noch die Interpretationsformen Zusammenfassung sowie Explikation. Mittels einer Zusammenfassung wird versucht, den gesamten Kerninhalt der Mitteilung zu isolieren. Bei der Explikation wird auf externes Material zurückgegriffen, um Textpassagen besser interpretieren zu können (Mayring 2003:58ff.).

**Entwicklungsphase** In dieser Phase werden zuerst theoriegeleitet und anschliessend empiriegeleitet Kategorien gebildet. Theoriegeleitete Kategorien ergeben sich aus den Hypothesen. Früh führt hierzu eine «dimensionale Analyse mit Begriffsexplikation» durch, was aus den Hypothesen abgeleitete «theoretische Konstrukte» ergibt. Dies sind die Hauptkategorien, nach denen beim Codieren der Texte gesucht wird. Bei der empiriegeleiteten Kategorienbildung wird nun für jede Hauptkategorie bestimmt, bei welchem Vorhandensein von Merkmalen in den Texten diese Merkmale in welcher Form codiert werden. Dafür werden aus einer Stichprobe des Textmaterials Textpassagen ausgewählt, nach inhaltlichen Gemeinsamkeiten gebündelt, generalisiert/abstrahiert und bezeichnet. Falls diese Unterkategorien nicht bestehenden Hauptkategorien zugewiesen werden können, kann man daraus neue Hypothesen erstellen und das Prozedere erneut durchlaufen.

**Testphase** In der Testphase wird das Kategoriensystem getestet. Sofern es der Testlauf erfordert, wird es noch exakter definiert und modifiziert. Wichtig ist dabei, dass zu diesem Zeitpunkt auch Codierentscheidungen schriftlich festgehalten werden, künftig als Richtlinie gelten und so in der Folge eine möglichst einheitliche Codierung ermöglichen. Bei diesem Verfahren kann nicht nur festgehalten werden, bei welchen Aussagen eine Codierung vorgenommen wird, sondern auch, wann eine bestimmte Aussage eben gerade nicht der gesuchten Unterkategorie entspricht.

Auf die *Codiererschulung* kann verzichtet werden, da die Codierung durch eine einzige Person, den Verfasser der Facharbeit, vorgenommen wird. Sehr wichtig ist aber die *Reliabilitätsprüfung*, worauf später noch näher eingegangen wird (vgl. Abschnitt 5.2 auf S. 39). Anschliessend an die Überprüfung der Reliabilität der Codierung muss zwingend auch die *Validität* geprüft werden. Hierbei handelt es sich um eine grundlegende Prüfung, nämlich, ob das Instrument «auch tatsächlich das misst, was es messen soll» (Früh 2007:196). Zwischen den codierten Daten und der Forschungsfrage muss eine plausible Beziehung erkennbar sein. Neben dieser «face validity» muss aber auch die Inhaltsvalidität und die Kriteriumsvalidität gewahrt sein. Erstere ist dann erfüllt, wenn im Kategoriensystem wirklich alle Aspekte berücksichtigt wurden, die in der Forschungsfrage enthalten sind. Diese Überprüfung drängt sich vor allem

dann auf, wenn mehrere Codierer am Werk sind und verifiziert, ob die Codierer dasselbe unter einer Kategorie verstanden haben wie der Autor des Codebuches (Früh 2007:196ff.).

**Anwendungsphase** Früh geht bei seinen Anweisungen für die Anwendungs- oder Codierphase nur auf die Fallstricke ein, vor denen Untersuchungen mit mehreren Codierern stehen. So sollte man verhindern, dass ein Codierer nur eine bestimmte Zeitung oder einen bestimmten Zeitungstyp (zum Beispiel ausschliesslich Regionalzeitungen) codiert – die Zeitungen sollten viel mehr nach Zufallsprinzip verteilt werden, woraus eine homogenere Codierung resultiert. Für die vorliegende Untersuchung sind die Warnhinweise kaum relevant; höchstens die Empfehlungen, wie bei einer Anpassung des Kategoriensystems zu diesem späten Zeitpunkt am effizientesten vorgegangen wird. Ist dies der Fall, müssen alle bereits codierten Artikel erneut codiert werden, die von der Anpassung betroffen sind.

**Auswertungsphase** In der Auswertungsphase geht es darum, aus Einzeldaten Aggregate zu bilden. Es interessiert hier nicht mehr sonderlich, welche Kategorien bei der Analyse eines bestimmten Artikels codiert wurden, sondern viel mehr, wie viele Artikel im gesamten einer bestimmten Kategorie zugeordnet wurden – oder aber, wie viele Kategorien durchschnittlich pro Artikel vorkamen. Zur Verarbeitung der umfangreichen Daten verwendet man Statistiksoftware wie *SPSS*. Am Ende der Digitalisierung ist es angebracht, die erfassten Daten auf ihre Plausibilität zu überprüfen. Dafür reicht es in der Regel schon, die absoluten und relativen Häufigkeiten auszugeben und zu vergleichen.

Für Anweisungen zur Auswertung an Hand von konkreten Beispielhypothesen sei auf Früh (2007: 202ff.) verwiesen.

### **Reliabilität**

Bei einer Inhaltsanalyse muss sichergestellt werden, dass die inhaltlichen Eigenschaften eines Artikels von verschiedenen Codierern möglichst identisch kodiert werden. Nachdem die Codierer während der Codierschulung die Anweisungen des Codebuches ausreichend geübt haben und sichergestellt ist, dass die Kategorien gleich ausgelegt werden, kann die Reliabilitätsprü-

## 5 Untersuchungsanlage

fung durchgeführt werden. Mit dieser Prüfung wird das methodische Instrumentarium wie auch die Sorgfalt der Codierer bewertet. Verläuft der Test zufriedenstellend, ist das Codebuch nach objektiven Kriterien aufgebaut – sprich die Kategorien sind klar und eindeutig definiert und können deshalb von den Codierern zuverlässig angewendet werden (Früh 2007:188ff.).

Um in der vorliegenden Untersuchung die Reliabilität der Codierung zu überprüfen, wurde das bewährte Test-Retest-Verfahren herangezogen, welches die Intracoder-Reliabilität misst. Aus dem Stichprobenraum wurden mittels Zufallsprinzip 29 Artikel ausgewählt, die darauf nach zwei Wochen erneut codiert wurden. Die Intercoder-Reliabilität muss in unserem Fall nicht überprüft werden, da die Inhalte nur von einer Person codiert wurden.

Die Codierungen der beiden Codierläufe wurden anschliessend miteinander verglichen. Hierfür wird das Reliabilitätsmass nach folgender Formel von Holsti (1969) berechnet:

$$CR = \frac{2U}{C_1 + C_2}$$

$CR$  bezeichnet die Codierer-Reliabilität,  $U$  die Anzahl der übereinstimmenden Codierungen,  $C_1$  die Anzahl der im ersten Lauf codierten Variablen,  $C_2$  die Zahl der im zweiten Lauf codierten Variablen. Anhand dieser Formel wurde der Reliabilitätskoeffizient für insgesamt 21 Variablen<sup>31</sup> berechnet und als Prozentwert angegeben:

V6	V7	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17
91 %	97 %	97 %	98 %	100 %	97 %	93 %	98 %	97 %	93 %	<b>88 %</b>
V18	V19	V20	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28	
95 %	98 %	98 %	97 %	98 %	<b>86 %</b>	91 %	100 %	97 %	98 %	

Tabelle 1: Übereinstimmung der zweiten Codierung

Werte zwischen 75 und 85 Prozent werden von Früh (2007: 192f.) (unter grossem Vorbehalt der jeweiligen Untersuchungsthematik) als gute Werte bezeichnet. In unserem Fall ist die Übereinstimmung deutlich höher; sie liegt für 15 der 21 Variablen bei über 95 Prozent. Die Va-

<sup>31</sup> Nicht geprüft wurden diejenigen formalen Variablen (V1-5, V8), die von *Factiva* zur Verfügung gestellt werden. Bei V21 wird davon ausgegangen, dass bei der Transkription von in Artikeln erwähnten Mitgliederzahlen von *Facebook*-Gruppen kein Interpretationsspielraum besteht.

riablen 17 («Alkoholkonsum / Gesundheit») und 24 («Stellungnahme Politik») weisen mit 88 respektive 86 Prozent äusserst gut erkennbar unterdurchschnittliche Übereinstimmungswerte auf.

Eine genauere Überprüfung der Codierung der Variable 24 hat ergeben, dass die ursprüngliche Codierung korrekt vorgenommen wurde und der Fehler während der Zweitcodierung passierte. Dort wurden nur noch direkte Zitate von Politikern als «Stellungnahme Politik» gewertet, nicht aber indirekte Zitierungen. Selbstverständlich müssen auch indirekte Zitierungen gewürdigt werden: Sobald der Urheber einer direkten oder indirekten Stellungnahme klar als Politiker angegeben ist, muss für diese Variable der Wert 1 («ja») gesetzt werden.

### 5.3 Untersuchungsgegenstand

Untersuchungsgegenstand ist die Berichterstattung über Botellones in der schweizerischen Presse. Berücksichtigt werden Tageszeitungen und Sonntagszeitungen, nicht aber regelmässig erscheinende Zeitschriften und Magazine. Der Redaktionssitz der Zeitungen muss sich auf Schweizer Boden befinden. Die Presseerzeugnisse müssen in der deutschen oder französischen Sprache erscheinen, italienischsprachige Zeitungen aus dem Tessin werden (nicht zuletzt mangels Sprachkenntnissen) in dieser Untersuchung nicht berücksichtigt.

Eine weitere Einschränkung der berücksichtigten Zeitungen resultierte aus der Verwendung der Pressedatenbank *Factiva*, welche nicht gänzlich alle Pressetitel indexiert, die in obige Grundgesamtheit fallen.<sup>32</sup>

Aus der Deutschschweiz wurden folgende fünf **Tageszeitungen** berücksichtigt: *Blick*, *Tages-Anzeiger* (TA), *Berner Zeitung* (BZ), *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ) und *Der Bund* (für Auflage, Mutterhaus und Redaktionssitz vgl. Tabelle 6 auf S. 85). Zusätzlich wurde auch die Berichterstattung in den vier deutschsprachigen **Sonntagszeitungen** untersucht: *SonntagsBlick*

<sup>32</sup> Darunter fallen die Pendlerzeitungen *20 Minuten* und der im Juni 2008 frisch lancierte *Blick am Abend*. Die Reichweite dieser Zeitungen ist nicht zu unterschätzen; sowohl bezüglich der Auflage (*20 Minuten* zählte 2008 in der Deutschschweiz 529 618 und in der Romandie 221 560 beglaubigte Exemplare. *Blick am Abend* kam auf eine (provisorisch) beglaubigte Auflage von 210 692 Exemplaren (WEMF 2008)) als auch bezüglich der Leserschaft, zu denen überdurchschnittlich viele Jugendliche zählen. *20 Minuten* erreicht 48 Prozent der 14- bis 29-jährigen Bewohner des Landes – verglichen mit kostenpflichtigen Tageszeitungen ein sehr hoher Wert (Tamedia AG 2010).

(SoBli), *SonntagsZeitung* (SZ), *Sonntag* und *NZZ am Sonntag* (NZZaS) (für Auflage, Mutterhaus und Redaktionssitz vgl. Tabelle 7 auf S. 85). Aus der **Romandie** wurden folgende Presseerzeugnisse zur Untersuchung herbeigezogen: *24 heures*, *La Tribune de Genève* (TdG), *Le Matin* und *Le Temps* (für Auflage, Mutterhaus und Redaktionssitz vgl. Tabelle 6 auf S. 85). Aus all diesen Erzeugnissen werden folgende Zeitungen dem **Boulevard**<sup>33</sup> zugeordnet: *Blick*, *SoBli* und *Le Matin*.

### 5.4 Untersuchungszeitraum

Es werden alle Artikel der oben genannten Presseerzeugnisse beachtet, die zwischen dem 1. August 2008 und dem 30. September 2008 erschienen sind. Damit ist die bedeutende Mehrheit der Berichterstattung über die Schweizer Botellones im Hochsommer 2008 abgedeckt.

### 5.5 Stichprobenauswahl

Die Auswahl der Artikel erfolgte über die Pressedatenbank *Factiva*. In einem ersten Anlauf wurden alle Artikel aus der Datenbank exportiert, die im besagten Zeitraum in den oben genannten Erzeugnissen erschienen sind und den Begriff «botellon» im Titel oder im Fliesstext enthielten.<sup>34</sup>

<sup>33</sup> Gemäss der Definition von Dovifat und Wilke (1976: 17) vermitteln Boulevardzeitungen «jüngstes Gegenwartsgeschehen in kürzester regelmässiger Folge der breitesten Öffentlichkeit.» Da der Absatz solcher Zeitungen höchstens zu einem Bruchteil durch langjährige Abonnenten garantiert ist, müssen die Zeitungen mittels ansprechender Aufmachung und skandalisierenden Schlagzeilen täglich um die Aufmerksamkeit der potentiellen Kunden buhlen. Inhaltlich werden Nachrichten in einfachster Sprache und mit Unterstützung von umfangreichem und grossformatigem Bildmaterial transportiert. Durch den Verzicht auf komplizierte Satzstrukturen mit verschachtelten Nebensätzen und Fremdwörtern sprechen die Zeitungen ihr Zielpublikum, mehrheitlich Personen aus bildungsfernen Schichten, an. Die Themenwahl orientiert sich dabei klar am Publikumsinteresse: Was das Zielpublikum beschäftigt, wird gedruckt – egal, welchen Stellenwert das einzelne Ereignis im Vergleich zum übrigen Tagesgeschehen inne hat. Veröffentlicht werden Berichte über Katastrophen, Unglücke und Verbrechen jeglicher Art sowie Unterhaltungsthemen wie Beziehungen, Erotik und Sex. Auch eine umfangreiche Prominentenberichterstattung darf dabei nicht fehlen. Durch die Emotionalisierung der Berichterstattung vermischen sich vielfach journalistische Meinungsäusserungen und Tatsachenberichte. Dies führt zu einem Widerspruch mit journalistischen Kodizes wie beispielsweise mit Richtlinie 2.3 («Trennung von Fakten und Kommentar») der «Richtlinien zur Erklärung und Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten» des schweizerischen Presserates (Schweizer Presserat 2009).

<sup>34</sup> Die Suchmaschine von *Factiva* ist so intelligent, dass sie bei der Suche nach «botellon» auch Erwähnungen in der eigentlich korrekten spanischen Schreibweise («botellón») findet.



## 5 Untersuchungsanlage

Anschliessend mussten die Artikel von Hand aussortiert werden. Nicht beachtet wurden einerseits Aufhängertexte (auf Frontseiten mit Seitenangabe auf den ausführlichen Bericht), andererseits Artikel, in denen zwar der gesuchte Begriff vorkam, sich aber nicht auf das Sommerphänomen per se oder die Diskussion darüber bezog.

Für diese Untersuchung werden *alle* übrig bleibenden Artikel (240 Stück) codiert.

### 5.6 Codierung

Das Codierbuch umfasst 28 Variablen, die in die drei Bereiche «Formales», «Inhalt: Themen» sowie «Inhalt: Wortmeldungen, Zitate und Interviews» unterteilt sind (vgl. Abschnitt C auf S. 92).

## 6 Ergebnisse

### 6.1 Nachrichtenwert

#### 6.1.1 Medienpräsenz

Hypothese 1a lautet wie folgt:

Der Nachrichtenwert der Thematik ist aus qualitativer Sicht ausgesprochen hoch. Indiz dafür ist, dass die Berichterstattung mehrere von Schulz postulierte Faktorendimensionen gleichzeitig abdeckt. Mit Hilfe der vorgenommenen Inhaltsanalyse lassen sich insbesondere die Dimensionen Identifikation, Status und Valenz empirisch, sprich in quantitativer Form, nachweisen.

Dass im Sommer 2008 häufig und ausführlich über die Botellones berichtet wurde, signalisiert, dass der Nachrichtenwert des Themas «Botellones in der Schweiz» offensichtlich die Aufmerksamkeitsschwelle verschiedenster schweizerischer Zeitungsredaktionen klar überschritten hatte. Das Medienthema soll deshalb zuerst in qualitativer Form nach Schulz' sechs Faktorendimensionen (vgl. Abschnitt 4.2 auf S. 30) bewertet werden. Anschliessend können die in der Inhaltsanalyse codierten Themenbereiche, die den bereits detailliert erläuterten Konfliktfeldern entsprechen (vgl. Abschnitt 3 auf S. 7), mit den einzelnen Nachrichtenfaktoren und/oder -dimensionen verknüpft werden. Erst durch diese Quantifizierung lässt sich die Hypothese operationalisieren und kann entweder verifiziert oder falsifiziert werden.

**Konsonanz** Die «Vorhersehbarkeit» der Ereignisse war überhaupt nicht gegeben: Sowohl aus langfristiger Sicht (in den Sommermonaten der vorangegangenen Jahre fanden nie Botellones statt), als auch aus kurzfristiger Sicht (die Ankündigungen erfolgten ein bis höchstens zwei

Wochen vor den Veranstaltungsdaten). Das Thema war so neu und unbekannt, dass es förmlich nach Aufklärung und Hintergrundberichterstattung schrie. Der Nachrichtenfaktor «Vorhersehbarkeit» war dementsprechend im ganzen Zeitraum omnipräsent. Durch die darauf folgende breite Streuung der Berichterstattung in der Tages- und Sonntagspresse wie auch in Radio und Fernsehen war das Thema rasch etabliert und in aller Munde, was den Nachrichtenwert auf hohem Niveau verharren liess (Faktor «Thema»). Der Faktor «Stereotyp» wurde ebenfalls klar bedient: Die Spassgesellschaft hatte in der Mobilisierung zu und der Teilnahme an Botellones ein neues Betätigungsfeld gefunden. Die Besetzung öffentlicher Plätze, übermässiger Alkoholkonsum und der sorglose Umgang mit den Mitmenschen und der Umwelt (im Sinn von Ruhestörung, Littering wie auch die Aufbürdung der Kosten der Allgemeinheit) schienen dieses Stereotyp zu untermauern.

**Status** (Vorbemerkung: Die von Schulz geprägten Begriffe «Elitenation», «Eliteperson» und «Eliteinstitution» wurden in diesem Kontext auf die lokale Ebene heruntergebrochen) Die grössten schweizerischen Städte als Ereignisort (Faktor «Elitenation») tragen für das Land seit jeher eine grosse politische Bedeutung. Sie sind oftmals als erste mit Problemen und Konflikten konfrontiert, die sich aus neuen gesellschaftlichen Entwicklungen ergeben. Die städtischen Exekutivmitglieder sind medial bekannt und verfügen über entsprechende Macht, Autorität – aber auch Verantwortung (Faktor «Eliteperson»). Die Regierungen sind es denn auch, die für eine geregelte Durchführung der Botellones respektive für allfällige negativen Auswirkungen verantwortlich gemacht werden und sich mit Verbotsforderungen aus der verängstigten Stadtbevölkerung konfrontiert sahen. Prominente Personen sind neben den Exekutivpolitikern höchstens noch die in der Medienberichterstattung zu Wort kommenden Experten aus Wissenschaft und Institutionen (unter anderem Verwaltung, Polizei und Sanität). Auch sie kann man zu «Elitepersonen» zählen.

**Dynamik** (vgl. auch die Ausführungen beim Faktor «Konsonanz») Bis zum Ereignis ist mangels Erfahrungswerten völlig unklar, wie viele Personen wirklich am Anlass teilnehmen werden und ob die Situation mit Blick auf die Konfliktfelder eskaliert (Faktor «Unvorhersehbarkeit»,

«Unsicherheit»). Die Aktualität ist gegeben – die Botellones sollen in wenigen Tagen/Wochen stattfinden. Die Intensität der Dimension «Dynamik» ist deshalb als sehr hoch einzuschätzen.

**Valenz** Botellones erscheinen sehr aggressiv (Faktor «Aggression»), da sich die Teilnehmer aus den Städten und der Agglomeration zu Hunderten in Stadtzentren versammeln, öffentliche Plätze in Anspruch nehmen und die öffentliche Ordnung bedrohen. Kriminelle Handlungen sind höchstens am Rande zu erwarten, der ganze Anlass bewegt sich aber dennoch in einer rechtlichen Grauzone. Es sind sowohl Sachbeschädigungen als auch finanzielle Schäden zu erwarten, grössere Personenschäden (durch Gewalt unter den Teilnehmern oder übermässigem Alkoholkonsum) liegen zumindest im Bereich des Möglichen. Der Anteil dieser Dimension am Nachrichtenwert wird dadurch noch gesteigert, dass der im Auge der Gesellschaft «sinnfreie» Anlass den schweizerischen Werten Ruhe, Ordnung und Stabilität widerspricht (Faktor «Werte») – die negativen Auswirkungen sind sehr hoch, ohne dass sich deren kritiklose Hinnahme plausibel rechtfertigen liessen. Schlussendlich, und das ist sowohl aus den Leserbriefspalten als auch durch die Expertenmeinungen zu erkennen, werden die Anlässe kontrovers diskutiert (Faktor «Kontroverse»). Während einige Kommentatoren den Jugendlichen freie Hand lassen wollen, sind andere Personen der Meinung, dass die Anlässe verboten und dieses Verbot notfalls mit Gewalt durchgesetzt werden soll. Kosten sind den Verursachern aufzubürden und die Veranstalter sind für ihr Tun zu bestrafen.

**Identifikation** In dieser Dimension sticht vor allem der Faktor «Nähe» ins Auge: Die Zeitungsredaktionen in den Innenstädten von Genf, Lausanne, Bern und Zürich liegen wenige Minuten von den Veranstaltungsorten der Botellones entfernt. Dies wirkte sich positiv auf den Nachrichtenwert aus. Die politische und kulturelle Nähe ist im selben Umfang gegeben. Der Betroffenheitsgrad der Redaktionen und der städtischen Gesellschaft ist sehr hoch. Eine «Personalisierung» ist bereits kurz nach dem Aufkommen des Themas möglich, auch wenn es sich bei den dargestellten Personen – meist jugendliche Organisatoren – um keine prominente Persönlichkeiten handelt.

**Relevanz** Die Relevanz des Themas ist sowohl bezüglich der Faktoren «Konsequenzen» wie auch «Betroffenheit» hoch: Die Konsequenzen sind vielfältig und reichen von Ruhestörung, Littering über Gesundheitsschäden bei Jugendlichen bis hin zu Gewalt. Zugleich werden für die öffentliche Hand hohe Kostenfolgen befürchtet (vgl. Abschnitt 3.7 auf S. 19). Gerade durch die Kostenfolgen fühlen sich nicht nur Anwohner Nahe der ausgerufenen Veranstaltungsorte betroffen, sondern alle Steuerzahler der Stadtgemeinden.

Wie die qualitative Abwägung der verschiedenen Faktorendimensionen belegt, weist das Ereignis «Botellón» sehr viele Merkmale auf, die mit Nachrichtenfaktoren aller sechs Faktorendimensionen der Nachrichtenwerttheorie übereinstimmen, weshalb der Nachrichtenwert der Ereignisse aus Sicht von Medienschaffenden sehr hoch ist. Nachfolgend sollen nun die drei in der Hypothese genannten Dimensionen unter Zuhilfenahme der aus der Inhaltsanalyse gewonnenen Daten genauer untersucht werden.

**Operationalisierung** Bezüglich der *Identifikation* muss nachgewiesen werden, dass die Redaktionen von vier ausgewählten Tageszeitungen aus Bern (*BZ*), Zürich (*TA*), Genf (*TdG*) und Lausanne (*24 heures*) am meisten über denjenigen Botellón berichtet haben, der ihnen geographisch am Nächsten lag. Beispiel: Artikel der *BZ* tragen für Variable 9 mehrheitlich den Wert 3, Artikel des *TA* den Wert 4.

Die Faktorendimension *Status* ist nachweisbar, indem die Wortmeldungen von Politikern über alle ausgewählten Artikel untersucht werden (Variable 23 trägt den Wert 1): Je höher die Funktion eines Politikers, desto häufiger werden dessen Stellungnahmen erwähnt. Folglich kommen städtische Exekutivpolitiker (Variable 24 trägt den Wert 2) im Vergleich zu Exponenten aus Legislative und Parteien am häufigsten zu Wort.

Die *Valenz*-Dimension schlussendlich spiegelt sich in den Artikeln wieder, indem immer wieder Konfliktthemen (vgl. Abschnitt 3 auf S. 7) zur Sprache gebracht werden – die Variablen 10 bis und mit 18 tragen sehr häufig den Wert 1.

**Ergebnisse** Die inhaltsanalytische Auswertung der Artikel in Bezug auf die Faktorendimension *Identifikation* ergibt kaum Überraschungen (vgl. Abbildung 1 auf S. 48): Botellón-Artikel

## 6 Ergebnisse

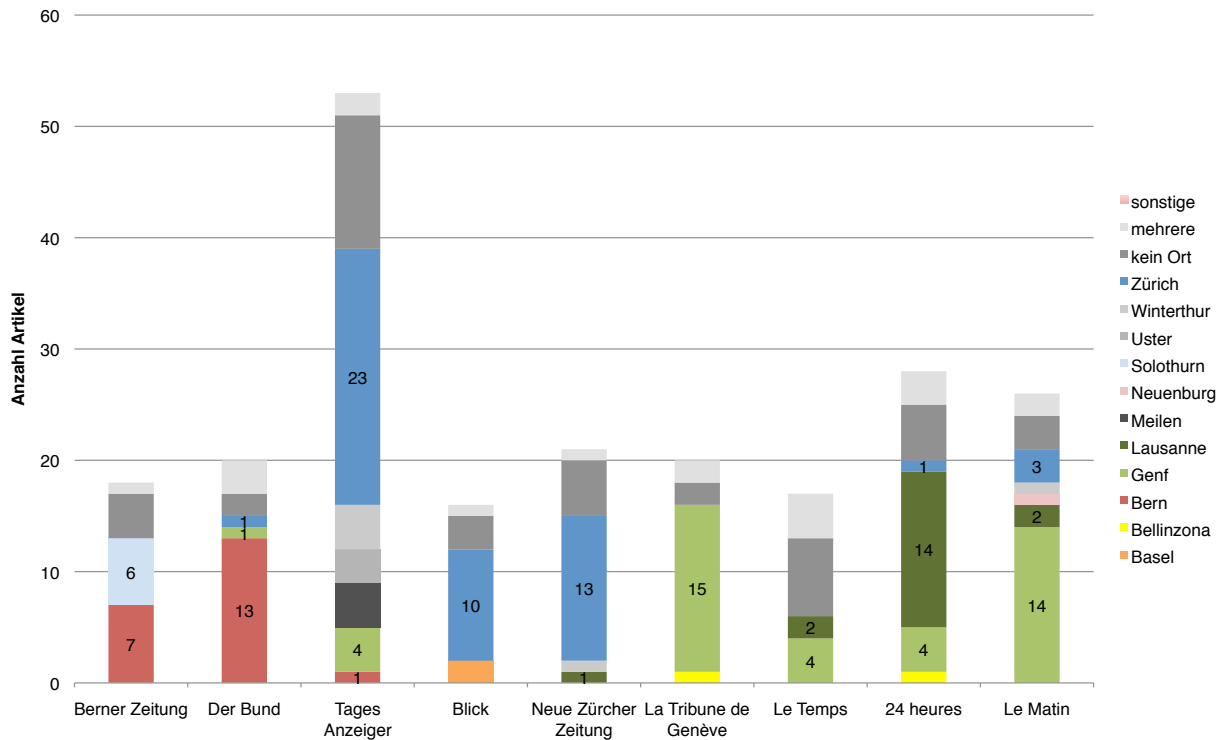


Abbildung 1: Artikel nach Ortsbezug und Zeitung  
n = 219 (vgl. Tabelle 10 auf S. 87)

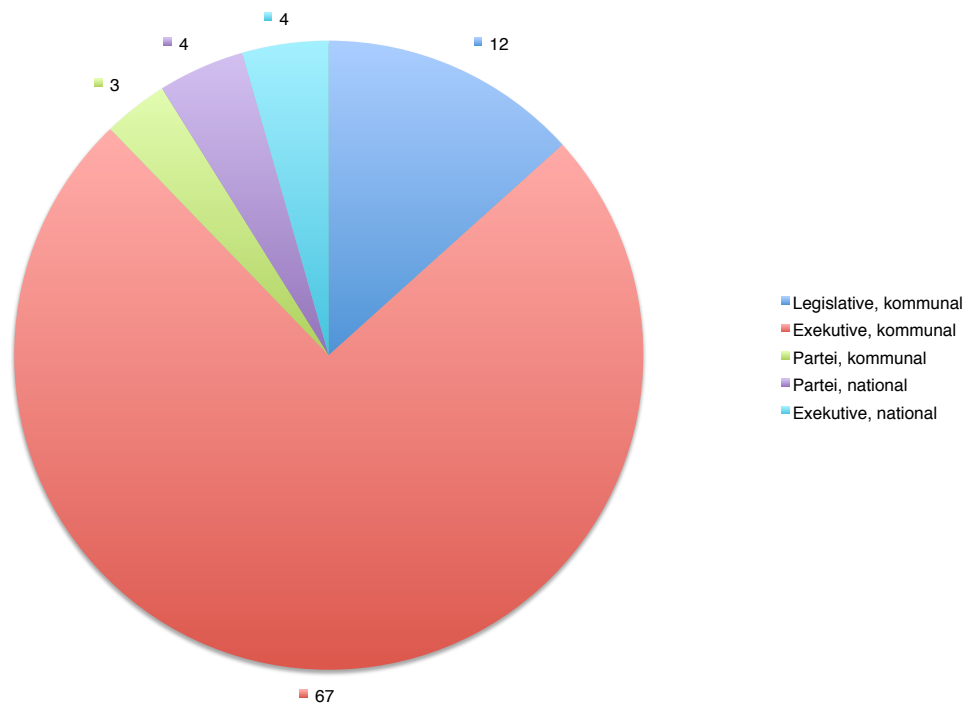


Abbildung 2: Stellung der Politiker mit Wortmeldungen  
n = 90

in der *BZ* und im *Bund* legen den Schwerpunkt auf den für Bern angekündigten Botellón (7 von 18 respektive 13 von 20 Artikeln). Ein ähnliches Bild ergibt sich für Tageszeitungen mit Redaktionssitz in Zürich: Der *TA* (23 von 53), der *Blick* (10 von 16) und die *NZZ* (13 von 21) berichten am häufigsten über den zürcherischen Botellón. Auch in der Romandie lässt sich dasselbe Muster feststellen: Die *TdG* (15 von 20) als auch *Le Temps* mit Sitz in Genf konzentrieren sich in der Berichterstattung auf den für Genf angekündigten Botellón. Erst bei der Untersuchung der in Lausanne ansässigen Boulevardzeitung *Le Matin* ergibt sich ein neues, ungewohntes Bild: Diese Redaktion berichtet in 14 Artikeln über den Botellón in Genf, aber nur in 2 Artikeln über den für Lausanne angekündigten Botellón. Die ebenfalls in Lausanne ansässige *24 heures* entspricht hingegen wieder den Erwartungen: 14 Artikel über den Botellón in Lausanne stehen 4 Artikel über den Botellón in Genf gegenüber.

Der *Status* der städtischen Exekutivpolitiker zeigt sich ebenfalls überraschend deutlich (vgl. Abbildung 2 auf S. 48): Von den insgesamt 90 Artikeln, in welchen eine Stellungnahme eines Politikers wiedergegeben wurde, kommen in 67 Stück oder knapp 75 Prozent davon Exekutivpolitiker zu Wort. Das restliche Viertel der Artikel transportiert Stellungnahmen von Mitgliedern der kommunalen Legislative (12 Artikel oder 13 Prozent), kommunalen und nationalen Parteipolitikern sowie in vier Fällen von Bundesräten. Kehrt man die Sichtweise um, enthalten 150 Artikel (annähernd zwei Drittel) hingegen gar keine Stellungnahme von Seiten der Politik.

Die Faktorendimension *Valenz* hält am Nachrichtenwert den grössten Anteil: Konflikte im Allgemeinen, Schäden und Kriminalität im Spezifischen werden mit den Botellones in Verbindung gebracht und nehmen in der Berichterstattung einen zentralen Platz ein (vgl. Abbildung 3 auf S. 51). Der Alkoholkonsum und die Abfallproblematik wurden für je 44 Prozent der untersuchten Artikel codiert, fanden also fast in jedem zweiten Artikel Erwähnung (vgl. Abbildung 4 auf S. 51). In nur gerade 12 Artikeln (5 Prozent der Stichprobe) wird *kein einziger* Konflikt erwähnt (die den Variablen 10–18 dieser Artikel zugewiesenen Werte sind durchgehend «nein»).

**Verifikation/Falsifikation** Die Hypothese ist verifiziert.

**Interpretation** Dem «Finalmodell» (vgl. Abschnitt 4.2 auf S. 29) folgend sind mit der Analyse der Faktorendimensionen und Nachrichtenfaktoren Rückschlüsse darauf möglich, welche Einzelelemente des Themas die Journalisten selber als wichtig eingestuft haben. Wie bereits von Galtung und Holombe (1965) festgestellt, werden diejenigen Merkmale eines Ereignisses akzentuiert, die gemäss der Nachrichtenfaktoren seinen Nachrichtenwert ausmachen (Maier, Stengel und Marschall 2010:22). Basierend auf diesen Aussagen lassen sich Überlegungen anstellen, wieso die Journalisten in ihren Artikeln gerade diejenigen Dimensionen und Faktoren hervorhoben:

Die Tragweite der Botellones zeigt sich sehr deutlich in denjenigen Artikeln, in denen städtische Exekutivpolitiker zu Wort kamen. Dass sich die höchsten Amtsträger der Städte wiederholt den Medien stellen und zur Thematik äussern mussten, signalisiert einmal mehr den hohen Nachrichtenwert des Themas. Die Journalisten erkannten die Exekutivpolitiker offensichtlich als diejenigen Personen, die die Gesamtverantwortung inne hatten und deren Pflicht es war, den von den Botellones ausgehenden Gefahren Einhalt zu bieten.

Dass der Alkoholkonsum und die Abfallproblematik am häufigsten Eingang in die Berichterstattung fanden, könnte auf die Recherchetätigkeit der Journalisten zurückzuführen sein. Denn diese beiden omnipräsenten Konflikte waren für Medienschaffende mit Zugang zu spanischen Zeitungsarchiven mit wenig Aufwand als grösste Übel der spanischen Botellones auszumachen. Dass solche Anlässe in der Schweiz identische Probleme hervorrufen würden, lag auf der Hand.

### 6.1.2 Themenspezifischer «Röstigraben»

Hypothese 1b lautet wie folgt:

Die französischsprachigen Publikationen bringen auf Grund der kulturellen Identität der Romandie ein anderes Verständnis für die Aktionen der Jugendlichen auf. Dies widerspiegelt sich deutlich in den angesprochenen Konfliktthemen.

**Operationalisierung** Die codierten Berichte müssen zuerst nach Variable 5 (Sprache) in die beiden Sprachregionen aufgeteilt werden. Anschliessend ist für jedes Thema (Variablen 10–18) zu summieren, in wie vielen Artikeln es erwähnt wird. Um diese absoluten Werte für jedes



## 6 Ergebnisse

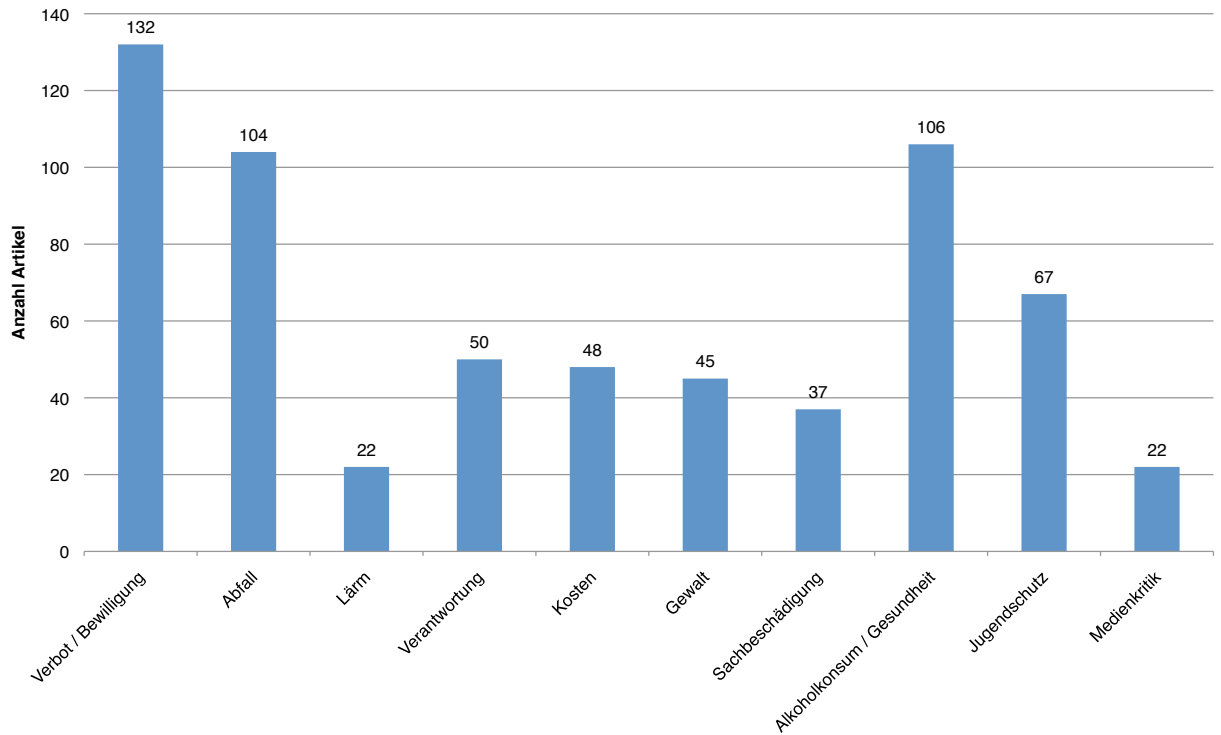


Abbildung 3: In Artikeln erwähnte Themen  
n = 240 (ein Artikel kann auf mehrere Themen Bezug nehmen)

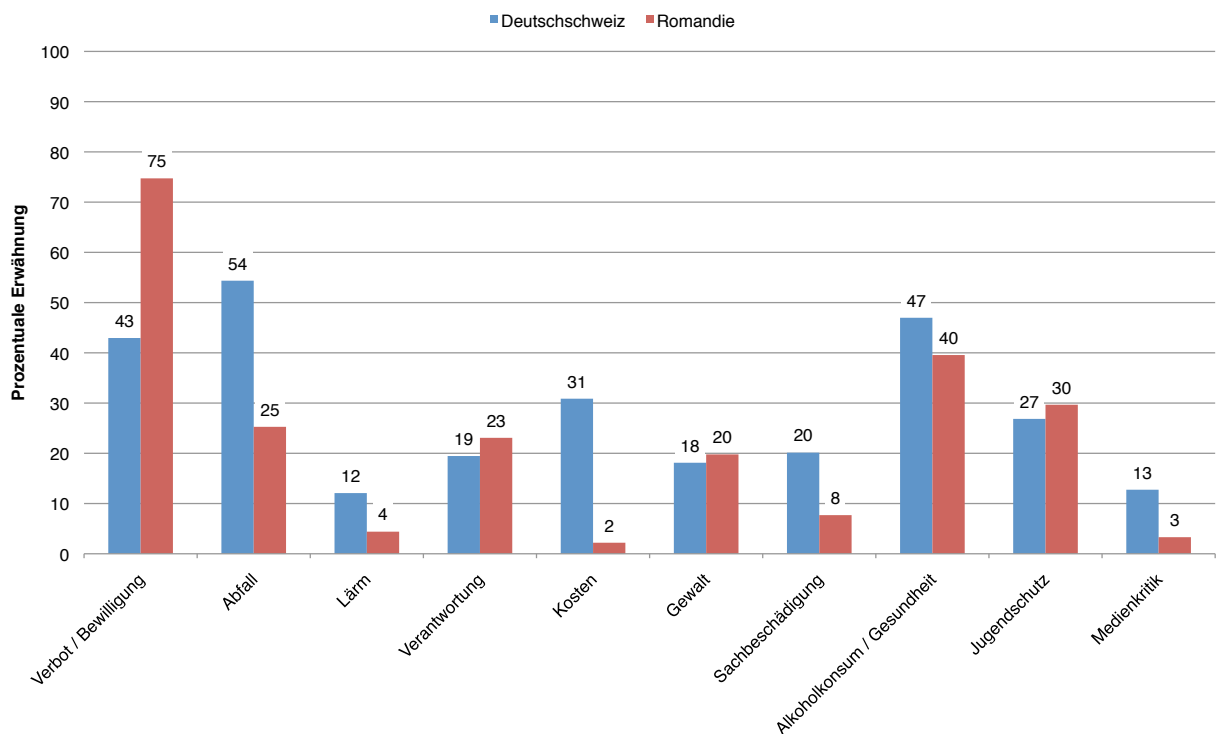


Abbildung 4: Prozentuale Erwähnung von Themen in deutsch- und französischsprachigen Artikeln  
n<sub>de</sub> = 149, n<sub>fr</sub> = 91 (ein Artikel kann auf mehrere Themen Bezug nehmen)

Thema in einer der beiden Sprachregionen vergleichen zu können, müssen sie in Verhältnis zur Gesamtzahl der Artikel einer Sprachregion gesetzt werden. Anhand dieses prozentualen Wertes ist es schliesslich möglich, die Häufigkeit der Nennungen zu gewichten.

Um die Hypothese zu verifizieren, müssen die Themen Abfall (Variable 11), Lärm (V12), Kosten (V14), Gewalt (V15) und Sachbeschädigung (V16) in der deutschschweizer Presse im Verhältnis zur gesamten Artikelzahl der Sprachregion in der Mehrheit der Fälle um mindestens 10 Prozentpunkte häufiger behandelt werden als in französischsprachigen Publikationen.

**Ergebnisse** Mit Ausnahme des Themas «Gewalt» werden in den deutschsprachigen Zeitungen alle anderen klar negativ konnotierten Themen deutlich häufiger behandelt als in der welschen Schweiz (vgl. Abbildung 4 auf S. 51) – einzig bezüglich der Berichterstattung zu diesem Thema liegen beide Sprachregionen ungefähr gleich auf (Deutschschweiz: 18 Prozent, französischsprachige Schweiz: 20 Prozent). Doppelt so häufig hingegen erwähnen deutschsprachige Berichte das Thema Abfall (54 zu 25 Prozent). Besonders frappant ist die Differenz zwischen den Sprachregionen beim Thema «Kosten»: Während in der deutschen Schweiz ein Drittel der Artikel auch die Kostenfrage behandelt, sind es in der Romandie nur gerade deren zwei Prozent (entspricht zwei von 91 Artikeln). Auch beim fünften zu berücksichtigenden Thema «Sachbeschädigungen» beträgt die Differenz nicht vernachlässigbare 12 Prozent.

Eine Übereinstimmung der Themensetzung in beiden Landesteilen lässt sich hingegen bei der Frage um die «Verantwortung», die «Gewalt», beim Thema «Alkoholkonsum / Gesundheit» sowie beim «Jugendschutz» erkennen.

**Verifikation/Falsifikation** Die Hypothese ist verifiziert.

**Interpretation** Bezüglich der Themenwahl in der Berichterstattung fällt ein ganz klarer «Röstigraben» zwischen der Deutsch- und Westschweiz auf: Die deutschschweizer Medien greifen die Abfall- und Kostenproblematik auf und machen diese zu einem starken Pfeiler ihrer Berichterstattung. Das Interesse der welschen Journalisten an diesen beiden Problemen fällt spürbar geringer aus.

Inwiefern die Themenwahl auch die Befindlichkeit der Zeitungsleser widerspiegelt, kann mittels dieser Analyse nicht festgestellt werden. Es lässt sich aber dennoch als gewagte Hypothese vermuten, dass nicht nur die deutschsprachigen Journalisten, sondern auch die deutschschweizerische Bevölkerung der Abfallproblematik deutlich kritischer gegenübersteht als die welsche Schweiz. Inwiefern diese Einstellung tief verwurzelte kulturelle Eigenarten der beiden Bevölkerungsgruppen darstellt, ist unklar. Es besteht aber der Verdacht, dass die Deutschschweizer dem ihnen zugeschriebenen Stereotyp «Ordnung und Sauberkeit» gerecht werden und sich dies auch auf die Themensetzung der Journalisten auswirkt. Die hier verwendete Inhaltsanalyse ist aber eine wissenschaftliche unbrauchbare Methode, um eine solche (umgekehrte) Kausalität vom Rezipienten auf die Medienberichterstattung zu bestätigen.

Andererseits muss berücksichtigt werden, dass im Untersuchungszeitraum in der Romanie nur ein Botellón stattgefunden hat: Am 23. August in Genf, wo auf Grund des schlechten Wetters aber nur 300 Personen erschienen. In Bern und Zürich hingegen wurden an den beiden Botellones zwischen 1 000 und 2 000 Personen gezählt, die dementsprechend grössere Abfallmengen zurückgelassen haben müssen. Deshalb lässt sich nicht ausschliessen, dass bereits dieser Umstand die grosse Diskrepanz in der Berichterstattung zwischen den beiden Landesteilen erklärt.

Auch die Frage nach den Kosten und wer diese berappen soll ist in der welschen Presse kaum von einem Journalisten aufgegriffen worden. Dass für Putzaktionen und den Sicherheits- und Sanitätsdienst übermässig viele Steuergelder aufgewendet werden müssen, scheint zu keiner Besorgnis Anlass gegeben zu haben. Auch dies könnte auf die Mentalität der Bevölkerungsgruppen, wahrscheinlicher wohl aber auf die allgemein deutlich geringere Beanspruchung der öffentlichen Dienste am Botellón in Genf zurückzuführen sein.

Stattdessen hat sich die welsche Presse stark auf die Thematik «Verbot / Bewilligung» eingeschossen. In drei Viertel aller Artikel wird darauf eingegangen, ob ein geplanter Botellón bewilligt oder verboten werden sollte. In der Deutschschweiz wird diese Frage in weniger als der Hälfte aller Artikel erwähnt. Dies könnte damit zusammen hängen, dass in Lausanne ein geplanter Botellón im Vorfeld von den Behörden verboten und dieses Verbot am besagten Abend auch mit einem entsprechenden Polizeieinsatz durchgesetzt wurde.

## 6.2 Intensität und Verlauf

### 6.2.1 Primeurs

Die Hypothese 2a lautet wie folgt:

In der Romandie hat die Boulevardzeitung *Le Matin* als erstes über Botellones berichtet. In der Deutschschweiz wird die Boulevardzeitung *Blick* oder ihre Schwesterzeitung *SoBli* das Thema als erste aufgegriffen haben.

**Operationalisierung** Die Hypothese gilt hälftig als verifiziert, wenn der erste Artikel folgende formale Eigenschaften erfüllt:

- Variable 2 (Erscheinungsdatum) ist so nah wie möglich am 1. August 2008
- Variable 5 (Sprache) ist «Französisch» (Wert 2)
- Variable 4 (Medium) ist *Le Matin* (Wert 7)

Die Hypothese gilt als vollständig verifiziert, wenn zudem ein zweiter Artikel folgende Eigenschaften erfüllt:

- Variable 2 (Erscheinungsdatum) ist so nah wie möglich am 1. August 2008
- Variable 5 (Sprache) ist «Deutsch» (Wert 1)
- Variable 4 (Medium) ist *Blick* oder *SoBli* (Wert 1 oder 10)

**Ergebnisse** Der erste französischsprachige Artikel erschien am 8. August 2008 tatsächlich in der Tageszeitung *Le Matin*. Der erste deutschsprachige Artikel über Botellones wurde knapp eine Woche später, am Donnerstag, 14. August 2008, im *TA* abgedruckt. Sein Titel lautete «Massenbesäufnisse sind vollkommen legal».<sup>35</sup>

**Verifikation/Falsifikation** Die Hypothese ist falsifiziert.

<sup>35</sup> Mit einer an diesem Nachmittag von AWP/sda versandten Agenturmeldung («Jugendtrend aus Spanien: Organisierte Massenbesäufnisse auch in der Schweiz») wurde spätestens jetzt das Interesse der deutschschweizerischen Journalisten geweckt. Am folgenden Tag nahm der bekannte Journalist Jürg Ramspeck in seiner täglichen Kolumne im *Blick* die Botellones bereits auf die Schippe; zwei kürzere, auf der Agenturmeldung basierende Artikel erschienen im *Bündner Tagblatt* und in der *Basler Zeitung*. Die beiden Tageszeitungen wurden in der vorliegenden Untersuchung schlussendlich aber nicht berücksichtigt.

**Interpretation** Wie vermutet wurde in der Westschweiz die Boulevardzeitung *Le Matin* als erstes auf das sich rasch entwickelnde Sommergespräch 2008 aufmerksam und verarbeitete die Botellón-Thematik in einem ausführlichen Artikel. Die mehrheitlich negativen Nachrichtenfaktoren sprechen klar dafür, dass die Thematik als erstes von einer Boulevard-Zeitung aufgegriffen und ausgeschlachtet wurde.

Hingegen erstaunt, dass der *Blick* – das deutschsprachige Boulevard-Pendant zum *Le Matin* – nicht als erste Tageszeitung in der Deutschschweiz auf dieses Thema aufmerksam wurde, welches sich doch auf Grund seiner Nachrichtenfaktoren förmlich für einen Primeur in den Boulevardmedien anbot. Stattdessen durfte der Journalist Maurice Thiriet vom *TA* den Primeur für sich reklamieren – inklusive der zweifelhaften Ehre, das Schlagwort «Massenbesäufnis» eingeführt zu haben, welches ab diesem Tag immer wieder in vielen deutschsprachigen Artikeln im Zusammenhang mit Botellones auftauchen sollte.

Eine Vermutung könnte sein, dass die Redaktion des *TA* Kontakte über die schweizerische Sprachgrenze unterhält und auch französischsprachige Zeitungen auf interessante Themen durchsieht. Dies würde ein klarer zeitlicher Vorteil gegenüber anderen, sprachregional isolierten und weniger ambitionierten Redaktionen bedeuten.

### 6.2.2 Boulevard

Die Hypothese 2b lautet wie folgt:

Boulevardzeitungen und dem Boulevard nahestehende Zeitungen haben sich dem Thema bezüglich Anzahl und Umfang der Artikel am Ausführlichsten angenommen.

**Operationalisierung** Die codierten Artikel werden nach Variable 4 (Medium) gruppiert, gezählt und die Variable 8 (Anzahl Wörter) der einzelnen Artikel zu einem Total addiert. Die zwei Tageszeitungen *Blick* und *Le Matin* führen die Rangliste in ihrer Sprachregion an, der *SoBli* die Rangliste der Sonntagszeitungen.

**Ergebnisse** Nicht etwa der *Blick* ist die Tageszeitung in der Deutschschweiz, welche die Thematik «Botellón» am häufigsten aufgriff und am umfangreichsten diskutierte, sondern der *TA*. Die Unterschiede sind frappant: Der *TA* druckte 23 290 Wörter (vgl. Abbildung 6 auf S. 58) in 53 Beiträgen (vgl. Abbildung 5 auf S. 58) ab, während es der *Blick* nur auf 16 Beiträge mit 6 061 Wörter brachte.

Auch bei der Untersuchung der französischsprachigen Presse konnte die Hypothese ebenfalls nicht verifiziert werden: *Le Matin* (26 Artikel mit 11 698 Wörter) wurde von *24 heures* (28 Artikel mit 12 393 Wörter) auf Platz 2 verwiesen.

**Verifikation/Falsifikation** Die Hypothese wurde falsifiziert.

**Interpretation** Kepplinger und Ehmig (2006) haben in ihrer Zwei-Komponenten-Theorie postuliert, dass Redaktionen Nachrichtenfaktoren unterschiedlich bewerten und deshalb gewisse Themen prominent, häufig und mit grossem Umfang publizieren, während andere Redaktionen Meldungen zum selben Thema entweder gar nicht oder in viel kleinerem Umfang und unprominent abdrucken (Maier, Stengel und Marschall 2010:19).

Zwar konnte mit der hier behandelten Frage bewiesen werden, dass dieser Befund (auch) beim Thema «Botellón» zutrifft. Wider Erwarten sprachen die Nachrichtenfaktoren des Themas aber nicht hauptsächlich Boulevardmedien an, obwohl laut den Autoren der Theorie gerade diese Zeitungstypen besonders auf die Nachrichtenfaktoren «Schaden» und «Aggression» aus der Faktorendimension «Valenz» ansprechen (Maier, Stengel und Marschall 2010:104), welche wie im vorangegangenen Abschnitt aufgezeigt einen beachtlichen Anteil der Berichterstattung ausmachte (vgl. Abschnitt 6.1.1 auf S. 44).

Nicht nur war es wider Erwarten der *TA*, welcher als erste deutschsprachige Zeitung einen Artikel über Botellones in der Schweiz publizierte – im Laufe der zwei Monate wurden in diesem Presseerzeugnis insgesamt 53 Beiträge veröffentlicht, die das Phänomen Botellón behandelten. Diese Zahl ist annähernd doppelt so gross wie diejenige der zweitplatzierten *24 heures*. Dies macht die Tageszeitung quasi zum «Hausorgan» der zürcherischen Botellón-Bewegung – keine andere der untersuchten Tageszeitungen kommt bezüglich Frequenz und Umfang nur

annähernd an diese heran. Diese Fokussierung kann zum Teil sicherlich damit erklärt werden, dass in Zürich der mit 2 000 Personen teilnehmermässig grösste Botellón der Schweiz stattfand und die Redaktion des *TA* in Zürich angesiedelt ist. Doch mit dem Standort der Redaktion allein lässt sich diese Anhäufung nicht erklären, denn auch die Redaktionsräume der *NZZ* (21 Artikel mit 7 122 Wörter) und des *Blicks* (Tageszeitungen aus zwei anderen Verlagen) befinden sich in Zürich, und beide haben bei weitem nicht derart häufig und umfangreich über die Botellóns geschrieben (16 mit 6 061 respektive 8 Artikel mit 4 323 Wörtern).

Bezug nehmend auf die Nachrichtenwerttheorie könnte behauptet werden, dass die Journalisten und die Redaktion des *TA* das Thema von allen schweizerischen Redaktionen am Relevantesten einschätzten und diese Medienschaffenden gleichzeitig wohl auch der Überzeugung waren, dass die Leserschaft diese Auffassung mit ihnen teilte. Dass der *TA* dem *Blick* damit den Rang als Boulevardzeitung streitig machen wollte, scheint kaum vertretbar. Ein bedeutender Punkt für das Vorpreschen des *TA* könnte sein, dass die Zeitung auch einen Bund für Stadt und Kanton Zürich aufweist und sich so direkt und bewusst an die Lokalbevölkerung richtet. Der *Blick* hingegen positioniert sich als nationale Zeitung für die deutschsprachige Schweiz und verzichtet auf einen Lokalteil. Ein für Zürich angekündigter Botellón würde so vermutungsgemäss einen viel grösseren Teil der Leserschaft des *TA* ansprechen als des *Blicks*.

### 6.2.3 Abflauen

Hypothese 2c lautet wie folgt:

Der Veranstaltungstermin gilt als Trennlinie: Die Medien veröffentlichten *vor* dem Ereignis eine Vielzahl von Artikeln und schürten so die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Auf Grund der unspektakulären Besucherzahlen und Ereignislosigkeit an den Anlässen nahm die Berichterstattung im Nachgang zu den Botellones hingegen äusserst rasch ab, und zwar sowohl bezüglich Frequenz als auch bezüglich Umfang der Artikel.

**Operationalisierung** Die Hypothese benötigt umfangreiche Auswertungen der codierten Artikel. Zuerst einmal gilt es, all diejenigen Artikel auszuwählen, die sich auf einen Botellón in einer bestimmten Stadt beziehen. Dies geschieht mit Rückgriff auf die Variable 9 (Veranstal-

## 6 Ergebnisse

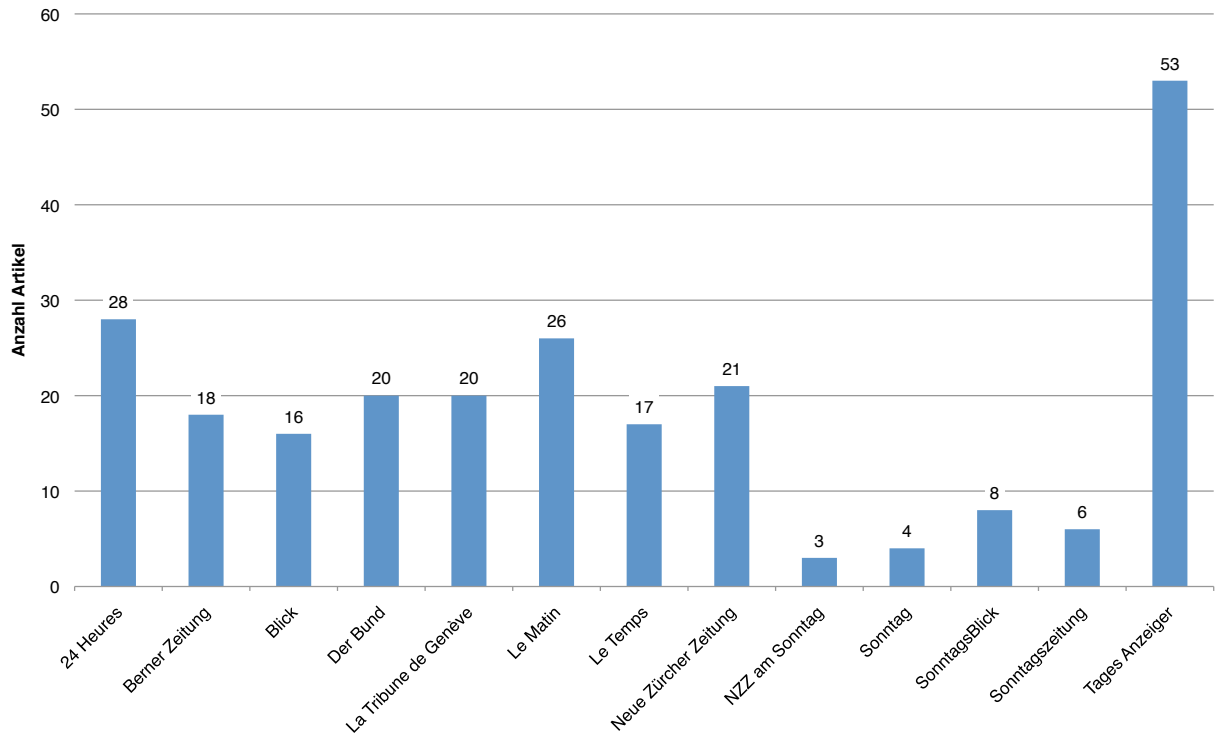


Abbildung 5: Anzahl Artikel nach Medium  
n = 240

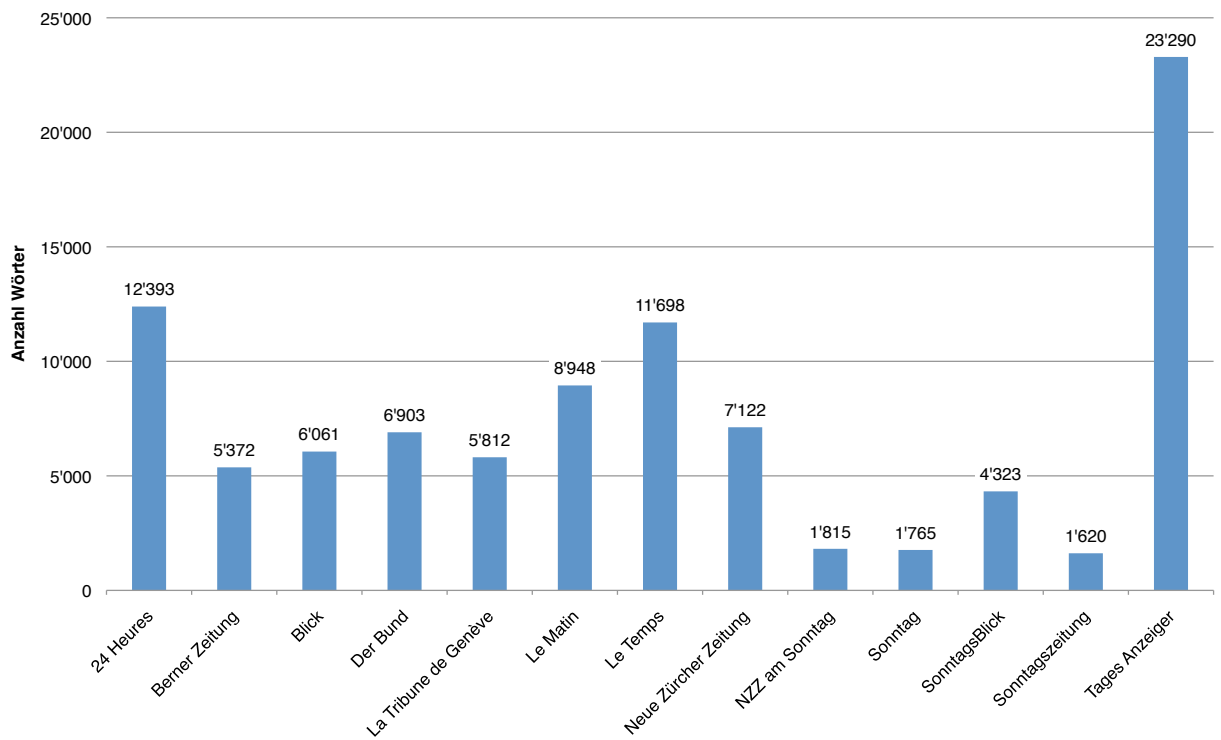


Abbildung 6: Anzahl Wörter nach Medium



tungsort). Es werden dabei aus Gründen des Arbeitsaufwandes zur Auswertung nur die vier Veranstaltungsorte Bern, Genf, Lausanne und Zürich beachtet.

Das Aufkommen und der Umfang der Artikel kann als Deutungshilfe chronologisch dargestellt werden, wobei auf der Zeitachse auch derjenige Tag zu markieren ist, an welchem der Botellón schlussendlich stattfand (oder stattfinden sollte). Eine Auflistung aller angekündigter Botellones in Schweizer Städten ist für diese Aufgabe unabdingbar (vgl. Tabelle 3 auf S. 84).

Um die Hypothese zu verifizieren, müssen die veröffentlichten Artikel und deren Umfang (Variable 8: Anzahl Wörter) berechnet werden – und zwar unterteilt in die Zeit *vor* und *nach* dem Botellón. Der Tag, an welchem der Botellón durchgeführt wurde, wird dabei zur Periode *vor* dem Botellón gezählt, weil die Ereignisse jeweils erst am Abend ihren Lauf nahmen – also nachdem die Zeitungen längst gedruckt und ausgeliefert worden waren. Die Summen der Artikel und Wörter vor dem Ereignis müssen höher sein als die Werte nach dem Ereignis.

**Ergebnisse** Die Berichterstattung über die Botellones in den Städten Bern, Zürich und Genf intensivierte sich *nach* den Ereignissen (vgl. Tabelle 2 auf S. 60). Zeitungstexte, die Botellones in diesen Städten behandelten, nahmen im Nachgang zu – über Zürich hielt sich die Zahl der Texte vor und nach dem Ereignis in etwa in der Waage (vgl. Abbildung 10 auf S. 62), über Bern verdoppelte sie sich (vgl. Abbildung 9 auf S. 62) und für Genf nahm die Zahl um einen Viertel zu (vgl. Abbildung 7 auf S. 61). Am Umfang der Berichte (Anzahl Wörter) ist aber erkennbar, dass für Bern zwar mehr Texte erschienen, diese aber durchschnittlich 40 Wörter weniger enthielten als im Vorfeld. Dasselbe Phänomen lässt sich auch für über Genf nachweisen. Einzig in Zürich nahm der Umfang der Texte markant zu. Ein völlig anderes Bild präsentiert sich in der Berichterstattung über den Lausanner Botellón: Nach dem Ereignis erschienen nur noch gerade drei Texte (vgl. Abbildung 8 auf S. 61), die zudem von ihrem Umfang her auch äusserst kurz ausfielen.

**Verifikation/Falsifikation** Die Hypothese ist falsifiziert.

**Interpretation** Für den Lausanner Botellón, welcher bereits im Vorfeld von den Behörden verboten und von den Organisatoren abgesagt werden musste, lässt sich klar aufzeigen, dass

	vorher			nachher		
	Artikel	Wörter	Schnitt	Artikel	Wörter	Schnitt
Bern	7	2 104	301	16	4 209	263
Zürich	30	10 587	353	31	14 104	455
Genf	20	7 742	387	25	8 763	351
Lausanne	16	8 286	518	3	625	208

Tabelle 2: Intensität der Berichterstattung vor und nach den Botellones

das Medieninteresse nach dem eigentlich vorgeschlagenen Veranstaltungsdatum rasant abflachte. Hingegen blieb das Interesse der Medien an den Vorkommnissen in den Städten Bern, Zürich und Genf weiterhin erhalten. Für die Berichterstattung über diese Botellones wendeten die Blattmacher auch nach den Treffen entsprechend viel und häufig Platz in den Zeitungen auf.

Die Zahlen zeigen, dass sich das Interesse der Tages- und Sonntagspresse an den Botellones nicht schlagartig verflüchtigte, obwohl klar geworden war, dass die Treffen – im Gegensatz zu den vorgängig aufgebauchten Erwartungen – mittelmässig bis schlecht besucht waren. Wieso die Redaktionen die Berichterstattung nicht abrupt zurückfahren, ist anhand dieser quantitativen Auswertung nicht zu erklären.

Eine Vermutung, die in Bezug auf die Themenwahl geprüft werden müsste, lautet, dass die Medien mit ihrer Berichterstattung *nach* den Veranstaltungen die «Verarbeitung» der Treffen durch die Behörden, die Politik und in der Gesellschaft dokumentierten.

## 6.3 Digitale Mobilisierung

### 6.3.1 Internet und Facebook

Hypothese 3a lautet wie folgt:

In den Artikeln über Botellones wird in der Anfangsphase der Berichterstattung oft darauf hingewiesen, dass Botellones über das Internet organisiert werden. In der Mehrheit dieser Artikel wird explizit auf das soziale Netzwerk *Facebook* als Hilfsmittel der Initiatoren verwiesen.

## 6 Ergebnisse

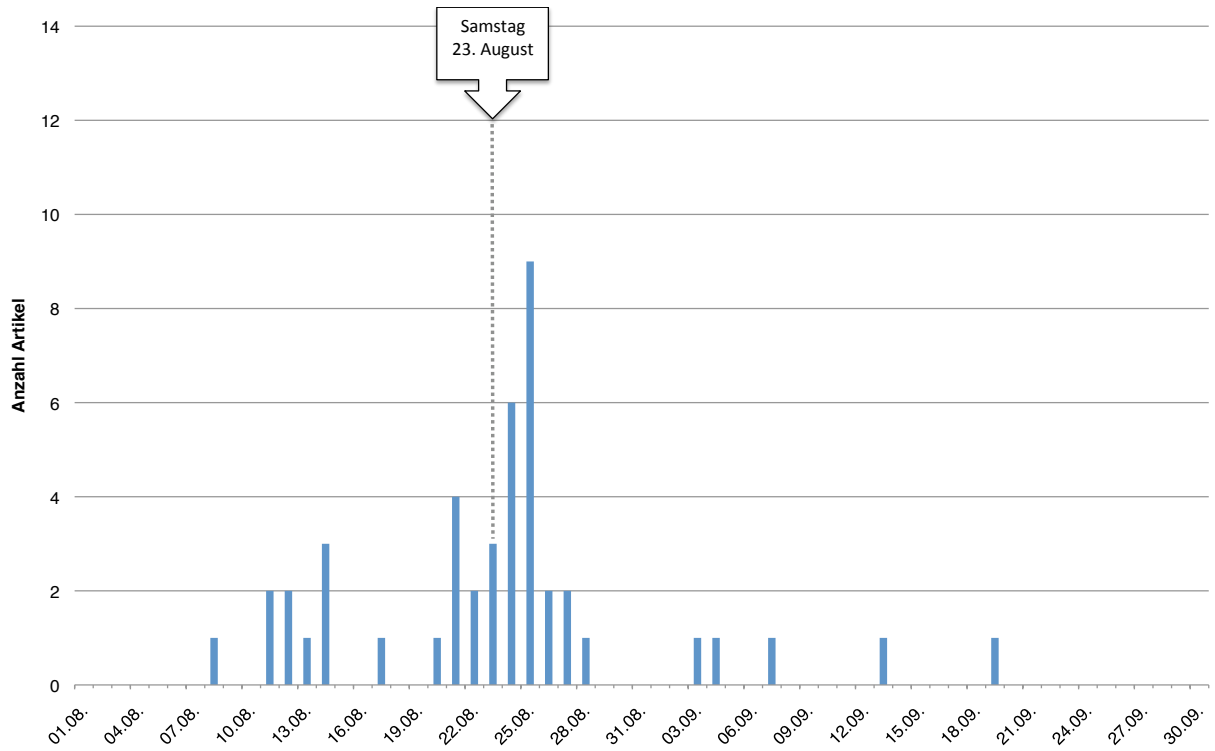


Abbildung 7: Intensität Berichterstattung Genf

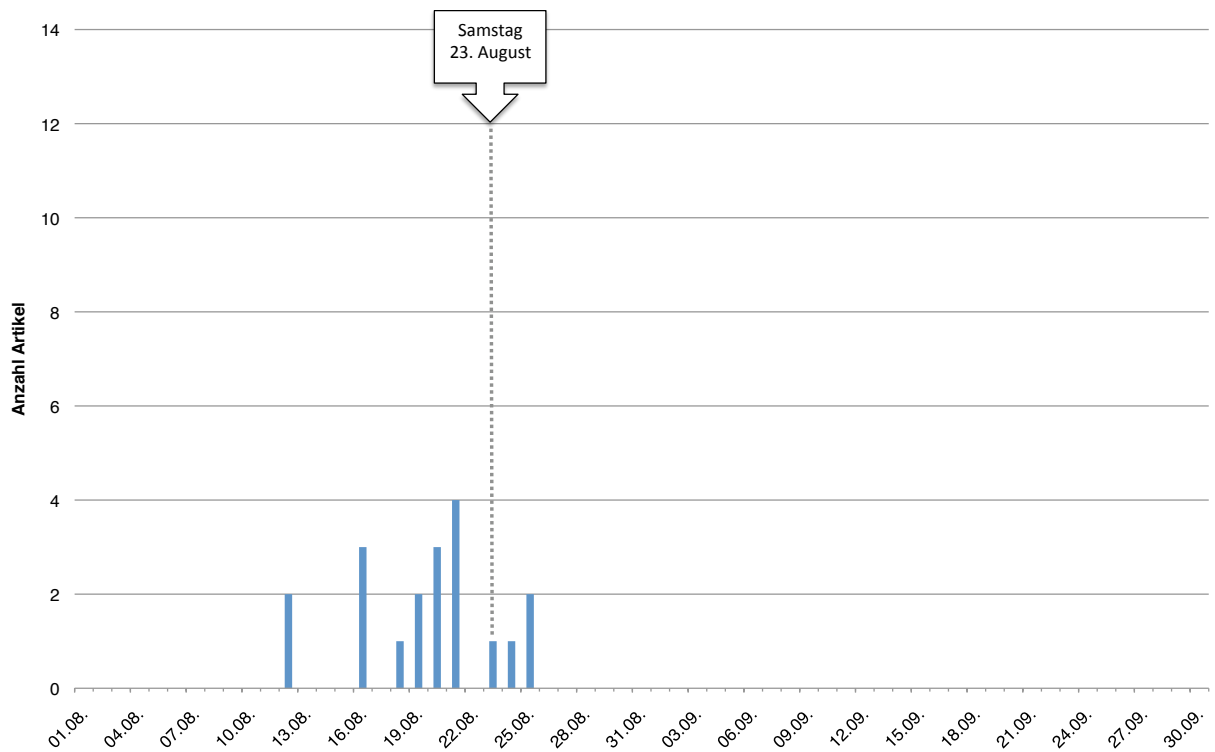


Abbildung 8: Intensität Berichterstattung Lausanne

## 6 Ergebnisse

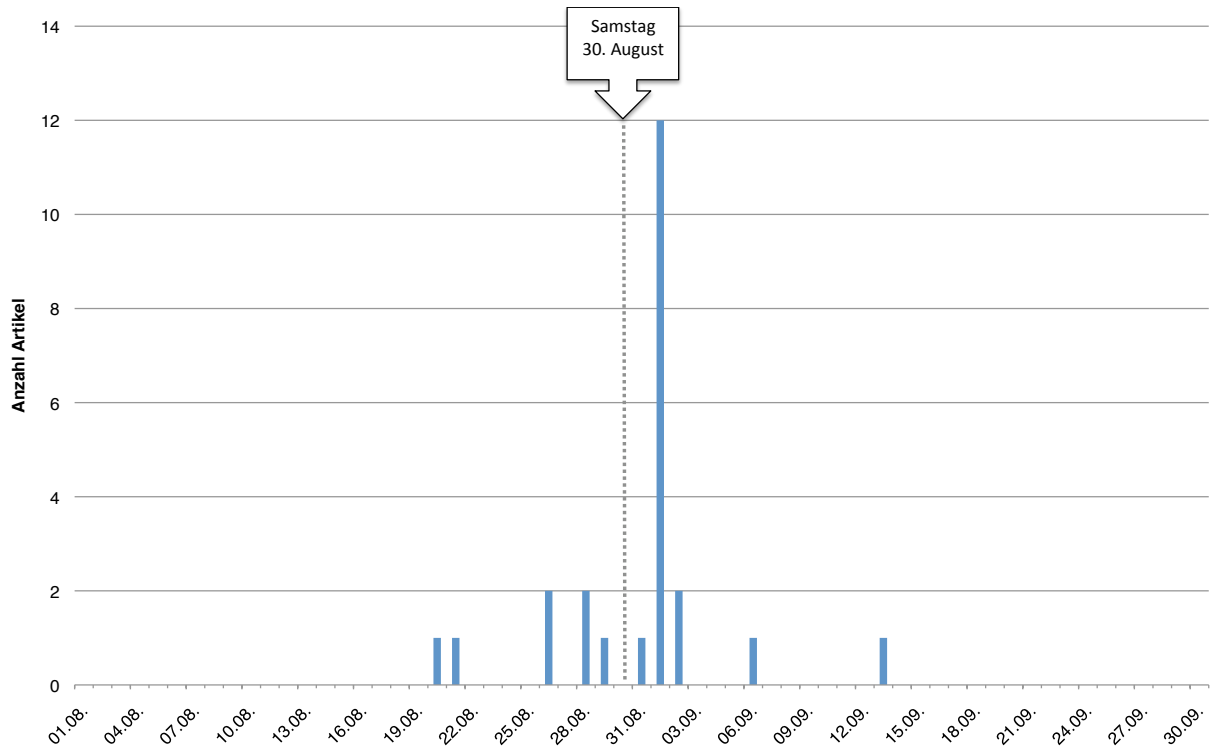


Abbildung 9: Intensität Berichterstattung Bern

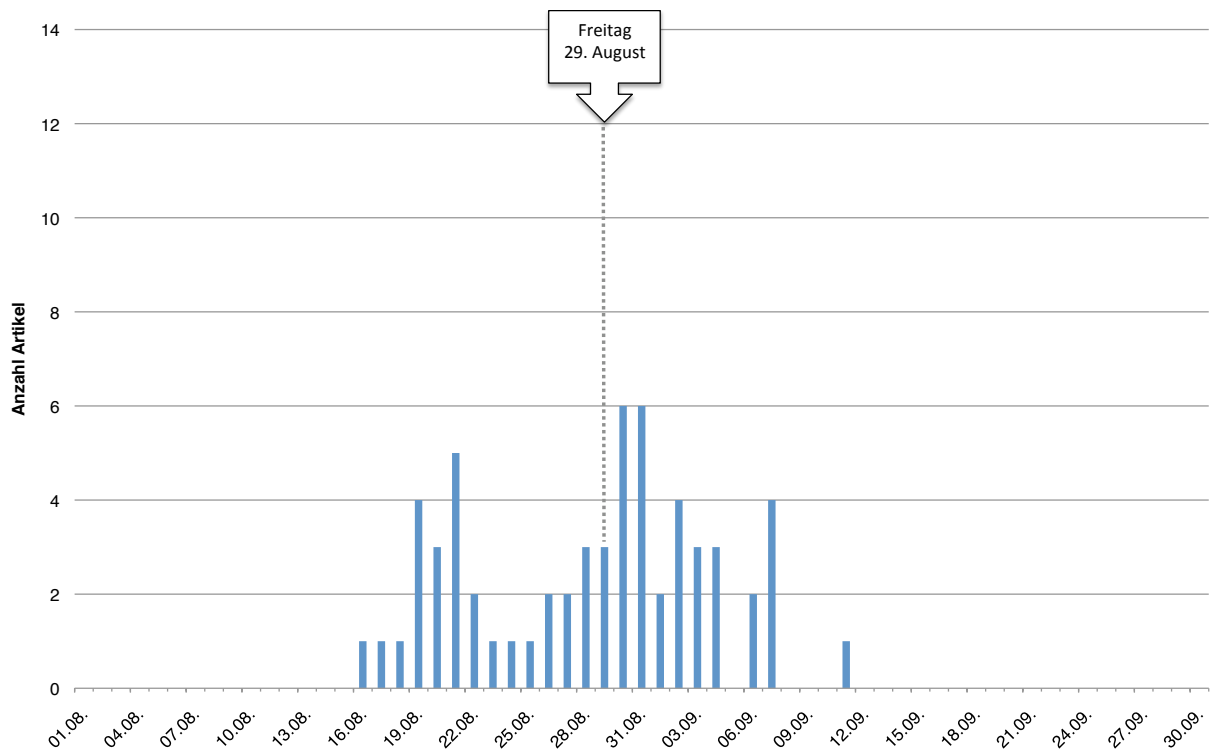


Abbildung 10: Intensität Berichterstattung Zürich

**Operationalisierung** Um die Hypothese 3a zu verifizieren, muss die Mobilisierung über das Internet der Mehrheit aller Artikel angesprochen werden, die vor dem ersten Botellón im Monat August 2008 erschienen sind. Konkret: Es müssen alle Artikel gezählt werden, bei denen die Variable 20 den Wert 1 trägt und die zwischen dem 1. bis und mit 23. August 2008 erschienen sind. In mindestens der Hälfte dieser Artikel soll weiter der Begriff «Facebook» explizit genannt sein.

**Ergebnisse** Im Zeitraum vom 1. bis und mit 23. August finden sich insgesamt 99 Artikel. In mehr als der Hälfte der Fälle, nämlich in 55 Berichten, wurde erwähnt, dass es sich bei den Botellones um aus dem Internet heraus organisierte Anlässe handelt (vgl. Abbildung 12 auf S. 65). Über den gesamten Untersuchungszeitraum wurde diese Erwähnung in insgesamt 90 Artikeln gemacht. Der Begriff «Facebook» fand dabei in 78 Fällen, sprich in vier Fünfteln der Artikel, Erwähnung.

**Verifikation/Falsifikation** Die Hypothese 3a ist verifiziert.

**Interpretation** Die Analyse zeigt auf, dass die Journalisten in mindestens jedem zweiten Artikel für berichtenswert hielten, dass die Botellones aus dem Internet heraus organisiert wurden. Dass in 80 Prozent dieser Artikel gleichzeitig der Begriff «Facebook» fiel, zeigt zudem, dass man dem sozialen Netzwerk eine nicht zu vernachlässigende Bedeutung beimass. Die Initiatoren der Botellones bedienten sich aus Sicht der Journalisten nicht eines belanglosen und Laien unbekannten technischen Hilfsmittels aus den Tiefen des Internets, sondern ganz spezifisch der Internet-Plattform *Facebook*.<sup>36</sup>

Nachdem die Botellones in der letzten Augustwoche stattgefunden hatten, nahm die Zahl der Artikel rasch ab, in welchen weiterhin auf das Internet als Urheber der Anlässe verwiesen wurde. Der Erklärungsbedarf über die Herkunft und Organisation der Botellones war im Vorfeld der Veranstaltungen deutlich grösser als im Nachgang. Die Journalisten scheinen im Ver-

---

<sup>36</sup> Vereinzelt nahmen Redaktionen denn auch die Berichterstattung über die Botellones zum Anlass, um in Hintergrundartikeln über die Möglichkeiten der Internetplattform zu berichten, wie beispielsweise in *Le Temps*, «Facebook, l'outil pour mobiliser sans peine», 20. August 2008 oder im *TA*, ««Unerträglich, die ewige Bevormundung»», 19. August 2008.

lauf der mehrwöchigen Berichterstattung zunehmend darauf vertraut zu haben, dass der Begriff «Facebook» auf Grund der häufigen Nennung nicht mehr erläutert werden musste. Nach den Ereignissen kümmerten sich die Redaktionen weniger darum, woher und wie die Botellones organisiert worden waren, sondern fokussierten nun auf die Auswirkungen und die Verarbeitung der Anlässe.

### 6.3.2 Teilnehmerzahlen

Hypothese 3b lautet wie folgt:

Die Journalisten nehmen wiederholt Bezug auf die Zahl der Mitglieder der betreffenden *Facebook*-Gruppen respektive die auf *Facebook* einsehbaren Teilnehmerzahlen für die angekündigten Anlässe.

**Operationalisierung** Für mindestens der Hälfte der untersuchten Publikationen finden sich je mindestens zwei Artikel, die für Variable 21 («Mitgliederzahl der betreffenden *Facebook*-Gruppe») einen Wert grösser als 0 erfasst haben. Die Artikel der jeweiligen Zeitung müssen sich auf denselben Veranstaltungsort beziehen (Variable 9 muss bei jedem der gezählten Artikel einer Zeitung identisch sein).

**Ergebnisse** Die Tageszeitungen *TA*, *Blick*, *BZ*, *24 heures*, *Der Bund*, *NZZ* und die *TdG* erwähnten die Mitgliederzahlen der *Facebook*-Gruppen mindestens in zwei Artikeln (vgl. Tabelle 11 auf S. 87). Die Überprüfung der Veranstaltungsorte zeigt, dass dabei einzig die *TdG* nicht mindestens zwei Mal auf denselben Veranstaltungsort Bezug nahm (vgl. Tabelle 12 auf S. 88).

**Verifikation/Falsifikation** Anhand der Ergebnisse gilt Hypothese 2b als verifiziert.

**Interpretation** Die über *Facebook* ersichtliche Zahlen der Mitglieder der *Facebook*-Gruppen fanden immer wieder Eingang in Zeitungsartikel und haben mit grosser Wahrscheinlichkeit für eine wichtige Sogwirkung gegenüber dem Zielpublikum gesorgt. Gleichzeitig führten rasch zunehmende Teilnehmerzahlen einer positiven Rückkoppelung gleich erneut zu mehr Medienpräsenz, wie die chronologisch aufgeführten Textausschnitte über die Nennung von Mitglieder-

## 6 Ergebnisse

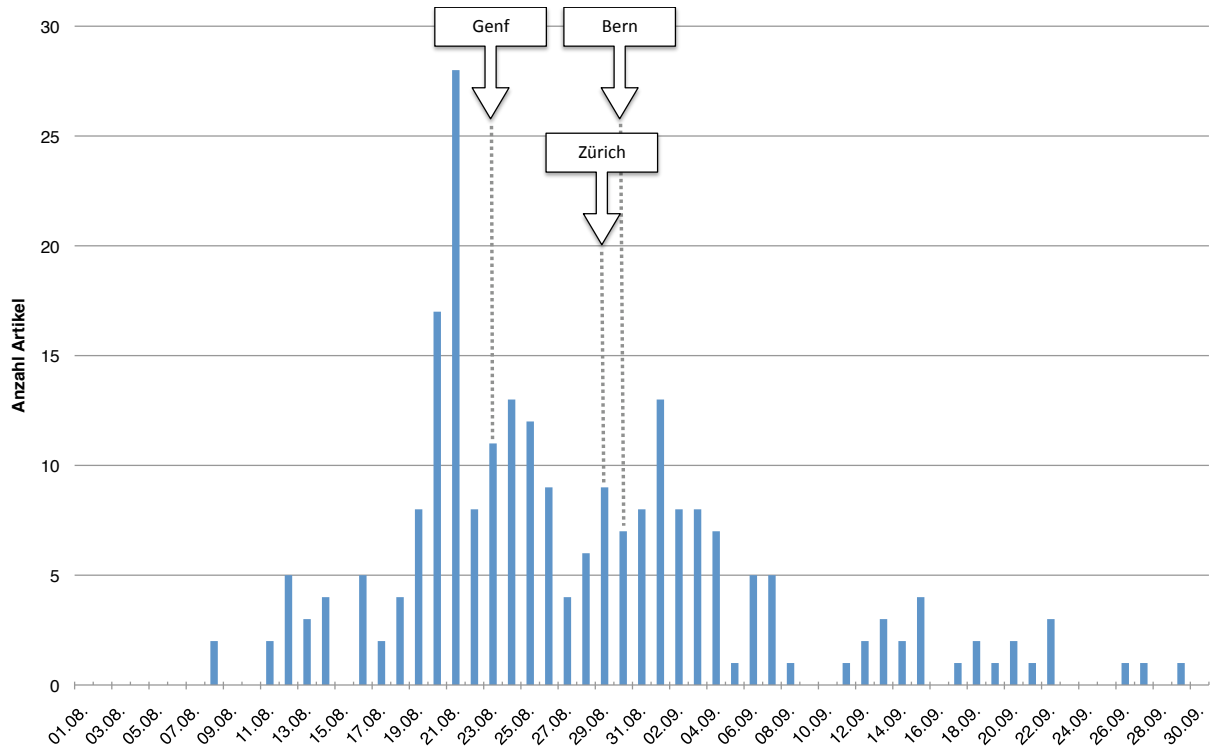


Abbildung 11: Verlauf der Berichterstattung

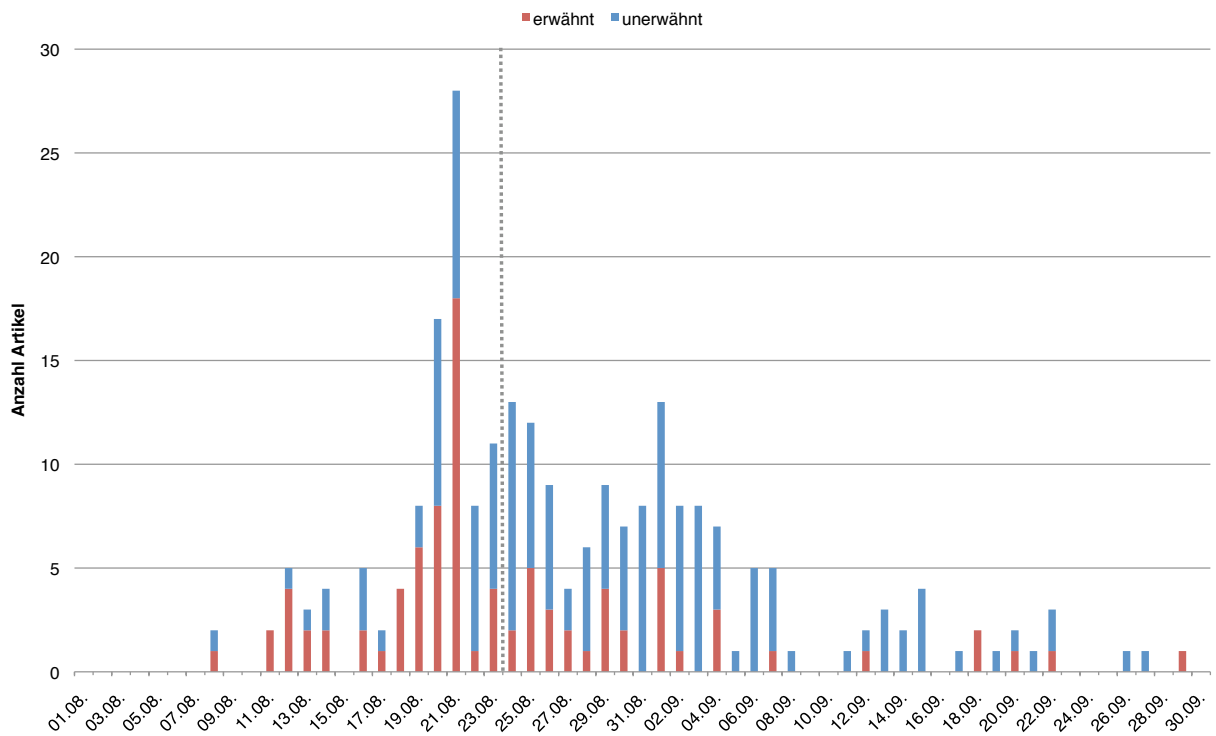


Abbildung 12: Anteil Artikel mit Thema «Mobilisierung über Internet»

und Teilnehmerzahlen auf der Plattform *Facebook* nahelegen (vgl. Abschnitt B auf S. 89). Der Grund dahinter: Je mehr Personen sich für einen Botellón anmeldeten, desto grösser war auch das Interesse der Journalisten. Einerseits, weil die Anlässe offensichtlich den Geschmack der Jugend zu treffen schienen, andererseits wohl aber auch, weil die zu erwartenden Konflikte mit jedem Teilnehmer grösser und intensiver zu werden drohten.

Zeichnet man aus den in den Artikeln genannten Zahlen einen entsprechenden Verlauf über mehrere Tage hinweg, wie beispielsweise für die heute noch bestehende Gruppe «1st Official Züri Botellón»<sup>37</sup>, kann man die Entwicklung sehr gut abschätzen. (vgl. Abbildung 13 auf S. 67).<sup>38</sup> Die Grafik zeigt eine während fünf Tagen annähernd gleichmässig und sehr rasch ansteigende Teilnehmerzahl der *Facebook*-Gruppe von 2 700 auf 6 000 Mitgliedern. Der Anstieg der Teilnehmer geht mit einer starken Zunahme der Zeitungsartikel über den Zürcher Botellón einher (Variable 9 trägt den Wert 4) – die gegenseitige Beeinflussung der beiden Entwicklungen erscheint völlig plausibel.<sup>39</sup>

Monokausale Erklärungsversuche sind hier aber fehl am Platz. Bei der raschen Zunahme der Gruppenmitglieder spielte sicherlich auch die omniprésente Mund-zu-Mund-Propaganda im sozialen Netzwerk *Facebook* selber eine gewichtige Rolle: Nicht nur konnten sich Benutzer mit einem Mausklick zu einem Ereignis anmelden, den Teilnehmern war es im unmittelbaren Nachgang an die Anmeldung zum Botellón auch möglich, den gesamten Kollegenkreis auf die Veranstaltung hinzuweisen und einzuladen (nachfolgend zur Unterscheidung als «aktive» Einladung bezeichnet). Indem Benutzer in der Aktivitätschronologie auf ihrer Startseite von *Facebook* zudem auf einen Blick sahen, welche Kollegen sich ebenfalls für den Anlass angemeldet hatten, war eine Einladung durch Kollegen nicht zwingend nötig – durch die vielen Meldun-

<sup>37</sup> <http://www.facebook.com/event.php?eid=26758826886>

<sup>38</sup> Leider ist es mit den von *Facebook* zur Verfügung gestellten Informationen rückwirkend nicht möglich, den Anstieg der Mitglieder der *Facebook*-Gruppen stündlich – oder zumindest in Tagesintervallen – auszuweisen. Man ist auf die Zwischenstandsmeldungen in der Tagespresse angewiesen, um die Teilnehmerzahlen einigermaßen zuverlässig zu rekonstruieren.

<sup>39</sup> Während die meisten Artikel von der Gesamtzahl der Gruppenmitglieder sprachen, die sich heute auf über 9 000 Personen beläuft, nannten Artikel in der Boulevardzeitung *Blick* am 27. und 30. August plötzlich nur noch 1 700 respektive 1 826 für den Anlass gemeldete Personen. Der Autor der Facharbeit geht davon aus, dass die Journalisten der anderen Zeitungen die Mitgliederzahl der *Facebook*-Gruppe zum zürcherischen Botellón berichteten, während sich der *Blick*-Reporter auf den *Facebook*-Event zum Zürcher Botellón bezog. Im Unterschied zur Gruppenzugehörigkeit können Benutzer bei einem Event angeben, ob sie daran teilnehmen (im *Facebook*-Jargon: «attending»), nicht teilnehmen («not attending») oder sich noch nicht sicher sind («maybe attending»).



## 6 Ergebnisse

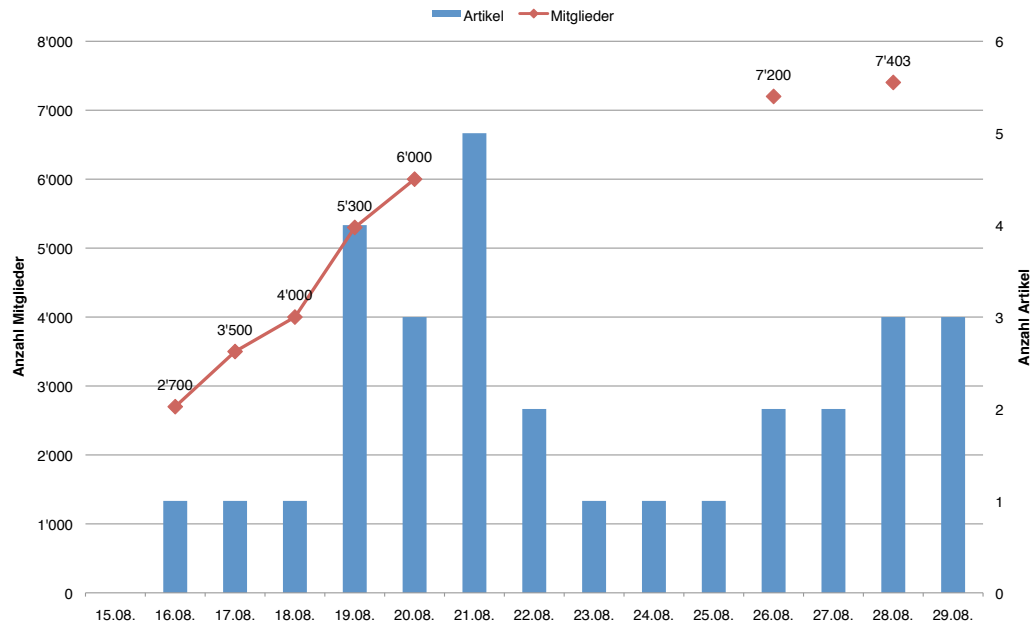


Abbildung 13: Mitgliederwachstum der Gruppe «1st Official Züri Botellón» im Vergleich zur Zahl der Artikel mit Thema «Botellón Zürich»

(Angaben über die Zahl der Gruppenmitglieder in den Tageszeitungen werden als Zahlen vom Vorabend erachtet, an welchem die Artikel für die Zeitungsausgabe des nächsten Tages verfasst wurden)

QUELLEN: Zitate ab S. 89f.

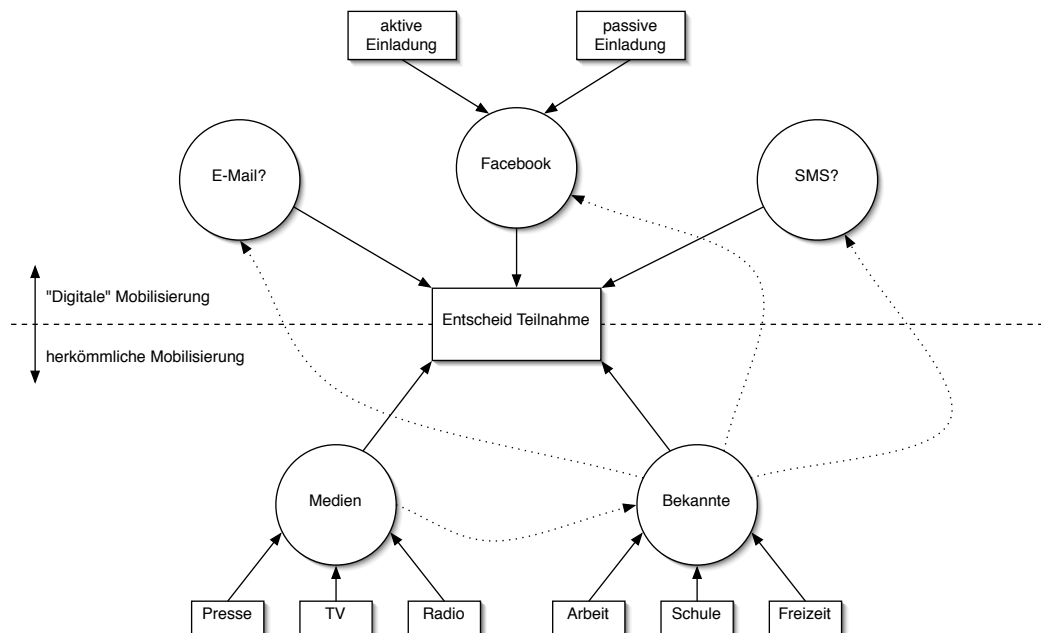


Abbildung 14: Beweggründe zur Teilnahme an einem Botellón im Sommer 2008 in der Schweiz

gen, dass sich *Facebook*-Freunde für ein und denselben Botellón angemeldet hatten, wurde das Interesse weiterer Benutzer geweckt, welche nun durch diese «passive» Form von Einladung ebenfalls Mitglied der Gruppe wurden. Diese Funktionen des sozialen Netzwerks *Facebook* bildeten die Grundlage der «digitalen Mobilisierung» zur Teilnahme an Botellones.

Dieser Schneeballeffekt gab den jeweiligen Botellones eine starke Plausibilität und Kreditibilität. Die Wahrscheinlichkeit zur Teilnahme an einem solchen Anlass wurde auf einen Schlag viel grösser, sobald man sich gewiss sein konnte, dass auch andere Bekannte vor Ort sein würden. Durch die virtuellen Ankündigungen auf *Facebook* und später der an Fahrt aufnehmenden Berichterstattung in den Medien konnten Botellones nicht mehr als dummes Geschwätz von einigen wenigen trinklustigen Jugendlichen abgetan werden; die Eintretenswahrscheinlichkeit erhöhte sich mit jedem weiteren Tag und jedem zusätzlichen Benutzer, der sich auf *Facebook* zum Gruppenmitglied machte und seine Teilnahme am Botellón signalisierte.

### 6.3.3 Flashmobs?

Auf Basis dieser Verifikation der beiden Arbeitshypothesen kann folgende darauf aufbauende Hypothese postuliert werden:

Da die Teilnehmer von Botellones analog wie Teilnehmer von Flashmobs über das Internet mobilisiert wurden, kann von einer identischen «digitalen Mobilisierung» gesprochen werden.

Sind die Schweizer Botellones mit aus dem Internet heraus organisierten sozialen Zusammenkünften wie Flashmobs (vgl. Abschnitt 4.1.4 auf S. 25) vergleichbar und folglich als weitere Art von «digital mobilisierten» Anlässen zu verstehen? Sowohl bezüglich der Zusammensetzung der Teilnehmerschar, der Verlautung des Veranstaltungsortes als auch bezüglich der Mobilisierung bestehen starke Zweifel.

**Teilnehmer** An den schweizerischen Botellones versammelten sich auffällig viele Grüppchen. Im Gegensatz zu digital mobilisierten Zusammenkünften wie Flashmobs, Twitter- und Bloggertreffen hatten sich Gruppenmitglieder gemäss der Zeitungsberichte aber nicht über das

Internet kennengelernt, sondern kannten sich aus dem realen Alltag an der Volks- und Berufsschule, aus dem Studium oder von der Arbeitsstelle – anstelle dass die Bekannten wie von anderen Wochenenden gewohnt unter sich feierten, versuchte man es an diesem einen Abend am Botellón, was folgender Reportagetext über den Berner Botellón verdeutlicht:

«Man sei gekommen weil das ganze keinen Sinn ergebe, grölt eine Clique aus dem freiburgischen Cressier. [...] Ebenfalls Angst vor der Öffentlichkeit haben die meisten einer Gruppe, die sich «Bernost» nennt. [...] sein Kollege ergänzt, ebenfalls schreiend: «Schuld sind sowieso die Medien. Ohne euch wären wir nicht hier, sondern zu Hause am Eintrinken». Später gehe es dann weiter ins «Bierhübeli».»  
– BZ, «Mehr Dreck als Rausch», 1. September 2008.

Die Schweizer Botellones stellten kaum ein Massenaufbau heterogener Individuen ohne Bindungen zueinander dar, sondern viel eher eine Ansammlung von verschiedensten Personengruppen, die deutlich stärkere Bindungen *innerhalb* der Gruppen als *zwischen* den Gruppen aufwiesen. Ein Indiz dafür ist, dass sich die Grüppchen im Laufe des Abends weder aufspalteten noch vermischten:

«Gegen 22 Uhr waren geschätzte 1000 Personen auf der Blatterwiese versammelt; die meisten davon sassen nach wie vor in kleinen Grüppchen verteilt auf der Wiese.»  
– NZZ, «Einige Betrunkene und viele Medienvertreter am Zürcher «Botellón»», 30. August 2008.

Die Vermutung liegt nahe, dass sich auch in den in Zürich beobachteten Grüppchen hauptsächlich Personen sammelten, die sich bereits kannten.

**Veranstaltungsort** Im Gegensatz zu Flashmobs waren die Orte und Termine der Veranstaltungen im Vorfeld längst einer breiten Öffentlichkeit bekannt; dies, weil der Besammlungsort und Veranstaltungszeitpunkt sowohl für alle *Facebook*-Benutzer auf der Web-Site des sozialen Netzwerkes einsehbar waren als auch rasch von den Medienschaffenden aufgenommen und in Zeitungsberichte eingearbeitet wurden.

Initiatoren von Flashmobs hingegen versuchen, die genauen Daten und Treffpunkte ihrer Aktionen so lange als möglich unter Verschluss zu halten, um eine vorgängige Avisierung der Polizei, sonstiger Sicherheitskräfte und Medienschaffender zu verhindern.

**Mobilisierung** Auch bezüglich der Mobilisierung der Teilnehmer finden sich grössere Unterschiede. Der Ablauf der Mobilisierung war bei allen für Schweizer Städte angekündigten Botellones derselbe. In seinem Anfangsstadium ähnelt er noch dem Vorgehen zur Organisation eines Flashmobs: Ein oder mehrere Initiatoren eröffneten eine *Facebook*-Gruppe mit einschlägigem Namen oder kündeten einen *Facebook*-Event an,<sup>40</sup> luden ihren *Facebook*-Freundeskreis auf virtuellem Wege zum Anlass ein, worauf Journalisten auf die Gruppen/Events aufmerksam wurden und die Medienberichterstattung über den Anlass einsetzte. Hier trennen sich die Parallelen zwischen Botellón und Flashmob endgültig: Letztere werden normalerweise im Geheimen – oder zumindest möglichst diskret – geplant, um den intendierten Überraschungseffekt nicht zu gefährden.

Durch die Ankündigung eines Botellóns auf *Facebook* war es den Medienschaffenden möglich, ohne grossen Rechercheaufwand und ohne Kontakte zu Informanten einen Ort und einen exakten Veranstaltungstermin zu nennen. Indem *Facebook*-Benutzer mittels eines Mausklicks ihre Teilnahme an einem Botellón signalisierten, war es den Journalisten weiter möglich, das erwartete Ausmass des Massenauflaufes abzuschätzen (vgl. Abschnitt 6.3.2 auf S. 64).

Die so rasch an Fahrt aufnehmende mediale Berichterstattung bewog nicht wenige Jugendliche dazu, sich ebenfalls an einen der auf *Facebook* angekündigten Botellones anzumelden. Diesen Effekt bemerkte auch einer der Organisatoren des Botellón in Bern, der als Administrator der betreffenden *Facebook*-Gruppe den Überblick über die Zahl der Anmeldungen besass:

«Sandro Amstutz, ein 18-jähriger Dachdecker aus Utzenstorf, ist einer der zwei Organisatoren des Botellóns in Bern. [...] «Wir haben mittlerweile 350 Anmeldungen; aber seit heute Morgen der Artikel im *20 Minuten* erschienen ist, steigt die Zahl der Anmeldungen sehr schnell.»

– *Der Bund*, «Massenbesäufnis auf Kommando», 20. August 2008.

Fraglich ist, ob sich *ohne* diese mit Ankündigungen auf *Facebook* einhergehende Medienpräsenz derart viele Jugendliche zur Teilnahme an Botellones angemeldet und dann auch

<sup>40</sup> «1st Official Züri Botellón» unter <http://www.facebook.com/event.php?eid=26758826886>, «Botellon» (Bern) unter <http://www.facebook.com/event.php?eid=24229282685>, «Botellón Winterthur» unter <http://www.facebook.com/group.php?gid=38375703920>, «Solothurn Botellon» unter <http://www.facebook.com/group.php?gid=24256927700>, «Meilemer BOTELLON» unter <http://www.facebook.com/group.php?gid=37393191286> sowie «Botellon - Bellinzona, 20.09.2008» unter <http://www.facebook.com/group.php?gid=27895461875>

wirklich vor Ort erschienen wären. Wissenschaftlich lässt sich diese hypothetische Überlegung weder widerlegen noch belegen.

**Gemeinsamkeiten** Andererseits transportierten Botellones durchaus auch Aspekte von Flashmobs: Es handelte sich um eine (mehr oder weniger) spontane Versammlung, der öffentliche Raum wurde durch die Teilnehmer regelrecht okkupiert, die Teilnehmer übten von der breiten Öffentlichkeit als «sinnfrei»<sup>41</sup> titulierte Aktionen aus und schlussendlich erhofften viele Jugendliche auch eine gewisse Medienpräsenz, was Fotos und Videoaufnahmen von für die Medienschaffenden posierenden alkoholkonsumierenden Jugendlichen in Zeitungen und TV-Reportagen belegen.<sup>42</sup>

### 6.3.4 Facebooks Sternstunde?

Wie bei der Verifizierung von Arbeitshypothese 3a aufgezeigt werden konnte, wurde das soziale Netzwerk *Facebook* in unzähligen Zeitungsartikeln mit Namen erwähnt. Darauf aufbauend kann folgende Hypothese postuliert werden:

Durch die massive Medienpräsenz im Sommer 2008 wurde *Facebook* erstmals einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. Die Plattform konnte diese Gratiswerbung in einen grossen Mitgliederzuwachs umwandeln.

Lassen sich für diese Behauptung Beweise finden? Eine gewichtige Rolle bei der Mobilisierung spielte der Umstand, dass *Facebook* ab dem Frühjahr 2008 in deutscher und französischer Sprache angeboten wurde. Bis dahin musste man des Englischen mächtig sein, um die Plattform zu benutzen. Indem nun das deutsch- und französischsprachige Publikum in der Deutschschweiz und der Romandie direkt angesprochen war, erreichten die Benutzerzahlen auf *Facebook* im Sommer 2008 die kritische Grösse, um solche Anlässe entsprechend breit unter der jugendlichen Bevölkerung der Schweiz zu streuen: Tummelten sich Ende Januar 2008 erst 220 000 Schweizer auf *Facebook*, verdoppelte sich die Zahl bis Ende Juli 2008 annähernd auf

<sup>41</sup> Die Gemeindeexekutive Winterthurs beklagte in einer Stellungnahme im März 2009 über den örtlichen Botellón vom September 2008 beispielsweise das «grundlose, kollektive Rauschtrinken» als «sinnentleertes» Verhalten (TA, «Trinkerei nicht überbewerten», 3. März 2009).

<sup>42</sup> Zum Beispiel im Artikel *SoBli*, «Beim Botellón in Genf floss Alkohol - und Blut», 24. August 2008.

400 000 Personen. Bis Ende August – während der Hochphase der Botellones – kamen hingegen nur 50 000 weitere Benutzer hinzu. Ende September zählte das soziale Netzwerk 600 000 Schweizer *Facebook*-Benutzer, ein Zuwachs von 150 000 Nutzern in 30 Tagen oder 5 000 neuen Nutzern pro Tag (vgl. Tabelle 8 auf S. 86)!<sup>43</sup>

Erstaunlich ist, dass die Benutzerzahlen auf *Facebook* nicht gleichzeitig mit der Aufschaltung der übersetzten Versionen im Februar 2008 abrupt anzusteigen begannen, sondern nach einem stagnierenden Juli zuerst schwach im August und dann sehr stark im September zulegten – in dem Monat also, zu dessen Beginn die Botellón-Welle gerade über die grössten Schweizer Städte geschwappt war und die Medien täglich über das Thema berichteten (vgl. Abbildung 16 auf S. 73). Eine Korrelation zwischen dem Benutzerwachstum von *Facebook*, den schweizerischen Botellones und der damit einhergehenden Berichterstattung ist nicht auszuschliessen, kann anlässlich dieser Arbeit aber nicht wissenschaftlich nachgewiesen werden.

Mark Balsiger, schweizerischer PR-Fachmann und Blogger, hat eine in dieselbe Richtung zielende Hypothese im Sommer 2009 in einem Blog-Artikel veröffentlicht (Balsiger 2009):

«Durch die Dauerberichterstattung während einiger Wochen schaffte, so meine These, diese soziale Netzwerk den grossen Durchbruch in der Schweiz. Unzählige Berichte nannten *Facebook* als Quelle, weil es jeweils Details zu den Veranstaltungen ankündigte. Das blieb nicht ohne Wirkung.»

---

<sup>43</sup> Auskunft von Marcel Bernet, dem Gründer und Mitautor des Blogs [bernetblog.ch](http://bernetblog.ch), per E-Mail vom 2. August 2010. Die Zahlen werden Werbetreibenden von *Facebook* zur Verfügung gestellt. Als «aktive» Nutzer gelten Personen, die sich in den 30 Tagen vor der Messung mindestens einmal eingeloggt haben.

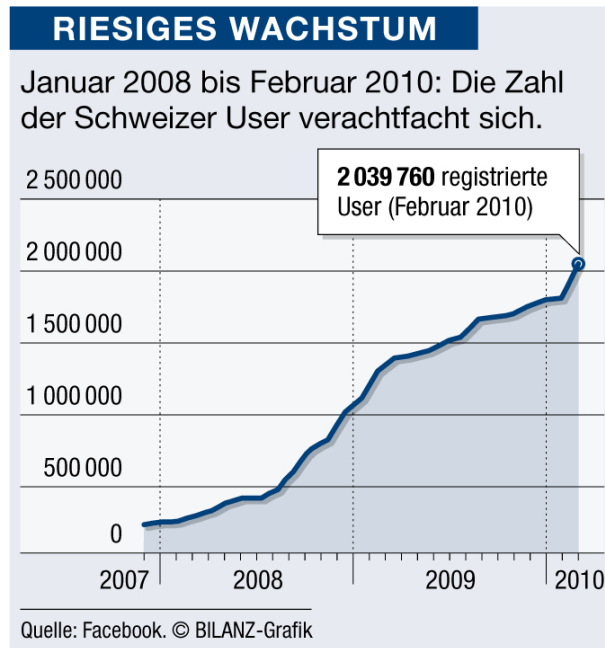


Abbildung 15: Benutzerwachstum *Facebook* Schweiz 2007–2010  
QUELLE: Bilanz (2010)

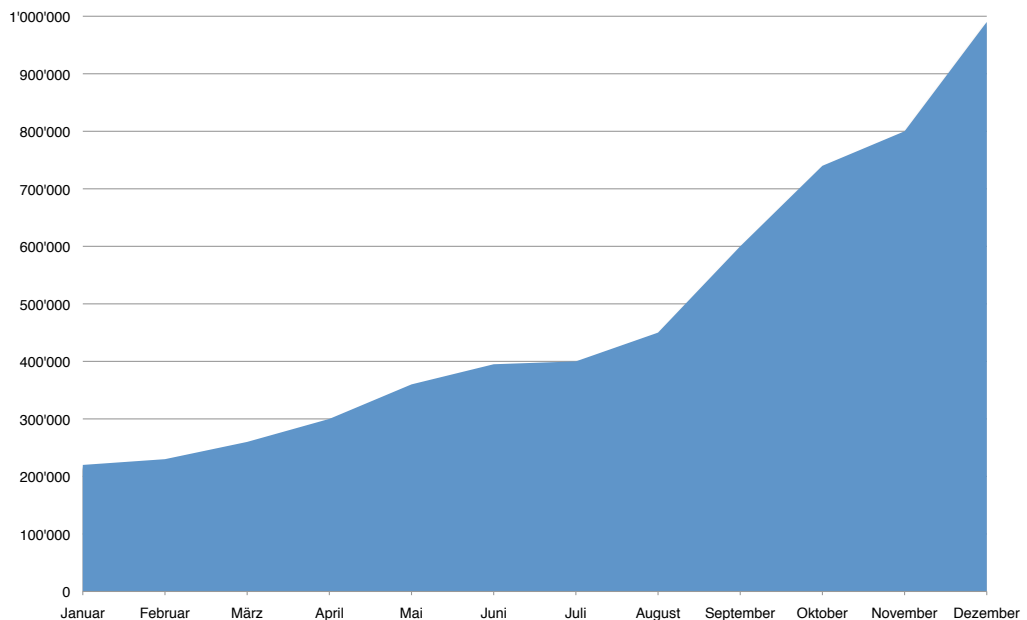


Abbildung 16: Benutzerwachstum *Facebook* Schweiz Januar–Dezember 2008  
QUELLE: bernetblog.ch (vgl. Tabelle 8 auf S. 86)

## 7 Schlussfolgerungen

Es ist unbestritten, dass die Botellones im Sommer 2008 in der Schweizer Medienlandschaft kurzfristig zu einem Grossereignis emporstilisiert wurden. Inwiefern das berühmt-berüchtigte Sommerloch Anlass gab, der Berichterstattung über «Massenbesäufnisse» entsprechend grosse Publizität einzuräumen, kann mit der hier verwendeten Methodik nicht bestimmt werden und war deshalb auch nicht gefragt. Dass sich die Zeitungsredaktionen, in der ereignisarmen «Sauregurkenzeit» bestrebt ihre Publikation mit publikumswirksamen Aufhängern zu füllen, dankend auf solche Ereignisse stürzten, ist dennoch naheliegend.

Wahrscheinlich trugen die von den Medien transportierten negativ konnotierten Erfahrungen, Berichte und Bilder von spanischen Botellones nicht dazu bei, die Behörden und die aufgeschreckte Gesellschaft zu beruhigen. Niemand schien sich dabei aber zu fragen, ob sich die aus Spanien bekannten Zustände eins zu eins auf Schweizer Städte übertragen würden. Es macht den Anschein, als hätten sowohl die Medien als auch Behörden überreagiert, wenn man beispielsweise betrachtet, dass an den Botellónwochenenden nicht signifikant mehr Jugendliche in die Spitäler eingeliefert werden mussten, als dies an einem anderen Sommerwochenende der Fall war. Zwar blieben die Versammlungsorte nicht von Abfallbergen verschont, doch auch hier muss erneut relativiert werden: Auch nach einem botellónfreien Sommerabend müssen Putzequippen am nächsten Tag liegengelassenen Müll von öffentlichen Plätze und Wiesen entfernen. Die durch aus den «Massenbesäufnissen» resultierenden Kosten, die schlussendlich in allen Städten durch die Steuerzahler berappt werden mussten, fielen nicht zuletzt deshalb so hoch aus, weil die Exekutivpolitiker alle erdenklichen Vorsichtsmassnahmen ergriffen und bei Rettungs- und Sicherheitsdiensten vorsorglich mehr Personal aufgeboden hatten, als an einem normalen Sommerabend der Fall gewesen wäre.



## 7 Schlussfolgerungen

Die Zeitungsredaktionen in der Deutsch- und Westschweiz verzichteten im Laufe der zwei untersuchten Monaten mehrheitlich darauf, mittels Hintergrundberichten mehr als nur die neueste Zahl der auf *Facebook* angemeldeten Teilnehmern, Stellungnahmen von Organisatoren, potentiellen Teilnehmern und von besorgten Politikern und sonstigen Amtsträgern abzudrucken. Man beschränkte sich darauf, das Symptom in all seinen negativen Facetten zu beleuchten und das lange bevor die ersten grossen Botellones überhaupt stattgefunden hatten. Die Aufmerksamkeit der verunsicherten Öffentlichkeit wurde von den Medienschaffenden nicht dazu benutzt, um die durchaus brisanten Ursachen hinter jugendlichem Alkoholkonsum, Littering, Sachbeschädigung und Gewalt darzulegen. Viel mehr ging es darum, ein möglichst erschreckendes Szenario zu entwerfen, welches aber rückblickend nicht zur «self-fulfilling prophecy» wurde.

Politiker, von den Ereignissen überrascht, stimmten im Scheinwerferlicht ins Lied der negativen Berichterstattung ein. Für die grösste Kontroverse Sorge dabei Esther Maurer, die in einem Radio-Interview Botellón-Teilnehmer als «im Hirn oben krank» bezeichnete. Polizeidirektoren und Stadtpräsidenten vieler Städte gaben sich in markiger Sprache mit Nulltoleranz zu verstehen, obwohl beispielsweise in Bern die holländischen und schweizerischen Fussballfans wenige Monate zuvor anlässlich der *Euro08* in viel grösserer Ansammlung auf öffentlichen Plätzen mindestens ebenso stark wenn nicht gar schlimmer betranken. Übertragungen der Fussballspiele auf Grossleinwänden wurde von den Städten befürwortet, obwohl klar war, dass viel Alkohol fliessen würde.

Einzig die Genfer Regierung, bereits Mitte Juli und somit noch vor dem Einsetzen der Medienberichterstattung mit dem ersten Botellón konfrontiert, profilierte sich im August nach dem Verbot des zweiten Botellóns mit Augenmass, als der dritte Botellón unter Auflagen und nach Gesprächen mit den Organisatoren geduldet wurde. Die Erfahrungen in Genf gaben dem Vorgehen der Exekutive recht, wenn auch das regnerische Wetter dafür sorgte, dass an dem Anlass nicht derart viele Personen teilnahmen wie im Vorfeld vermutet. Getrübt wurde die Kompromissbereitschaft der Stadtregierung einzig durch die Attacke eines Jugendlichen auf einen Photographen des *SoBli* – welche auf Grund ihres negativen Gehalts in für Boulevardzeitungen typischer Manier ausgeschlachtet wurde. Im Grossen und Ganzen fielen die Botellones in allen Veranstaltungsorten aber kaum durch überbordende Gewalttätigkeiten auf – egal, ob die Auf-

läufe von den Behörden toleriert wurden oder nicht. Vereinzelt kam es durchaus zu Konflikten unter Teilnehmern oder zwischen Teilnehmern und den Sicherheitskräften. Diese waren meist so unspektakulär, dass sich die Berichterstattung nur beiläufig am Rande damit befusste.

Zumindest die zwei Botellones in den deutschschweizer Städten Bern und Zürich mit je 1 200 und 2 000 Teilnehmern hatten eine entsprechende Beachtung durch die Medien durchaus verdient – wobei man sich fragen darf, ob die Veranstaltungen schlussendlich nur so viele Teilnehmer anzogen, weil eben gerade die Medien das Thema im Vorfeld derart aggressiv bewirtschaftet hatten. Jedenfalls erschienen nicht derart viele Jugendliche auf den öffentlichen Plätzen, wie es die Teilnehmerzahlen und Anmeldungen der *Facebook*-Gruppen im Vorfeld vermuten liessen. Dass am Zulauf die Medienberichterstattung in faktisch jeder schweizerischen Zeitung mit (über)regionaler Ausstrahlung einen nicht unwesentlichen Anteil hatte, zeigten die Reaktionen der Teilnehmer bei der Konfrontation mit Journalisten und Photographen. Nur allzugerne liessen sich viele Jugendliche mit alkoholischen Getränken in den Händen posierend ablichten, im Wissen darum, dass ihre Antlitze am nächsten Tag die Zeitungsberichte der Boulevardblätter und Zeitungsberichte schmücken würden. Dass das Verhältnis der Jugendlichen gegenüber der Medienvertreter äusserst ambivalent war, zeigen aber auch einige Reportagen, die von wüsten Beschimpfungen gegen Medienschaffende und gar von einem tätlichen Angriff auf einen Photographen des *SoBli* in Genf berichten.

Über den zürcherischen Botellón erschienen mit Abstand die meisten Berichte. Die Gründe liegen einerseits in der Grösse des Anlasses, welcher mit über 2 000 Teilnehmern der in diesem Sommer der am Besten besuchteste Botellón war. Andererseits war für die Publizität sicherlich förderlich, dass sechs der 13 untersuchten Zeitungen ihre Redaktionsräume in der Stadt Zürich liegen haben. Bis heute gilt der Anlass auf der Blatterwiese als grösster je in der Schweiz durchgeführte Botellón – verglichen mit spanischen Macrobotellones mit mehreren zehntausenden Teilnehmer war er aber dann doch nicht mehr als ein «Mini-Botellón» und folglich nichts mehr als ein schwacher Abklatsch der grossen Vorbilder aus Spanien.

Die Berichterstattung für alle Veranstaltungsorte lässt sich in eine Aufbauschungsphase vor und in eine Verarbeitungsphase nach den Anlässen unterteilen. Obwohl die Anlässe kaum derart weitreichende negative Konsequenzen mit sich brachten wie befürchtet, verwendeten die

Zeitungen auch im Nachgang viel Raum, um über Schäden, deren Behebung, die angefallenen Kosten wie auch über die Reaktionen der Bevölkerung und Leserschaft zu berichten. Wo Parlamente tagten, wurden auch sehr gerne markige Wortmeldungen der Botellón-Kritiker veröffentlicht. Da sich solche Grossanlässe nicht mehr wiederholten<sup>44</sup> und mit der Zeit alles diskutiert schien, was es bezüglich der Botellones zu diskutieren gab, schief die Berichterstattung Mitte September 2008 quer durch die ganze Schweizer Presselandschaft hindurch endgültig ein. Neben der Unspektakularität der Anlässe – etwas, das auch nicht unbemerkt an den Jugendlichen vorbeigegangen war – schmälerten das Ende der Ferienzeit und die kühleren Temperaturen den Reiz zur Durchführung weiterer Botellones weiter.

Die grösste Überraschung der Untersuchung war, wie häufig und in welchem Umfang der *TA* die Botellón-Thematik aufgriff. Nicht nur war es der *TA*, welcher als erste deutschsprachige Zeitung einen Artikel über Botellones in der Schweiz publizierte, seine Redaktion verleibte sich das Thema ein und publizierte in den zwei Monaten des Untersuchungszeitraum so häufig Artikel wie keine andere Zeitung nur annäherungsweise – auch bezüglich Artikelumfang stellt sich der *TA* die Spitze. Ob dies ein Anzeichen dafür ist, dass der *TA* boulevardeske Bezüge übernommen hat, ist fraglich: Wahrscheinlicher ist, dass die Zeitung es als wichtig erachtete, die mehrheitlich im Grossraum Zürich lebende Leserschaft über die sich anbahnenden Ereignisse in ihrer Kantonshauptstadt auf dem Laufenden zu halten. Die Tendenz zur Boulevardisierung genau dieses Themas in Tageszeitungen, die sonst den Qualitätserzeugnissen zuzuordnen sind, ist aber nicht abzustreiten: Die einschlägigen Boulevardblätter wurden meines Erachtens vom *TA* wie auch der *BZ* teilweise links überholt.

Von all den untersuchten Zeitungen sticht – wenig überraschend – die Qualitätszeitung *NZZ* hervor, die als einzige Zeitung einen eigenständigen, ausführlichen Artikel publizierte, in welchem der Autor Rainer Stadler<sup>45</sup> die Rolle der schweizerischen Medien und deren Botellón-Berichterstattung kritisch würdigte (*NZZ*, «Was für grosse Flaschen», 29. August 2008). Dabei war die aus seiner Sicht misslungene Eindeutschung des Begriffes «botellón» mit dem äusserst

---

<sup>44</sup> Im September 2008 wurden in anderen Städten noch vereinzelt kleine Botellones mit fünf bis 500 Teilnehmern gezählt (vgl. Tabelle 3 auf S. 84).

<sup>45</sup> Nicht von ungefähr ist Stadler in der Redaktion Schweiz und Medien zuständig für «Medienpolitik, Medienberichterstattung und medienethische Fragen» (*NZZ* Online 2010).

negativ behafteten Wort «Massenbesäufnis» nur der Anfang vieler Verfehlungen der schweizerischen Medienindustrie. Sein eigener Berufsstand habe im Eifer des Gefechts seine eigenen Grundsätze über Bord geworfen:

«Erst alarmieren, dann kritisieren und zuletzt informieren: Das bedeutet eine Umkehrung der klassischen journalistischen Verhaltensregeln.»

– NZZ, «Was für grosse Flaschen; Die wunderbare Karriere des Worts «Massenbesäufnis», 29. August 2008.

So kritisch die Rolle der Medien betrachtet werden muss, eine Errungenschaft darf ihnen klar zugeschrieben werden: Nämlich den Begriff «botellón» mit Nachdruck im Sprachgebrauch der französisch- und deutschsprachigen Schweiz verankert zu haben. Nicht nur galt der Begriff Ende des Jahres als einer der Favoriten in der Wahl zum Wort des Jahres 2008, sondern fand bereits in den zwei Sommermonaten August und September 2008 Einzug in viele Zeitungsartikel, die mit den eigentlichen Ereignissen kaum etwas zu tun hatten. Botellones wurden plötzlich mit vielen unterschiedlichen Tätigkeiten in Verbindung gebracht, die Menschenansammlungen in der Öffentlichkeit und/oder Alkoholkonsum – in welchen Mengen auch immer – beinhaltete. Das Wort vernahm man auf einmal in imaginären Gesprächen unter Altersheimbewohnern und man konnte es angeblich auch in Werbesprüchen von offensichtlich äusserst rasch auf den Markt reagierenden Pizzakurieren lesen.<sup>46</sup>

Unbestritten ist, dass die schweizerischen Botellones über das Internet, respektive über das soziale Online-Netzwerk *Facebook*, initiiert wurden. Am Anfang eines jeden in der Schweiz durchgeführten Botellóns stand eine Mobilisierung im digitalen Raum, sprich die Ankündigung eines Anlasses mit Ort, Datum und Uhrzeit auf *Facebook* und eine erste Welle von Teilnahmebekundungen von Seiten der mit den Initiatoren verbundenen *Facebook*-Bekanntschaften. Ohne diese Vorarbeit hätten die Anlässe den Weg nicht in die breite Öffentlichkeit gefunden. Der wohl grösste Gewinner des Botellón-Sommers war ganz klar das soziale Netzwerk *Face-*

<sup>46</sup> Das Sommerthema wurde in mindestens zwei Glossen eingeflechtet, die sonst keinen inhaltlichen Bezug zu den Botellones hatten: «[...] So wie auf der Leuchtschrift des Pizzakuriers an der Schimmelstrasse in Zürich: «Hast du ein Kater vom Botellon. Dann ruf uns an, wir liefern schon», war gestern zu lesen.» (*TA*, «Na, Kinder, wollen wir mal basteln?», 1. September 2009) sowie «[...] dass wir beim Zvieri in unserer Seniorenresidenz all die neumödischen olympischen Disziplinen aufzählten, die es noch nicht gab damals, 1928 in Amsterdam, und da kamen wir vom «Wyberschutten» (Zitat Herr Winzenried) über Beachvolley und Mountainbike bis zu Taekwondo, und da geschah es. «Und dann noch Botellón!» warf Frau Winzenried in die Runde, [...]» (*Der Bund*, «Botellón im Seniorenheim», 23. August 2008).

*book*: Während zwei Wochen erhielt die damals in der Schweiz noch nicht sehr verbreitete Plattform faktisch täglich kostenlose Werbung und konnte zugleich für die gesamte Schweizer Öffentlichkeit sichtbar ihr Potential zur raschen und wirksamen Mobilisierung tausender Nutzer aufzeigen. Der Vergleich der ab Januar 2008 monatlich verfügbaren Zahlen der Schweizer Nutzer zeigt auf jeden Fall einen frappanten Sprung zwischen August und September 2008. Ob diese ungewöhnliche Zunahme der Neuregistrierungen tatsächlich durch die Medienberichterstattung über die Botellones verursacht wurde, ist zum heutigen Zeitpunkt wissenschaftlich nicht nachgewiesen, aber durchaus plausibel.<sup>47</sup>

Im Gegensatz zu Flashmobs, dem Paradebeispiel von «digitaler Mobilisierung» und anderen aus dem virtuellen Raum organisierten Treffen im physischen Raum setzte der Zulauf zu den Gruppen und die Popularität des Themas aber erst so richtig durch die bald an Fahrt aufnehmende Medienberichterstattung in Tagespresse, Radio und TV ein. Wie sehr die fortwährende Erwähnung der Zahl der *Facebook*-Anmeldungen zu den Ereignissen dazu führte, dass sich in kürzester Zeit tausende Personen für die Teilnahme einschrieben, ist schwer abzuschätzen. Denn ein zweiter, äusserst wichtiger Faktor waren Gleichgesinnte im Bekanntenkreis, die entweder auf dem herkömmlichen Weg (durch Gespräche, auf der Arbeit, per Telefon, E-Mail oder SMS) oder aber auch über *Facebook* mobilisiert wurden (vgl. Abbildung 14 auf S. 67).

In diesem Fall darf deshalb nicht von einer typisch «digitalen Mobilisierung» gesprochen werden, sondern es handelt sich viel eher um eine Mischform aus «digitaler» und traditioneller, über Massenmedien und Offline-Bekanntschäften hergestellter Mobilisierung. Diese Form von «Symbiose» zwischen Initiatoren im digitalen Raum und den Journalisten der Tagespresse befeuerte die Allgegenwärtigkeit des Themas bis hin zu den dörflichen Stammtischen und trieb die Teilnehmerzahlen der Anlässe in unerwartete Höhen. Ein solches Zusammenspiel zwischen den Benutzern eines sozialen Netzwerkes (interpersonale Kommunikation) und Medienschaffenden (massenmediale Kommunikation) hat sich meines Wissens seit dem Sommer 2008 bisher nie wieder ereignet; es bleibt in der jüngeren Mediengeschichte der Schweiz ein Unikum, das seinesgleichen sucht.

---

<sup>47</sup> Dagegen spricht hingegen, dass ein Jahr später, im August 2009, eine ähnlich grosse Zunahme der Benutzer festzustellen ist (Bernet 2011).

# Literatur

- 20 Minuten Online (2009). *Blasen-Attacke im Hauptbahnhof Zürich*. 19. Sep. 2009. URL: <http://www.20min.ch/news/zuerich/story/11937286> (besucht am 13.04.2010).
- Antonas, Steffan (2009). *Did Mark Zuckerberg's Inspiration for Facebook Come Before Harvard?* 11. Mai 2009. URL: [http://www.readwriteweb.com/archives/mark\\_zuckerberg\\_inspiration\\_for\\_facebook\\_before\\_harvard.php](http://www.readwriteweb.com/archives/mark_zuckerberg_inspiration_for_facebook_before_harvard.php) (besucht am 11.08.2010).
- arte (2008). *arte Themenabend „Alkoholmissbrauch“*. 21. Aug. 2008. URL: <http://www.arte.tv/de/programm/242,day=6,week=34,year=2008.html> (besucht am 29.12.2010).
- Baigorri, Artemio und Ramon Fernández (2004). *Botellón. Un conflicto postmoderno*. Akademia 41. Barcelona: Icaria Editorial. URL: [http://www.ruidos.org/Referencias/Baigorri\\_botellon.html](http://www.ruidos.org/Referencias/Baigorri_botellon.html).
- Balsiger, Mark (2009). *Dank den Botellónes schaffte Facebook in der Schweiz den Durchbruch*. 24. Juli 2009. URL: <http://www.wahlkampfblog.ch/?p=1136> (besucht am 28.07.2010).
- Bauer, David (2009). *So tickt und klickt die Schweiz*. 17. Okt. 2009. URL: <http://www.davidbauer.ch/2009/10/17/so-tickt-und-klickt-die-schweiz/> (besucht am 13.04.2010).
- Bernet, Marcel (2011). *Facebook wächst weiter: Schweiz 2.5 Millionen*. 05. Jan. 2011. URL: <http://bernetblog.ch/2011/01/05/facebook-waechst-weiter-schweiz-2-5-millionen/> (besucht am 11.01.2011).
- Bilanz (2010). *Unternehmen: Facebook*. 08. Apr. 2010. URL: [http://www.bilanz.ch/media/download/BIL\\_07\\_Facebook2.pdf](http://www.bilanz.ch/media/download/BIL_07_Facebook2.pdf) (besucht am 17.06.2010).
- Bundesamt für Gesundheit BAG (2008). *Botellón*. 26. Aug. 2008. URL: [http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00039/04355/index.html?lang=de&download=NHZlpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6lnlacy4Zn4Z2qZpn02Yuq2Z6gpJCHdIR6g2ym162epYbg2c\\_JjKbNoKSn6A--](http://www.bag.admin.ch/themen/drogen/00039/04355/index.html?lang=de&download=NHZlpZeg7t,lnp6I0NTU042l2Z6lnlacy4Zn4Z2qZpn02Yuq2Z6gpJCHdIR6g2ym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A--) (besucht am 12.05.2010).
- Burkart, Roland (2002). *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder*. 4. Aufl. Wien: UTB.
- Cairncross, Frances (2001). *The Death of Distance: How the Communications Revolution Is Changing Our Lives - Distance Isn't What It Used To Be*. 14. Mai 2001. URL: <http://hbswk.hbs.edu/archive/2234.html> (besucht am 11.08.2010).
- Delgrande Jordan, Marina u. a. (2004). «Trends im Substanzkonsum von Jugendlichen in der Schweiz - Ergebnisse einer internationalen Studie zum Gesundheitsverhalten von Schülerinnen und Schülern». In: *Paediatrica* 15.6, S. 34–35. URL: <http://old.swiss-paediatrics.org/paediatrica/voll15/n6/pdf/34-35.pdf>.
- Dovifat, Emil und Jürgen Wilke (1976). *Zeitungswissenschaft. Theoretische und rechtliche Grundlagen, Nachricht und Meinung, Sprache und Form*. 6. Aufl. de Gruyter.
- Dubuis, Etienne (2008). *Les „botellones“, rites d'„intensification“*. 25. Aug. 2008. URL: [http://www.letemps.ch/Page/Uuid/544a0316-aa28-11dd-bf59-ad3d6140ad87/Les\\_botellones\\_rites\\_dintensification](http://www.letemps.ch/Page/Uuid/544a0316-aa28-11dd-bf59-ad3d6140ad87/Les_botellones_rites_dintensification) (besucht am 27.04.2010).

- Entsorgung + Recycling Stadt Bern (2009). *Mehrweg an Veranstaltungen*. 17. Juli 2009. URL: [http://www.bern.ch/leben\\_in\\_bern/wohnen/abfaelle/reglementkonzept/mehrweg/](http://www.bern.ch/leben_in_bern/wohnen/abfaelle/reglementkonzept/mehrweg/) (besucht am 19.04.2010).
- Ertler, Simon (2009). *Kissenschlacht zu Basel*. 07. Okt. 2009. URL: <http://www.20min.ch/news/basel/story/23132562> (besucht am 13.04.2010).
- Ezzati, M. u. a. (2002). «Selected major risk factors and global and regional burden of disease». In: *The Lancet* 360, S. 1347–1360.
- Farnié, Diego (2006). «Le „botellón“: l’alcool hors les murs». In: *Du Loisir aux Loisirs (Espagne XVIIIe–XXe Siècles)*. Les Travaux Du CREC en ligne 2, S. 15–39. URL: <http://crec.univ-paris3.fr/loisirs/02-farnie.pdf>.
- Früh, Werner (2007). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 6. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Galtung, Joan und Ruge Marie Holombe (1965). «The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba nad Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers». In: *Journal of Peace Research* 2, S. 64–91.
- Höflich, Joachim R. (2001). «Das Handy als „persönliches Medium“. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche». In: *kommunikation@gesellschaft*. URL: [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1\\_2001\\_Hoeflich.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_Hoeflich.pdf).
- Holsti, O.R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Massachusetts: Reading.
- Hutter, Thomas (2010). *Facebook. Demographische Zahlen Schweiz–Deutschland–Österreich per 31.05.2010*. URL: [http://www.thomashutter.com/wp-content/uploads/2010/05/Facebook\\_Demographie\\_D-A-CH\\_31052010.pdf](http://www.thomashutter.com/wp-content/uploads/2010/05/Facebook_Demographie_D-A-CH_31052010.pdf) (besucht am 17.06.2010).
- Kahl, Hubert (2006). *Vom „Botellon“ zum „Macrobotellon“*. 17. März 2006. URL: [http://orf.at/060317-97578/97579txt\\_story.html](http://orf.at/060317-97578/97579txt_story.html) (besucht am 13.04.2010).
- Kepplinger, Hans Mathias und Sabine Ehmig (2006). «Predicting news decisions. An empirical test of the two-component theory of news selection». In: *Communications. The European Journal of Communication Research* 31, S. 25–43.
- Maier, Michaela, Karin Stengel und Joachim Marschall (2010). *Nachrichtenwerttheorie. Konzepte 2*. Baden-Baden: Nomos.
- Mayring, Philipp (2003). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 8. Aufl. Weinheim: Beltz Verlag.
- Molnár, Virág (2010). *Reframing Public Space Through Digital Mobilization: Flash Mobs and the Futility(?) of Contemporary Urban Youth Culture*. 12. Apr. 2010. URL: [http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic497840.files/Molnar\\_Reframing-Public-Space.pdf](http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic497840.files/Molnar_Reframing-Public-Space.pdf) (besucht am 09.06.2010).
- Nicholson, Judith A. (2005). «Flash! Mobs in the age of mobile connectivity». In: *fiberculture-rejournal* 6. URL: [http://journal.fibreculture.org/issue6/issue6\\_nicholson.html](http://journal.fibreculture.org/issue6/issue6_nicholson.html).
- NZZ Online (2008). *Nächtliches Alkoholverbot in Chur*. 24. Feb. 2008. URL: [http://www.nzz.ch/nachrichten/schweiz/chur\\_alkoholverbot\\_oeffentliche\\_plaetze\\_1.677501.html](http://www.nzz.ch/nachrichten/schweiz/chur_alkoholverbot_oeffentliche_plaetze_1.677501.html) (besucht am 13.04.2010).
- (2010). *Rainer Stadler (ras.)* URL: [http://www.nzz.ch/impressum\\_stadler\\_rainer\\_1.87852.html?independent=true](http://www.nzz.ch/impressum_stadler_rainer_1.87852.html?independent=true) (besucht am 29.04.2010).
- ORF (2006). *Der Kampf der Riesenflaschen*. 17. März 2006. URL: [http://orf.at/060317-97578/97580txt\\_story.html](http://orf.at/060317-97578/97580txt_story.html) (besucht am 13.04.2010).

- Östgaard, Einar (1965). «Factors Influencing the Flows of News». In: *Journal of Peace Research* 2, S. 39–63.
- Reinhardt, Stefan (2009). *Statistische Jahresauswertung 2008. Ergebnisse der Erfassung von Aggressionseignissen auf der Notfallstation des Stadtspital Triemli, Zürich mit dem SOAS-R\* Bogen*. 05. Juni 2009. URL: <http://www.notfallpflege.ch/aggression2008.pdf> (besucht am 27. 04. 2010).
- Rheingold, Howard (2003). *Smart mobs: The next social revolution*. Basic Books.
- Room, Robin (2004). «Alcohol control and the public interest». In: *Licensed Premises: Law and Practice*. Hg. von Philip Kolvin. Tottel Publishing, S. 863–873.
- Schepers, Selina (2008). «The power of many in the pursuit of nothing». In: *Cultures of Arts, Science and Technology* 1.1, S. 15–34. URL: <http://www.fdcw.org/castresearchmaster/CASTYoutube.pdf>.
- Schmid, Holger u. a. (2007). *Der Konsum psychoaktiver Substanzen von Schülerinnen und Schülern in der Schweiz*. Forschungsbericht 42. ISPA. URL: [http://www.gesunde-schulen.ch/data/data\\_306.pdf](http://www.gesunde-schulen.ch/data/data_306.pdf).
- Schulz, Winfried (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg.
- (1982). «News Structure and People's Awareness of Political Events». In: *International Communication Gazette* 30.3, S. 139–153.
- Schweizer Presserat (2009). *Richtlinien zur Erklärung und Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten*. URL: <http://www.presserat.ch/Documents/Richtlinien09.pdf> (besucht am 16. 06. 2010).
- Staab, Joachim (1990). *Nachrichtenwert-Theorie: formale Struktur und empirischer Gehalt*. Alber-Broschur Kommunikation 17. Alber.
- Stimson, Gerry Vivian (2006). *Drinking in context: patterns, interventions, and partnerships*. Routledge. URL: <http://www.icap.org/Publications/DrinkinginContext/tabid/158/Default.aspx>.
- Tamedia AG (2010). *Mediadaten 20 Minuten*. 07. Sep. 2010. URL: <http://www.mytamedia.ch/mediadaten/zeitungen/20-minuten/ch-ausgabe/mediadaten.html> (besucht am 01. 01. 2011).
- Tudisco, Géraldine (2009). *La prévention de l'alcool chez les jeunes adolescents. Attentes et connaissances*. 06. Juli 2009. URL: [http://doc.rero.ch/lm.php?url=1000,41,22,20091111132730-KR/Travail\\_Bachelor\\_G\\_raldine.pdf](http://doc.rero.ch/lm.php?url=1000,41,22,20091111132730-KR/Travail_Bachelor_G_raldine.pdf) (besucht am 27. 04. 2010).
- Veranstaltungsmanagement Stadt Bern (2009). *Gesuch für das Durchführen einer Veranstaltung*. 27. Apr. 2009. URL: [http://www.bern.ch/leben\\_in\\_bern/freizeit/veranstaltungen/gesuche/vema\\_gesuch\\_pdf.pdf](http://www.bern.ch/leben_in_bern/freizeit/veranstaltungen/gesuche/vema_gesuch_pdf.pdf) (besucht am 27. 04. 2010).
- Waldmeier, Daniel (2008). *Polizei verhindert Massenbesäufnis*. 12. Aug. 2008. URL: <http://www.20min.ch/digital/webpage/story/21953684> (besucht am 26. 03. 2010).
- Wasik, Bill (2006). «My crowd: A report from the inventor of the flash mob». In: *Harper's Magazine* (März 2006), S. 56–66.
- Wellman, Barry (2004). *Connecting Community: On- and Offline*. URL: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/contexts/contexts-3a.htm> (besucht am 16. 06. 2010).
- Wellman, Barry und Milena Gulia (1997). *Net Surfers don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities*. Aug. 1997. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.28.4435&rep=rep1&type=pdf> (besucht am 16. 06. 2010).



## *Literatur*

- WEMF (2008). *Auflagen-Bulletin 2008*. 27. Nov. 2008. URL: [http://www.wemf.ch/de/pdf/Bulletin\\_2008.pdf](http://www.wemf.ch/de/pdf/Bulletin_2008.pdf) (besucht am 07.07.2010).
- Wikipedia (2010a). *Wikipedia: Facebook*. 16. Juni 2010. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> (besucht am 16.06.2010).
- (2010b). *Wikipedia: Internet*. 26. Juli 2010. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet> (besucht am 28.07.2010).
- (2010c). *Wikipedia: MySpace*. 07. Aug. 2010. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/MySpace> (besucht am 11.08.2010).

# Anhang

## A Tabellen

Datum	Wochentag	Ort	Stattgefunden	Teilnehmer
18. Juli 2008	Freitag	Genf	ja	1 000
8. August 2008	Freitag	Genf	nein	—
23. August 2008	Samstag	Genf	ja	300
23. August 2008	Samstag	Lausanne	nein	—
29. August 2008	Freitag	Zürich	ja	2 000
29. August 2008	Freitag	Chur	nein	—
30. August 2008	Samstag	Bern	ja	1 200
?		Biel	nein	—
13. September 2008	Samstag	Basel	ja	20
13. September 2008	Samstag	Solothurn	ja	6
19. September 2008	Freitag	Winterthur	ja	250
19. September 2008	Freitag	Neuchâtel	nein	—
20. September 2008	Samstag	Meilen	ja	30
20. September 2008	Samstag	Bellinzona	ja	500
20. September 2008	Samstag	St. Gallen	nein	—
20. September 2008	Samstag	Fribourg	nein	—
?		Uster	nein	—
24. Oktober 2008	Freitag	Luzern	nein	—

Tabelle 3: Chronologie schweizerischer Botellones 2008

Nachnamen	Vornamen	Alter	Stadt
Martinez	Javier	22	Genf
Blanco	Angel	27	Genf
Lutz	Raphaël	23	Lausanne
Fröhlich	Jan	17	Zürich
Amstutz	Sandro	18	Bern

Tabelle 4: «Organisatoren» von Botellones in der Schweiz

## Anhang

Nachnamen	Vornamen	Stadt	Partei	Funktion
Tornare	Manuel	Genf	SP	Stadtpräsident
Maudet	Pierre	Genf	FDP	Polizeidirektor
Tschäppät	Alexander	Bern	SP	Stadtpräsident
Hügli	Stephan	Bern	FDP	Polizeidirektor
Ledergerber	Elmar	Zürich	SP	Stadtpräsident
Maurer	Esther	Zürich	SP	Polizeidirektorin
Vuilleumier	Marc	Lausanne	POP	Polizeidirektor

Tabelle 5: Städtische Exekutivpolitiker  
(im Sommer 2008)

Tageszeitung	Ort	Verlag	Auflage	Artikel
Blick	Zürich	Ringier	231 235	16
Tages-Anzeiger	Zürich	Tamedia	213 738	53
Berner Zeitung	Bern	Tamedia	212 648	18
Neue Zürcher Zeitung	Zürich	NZZ	143 009	21
24 heures	Lausanne	Edipresse	85 813	28
Le Matin	Lausanne	Edipresse	61 345	26
La Tribune de Genève	Genève	Edipresse	58 952	20
Der Bund	Bern	Tamedia	54 233	20
Le Temps	Genève	Edipresse/Ringier	45 883	17

Tabelle 6: Untersuchte Tageszeitungen  
(Auflagenzahlen gemäss WEMF (2008))

Sonntagszeitung	Ort	Verlag	Auflage	Artikel
SonntagsBlick	Zürich	Ringier	262 188	8
Sonntagszeitung	Zürich	Tamedia	202 141	6
Sonntag	Aarau	Aargauer Zeitung	189 698	4
NZZ am Sonntag	Zürich	NZZ	126 371	3

Tabelle 7: Untersuchte Sonntagszeitungen  
(Auflagenzahlen gemäss WEMF (2008))

Datum	Benutzer
31.01.2008	220 000
29.02.2008	230 000
31.03.2008	260 000
30.04.2008	300 000
31.05.2008	360 000
30.06.2008	395 000
31.07.2008	400 000
31.08.2008	450 000
30.09.2008	600 000
31.10.2008	740 000
30.11.2008	800 000
31.12.2008	990 000

Tabelle 8: Aktive Facebook-Benutzer aus der Schweiz 2008

QUELLE: Auskunft von Marcel Bernet (bernetblog.ch)

per E-Mail vom 2. August 2010

(«Aktive» Nutzer haben sich in den letzten 30 Tagen vor der Erhebung mindestens einmal auf Facebook eingeloggt)

Zeitung	Artikel
Tages-Anzeiger	30
Blick	10
Berner Zeitung	10
Neue Zürcher Zeitung	7
Der Bund	6
SonntagsBlick	4
NZZ am Sonntag	2
Sonntag	2
SonntagsZeitung	1
Le Temps	1

Tabelle 9: Vorkommen des Begriffes «Massenbesäufnis»

	Basel	Bellinzona	Bern	Genf	Lausanne	Meilen	Neuenburg	Solothurn	Uster	Winterthur	Zürich	kein Ort	mehrere	sonstige
Berner Zeitung	0	0	<b>7</b>	0	0	0	0	6	0	0	0	4	1	0
Der Bund	0	0	<b>13</b>	1	0	0	0	0	0	0	1	2	3	0
Tages-Anzeiger	0	0	1	4	0	4	0	0	3	4	<b>23</b>	12	2	0
Blick	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>10</b>	3	1	0
Neue Zürcher Zeitung	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	<b>13</b>	5	1	0
La Tribune de Genève	0	1	0	<b>15</b>	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0
Le Temps	0	0	0	<b>4</b>	2	0	0	0	0	0	0	7	4	0
24 heures	0	1	0	4	<b>14</b>	0	0	0	0	0	1	5	3	0
Le Matin	0	0	0	<b>14</b>	2	0	1	0	0	1	3	3	2	0

Tabelle 10: Artikel nach Ortsbezug und Zeitung

Zeitung	Anzahl Artikel
Tages-Anzeiger	9
Blick	8
Berner Zeitung	4
24 heures	4
Der Bund	3
SonntagsZeitung	2
Neue Zürcher Zeitung	2
Le Temps	1

Tabelle 11: Mitgliederzahlen nach Zeitung

## Anhang

Datum	Zeitung	Veranstaltungsort	Mitglieder
12.08.2008	24 heures	Lausanne	1 200
12.08.2008	24 heures	Genf	1 200
17.08.2008	SonntagsZeitung	Zürich	2 700
18.08.2008	La Tribune de Genève	mehrere	3 000
19.08.2008	Blick	Zürich	4 000
19.08.2008	Tages-Anzeiger	Zürich	4 000
19.08.2008	Neue Zürcher Zeitung	Zürich	4 300
19.08.2008	Tages-Anzeiger	Zürich	4 000
19.08.2008	24 heures	Lausanne	1 200
19.08.2008	24 heures	Lausanne	380
20.08.2008	Tages-Anzeiger	Zürich	5 300
20.08.2008	Neue Zürcher Zeitung	Zürich	5 200
20.08.2008	Blick	mehrere	5 200
20.08.2008	Le Temps	Lausanne	5 000
20.08.2008	Der Bund	mehrere	4 000
21.08.2008	Blick	Zürich	6 000
21.08.2008	La Tribune de Genève	Genf	1 000
21.08.2008	Blick	Zürich	5 000
23.08.2008	Berner Zeitung	Solothurn	115
23.08.2008	Tages-Anzeiger	Genf	280
24.08.2008	SonntagsZeitung	Zürich	5 300
25.08.2008	Tages-Anzeiger	Zürich	5 000
26.08.2008	Berner Zeitung	Solothurn	251
27.08.2008	Blick	Zürich	7 200
28.08.2008	Der Bund	Bern	1 000
28.08.2008	Berner Zeitung	Bern	1 129
29.08.2008	Blick	Zürich	7 403
30.08.2008	Blick	Zürich	1 826
01.09.2008	Der Bund	Bern	1 280
04.09.2008	Tages-Anzeiger	Zürich	300
04.09.2008	Blick	Basel	80
04.09.2008	Tages-Anzeiger	Meilen	12
12.09.2008	Berner Zeitung	Solothurn	368
18.09.2008	Tages-Anzeiger	Winterthur	760
22.09.2008	Tages-Anzeiger	Meilen	105

Tabelle 12: Publizierte Mitgliederzahlen der Facebook-Gruppen

## B Textausschnitte

### Facebook-Teilnehmerzahlen

«Son groupe de discussion sur le réseau social de Facebook (Free party sur Lausanne) compte plus de **1200 inscrits**.»

– *24 heures*, «Après l’Espagne et Genève, la Botellón veut griser Lausanne», 12. August 2008.

«Innert vier Tagen haben sich **2700** Jugendliche aus der ganzen Schweiz angemeldet», sagt der 17-jährige Jan Fröhlich.»

– *SZ*, «Botellón: 2700 Anmeldungen zum Zürcher Massensaufen», 17. August 2008.

«Am 29. August soll auf der Blatterwiese ein Botellón stattfinden – organisiert von einem 17-Jährigen. Bereits haben sich über **3500 zumeist junge Leute** für das erste Zürcher Massenbesäufnis angemeldet.»

– *20 Minuten Online*, «Dieser Junge ruft zum kollektiven Besäufnis auf», 17. August 2008, 22:54 Uhr.

«Mit diesem riesigen Echo habe ich nicht gerechnet», sagt Jan Fröhlich. Damit meint er nicht nur das Medien-Echo: Als er auf der Webseite Facebook zum öffentlichen Massenbesäufnis aufrief, rechnete er mit ein paar hundert Interessierten. Bis heute sind es über **4000**.»

– *Blick*, «Sie wollen sich besaufen. . . und sie können nichts dagegen tun», 19. August 2008.

«Der Aufruf des KV-Stifts im dritten Lehrjahr zusammen mit drei Freunden in der Internetplattform Facebook (siehe Box) hat ein grosses Echo ausgelöst. Bereits haben sich fast **4000 Personen** aus der ganzen Schweiz angemeldet - und es werden immer mehr.»

– *TA*, «Jan ist wohl zu naiv an die Sache herangegangen», 19. August 2008.

«Ein 17-jähriger KV-Stift aus Nänikon bei Uster hat über die Internetplattform Facebook zur Saufparty am 29. August auf der Blatterwiese am See geladen - und bis heute über **4000 Zusagen** erhalten.»

– *TA*, «Esther Maurer will Massenbesäufnis verbieten», 19. August 2008.

«Bis am Montagabend sind der Gruppe von Facebook, in der für den «botellón» aufgerufen wird, bereits über **4300 Personen** beigetreten.»

– *NZZ*, «Polizeivorsteherin Maurer will Massenbesäufnis verhindern», 19. August 2008.

«Bis gestern hatten die Organisatoren in Zürich über **4000 Anmeldungen**. »

– *Der Bund*, «Massenbesäufnis auf Kommando», 20. August 2008.

«Der Rückzug des Aufrufs heisst aber noch lange nicht, dass die über **5300 Personen**, welche sich bis gestern Abend für das Massenbesäufnis in Facebook angemeldet haben, tatsächlich auf das Treffen verzichten werden.»

– *TA*, «Besäufnis-Organisator zieht sich zurück», 20. August 2008.

«Die noch grössere Sauferei soll eine Woche später in Zürich steigen. Schon **5200 <Facebook>-Benutzer** wollen dabeisein - zusammengetrommelt hat sie KV-Stift Jan Fröhlich (17).»

– *Blick*, «Erst schlau, dann blau», 20. August 2008.

«En huit jours, **plus de 5000 personnes** ont exprimé leur intérêt.»

– *Le Temps*, «Facebook, l'outil pour mobiliser sans peine», 20. August 2008.

«Bis gestern hatten die Organisatoren in Zürich **über 4000 Anmeldungen.**»

– *Der Bund*, «Massenbesäufnis auf Kommando», 20. August 2008.

«Und in Bern direkt vor dem Bundeshaus wollen am Samstag in einer Woche **500 Trinker** einfallen.»

– *Blick*, «Erst schlau, dann blau», 20. August 2008.

«Trotz Absage ist die Faszination für die Botellón ungebremsst. **6000 Leute** haben sich schon angemeldet, und es werden immer mehr.»

– *Blick*, «Aufruf zur Botellón - und schon berühmt», 21. August 2008.

«Die Facebook-Gruppe Züri Botellón Nr. 1, die vom 17-jährigen Jan Fröhlich letzte Woche ins Leben gerufen wurde, verzeichnet mittlerweile **6000 Mitglieder.**»

– *20 Minuten Online*, «Kein Verbot für Massensaufen in Zürich», 21. August 2008, 00:30 Uhr.

«In Zürich hatte ein 17-Jähriger zu einem «Botellón» aufgerufen, nach **tausenden Anmeldungen** und dem Missfallen der Behörden aber die Segel gestrichen.»

– *BZ*, «Auch in Solothurn wollen sie saufen; «Nicht tolerierbar»», 23. August 2008.

«**5300 Internetler** hatten sich letzte Woche bei Fröhlich angemeldet. Bis zum Kollektivbesäufnis, das der Anstifter auf den 29. August terminiert hat, könnten es locker doppelt so viele werden.»

– *SZ*, «Würzen mit Streichwalze», 24. August 2008.

«**7200 Mitglieder** zählte die Facebook-Gruppe zum Zürcher Massenbesäufnis bis gestern. **Über 1700** wollen am Freitag auf der Blatterwiese mittrinken.»

– *Blick*, «Wegen Massenbesäufnis: Polizei ruft Notrecht aus!», 27. August 2008.

«Für das nächste Wochenende haben Unbekannte zu einem Botellón aufgerufen; über **1000 Personen** haben sich bereits angemeldet.»

– *Der Bund*, «Suchthilfe am Botellón», 28. August 2008.

«**1129 Facebook-Mitglieder** haben angekündigt, am kollektiven Trinkgelage in der Stadt Bern teilnehmen zu wollen.»

– *BZ*, «Hügli: «Wir sind bereit»», 28. August 2008.



## Anhang

«Gestern Abend hatte die Facebook-Gruppe **7403 Mitglieder**, 1745 wollen am Massenbesäufnis dabei sein.»

– *Blick*, «Hirni oben krank», 29. August 2008.

«Für das erste Massenbesäufnis auf der Blatterwiese beim China-Garten haben sich auf <Facebook> **1826 Leute** angemeldet.»

– *Blick*, «Viele kamen schon betrunken!», 30. August 2008.

«Sie zählen zu den **1280 Personen**, die sich auf der Onlineplattform Facebook für den Berner Botellón angemeldet haben.»

– *Der Bund*, «Warten, dass etwas passiert», 1. September 2008.

«Bereits haben sich gegen **300 Personen** für den Botellón eingeschrieben, der am 19. September in Winterthurs Altstadt stattfinden soll.»

– *TA*, «Chropfleerete im Gemeinderat nach dem Botellón», 4. September 2008.

«Für einen Botellón in Meilen haben sich bis jetzt **60 Personen** angemeldet.»

– *TA*, «Chropfleerete im Gemeinderat nach dem Botellón», 4. September 2008.

«Der erste Botellón in Basel soll am 13. September stattfinden. Bis gestern haben sich **achtzig Teilnehmer** auf der entsprechenden Facebook-Seite registriert.»

– *Blick*, «Botellón: Basel reagiert cool», 4. September 2008.

«Die Meilemer Facebook-Userin Dama Zindel ruft auf der Internetplattform zu einem <Meilemer Botellón> auf. Innert weniger Stunden seit dem Aufruf haben bereits **Dutzende von Jugendlichen** ihr Interesse an einer Teilnahme angemeldet.»

– *TA*, «Meilen beisst in den sauren Botellón-Apfel», 4. September 2008.

«**368 Anmeldungen** gibt es im Internet für den morgen in Solothurn geplanten Botellón.»

– *BZ*, «Botellón: Treppe gesperrt?», 12. September 2008.

«Drei Wochen nach dem Botellón auf der Zürcher Blatterwiese werden sich morgen Freitag in Winterthur Jugendliche und junge Erwachsene zum gemeinsamen Trinken im Freien treffen. Auf der Internet-Plattform Facebook hat ein Anonymer dazu aufgerufen, und bereits haben sich gut **760 Personen** eingeschrieben.»

– *TA*, «Winterthur erwägt Bussen am Botellón», 18. September 2008.

«Am Samstag findet auch in Meilen beim Horn ein Botellón statt. **104 Facebook-User** haben sich bisher angemeldet.»

– *TA*, «Winterthur erwägt Bussen am Botellón», 18. September 2008.

## C Codebuch zur Inhaltsanalyse

### Formales

<b>Variable 1</b>	Laufnummer
<b>Variable 2</b>	Erscheinungsdatum YYYY-MM-DD
<b>Variable 3</b>	Wochentag 1 Montag 2 Dienstag 3 Mittwoch 4 Donnerstag 5 Freitag 6 Samstag 7 Sonntag
<b>Variable 4</b>	Medium 1 24 heures 2 Berner Zeitung 3 Blick 4 Der Bund 5 La Tribune de Genève 6 Le Matin 7 Le Temps 8 Neue Zürcher Zeitung 9 NZZ am Sonntag 10 Sonntag 11 SonntagsBlick 12 SonntagsZeitung 13 Tages-Anzeiger
<b>Variable 5</b>	Sprache 1 Deutsch 2 Französisch
<b>Variable 6</b>	Textsorte 1 Kurzmeldung 2 Nachricht/Bericht/Reportage 3 Kommentar/Meinung/Leitartikel 4 Leserbrief 5 Anriss
<b>Variable 7</b>	Autor 0 unbekannt 1 Journalist/Redaktor der Zeitung

- 2 Agentur
- 3 Zeitungslesende

**Variable 8** Anzahl Wörter

## **Inhalt: Themen**

**Variable 9** Veranstaltungsort

- 0 kein Ort
- 1 Genf
- 2 Lausanne
- 3 Bern
- 4 Zürich
- 5 Winterthur
- 6 Basel
- 7 Uster
- 8 Meilen
- 9 Solothurn
- 10 Neuenburg
- 11 Bellinzona
- 12 sonstige
- 13 mehrere

**Variable 10** Thema «Verbot / Bewilligung»

- 0 nein
- 1 ja

**Variable 11** Thema «Abfall»

- 0 nein
- 1 ja

**Variable 12** Thema «Lärm / Ruhestörung»

- 0 nein
- 1 ja

**Variable 13** Thema «Verantwortung»

- 0 nein
- 1 ja

**Variable 14** Thema «Kosten»

- 0 nein
- 1 ja

**Variable 15** Thema «Gewalt»

- 0 nein

	1	ja
<b>Variable 16</b>	Thema «Sachbeschädigung»	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 17</b>	Thema «Alkoholkonsum / Gesundheit»	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 18</b>	Thema «Jugendschutz»	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 19</b>	Thema «Medienkritik»	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 20</b>	Thema «Mobilisierung über Internet»	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 21</b>	(optional) Mitgliederzahl der betreffenden Facebook-Gruppe	
	<hr/>	

## Inhalt: Wortmeldungen, Zitate und Interviews

Wortmeldungen können in der direkten Rede (als Zitate) wie auch in der indirekten Rede wiedergegeben werden. Entscheidend ist, dass der Urheber der betreffenden Aussage in der Berichterstattung klar vermerkt wird.

<b>Variable 22</b>	Stellungnahme «Organisator»	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 23</b>	Stellungnahme Teilnehmer	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 24</b>	Stellungnahme Politik	
	0	nein
	1	ja
<b>Variable 25</b>	(optional) Art des Politikers	
	0	niemand

## *Anhang*

- 1 Legislative, kommunal
- 2 Exekutive, kommunal
- 3 Partei, kommunal
- 4 Legislative, national
- 5 Exekutive, national
- 6 Partei, national
- 7 sonstige

**Variable 26**      Stellungnahme Polizei  
0      nein  
1      ja

**Variable 27**      Stellungnahme Experte  
0      nein  
1      ja

**Variable 28**      (optional) Art des Experten  
0      niemand  
1      Jurist  
2      Soziologe  
3      Mediziner  
4      Jugendarbeiter  
5      Beamter  
6      sonstige

D Codebögen

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28
64	2008-09-29	1	13	1	2	1	603	7	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	1	0	0	1	5
74	2008-09-27	6	2	1	3	1	724	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	-	0	0	0	0	0	0
75	2008-09-26	5	1	2	4	3	801	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
83	2008-09-22	1	13	1	2	1	695	8	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	105	1	0	1	2	0	0	0
84	2008-09-22	1	13	1	2	1	199	5	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0
85	2008-09-22	1	8	1	2	1	157	5	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0
96	2008-09-21	7	6	2	1	1	181	5	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
103	2008-09-20	6	13	1	2	1	185	5	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
104	2008-09-20	6	13	1	2	1	522	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	-	0	1	0	0	0	0	0
107	2008-09-19	5	5	2	4	3	135	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
109	2008-09-18	4	13	1	2	1	357	8	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	760	1	0	1	2	0	1	5
110	2008-09-18	4	13	1	2	1	368	5	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	-	0	1	2	0	1	5
112	2008-09-17	3	13	1	2	1	207	7	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	1	5
117	2008-09-15	1	2	1	2	1	151	9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	1	0	0	1	0	0
120	2008-09-15	1	3	1	9	0	440	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
121	2008-09-15	1	3	1	2	1	148	6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0
123	2008-09-15	1	4	1	9	1	303	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
127	2008-09-14	7	11	1	4	3	766	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
128	2008-09-14	7	6	2	4	3	429	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0
130	2008-09-13	6	13	1	3	1	225	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
132	2008-09-13	6	5	2	4	3	203	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
133	2008-09-13	6	4	1	4	3	130	3	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
135	2008-09-12	5	2	1	1	1	83	9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0
136	2008-09-12	5	2	1	2	1	154	9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	368	0	0	0	0	1	0	0
146	2008-09-11	4	13	1	3	1	325	4	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
153	2008-09-08	1	13	1	4	3	186	8	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
160	2008-09-07	7	11	1	6	1	462	4	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
161	2008-09-07	7	11	1	2	1	1068	4	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	-	0	1	1	2	0	0	0
162	2008-09-07	7	11	1	3	1	302	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
163	2008-09-07	7	12	1	9	1	223	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
166	2008-09-07	7	6	2	4	3	493	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
169	2008-09-06	6	13	1	3	1	1544	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
175	2008-09-06	6	8	1	4	3	95	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
176	2008-09-06	6	8	1	4	3	174	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0
177	2008-09-06	6	8	1	4	3	124	4	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
178	2008-09-06	6	2	1	4	3	113	3	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
179	2008-09-05	5	13	1	1	1	124	7	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
186	2008-09-04	4	3	1	2	1	221	6	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	80	0	0	1	2	0	0	0
187	2008-09-04	4	13	1	2	1	431	4	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	300	0	0	1	1	0	0	0
188	2008-09-04	4	8	1	2	1	656	4	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	1	0	0	0
190	2008-09-04	4	13	1	2	1	658	8	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	12	1	0	1	2	0	0	0

Fortsetzung auf der nächsten Seite ...

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28
192	2008-09-04	4	13	1	4	3	472	4	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
199	2008-09-04	4	1	2	8	1	527	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	1	3
200	2008-09-04	4	1	2	1	0	394	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
206	2008-09-03	3	7	2	2	1	532	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	5	0	0	0
207	2008-09-03	3	13	1	6	1	345	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	5	0	0	0
212	2008-09-03	3	3	1	4	3	612	4	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0
213	2008-09-03	3	3	1	2	1	242	4	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
216	2008-09-03	3	13	1	4	3	997	4	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	-	0	0	1	2	0	0	0
220	2008-09-03	3	5	2	1	1	270	11	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
221	2008-09-03	3	1	2	1	0	416	11	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
225	2008-09-03	3	6	2	2	1	415	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	-	0	0	1	5	0	0	0
229	2008-09-02	2	3	1	2	1	436	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	5	0	1	5
230	2008-09-02	2	13	1	2	1	550	4	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	-	0	0	1	1	0	0	0
231	2008-09-02	2	13	1	3	1	247	4	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
234	2008-09-02	2	8	1	2	1	681	4	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	-	0	0	1	3	0	1	1
238	2008-09-02	2	4	1	2	1	268	3	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
239	2008-09-02	2	4	1	1	2	119	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
240	2008-09-02	2	4	1	3	1	319	3	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
241	2008-09-02	2	2	1	4	3	174	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
244	2008-09-01	1	2	1	2	1	341	3	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	-	0	1	0	0	0	0	0
246	2008-09-01	1	2	1	2	1	274	3	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	-	0	1	0	0	1	0	0
249	2008-09-01	1	8	1	2	1	585	4	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	-	0	0	0	0	1	1	5
250	2008-09-01	1	13	1	2	1	394	4	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	-	0	0	0	0	1	0	0
251	2008-09-01	1	13	1	1	1	126	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
261	2008-09-01	1	4	1	3	1	220	3	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0
262	2008-09-01	1	4	1	2	1	144	3	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	1	4
263	2008-09-01	1	4	1	2	1	858	3	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1280	0	1	0	0	0	1	4
264	2008-09-01	1	4	1	1	2	169	3	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
266	2008-09-01	1	2	1	1	1	109	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
267	2008-09-01	1	2	1	4	3	296	3	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
269	2008-09-01	1	2	1	9	1	415	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
270	2008-09-01	1	2	1	2	1	359	3	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	-	0	1	0	0	1	0	0
275	2008-08-31	7	11	1	2	1	576	4	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	-	0	1	1	6	0	0	0
276	2008-08-31	7	11	1	1	2	169	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
279	2008-08-31	7	12	1	1	2	170	4	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
284	2008-08-31	7	10	1	2	1	600	4	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	-	0	0	1	1	0	0	0
285	2008-08-31	7	10	1	6	1	401	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	-	0	0	0	0	0	1	4
286	2008-08-31	7	10	1	1	0	464	4	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
287	2008-08-31	7	6	2	6	1	261	4	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0
289	2008-08-31	7	6	2	2	1	282	4	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
293	2008-08-30	6	3	1	4	3	299	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
294	2008-08-30	6	3	1	2	1	338	4	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1826	0	1	0	0	1	0	0
299	2008-08-30	6	13	1	1	1	200	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	0	0	0	0
300	2008-08-30	6	13	1	2	1	270	4	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	-	0	1	0	0	0	0	0
301	2008-08-30	6	13	1	2	1	331	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	-	0	1	0	0	1	0	0

Fortsetzung auf der nächsten Seite ...

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28
302	2008-08-30	6	8	1	2	1	365	4	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	-	0	0	0	0	1	0	0
306	2008-08-30	6	1	2	1	1	114	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
315	2008-08-29	5	8	1	2	1	361	4	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	-	0	0	1	2	1	1	5
316	2008-08-29	5	8	1	3	1	832	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	-	0	0	0	0	0	1	2
317	2008-08-29	5	13	1	2	1	916	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	1	6	0	0	0
319	2008-08-29	5	2	1	3	1	260	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	6	0	0	0
320	2008-08-29	5	3	1	2	1	216	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7403	0	0	1	2	0	0	0
321	2008-08-29	5	13	1	4	3	132	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
322	2008-08-29	5	13	1	2	1	370	4	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	1	3
325	2008-08-29	5	4	1	3	1	185	3	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
326	2008-08-29	5	6	2	1	1	87	10	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	0	1	0	0
332	2008-08-28	4	13	1	1	1	187	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	1	0	0	0
334	2008-08-28	4	8	1	4	3	121	4	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
339	2008-08-28	4	4	1	1	1	125	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000	0	0	1	2	0	0	0
340	2008-08-28	4	6	2	2	1	253	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
341	2008-08-28	4	6	2	2	1	306	4	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
342	2008-08-28	4	2	1	2	1	354	3	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1129	0	1	1	2	0	0	0
347	2008-08-27	3	3	1	2	1	265	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	7200	0	0	0	0	0	1	5
348	2008-08-27	3	13	1	4	3	474	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
349	2008-08-27	3	5	2	4	3	194	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
350	2008-08-27	3	5	2	4	3	133	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
353	2008-08-26	2	2	1	2	1	493	9	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	251	0	1	0	0	1	1	4
355	2008-08-26	2	13	1	3	1	203	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
357	2008-08-26	2	13	1	4	3	364	4	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
359	2008-08-26	2	8	1	4	3	173	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
362	2008-08-26	2	8	1	4	3	155	4	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
363	2008-08-26	2	5	2	8	1	543	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
364	2008-08-26	2	4	1	3	1	332	3	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
365	2008-08-26	2	4	1	2	1	588	3	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0
366	2008-08-26	2	4	1	6	1	1076	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	1	2
369	2008-08-25	1	13	1	3	1	203	4	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	5000	0	0	0	0	0	0	0
371	2008-08-25	1	13	1	1	2	312	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	1	2	1	0	0
375	2008-08-25	1	8	1	1	2	101	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	1	0	0
378	2008-08-25	1	7	2	2	1	464	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	-	1	1	1	2	0	0	0
379	2008-08-25	1	1	2	2	1	159	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	-	1	0	1	2	0	0	0
380	2008-08-25	1	5	2	2	1	397	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	1	0	1	2	0	0	0
381	2008-08-25	1	5	2	2	1	417	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	-	1	1	1	2	0	0	0
382	2008-08-25	1	1	2	2	1	423	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	1	1	2	0	0	0
384	2008-08-25	1	5	2	4	3	201	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
385	2008-08-25	1	5	2	1	1	235	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
387	2008-08-25	1	4	1	2	1	181	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	0
389	2008-08-25	1	7	2	8	1	988	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	0	1	0	0
391	2008-08-24	7	11	1	1	1	95	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
392	2008-08-24	7	11	1	2	1	683	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	6
393	2008-08-24	7	12	1	9	1	343	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5300	0	0	0	0	0	0	0

Fortsetzung auf der nächsten Seite ...



V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28
394	2008-08-24	7	12	1	2	1	483	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	1	1	2	0	1	4
396	2008-08-24	7	12	1	9	1	147	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
397	2008-08-24	7	10	1	3	1	300	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
398	2008-08-24	7	9	1	2	1	770	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
399	2008-08-24	7	9	1	3	1	213	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
400	2008-08-24	7	9	1	1	0	832	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
401	2008-08-24	7	6	2	2	1	338	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
402	2008-08-24	7	6	2	1	1	101	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
403	2008-08-24	7	6	2	2	1	479	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	-	0	1	1	2	0	0	0
404	2008-08-24	7	6	2	2	1	383	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	1	2	1	0	0
412	2008-08-23	6	2	1	2	1	176	9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	1	0	0	0	1	0	0
414	2008-08-23	6	2	1	2	1	323	9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	115	1	0	0	0	1	0	0
415	2008-08-23	6	13	1	8	1	106	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
416	2008-08-23	6	13	1	2	1	509	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	280	0	1	0	0	0	0	0
417	2008-08-23	6	13	1	1	1	61	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0
419	2008-08-23	6	8	1	1	1	74	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	-	0	0	1	3	0	0	0
422	2008-08-23	6	13	1	6	1	1015	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	2
426	2008-08-23	6	5	2	4	3	101	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
427	2008-08-23	6	1	2	1	1	136	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
428	2008-08-23	6	1	2	3	1	516	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
433	2008-08-23	6	6	2	2	1	484	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0
436	2008-08-22	5	13	1	6	1	427	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0
438	2008-08-22	5	8	1	1	1	118	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
439	2008-08-22	5	3	1	2	1	273	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	1	5
440	2008-08-22	5	7	2	2	1	2412	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	1	3
441	2008-08-22	5	13	1	4	3	274	4	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
448	2008-08-22	5	5	2	2	1	694	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	-	1	0	0	0	0	0	0
449	2008-08-22	5	5	2	1	1	276	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	-	1	0	0	0	0	0	0
453	2008-08-22	5	7	2	6	1	431	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-	0	0	1	6	0	0	0
454	2008-08-21	4	4	1	2	1	380	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
455	2008-08-21	4	4	1	1	1	92	13	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
459	2008-08-21	4	3	1	2	1	290	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6000	1	1	0	0	0	0	0
460	2008-08-21	4	3	1	2	1	683	4	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	5000	0	0	1	2	0	1	3
462	2008-08-21	4	13	1	1	1	99	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0
464	2008-08-21	4	13	1	8	1	537	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	1	4
465	2008-08-21	4	13	1	2	1	660	4	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	-	0	0	1	2	0	0	0
466	2008-08-21	4	13	1	2	1	605	13	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
467	2008-08-21	4	13	1	4	3	537	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
468	2008-08-21	4	13	1	4	3	614	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	-	0	1	0	0	0	0	0
475	2008-08-21	4	8	1	3	1	276	4	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
476	2008-08-21	4	8	1	2	1	631	4	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
477	2008-08-21	4	1	2	2	1	190	13	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
478	2008-08-21	4	1	2	4	3	851	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
479	2008-08-21	4	1	2	4	3	1139	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
480	2008-08-21	4	1	2	2	1	250	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	1

Fortsetzung auf der nächsten Seite ...

V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28
481	2008-08-21	4	1	2	2	1	496	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
482	2008-08-21	4	1	2	1	0	512	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
483	2008-08-21	4	5	2	3	1	184	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
484	2008-08-21	4	5	2	2	1	568	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	-	1	0	1	2	0	0	0
485	2008-08-21	4	5	2	2	1	302	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	-	1	2	0	0	0
486	2008-08-21	4	5	2	1	1	188	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1000	0	0	0	0	0	0	0
490	2008-08-21	4	6	2	2	1	149	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
492	2008-08-21	4	6	2	2	1	685	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	0	0	1	2	0	1	3
493	2008-08-21	4	2	1	2	1	259	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
499	2008-08-21	4	7	2	1	1	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
500	2008-08-21	4	7	2	2	1	1065	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	1	0	0	0	0	0	0
501	2008-08-21	4	7	2	2	1	841	13	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	1	0	1	2	0	0	0
505	2008-08-20	3	3	1	3	1	249	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
506	2008-08-20	3	3	1	2	1	632	13	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	5200	1	1	1	1	0	0	0
508	2008-08-20	3	13	1	6	1	1575	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	-	0	0	1	1	0	1	2
509	2008-08-20	3	13	1	2	1	279	4	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5300	1	0	0	0	0	0	0
515	2008-08-20	3	8	1	2	1	548	4	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	5200	1	0	1	1	0	1	3
517	2008-08-20	3	1	2	2	1	577	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	1	1	0	0	0
519	2008-08-20	3	1	2	2	1	269	13	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	0	1	1	2	0	1	4
520	2008-08-20	3	5	2	7	0	68	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
523	2008-08-20	3	4	1	2	1	140	3	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	-	0	0	1	1	0	0	0
524	2008-08-20	3	4	1	2	1	531	13	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	4000	1	0	1	2	1	1	1
526	2008-08-20	3	6	2	2	1	688	13	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
529	2008-08-20	3	7	2	2	1	708	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	1	1	0	0	1	5
530	2008-08-20	3	7	2	8	1	527	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	5000	1	0	0	0	0	0	0
531	2008-08-20	3	7	2	2	1	767	13	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	-	1	0	1	2	0	0	0
532	2008-08-20	3	7	2	2	0	183	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
533	2008-08-20	3	7	2	3	1	369	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
535	2008-08-19	2	3	1	2	1	717	4	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	4000	1	1	1	2	1	1	1
536	2008-08-19	2	13	1	2	1	239	4	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	4000	0	0	1	2	0	1	1
537	2008-08-19	2	13	1	2	1	533	4	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	4000	1	0	1	2	0	1	1
538	2008-08-19	2	13	1	2	1	511	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	-	0	1	0	0	0	0	0
539	2008-08-19	2	8	1	2	1	734	4	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	4300	0	0	1	2	0	1	4
541	2008-08-19	2	1	2	1	0	531	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1200	1	0	0	0	0	0	0
544	2008-08-19	2	1	2	2	1	398	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	380	1	0	1	2	0	0	0
545	2008-08-19	2	7	2	6	1	802	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	1	3	0
546	2008-08-18	1	8	1	2	1	161	4	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	-	0	0	0	0	1	0	0
547	2008-08-18	1	1	2	1	0	551	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
548	2008-08-18	1	1	2	2	1	646	13	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	-	0	0	1	2	0	1	5
549	2008-08-18	1	5	2	2	1	289	13	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3000	0	0	1	2	0	1	5
552	2008-08-17	7	12	1	2	1	254	4	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	2700	1	0	1	1	0	0	0
553	2008-08-17	7	6	2	6	1	756	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	1	2	0	0	0
554	2008-08-16	6	13	1	2	1	206	4	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	-	1	0	0	0	1	0	0
555	2008-08-16	6	1	2	4	3	923	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0

Fortsetzung auf der nächsten Seite ...

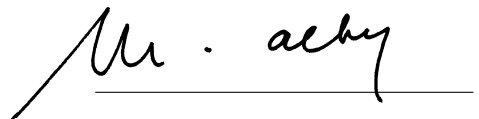
V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28
556	2008-08-16	6	1	2	2	1	346	2	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	-	1	0	1	2	0	0	0
557	2008-08-16	6	1	2	2	1	156	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
558	2008-08-16	6	4	1	2	1	743	13	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	-	1	0	0	0	0	1	5
565	2008-08-14	4	13	1	2	1	781	13	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	-	0	0	0	0	0	1	5
566	2008-08-14	4	5	2	2	1	414	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	-	1	0	0	0	0	1	5
567	2008-08-14	4	6	2	2	1	242	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
568	2008-08-14	4	7	2	2	1	241	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	-	0	0	0	0	0	1	5
569	2008-08-13	3	6	2	2	1	236	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	0	0	0	0
570	2008-08-13	3	7	2	8	1	303	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
571	2008-08-13	3	7	2	2	1	1020	13	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	-	1	0	1	2	0	1	3
574	2008-08-12	2	1	2	1	1	139	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1200	0	0	0	0	0	0	0
575	2008-08-12	2	1	2	2	1	544	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1200	1	0	0	0	0	1	3
576	2008-08-12	2	1	2	8	1	206	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0
577	2008-08-12	2	6	2	1	1	110	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	1	0	0	0	0	0	0
578	2008-08-12	2	6	2	2	1	281	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	-	1	0	1	2	0	0	0
579	2008-08-11	1	6	2	1	1	132	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	1	0	0	0	0	0	0
580	2008-08-11	1	6	2	6	1	328	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	-	0	0	1	2	0	0	0
581	2008-08-08	5	6	2	2	1	541	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-	1	0	1	2	0	1	4
582	2008-08-08	5	6	2	8	1	308	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	-	0	0	0	0	0	0	0

# Selbständigkeitserklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich diese Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen benutzt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus Quellen entnommen wurden, habe ich kenntlich gemacht.

Neuenegg, 12. Januar 2011

Mario Aeby

A handwritten signature in black ink, reading "Mr. Aeby", is written over a horizontal line.