



**Hochschule  
Bonn-Rhein-Sieg**  
University of Applied Sciences

Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau  
und Technikjournalismus (EMT)  
Studiengang "Technikjournalismus/PR" (B.Sc.)

Bachelor-Thesis

**Journalistische Berichterstattung über technische  
Innovation – eine qualitative Untersuchung der Medien-  
wirkung anhand des Motocross-Motorrades Stark VARG**

Vorgelegt von:

Max Grigo

E-Mail: max.grigo74@gmail.com

Erstprüfer:

Prof. Dr. Andreas Schümchen

Zweitprüfer:

Prof. Dr. Uwe Brummund

Sankt Augustin, Februar 2023

<https://doi.org/10.18418/opus-6647>

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Einführung.....	1
1.2 Die Idee zur Studie.....	2
1.3 Ziel und Aufbau der Thesis .....	4
<b>2. Theoretischer Teil: Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung und zentrale Begriffe.....</b>	<b>6</b>
2.1 Studien aus der Medienwirkungsforschung .....	6
2.1.1 Allgemeines zur Medienwirkungsforschung.....	6
2.1.2 Agenda-Setting-Theorie .....	8
2.1.3 Schweigespirale .....	9
2.1.4 Elaboration-Likelihood-Modell.....	11
2.2 Journalistische Berichterstattung .....	12
2.3 Innovationsjournalismus.....	15
2.4 Motocross in Abgrenzung zu anderen Motorsportgattungen .....	17
2.4.1 Besonderheiten von Motocross-Motorrädern.....	20
2.4.2 Besonderheiten der Stark VARG .....	23
2.4.3 Akzeptanz von elektrisch angetriebenen Motorrädern in der Motocross-Szene .....	25
<b>3. Empirischer Teil I: Gruppendiskussionen mit Rezipienten von Testberichten zur Stark VARG .....</b>	<b>27</b>
3.1 Spezifika der Gruppendiskussion als Instrument der qualitativen Erhebung.....	27
3.1.1 Begründung der Methodenwahl .....	30
3.1.2 Anwendung der Methode .....	32
3.2 Auswahl der Testberichte.....	33
3.2.1 Schäfer, Christian: „Stark(e) Zukunft? First Ride: Stark Varg“ .....	35
3.2.2 Wolter, Sebastian: „Stark Varg Elektro-Motocross Fahrbericht: Elektrischer Urknall: Der mit dem Wolf tanzt“ .....	37
3.2.3 Maeda, Donn u. Garcia, Rene: “We Test the Stark Future Varg ELECTRIC Dirt Bike!” .....	38
3.3 Rekrutierung und Auswahl der Diskussionsteilnehmer.....	39
3.4 Durchführung der Untersuchungen.....	41

3.5 Diskussionsleitfaden .....	43
<b>4. Empirischer Teil II: Qualitative Auswertung und Interpretation der Gruppendiskussionen .....</b>	<b>45</b>
4.1 Auswertung und Interpretation von Sequenzen .....	45
4.1.1 Vorbemerkungen zu Auswertung und Interpretation .....	47
4.1.2 Auswertung und Interpretation ausgewählter Sequenzen der ersten Gruppendiskussion .....	48
4.1.3 Auswertung und Interpretation ausgewählter Sequenzen der zweiten Gruppendiskussion .....	54
4.2 Zusammenfassung und Interpretation der Erkenntnisse .....	60
4.3 Methodenkritik .....	66
<b>5. Fazit.....</b>	<b>69</b>
<b>6. Quellen- und Literaturverzeichnis.....</b>	<b>71</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>80</b>
A1: Kurzinterview mit Mathias Schröder, Chefredakteur des Special-Interest- Printmagazins Cross Magazin .....	80
A2: Teilnahmeaufruf für Gruppendiskussionen.....	82
A3: Einverständniserklärung zur Gruppendiskussion .....	84
A4: Diskussionsleitfaden für offen eingestellte Gruppe .....	86
A5: Weitere Anhänge .....	88

### **Vorbemerkung:**

Der Forscher verwendet in der vorliegenden Thesis ausschließlich das generische Maskulinum, um den Text möglichst knapp und übersichtlich zu halten. Ist von unbestimmten dritten Personen die Rede, sind alle Geschlechter angesprochen, auch wenn explizit nur die männliche Form verwendet wird.

# 1. Einleitung

## 1.1 Einführung

„Die Bundesregierung will mindestens 15 Millionen vollelektrische Pkw bis 2030 auf Deutschlands Straßen bringen.“<sup>1</sup> Schon dieses selbst formulierte Ziel der Bundesregierung dürfte einen Eindruck davon vermitteln, wie präsent das Thema Elektromobilität in Deutschland ist. Mit der ID.-Modellreihe bietet der produktionsstärkste deutsche Automobilhersteller Volkswagen<sup>2</sup> inzwischen eine ganze vollelektrische Modellpalette an.<sup>3</sup> Dieser Trend setzt sich – zumindest in Produktion und Absatz – auch international fort. So hat Tesla, ein US-amerikanischer Hersteller ausschließlich vollelektrisch angetriebener Autos, seinen weltweiten Absatz 2022 im Vergleich zu 2017 mehr als verzwölffacht.<sup>4</sup> Der Hauptgrund, aus dem die Bundesregierung die Elektromobilität ausbauen will, ist die CO<sub>2</sub>-Emission, die Verbrennungsmotoren verursachen.<sup>5</sup> Wie der ehemalige Automobil-Entwicklungsingenieur Anton Karle in seinem Buch „Elektromobilität“ betont, emittieren elektrisch angetriebene Fahrzeuge – auch unter Betrachtung des gesamten Produktionszyklus – weniger Schadstoffe als solche mit Verbrennungsmotor.<sup>6</sup>

Die oben erwähnten Ziele und damit auch strenger werdenden Vorgaben der Bundesregierung für Verbrennungsmotoren beziehen sich jedoch auf den

---

<sup>1</sup> Bundesregierung: Nicht weniger fortbewegen, sondern anders. Bundesregierung, 23.12.2022. Online unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/eenergie-und-mobilitaet/nachhaltige-mobilitaet-2044132> [Abruf 06.01.2023]

<sup>2</sup> Vgl. Kords, Martin: Größte Automobilhersteller aus Deutschland nach Anzahl produzierter Fahrzeuge von 2015 bis 2021. Statista, 21.04.2022. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/246827/umfrage/automobilproduktion-deutscher-hersteller/> [Abruf: 06.01.2023]

<sup>3</sup> Vgl. VW: Elektroautos. Volkswagen, o.D. Online unter: <https://www.volkswagen.de/de/elektrofahrzeuge/elektro-und-hybridfahrzeuge.html> [Abruf: 06.01.2023]

<sup>4</sup> Vgl. Kords, Martin: Anzahl der weltweit ausgelieferten Fahrzeuge von Tesla im Zeitraum vom 1. Quartal 2017 bis 4. Quartal 2022. Statista, 03.01.2023. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/571954/umfrage/quartalszahlen-von-tesla-motors-auslieferungen/> [Abruf: 06.01.2023]

<sup>5</sup> Vgl. Bundesregierung: Nicht weniger fortbewegen, sondern anders. Bundesregierung, 23.12.2022. Online unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/eenergie-und-mobilitaet/nachhaltige-mobilitaet-2044132> [Abruf 06.01.2023]

<sup>6</sup> Vgl. Karle, Anton: Elektromobilität. 4. Aufl. (akt.). München 2020, S. 24

Straßenverkehr. Demnach sind Sportfahrzeuge ohne Straßenzulassung davon nicht betroffen. In diese Kategorie fällt beispielsweise das vollelektrisch angetriebene Motorrad Stark VARG, auf das sich die Untersuchung der vorliegenden Thesis bezieht. Die Stark VARG ist für den Einsatz im Motocross-Sport entwickelt<sup>7</sup>, der ausschließlich auf abgesperrten Strecken stattfindet, und daher nicht in den primären Geltungsbereich der Emissionsziele der Bundesregierung fällt. Trotzdem gibt es auch im Bereich des Motocross verschiedenste Argumente, die für und gegen eine Elektrifizierung (vgl. Abschnitt 2.4.3) sprechen. Einer der wichtigsten Punkte, der für elektrische Motorräder spricht, ist der von Verbrennungsmotoren verursachte Lärm an Rennstrecken und die daraus folgenden Probleme für die Rennstreckenbetreiber.<sup>8</sup> Teilweise führt das Problem der Lärmbelastung bis zur Schließung von Strecken.<sup>9</sup> Der Fakt, dass eine flächendeckende Verbreitung elektrisch angetriebener Motorräder das Potenzial hat, zumindest mit Lärmbelastung begründete Schließungen zu vermeiden, macht das Thema innerhalb des Sports besonders aktuell und relevant. Auch wenn er nicht von den Emissionsregelungen des öffentlichen Verkehrs betroffen ist, fordert die Gesellschaft vom Motorsport darüber hinaus mehr ökologische Nachhaltigkeit.<sup>10</sup>

## 1.2 Die Idee zur Studie

Die Spanne der Online-Kommentare über die elektrisch angetriebene Stark VARG reichte bei deren Ankündigung im Dezember 2021 von „Ohne Sound ohne mich“<sup>11</sup> [*sic!*] oder „Weckt so viel Emotionen, wie ein Eimer Wasser“<sup>12</sup>

<sup>7</sup> Vgl. Stark Future: Die Welt verändern. [Pressemitteilung] Stark Future, 14.12.2021. U.a. Online unter: <https://crossmagazin.de/news/technik/die-welt-veraendern-das-elektrische-motocross-bikes-stark-varg> [Abruf 06.01.2023]

<sup>8</sup> Vgl. Interview mit Mathias Schröder (s. Anhang, A1)

<sup>9</sup> Vgl. MSC Grevenbroich e.V.: Lärm tötet Moto-Cross. MSC Grevenbroich e.V., o.D. Online unter: <https://www.msc-grevenbroich.eu/regeln.html> [Abruf 06.01.2023]

<sup>10</sup> Vgl. Haupt, Andreas: 8 Jahre bis zur CO<sub>2</sub>-Neutralität. Auto Motor Sport, 27.06.2022. Online unter: <https://www.auto-motor-und-sport.de/formel-1/f1-zwischenbericht-umweltschutz-ziel-co2-neutral-2030/> [Abruf 30.01.2023]

<sup>11</sup> @marcus.mx.1276: Kommentar unter Instagram-Post von @crossmagazin, 14.12.2021. Online unter: <https://www.instagram.com/p/CXdQgeEgFNi/> [Abruf 23.11.2022]

<sup>12</sup> Martin Krieg (@moerten373): Kommentar unter Instagram-Post von @crossmagazin, 14.12.2021. Online unter: <https://www.instagram.com/p/CXdQgeEgFNi/> [Abruf 23.11.2022]

[sic!] bis hin zu „Hinter dem Haus auf dem Feld nen MX track<sup>13</sup> und den Nachbar und dem Ort juckt das nicht? KEINE FRAGE...her damit...“<sup>14</sup> [sic!]. Schon die kleine Auswahl an ablehnenden und befürwortenden Kommentaren zum alternativ angetriebenen Motorrad lassen die Brisanz erahnen, die dieses Thema szeneeintern mit sich bringt. Die Tatsache, dass solche Antriebe im Sport so stark polarisieren, sowie die klar positiv urteilenden Testberichte über die Stark VARG (vgl. Abschnitt 3.2), bilden hervorragende Voraussetzungen für eine Untersuchung im Bereich der Medienwirkungsforschung<sup>15</sup>. Da das Motorrad bisher noch nicht ausgeliefert wurde (Stand: Januar 2023), handelt es sich bei den Meinungen der Endverbraucher lediglich um theoretisch gebildete Annahmen und Vorurteile, die jedoch – in den vorgestellten Kommentaren aus dem sozialen Netzwerk Instagram – bereits eine starke Überzeugung der Kommunikatoren erahnen lassen. Dem stellen sich durchweg positive journalistische Testurteile zur Stark VARG gegenüber, was eindeutige Voraussetzungen für eine Untersuchung des Einflusses und der Wirkung von Medien auf Konsumenten schafft.

Die Wirkung von Medien ist bereits in zahlreichen Facetten vielfach erforscht. Die meisten Versuche können lediglich eine kleine oder gar keine Medienwirkung feststellen (vgl. Abschnitt 2.1.1). An Relevanz verliert der Bereich jedoch allein deshalb nicht, weil er die Daseinsberechtigung von Medien hinterfragt: Wieso überhaupt Medien produzieren, wenn diese keine Wirkung beim Rezipienten erzielen? Der spezifische Themenfokus auf alternative Antriebskonzepte im Motocross-Sport dürfte die Untersuchung in der vorliegenden Theses darüber hinaus von allen vorhandenen Studien unterscheiden. Vorteil des gewählten Gegenstandes ist außerdem, dass seine Rahmenbedingungen in ihrer Einfachheit fast schon wie unter Laborbedingungen isoliert wirkten – genannt sei in diesem Kontext die nicht vorhandene Möglichkeit der Diskussions Teilnehmer, das Motorrad bereits im Vorfeld erprobt zu haben, die theoretische technische Überlegenheit des Motorrades (vgl. Abschnitt 2.4.2) sowie die Konsonanz der bisherigen Testurteile.

---

<sup>13</sup> Szenebegriff für Motocross-Rennstrecke

<sup>14</sup> @puhle884: Kommentar unter Instagram-Post von @crossmagazin, 14.12.2021. Online unter: <https://www.instagram.com/p/CXdQgeEgFNi/> [Abruf 23.11.2022]

<sup>15</sup> s. Abschnitt 2.1.1 für eine Definition

## 1.3 Ziel und Aufbau der Thesis

Anhand der Recherche über den Diskussionsgegenstand sowie den Stand der Medienwirkungsforschung wurde für die vorliegende Thesis folgende zentrale Fragestellung erarbeitet, die in den empirischen Teilen der Arbeit beantwortet werden soll: Inwiefern beeinflusst der Konsum von Testberichten über die Stark VARG die vorher gebildete Meinung von Verbrauchern über das Motorrad beziehungsweise elektrisch angetriebene Motocross-Motorräder im Allgemeinen? Die Wahl der empirischen Methode fiel auf die qualitative Gruppendiskussion (vgl. Abschnitt 3.1.1). Eine eindeutige und allgemeingültige Antwort auf die Frage nach dem Vorhandensein einer feststellbaren Medienwirkung wird diese Arbeit nicht liefern können, aber sie verfolgt das Ziel, eine tendenzielle Aussage über Testberichte in diesem speziellen Fall zu erarbeiten und die Gründe zu erforschen, aus denen eine Meinungsveränderung stattfindet oder nicht. Möglicherweise lassen sich diese auch auf andere, vergleichbare Fälle übertragen.

Um das Thema von allen Seiten zu beleuchten, werden im theoretischen Teil der Arbeit zuerst das Feld der Medienwirkungsforschung genauer erläutert und drei gängige Modelle erklärt. Im Anschluss folgt eine Einführung des Begriffs der journalistischen Berichterstattung sowie des Subgenres Innovationsjournalismus. Danach findet sich eine Abgrenzung des Motocross-Sports zu anderen Motorsportgattungen sowie die Spezifika des betrachteten Motorrads Stark VARG, welches den Gegenstand der Testberichte in der empirischen Untersuchung darstellt. Als Abschluss des theoretischen Teils schließt sich dem ein kurzer Abschnitt über die Akzeptanz elektrischer Antriebe in der Motocross-Szene an.

Der erste empirische Teil der Thesis beginnt mit einer Erklärung des Erhebungsinstruments der Gruppendiskussion und erläutert dessen Auswahl sowie konkrete Umsetzung für diese Thesis. Im darauffolgenden Abschnitt werden die drei Testberichte, deren Wirkung auf die Rezipienten in den Gruppendiskussionen diskutiert wird, analysiert und deren Auswahl begründet. Zum Abschluss des ersten empirischen Teils werden im Sinne der Transparenz Rekrutierung und Auswahl der Diskussionsteilnehmer, die Durchführung der Erhebungen sowie der Diskussionsleitfaden beschrieben. Der zweite empirische Teil beginnt

mit einer Auswertung und Interpretation einzelner Sequenzen aus den Gruppendiskussionen. Auf eine Interpretation der Untersuchungsergebnisse folgt eine kritische Auseinandersetzung mit der Methodenwahl und -durchführung. Die Arbeit wird durch das Fazit sowie das Quellen- und Literaturverzeichnis abgeschlossen, weiterführende Informationen befinden sich im Anhang.

## **2. Theoretischer Teil: Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung und zentrale Begriffe**

### **2.1 Studien aus der Medienwirkungsforschung**

In Abschnitt 2.1 wird zuerst eine allgemeine Einführung in die Medienwirkungsforschung gegeben und deren Forschungsgegenstand erläutert. Im Folgenden werden drei gängige Theorien aus diesem Bereich vorgestellt. Auf die Agenda-Setting-Theorie (1972) folgt die Schweigespirale nach Elisabeth Noelle-Neumann (1980) und zum Abschluss das Elaboration-Likelihood-Modell (1986).

#### **2.1.1 Allgemeines zur Medienwirkungsforschung**

Forschungsgegenstand der Medienwirkungsforschung sind die Auswirkungen und Folgen der Medienrezeption, also dem Konsum von Medien aller Art. Somit behandelt die Forschung die beim Menschen durch Medien hervorgerufenen Veränderungen.<sup>16</sup> Dabei gibt es in der Wissenschaft „keine umfassende Theorie der Medienwirkung [...], sondern Ansätze und Theorien mittlerer Reichweite.“<sup>17</sup> Man unterscheidet zwischen Auswirkungen auf drei abgrenzbaren Ebenen; der Einzelpersonen betreffenden Individualebene (Mikroebene), der Gruppenebene (Mesoebene) und der Ebene, die die gesamte Gesellschaft einschließt (Makroebene).<sup>18</sup>

Geschichtlich gesehen schwankten die Annahmen über Medienwirkung im Laufe der Jahrzehnte enorm. Als Beispiel ist in diesem Zusammenhang die Persuasionsforschung zu nennen, die sich mit dem Medieneinfluss auf

---

<sup>16</sup> Vgl. Beck, Klaus (2014): Kommunikationsforschung/Medienwirkungsforschung. In: Schröter, Jens (Hrsg.): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart 2014, S. 453

<sup>17</sup> Ebd. S. 453

<sup>18</sup> Vgl. Schweiger, Wolfgang (2013): Was sind Medienwirkungen? In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013, S. 28

Einstellung und Meinung befasst. In diesem Bereich versuchte man ab den 1950er-Jahren „unvermittelte, lineare und starke Effekte zu finden.“<sup>19</sup> Im 21. Jahrhundert wird das Thema differenzierter behandelt und man geht von komplexeren, vielschichtigen Einflussfaktoren aus.<sup>20</sup> Laut Kommunikationswissenschaftler Klaus Beck gibt es für „die populäre Annahme starker Medienwirkungen [...] weder überzeugende empirische Belege noch plausible theoretische Erklärungen.“<sup>21</sup> Wahrscheinlicher seien geringe Wirkungen, die am ehesten bei einseitiger (konsonanter) Berichterstattung auftreten.<sup>22</sup> Allerdings unterstellt Kommunikationswissenschaftler Wolfgang Schweiger den Forschern auch im 21. Jahrhundert den vorsätzlichen Versuch, in ihren Studien aufgrund des höheren Nachrichtenwertes über starke Medienwirkungen zu berichten, anstatt schwache oder überhaupt keine Wirkungen zu untersuchen.<sup>23</sup>

Im Bereich der Persuasionsforschung ist dringend die Persuasion, also eine etwaige Einstellungsänderung, von einer Änderung im Verhalten zu unterscheiden. So weisen laut Wolfgang Schweiger zahlreiche Studien einen geringen Zusammenhang zwischen Einstellung und tatsächlichem Verhalten nach.<sup>24</sup> Auch ist es denkbar, dass die eigene Reflexion der Medienwirkung einen Einfluss auf eine mögliche Persuasion hat. In Befragungen gäben Rezipienten häufig an, „selbst nicht von den Medien beeinflusst zu sein, allen anderen hingegen unterstellen sie vergleichsweise starke Beeinflussung durch Medien“.<sup>25</sup> Das dieser Tatsache mutmaßlich zugrunde liegende Phänomen, dass sich Personen in ihrer Selbstwahrnehmung von ihren Mitmenschen unterscheiden wollen, wird auch *third-person-effect* genannt.<sup>26</sup>

Schweiger sieht eine Herausforderung der Medienwirkungsforschung darin, die Balance zu finden zwischen zu kleinteiligen Studien mit nach kurzer Zeit

---

<sup>19</sup> Wirth, Werner u. Kühne, Rinaldo (2013): Grundlagen der Persuasionsforschung. In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013, S. 313

<sup>20</sup> Vgl. Ebd. S. 314

<sup>21</sup> Beck, Klaus (2014): Kommunikationsforschung/Medienwirkungsforschung. In: Schröter, Jens (Hrsg.): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart 2014, S. 458

<sup>22</sup> Vgl. Ebd. S. 458

<sup>23</sup> Vgl. Schweiger, Wolfgang (2013): Was sind Medienwirkungen? In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013, S. 18

<sup>24</sup> Vgl. Ebd. S. 22

<sup>25</sup> Beck, Klaus (2014): Kommunikationsforschung/Medienwirkungsforschung. In: Schröter, Jens (Hrsg.): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart 2014, S. 455 f.

<sup>26</sup> Vgl. Ebd. S. 456

irrelevanten Ergebnissen und dem schon lange als unmöglich befundenen Versuch, die großen, allgemeinen Fragen zu beantworten.<sup>27</sup>

## 2.1.2 Agenda-Setting-Theorie

Die Agenda-Setting-Theorie wurde 1972 von Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw veröffentlicht<sup>28</sup> und gilt bis heute als wichtigster Ansatz der modernen Medienwirkungsforschung.<sup>29</sup> Sie geht davon aus, dass die Medien weniger die Meinung der Rezipienten beeinflussen als vielmehr, welche Themen die Gesellschaft als relevant erachtet – deshalb spricht man auch von einer „Thematisierungsfunktion“ der Medien. Darüber hinaus nahmen McCombs und Shaw an, dass sich die Wichtigkeit, welche Rezipienten relevanten Themen zuordnen, nach dem Umfang der Berichterstattung jener Medien staffelt.<sup>30</sup> Bernard C. Cohen formulierte die Kernessenz der Theorie 1963 folgendermaßen: „[The press] may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about.“<sup>31</sup>

Im Laufe der Jahre wurde die These weiter ausdifferenziert, sodass man heute zwischen unterschiedlichen Agenden unterscheidet: der Medienagenda, der politischen Agenda und der Publikumsagenda. Mit der Medienagenda sind Umfang und Frequenz der medialen Berichterstattung über einzelne Themen gemeint, die politische Agenda bezieht sich auf die in der Politik diskutierten Themen und die Publikumsagenda auf das, was die rezipierende Bevölkerung für wichtig hält.<sup>32</sup> Für gesellschaftlich relevante politische Prozesse wird die Agenda-Setting-Wirkung als förderlich betrachtet, da sie für eine Homogenisierung sorgt. Das bedeutet, dass die Medien eine Palette an Themen von

<sup>27</sup> Vgl. Schweiger, Wolfgang (2013): Was sind Medienwirkungen? In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013, S. 34

<sup>28</sup> Vgl. McCombs, Maxwell E. u. Shaw, Donald L.: The Agenda-Setting function of mass media, in: Public Opinion Quarterly, 2/1972, S.176-187

<sup>29</sup> Vgl. Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2011, S. 181

<sup>30</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe (2006): Agenda-Setting. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006, S. 19

<sup>31</sup> Cohen, Bernard C.: The press and foreign policy. Princeton 1963, S. 13

<sup>32</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe (2006): Agenda-Setting. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006, S. 19 f.

öffentlichem Interesse bereitstellen, auf die sich die Bevölkerung konzentrieren und beziehen kann.<sup>33</sup> In modernen Erweiterungen der Agenda-Setting-Theorie ist auch von Intermedia Agenda-Setting die Rede. Diese These besagt, dass es einige wenige Leitmedien gibt, deren Themenwahl großen Einfluss auf die allgemeine Medienagenda hat.<sup>34</sup> Demnach werden diese Medien besonders häufig von anderen zitiert.

Die Agenda-Setting-Theorie ist vielfach empirisch untersucht, unter anderem von den Autoren Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw. Im Vorfeld der Präsidentschaftswahl 1968 überprüften die beiden US-Amerikaner ihre Hypothese mithilfe der sogenannten Chapel-Hill-Studie. Dabei fragten sie 100 unentschlossene Wähler aus dem US-Bundesstaat North Carolina nach relevanten Themen – also eine Erhebung der Publikumsagenda – und glichen das Ergebnis mit der Agenda der vor Ort erhältlichen Medien ab. Dabei ergab sich ein hoher Korrelationswert, was die These untermauerte.<sup>35</sup> Kritisiert wird an dieser frühen Studie, dass die Erhebung nur zu einem Zeitpunkt und mit einer vergleichsweise geringen Anzahl an Probanden durchgeführt wurde.<sup>36</sup>

### 2.1.3 Schweigespirale

1980 publizierte Elisabeth Noelle-Neumann ihre Theorie der Schweigespirale, die unter anderem Aspekte der Sozialpsychologie mit der Kommunikationstheorie verbindet.<sup>37</sup> Der Ansatz postuliert, dass Menschen stets nach sozialer Akzeptanz streben und sich daher nicht trauen, ihre Meinung zu äußern, wenn diese nicht der vermeintlich vorherrschenden Meinung entspricht. Umgekehrt würden Befürworter eher dazu tendieren, sich öffentlich zu ihrer Ansicht zu

---

<sup>33</sup> Vgl. Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2011, S. 181

<sup>34</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe (2006): Agenda-Setting. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006, S. 20

<sup>35</sup> Vgl. Rössler, Patrick (2016): The Agenda-Setting Function of Mass Media von Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw. In: Potthoff, Matthias (Hrsg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2016, S. 123 f.

<sup>36</sup> Vgl. Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2011, S. 189

<sup>37</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe (2006): Schweigespirale. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006, S. 312 f.

bekennen. Die Medien nähmen dabei insofern Einfluss auf die Meinungsbildung, als dass sie die Hauptinformationsquelle für Meinungsverteilungen bilden und teilweise eine Meinung als vorherrschend darstellen würden, die es tatsächlich gar nicht ist. Wenn die Rezipienten jedoch diesen Eindruck erhalten, könne sich eine spiralförmige Wirkung einstellen.<sup>38</sup> Das habe die Rezipienten in einer Beobachtung dazu gebracht, „sich laut zu bekennen oder ihre Ansichten herunterzuschlucken und zu schweigen, bis wie in einem Spiralprozeß [*sic!*] die einen öffentlich ganz dominierten und die anderen [...] ‚mundtot‘ waren.“<sup>39</sup> Die kontrovers diskutierte Theorie findet vor allem im Bereich der politischen Kommunikation Anwendung.<sup>40</sup>

Bezogen auf die menschliche Psyche liegen dem Ansatz zwei Prämissen zugrunde. Zum einen setzt sie voraus, dass der Mensch stets soziale Isolation fürchtet und zu vermeiden versucht. Diese Prämisse wurde nach der Publikation der Theorie kritisiert, da empirische Untersuchungen nahelegen, dass nur ein geringer Prozentsatz der Menschen seine Meinungsäußerungen von der vermeintlichen Mehrheit beeinflussen lässt.<sup>41</sup> Zum anderen geht Noelle-Neumann davon aus, dass der Mensch ständig seine Umwelt beobachtet und sich so überhaupt erst über die in den Medien vermittelte Mehrheitsmeinung bewusst ist.<sup>42</sup>

Eine besonders starke Wirkung im Sinne der Schweigespirale wird dem Medium Fernsehen zugesprochen. Diese These stützt Noelle-Neumann auf drei zentrale Begrifflichkeiten. Kumulation bezeichnet das häufige Wiederholen von Botschaften, während Konsonanz – unabhängig vom Wahrheitsgehalt – eine programmübergreifende ähnliche Bewertung relevanter Sachverhalte darstellt. Der Öffentlichkeitseffekt bezieht sich auf das Wissen aller Rezipienten um die freie Zugänglichkeit der Botschaft für alle anderen Rezipienten.<sup>43</sup> Noelle-Neumann behauptet sogar, die linksorientierte TV-Berichterstattung im Vorfeld der Bundestagswahl 1976 habe zum Wahlsieg der SPD-FDP-Koalition geführt.

---

<sup>38</sup> Vgl. Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. München 1980, S. 17 f.

<sup>39</sup> Ebd. S. 18

<sup>40</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe (2006): Schweigespirale. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006, S. 312 f.

<sup>41</sup> Vgl. Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl. (überarb.). Konstanz u. München 2011, S. 237

<sup>42</sup> Vgl. Ebd. S. 235 f.

<sup>43</sup> Vgl. Ebd. S. 235

Dabei wird ihr jedoch der methodische Fehler vorgeworfen, sich lediglich auf politische Fernsehsendungen berufen und Drittfaktoren wie andere Medienangebote vernachlässigt zu haben.<sup>44</sup>

### 2.1.4 Elaboration-Likelihood-Modell

Das Elaboration-Likelihood-Modell zählt zu den Zwei-Prozess-Modellen und wird daher als „derzeit dominantes Paradigma der Informationsverarbeitung und Persuasionsforschung“<sup>45</sup> betrachtet. Die zentrale Veröffentlichung zu diesem Ansatz wird Richard E. Petty und John T. Cacioppo mit „Communication and persuasion“ von 1986 zugeschrieben. Das Modell unterscheidet zwischen zwei grundsätzlichen Pfaden zur kognitiven Verarbeitung persuasiver Botschaften. Der zentrale Pfad der Verarbeitung setzt eine intensive Auseinandersetzung mit dem Rezipienten voraus und schließt eine detaillierte Betrachtung und bedachte Abwägung der genannten Argumente ein. In der Folge seien die Einstellungen beständig und nur schwer wieder zu entkräften, wenn ein Rezipient sie angenommen hat. Der periphere Pfad werde bei eingeschränkter kognitiver Verarbeitung der Botschaft beschritten, beispielsweise wenn der Empfänger abgelenkt sei. Bei dieser Form der Verarbeitung würden die Argumente weniger sorgsam geprüft, stattdessen verfolge der Rezipient in einer oberflächlichen Auseinandersetzung unkomplizierte Hinweise auf die Verlässlichkeit der Botschaft. Ein Beispiel für einen solchen Hinweis sei die vermeintliche Kompetenz des Kommunikators.<sup>46</sup> In Abgrenzung zu anderen Zwei-Prozess-Modellen fasst dieses Modell eine besonders große Anzahl an Faktoren unter dem peripheren Pfad zusammen.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Vgl. Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2011, S. 238

<sup>45</sup> Wirth, Werner u. Kühne, Rinaldo (2013): Grundlagen der Persuasionsforschung. In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013, S. 319

<sup>46</sup> Vgl. Marquart, Franziska u. Naderer, Brigitte (2016): Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change von Richard E. Petty & John T. Cacioppo (1986). In: Potthoff, Matthias (Hrsg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2016, S. 233-235

<sup>47</sup> Vgl. Wirth, Werner u. Kühne, Rinaldo (2013): Grundlagen der Persuasionsforschung. In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013, S. 318

Dem Elaboration-Likelihood-Modell liegen einige Prämissen über menschliches Verhalten zugrunde. So setzen Petty und Cacioppo voraus, dass Menschen ein stetiges Verlangen danach haben, ihre Einstellungen zu überprüfen und gegebenenfalls zu korrigieren. Außerdem würden situationale Faktoren beeinflussen, ob Botschaften eher auf dem zentralen oder peripheren Pfad verarbeitet würden. Einfluss könne zudem die Voreinstellung des Rezipienten haben, die gegebenenfalls eine intensive Auseinandersetzung begünstige oder hemme.<sup>48</sup>

Einer der häufigsten Kritikpunkte am Elaboration-Likelihood-Modell ist die teils allgemeine Formulierung, welche zu auffällig umfassenden Einsatzmöglichkeiten führt. Dadurch sei eine Falsifikation der Theorie äußerst schwierig.<sup>49</sup> Basierend auf dem Kritischen Rationalismus nach Karl Popper müssten jedoch „[s]ozialwissenschaftliche Modelle [...] so präzise Vorhersagen treffen, dass es möglich ist, ihr empirisches Scheitern zu zeigen.“<sup>50</sup>

## 2.2 Journalistische Berichterstattung

Ein besonderes Merkmal des Berufsfeldes Journalismus ist, dass der Begriff ‚Journalist‘ in Deutschland nicht rechtlich geschützt ist. Das bedeutet, dass sich grundsätzlich jeder Bürger, unabhängig von der Berufsausbildung, akademischen Abschlüssen oder praktischer Erfahrung, als Journalist bezeichnen darf.<sup>51</sup> Das wiederum ist auf Artikel 5 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland zurückzuführen, der jedem Bürger das Recht auf freie Meinungsäußerung und der eigenen Unterrichtung aus frei zugänglichen Quellen einräumt.<sup>52</sup> Außerdem gewährleistet der Artikel eine freie Berichterstattung.<sup>53</sup> Diese nicht vorhandenen Einstiegsbarrieren in den Beruf des Journalisten

<sup>48</sup> Vgl. Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2011, S. 168 f.

<sup>49</sup> Vgl. Klimmt, Christoph u. Rosset, Magdalena: Das Elaboration-Likelihood-Modell. 2. Aufl. (überab.). Baden-Baden 2020, S. 94 f.

<sup>50</sup> Ebd. S. 95

<sup>51</sup> Vgl. Engels, Kerstin (2006): Journalistenausbildung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006, S. 173

<sup>52</sup> Vgl. Ebd. S. 173

<sup>53</sup> Vgl. Grundgesetz (GG), vom 23. Mai 1949, (BGBl. S. 1), idF. vom 8. Juni 2022, (BGBl. I S. 968)

unterstreichen die Relevanz einer Definition des Tätigkeitsfeldes. Einen solchen Definitionsversuch hat Journalist und Kommunikationswissenschaftler Klaus Meier vorgenommen:

„Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt.“<sup>54</sup>

Diese Definition legt mehrere Prämissen zugrunde, die Journalismus für Meier ausmachen. Die erste ist die Recherche: Demnach könne es sich nur um ein journalistisches Produkt handeln, wenn die Informationen nicht für jedermann auf Anhieb ersichtlich sind, sondern einen Rechercheaufwand erfordern. Außerdem ordnet Meier dem Journalismus eine Selektionsfunktion zu. So gehört für ihn nicht nur das Aufarbeiten, sondern auch die Selektion relevanter Themen zu den journalistischen Aufgaben.<sup>55</sup> An dieser Stelle sei unabhängig von Meier auf die Agenda-Setting-Funktion der Medien verwiesen, laut der die Medien zwar nicht die Richtung, aber den Gegenstand des gesellschaftlichen Diskurses definieren (vgl. Abschnitt 2.1.2).

Die Relevanz dieser Selektionsfunktion unterstreicht Meier mit dem Begriff der „konstruierten Wirklichkeit“<sup>56</sup>. Dieser beschreibt die vereinfachte Version der komplexen tatsächlichen Wirklichkeit, welche die Medien darstellen sollten. Zweck dieser Vereinfachung ist ein erleichterter Zugang der Rezipienten zu gesellschaftlich relevanten Diskussionsthemen. Ansprüche an die selektierten Themen sind laut dieser Auslegung Neuigkeitswert, Faktizität und die bereits erwähnte Relevanz.<sup>57</sup> Die Veröffentlichung über „periodische Medien“<sup>58</sup>, also regelmäßig erscheinende Veröffentlichungen, stellt eher eine Formsache dar, fasst die Definition jedoch nochmals ein wenig enger.

---

<sup>54</sup> Meier, Klaus: Journalistik. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2018, S. 14

<sup>55</sup> Vgl. Ebd. S. 15

<sup>56</sup> Ebd. S. 14

<sup>57</sup> Vgl. Ebd. S. 14

<sup>58</sup> Ebd. S. 14

Darüber hinaus spricht Klaus Meier die „Beobachtung der Gesellschaft“<sup>59</sup> an, welche als Anspielung auf die dem Journalismus häufig zugeordnete Überwachungsfunktion zu verstehen ist. Demnach gehört es zu den Aufgaben entsprechender Medien, die Gesellschaft in allen Facetten zu überwachen und durch kritische Berichterstattung auf Missstände hinzuweisen. In diesen Kontext ist der obig erwähnte Artikel 5 des Grundgesetzes einzuordnen, welcher eine freie Berichterstattung gewährleistet. Nach dem modernen Demokratieverständnis ist die Pressefreiheit „konstituierend für die freiheitliche demokratische Grundordnung“.<sup>60</sup> Nachdem der Presse ihre Freiheit im Nationalsozialismus entzogen worden war und diese somit ihrer Überwachungsfunktion nicht mehr nachkommen konnte, stellte man die Pressefreiheit mit Artikel 5 des Grundgesetzes in der Bundesrepublik Deutschland wieder sicher.<sup>61</sup>

Die Unabhängigkeit von wirtschaftlichen Interessen legt auch der Deutsche Presserat in Ziffer 7 des Pressekodex fest: „Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden.“<sup>62</sup> Auch wenn der Forschung in der vorliegenden Thesis die genannte Journalismusdefinition von Klaus Meier inklusive Einhaltung der siebten Ziffer des Pressekodex zugrunde liegt, bleibt zu erwähnen, dass diese in der Realität nicht zwingend berücksichtigt wird. So wird stellenweise von einer verschwimmenden Grenze zwischen Journalismus, PR, Marketing und Werbung gesprochen, die dem Rezipienten keine klare Unterscheidung ermöglicht.<sup>63</sup>

Eine ähnliche, wenn auch anders formulierte, Journalismusdefinition veröffentlichte Janis Brinkmann. Er fügt jedoch die entscheidende Komponente des „Verifizierens“<sup>64</sup> der zu veröffentlichenden Informationen hinzu. Damit unterstreicht Brinkmann die journalistische Sorgfaltspflicht und das übliche Prüfen

<sup>59</sup> Vgl. Meier, Klaus: *Journalistik*. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2018, S. 14

<sup>60</sup> Jarass, Hans D. u. Pieroth, Bodo: *Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland – Kommentar*. 15. Aufl. München 2018, S. 207

<sup>61</sup> Vgl. Fechner, Frank: *Medienrecht*. 17. Aufl. (überab. erg.). Tübingen 2016, S. 233

<sup>62</sup> Deutscher Presserat: *Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion*. Presserat: *Pressekodex*. Online unter: <https://www.presserat.de/pressekodex.html> [Abruf 06.01.2023]

<sup>63</sup> Vgl. Gonser, Nicole u. Rußmann, Uta (2017): *Verschwimmende Grenzen*. In: Gonser, Nicole u. Rußmann, Uta: *Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing*. Wiesbaden 2017, S. 5 f.

<sup>64</sup> Brinkmann, Janis: *Journalismus*. Baden-Baden 2021, S. 22

der gewonnenen Erkenntnisse auf Richtigkeit, was auch im Pressekodex des Deutschen Presserats verankert ist.<sup>65</sup> Dieser Anspruch an den Journalismus wird in der vorliegenden Thesis ebenfalls vorausgesetzt.

## 2.3 Innovationsjournalismus

Zerlegt man den Begriff Innovationsjournalismus in seine Einzelteile und betrachtet zunächst das Wort Innovation alleinstehend, findet man zahlreiche allgemeine Definitionen. Eine davon liefert Holger Braun-Thürmann: „Als Innovationen werden materielle oder symbolische Artefakte bezeichnet, welche Beobachterinnen und Beobachter als neuartig wahrnehmen und als Verbesserung gegenüber dem Bestehenden erleben.“<sup>66</sup> Medienwissenschaftler Andreas Schümchen spezifiziert die Innovationsdefinition mit Bezug auf den Journalismus. Für ihn schließt Innovation zwangsweise eine Prozesshaftigkeit ein, was sie von einer Erfindung, also einem prozessunabhängigen Ergebnis, unterscheidet.<sup>67</sup> Entscheidend sei darüber hinaus die Akzeptanz einer Erfindung bei den Konsumenten: So könne man nur von einer Innovation sprechen, wenn ihr allgemein eine hohe Bedeutsamkeit zugesprochen wird.<sup>68</sup> Demnach kann Innovation auch als eine Erfindung, die sich auf dem Markt behauptet hat, betrachtet werden.<sup>69</sup>

David Nordfors, Direktor des Center for Innovation and Communication an der Stanford-Universität, stellt fest, dass guter Innovationsjournalismus nicht nur das Produkt, sondern auch die Beteiligten und die Rahmenbedingungen berücksichtigt.<sup>70</sup> Schümchen beschreibt Funktion und Relevanz des Innovationsjournalismus folgendermaßen: „Der interessegeleiteten [...] Kommunikation von Unternehmen, Forschern oder Politikern, denen an der Akzeptanz ihrer

---

<sup>65</sup> Vgl. Deutscher Presserat: Ziffer 2 – Sorgfalt. Presserat: Pressekodex. Online unter: <https://www.presserat.de/pressekodex.html> [Abruf 06.01.2023]

<sup>66</sup> Braun-Thürmann, Holger: Innovation. Bielefeld 2005, S. 6

<sup>67</sup> Vgl. Schümchen, Andreas (2016): Innovation Journalism (Innovationsjournalismus). In: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.): Journalistische Genres. Konstanz u. München 2016, S. 42

<sup>68</sup> Vgl. Ebd. S. 43

<sup>69</sup> Vgl. Scholtissek, Stephan: Magie der Innovation. München 2009, S. 14

<sup>70</sup> Vgl. Schümchen, Andreas, Schwanenberg, Jennifer u. Seuser, Katharina: „Innovation Journalism ist die Politikberichterstattung der Zukunft“, in: Fachjournalist, Nr. 4/2011, S. 4

Entwicklungen gelegen ist, sollte in einer Demokratie idealerweise eine unabhängige Presse gegenüberstehen, die neue Ideen und Veränderungsprozesse beobachtet und analysiert, einordnet und bewertet.“<sup>71</sup>

Eine entscheidende Anforderung an den Innovationsjournalismus ist zudem eine ganzheitliche Betrachtung der Entwicklung. So müssen sich Redaktionen laut David Nordfors über das klassische Ressortdenken hinwegsetzen und Innovation interdisziplinär betrachten. In der Praxis würden Wirtschaftsredakteure beispielsweise hauptsächlich die wirtschaftliche Seite der Innovation beleuchten oder technische Redakteure nur die technische Seite.<sup>72</sup> Grund dafür dürften einseitige Kompetenzen der Redakteure sein – schließlich kennen sich diese naturgemäß vor allem in ihrem Ressort aus. Eine denkbare Lösung wäre das Forcieren ressortübergreifender Teamarbeit.<sup>73</sup>

Nordfors unterscheidet zwischen drei Stufen der Umsetzung von interdisziplinärem Innovationsjournalismus. Die niedrigste Stufe setzt voraus, dass ressortfremde Aspekte in der Innovationsberichterstattung zwar Erwähnung finden, aber nicht näher erklärt werden. Stufe zwei bedeutet ein peripheres Berücksichtigen solcher Aspekte. Beispielsweise, dass ein Redakteur aus dem Technikressort am Rande auf Wirtschaftsaspekte eingeht, auch wenn der Fokus nach wie vor auf der Technik liegt. Stufe drei ist nach Nordfors' Definition ein gesondertes Ressort für Innovationsjournalismus, das in jeder Veröffentlichung den Fokus nach gründlicher Abwägung auf die jeweils wichtigsten Aspekte legt. Er beschreibt es als horizontale Lösung im sonst vertikal organisierten Ressort-System.<sup>74</sup>

In ihrer zweiten Innovate-Studie befragten Claudia Mast, Simone Huck und Ansgar Zerfaß im Jahr 2006 Kommunikationsfachleute und Journalisten zum Thema Innovationskommunikation. Bereits in dieser Studie zeigte sich, dass mit 87,5 Prozent der befragten Journalisten der Großteil bei Innovationsberichterstattung die Berücksichtigung technologischer, wirtschaftlicher und

---

<sup>71</sup> Schümchen, Andreas (2016): Innovation Journalism (Innovationsjournalismus). In: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.): Journalistische Genres. Konstanz u. München 2016, S. 43

<sup>72</sup> Vgl. Schümchen, Andreas, Schwanenberg, Jennifer u. Seuser, Katharina: „Innovation Journalism ist die Politikberichterstattung der Zukunft“, in: Fachjournalist, Nr. 4/2011, S. 5

<sup>73</sup> Vgl. Schümchen, Andreas (2016): Innovation Journalism (Innovationsjournalismus). In: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.): Journalistische Genres. Konstanz u. München 2016, S. 44 f.

<sup>74</sup> Vgl. Schümchen, Andreas, Schwanenberg, Jennifer u. Seuser, Katharina: „Innovation Journalism ist die Politikberichterstattung der Zukunft“, in: Fachjournalist, Nr. 4/2011, S. 7

sozialer Aspekte für wichtig hält.<sup>75</sup> Als Hauptgründe für mangelnden Innovationsjournalismus gaben die Journalisten in der Befragung eine inflationäre und missbräuchliche Verwendung des Begriffes Innovation, eine häufig zu werbliche Aufbereitung von Innovationsthemen und mangelndes Fachpersonal in Redaktionen an.<sup>76</sup> 2018 kritisierte Journalist Manfred Ronzheimer in der taz-Onlineausgabe mangelnde journalistische Umsetzung des Themas Innovation: „Die Bedeutung von Innovation [...] nimmt immer weiter zu. Im Journalismus, in den deutschen Medien, bildet sich das jedoch nicht ab. Es gibt keinen Innovationsjournalismus in Deutschland.“<sup>77</sup>

Bezogen auf die empirischen Teile der vorliegenden Arbeit, leitet der Forscher aus diesen kritischen Ausführungen ab, dass die strengen Qualitätskriterien für vorbildlichen Innovationsjournalismus nicht für die Auswahl der journalistischen Artikel vorausgesetzt werden können. Es werden also nicht nur Artikel berücksichtigt, welche die Prozesshaftigkeit der Innovation thematisieren und ganzheitlich Bericht erstatten.

## 2.4 Motocross in Abgrenzung zu anderen Motorsportgattungen

Im Deutschen Universalwörterbuch Duden findet sich eine allgemeine Definition zum Sport Motocross, die bereits einige wichtige Bedingungen einschließt. Demnach seien „Motorradrennen auf einer abgesteckten Rundstrecke im Gelände“<sup>78</sup> als Motocross zu bezeichnen. Dass es sich zwingend um Motorräder handeln muss, ist nicht ganz korrekt, da es als Randdisziplin auch Motocrossrennen mit vierrädrigen Quads gibt.<sup>79</sup> Diese werden bei der Verwendung des Begriffes Motocross in der vorliegenden Thesis allerdings nicht berücksichtigt.

<sup>75</sup> Vgl. Mast, Claudia, Huck, Simone u. Zerfaß, Ansgar: Innovationskommunikation in dynamischen Märkten. Berlin 2006, S. 22

<sup>76</sup> Vgl. Ebd. S. 24

<sup>77</sup> Ronzheimer, Manfred: Ein Phantomressort. taz, 14.04.2018. Online unter: <https://taz.de/Innovationsjournalismus-vernachlaessigt/!5495688/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>78</sup> O.V.: Deutsches Universalwörterbuch Duden. 7. Aufl. (überab. erw.). Berlin 2010, S. 1216

<sup>79</sup> Vgl. Deutscher Motorsport Bund: Handbuch Motorradsport 2022 (Roter Teil, S. 72). DMSB, 21.01.2022. Online unter: <https://www.dmsb.de/de/medien-service/handbuch/file/277859> [Abruf 06.01.2023]

Wichtig ist darüber hinaus die Unterscheidung zum artverwandten Endurosport. Die Motorräder ähneln sich zwar und nutzen vereinzelt eine identische Basis, Enduromaschinen benötigen im Gegensatz zu Motocross-Motorrädern jedoch eine Straßenzulassung und verfügen daher über Anbauteile wie Beleuchtung und Blinker.<sup>80</sup> Zudem sind Endurowettbewerbe Ausdauerwettkämpfe über mehrere Stunden, während es sich bei Motocrossveranstaltungen um Sprintrennen mit kurzer Renndistanz handelt. In der Motocross-Weltmeisterschaft der Herren finden daher pro Veranstaltung zwei Rennläufe von jeweils 30 Minuten zuzüglich zwei Runden statt.<sup>81</sup> In den Erwachsenenklassen des deutschen Amateursports variiert die Dauer der einzelnen Rennen zwischen 15 und 20 Minuten zuzüglich zwei Runden.<sup>82</sup>

Der ADAC, Ausrichter zahlreicher Motocross-Serien, beschreibt die besonderen Anforderungen des Sports folgendermaßen: „Auf meterhohe Sprünge folgen oft Waschbrett-Passagen und tiefe Bodenwellen, bei denen sowohl die Technik des Motorrades als auch die Muskulatur Höchstleistungen vollbringen muss.“<sup>83</sup> Voraussetzung für Fahrer ist also eine gute Grundkondition. Als Besonderheit der Disziplin werden zudem große Starterfelder angeführt,<sup>84</sup> was auch die Statuten zur Motocross-Weltmeisterschaft untermauern: Diese erlauben ein Maximum von 40 Fahrern pro Rennen<sup>85</sup>. Das übersteigt beispielsweise die Starterfelder der auf Asphalt ausgetragenen Motorradweltmeisterschaft MotoGP mit 22 Fahrern weit.<sup>86</sup> Mathias Schröder, Chefredakteur der motocrossbezogenen Special-Interest-Publikation Cross Magazin, führte bei einem persönlichen Interview den Start zum Rennen als weiteres Alleinstellungsmerkmal des

<sup>80</sup> Vgl. Schäfer, Christian: Vergleich KTM 450 EXC-F mit KTM 450 SX-F. In: Cross Magazin, Nr. 5/2017, S. 35-38

<sup>81</sup> Vgl. Fédération Internationale de Motorcyclisme: FIM MXGP, MX2, Women's Motocross World Championships, FIM Junior Motocross World Championship/Cup, FIM Motocross of Nations Regulations 2022 (S. 10). FIM, 03.08.2022. Online unter: [https://www.fim-moto.com/fileadmin/user\\_upload/Documents/2022/65.200.01\\_MXGP\\_E\\_UPDATE.pdf?t=1666103768](https://www.fim-moto.com/fileadmin/user_upload/Documents/2022/65.200.01_MXGP_E_UPDATE.pdf?t=1666103768) [Abruf 06.01.2023]

<sup>82</sup> Vgl. Schwierien, David: Regio Racing Guide 2018, in: Cross Magazin, Nr. 3/2018, S. 90-104

<sup>83</sup> Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V.: Motocross. ADAC, 08.03.2022. Online unter: <https://www.adac-motorsport.de/motocross> [Abruf 06.01.2023]

<sup>84</sup> Vgl. Ebd. [Abruf 06.01.2023]

<sup>85</sup> Vgl. Fédération Internationale de Motorcyclisme: FIM MXGP, MX2, Women's Motocross World Championships, FIM Junior Motocross World Championship/Cup, FIM Motocross of Nations Regulations 2022 (S. 10). FIM, 03.08.2022. Online unter: [https://www.fim-moto.com/fileadmin/user\\_upload/Documents/2022/65.200.01\\_MXGP\\_E\\_UPDATE.pdf?t=1666103768](https://www.fim-moto.com/fileadmin/user_upload/Documents/2022/65.200.01_MXGP_E_UPDATE.pdf?t=1666103768) [Abruf 06.01.2023]

<sup>86</sup> Vgl. MotoGP: Die MotoGP-Startaufstellung für 2023 ist fast komplett! MotoGP, o.D. Online unter: <https://www.motogp.com/de/nachrichten/2022/08/30/die-motogp-startaufstellung-2023-ist-fast-komplett/409722> [Abruf 06.01.2023]

Sports an. So würden die maximal 40 Teilnehmer nebeneinander von einer Anlage starten, die erst zu Beginn des Rennens den Weg auf die Strecke freigibt. Im Fachjargon bezeichne man diese Startanlage meist als Startgatter.<sup>87</sup>

Eine weitere Besonderheit ist laut Schröder die im Vergleich zu anderen Motorsportgattungen niedrige Einstiegshürde in den Hobbysport. So gebe es zahlreiche „Schnupperangebote“<sup>88</sup> zum Ausprobieren von Motocross – auch der Kauf einer eigenen Ausrüstung sei wesentlich günstiger als zum Beispiel beim Motorradfahren auf asphaltierten Rennstrecken. Dadurch gebe es in Deutschland eine rege Amateursportszene mit Fahrern, die auf abgesperrten Strecken fahren, welche von örtlichen Vereinen betrieben werden. Hobbyfahrer mit sportlichen Ambitionen messen sich in Landesmeisterschaften und anderen Amateurserien.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> Vgl. Interview mit Mathias Schröder (s. Anhang, A1)

<sup>88</sup> Vgl. u.a. ADAC MX Academy. Online unter: <https://www.adac-motorsport.de/adac-mx-academy> [Abruf 06.01.2023]

<sup>89</sup> Vgl. Interview mit Mathias Schröder (s. Anhang, A1)

## 2.4.1 Besonderheiten von Motocross-Motorrädern



Abbildung 1: Yamaha YZ450F 2023 und Kawasaki Z900 2022 (Quellen: Yamaha/Kawasaki)

Die Yamaha YZ450F repräsentiert in der obigen Abbildung 1 die Motocrossmaschinen, während die Kawasaki Z900 stellvertretend für übliche Straßenmotorräder steht. Die Wahl fiel beim motocrossspezifischen Motorrad auf diese Maschine, da das Vorgängermodell aus dem Baujahr 2022 in mehreren Vergleichstests als Sieger<sup>90</sup> beziehungsweise Favorit für die breite Masse<sup>91</sup> hervorging, wodurch dem ausgewählten Yamaha-Modell eine technische Konkurrenzfähigkeit unterstellt werden kann. Die Kawasaki Z900 wiederum ist für 2021 als in Deutschland am häufigsten neuzugelassenes Motorrad gelistet, welches als reines Straßenmotorrad keinerlei Ansprüche auf Tauglichkeit für Fahrten im Gelände hegt.<sup>92</sup> Anhand dieser beiden Motorräder soll das folgende Kapitel die wichtigsten Besonderheiten der Motocrossmaschinen in Abgrenzung zu anderen Motorrädern erklären.

Wie in Abbildung 1 zu erkennen ist, verfügen die Reifen des Motocross-Motorrades über ein deutlich grobstolligeres Profil als die des Straßenmotorrades, was dem Fahrer Haftung auf losen Böden und Erde ermöglichen soll<sup>93</sup>. Zudem sind die Räder im Durchmesser mit der Motocross-Standardgröße 21 Zoll

<sup>90</sup> Vgl. Schäfer, Christian: Shootout MX1-Bikes 450/4T 2022. In: Cross Magazin, Nr. 12/2021, S. 55

<sup>91</sup> Vgl. Motocross Action Magazine: 2022 Motocross Action 450 Shootout. Motocross Action Magazine, 02.04.2022. Online unter: <https://motocrossactionmag.com/2022-motocross-action-450-shootout/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>92</sup> Vgl. Industrie-Verband Motorrad Deutschland e.V.: Jahresbericht 2021. IVM, o.D. Online unter: <https://www.ivm-ev.de/assets/Uploads/IVM-Jahresbericht-2021.pdf> [Abruf 06.01.2023]

<sup>93</sup> Vgl. Gianatsis, Jim: Geheimnisse der Motocross Technik. Stuttgart 1984, S.19

(vorn) und 19 Zoll (hinten)<sup>94</sup> deutlich größer als die der Kawasaki Z900 (beide 17 Zoll)<sup>95</sup>, was das sichere Fahren auf unebenem Gelände erleichtert.

Eine weitere wichtige Modifikation, die geländetaugliche Motorräder von Straßenmotorrädern unterscheidet, ist das Fahrwerk. So begann man bereits in den 1970er-Jahren Feder Elemente mit längeren Federwegen zu konstruieren<sup>96</sup>, um so auch größere Unebenheiten und Sprünge abzufedern. Folglich übersteigen die Federwege der Frontgabel und des Federbeins der Hinterradführung bei der Yamaha YZ450F die 300 Millimeter<sup>97</sup>, während die Kawasaki Z900 mit jeweils weniger als der Hälfte des Federwegs auskommt.<sup>98</sup> Wie in Abbildung 1 zu sehen, ist die Bodenfreiheit der Motocrossmaschine dadurch und durch eine andere Führung des Auspuffs entsprechend größer.

Im Sinne eines agilen Fahrverhaltens und einer guten Wendigkeit auf engen Motocross-Rennstrecken ist ein möglichst geringes Fahrzeuggewicht – ähnlich wie bei anderen Formen des Motorsports – Ziel eines jeden Herstellers. Während es die aktuell gängigen Motorräder der größten Motocross-Hubraumklasse 450 Kubikzentimeter jeweils auf weniger als 110 Kilogramm bringen<sup>99</sup>, wogen im April 2021 laut einer ADAC-Übersicht der Großteil der zulassungsfähigen Krafträder im fahrfertigen Zustand deutlich mehr als 150 Kilogramm.<sup>100</sup> Grund für das geringe Fahrzeuggewicht dürfte neben dem Fehlen von Anbauteilen wie Licht und Blinker (s. Abbildung 1) sowie konsequenter Leichtbauweise auch das Motorenkonzept der Motocrossmaschinen sein. So setzen die

<sup>94</sup> Vgl. Yamaha Motor: YZ450F. Yamaha, o.D. Online unter: <https://www.yamaha-motor.eu/de/de/products/motorcycles/competition/yz450f-2023/techspecs/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>95</sup> Vgl. Kawasaki: Z900 50th Anniversary 2022. Kawasaki, o.D. Online unter: [https://www.kawasaki.de/de/products/Supernaked/2022/Z900\\_50th\\_Anniversary/specifications?Uid=086BClxcUF-hQWVtfDAtZXFoLDVBZUFwOXVhRXVAKXFEMCww](https://www.kawasaki.de/de/products/Supernaked/2022/Z900_50th_Anniversary/specifications?Uid=086BClxcUF-hQWVtfDAtZXFoLDVBZUFwOXVhRXVAKXFEMCww) [Abruf 06.01.2023]

<sup>96</sup> Vgl. Gianatsis, Jim: Geheimnisse der Motocross Technik. Stuttgart 1984, S.38

<sup>97</sup> Vgl. Yamaha Motor: YZ450F. Yamaha, o.D. Online unter: <https://www.yamaha-motor.eu/de/de/products/motorcycles/competition/yz450f-2023/techspecs/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>98</sup> Vgl. Kawasaki: Z900 50th Anniversary 2022. Kawasaki, o.D. Online unter: [https://www.kawasaki.de/de/products/Supernaked/2022/Z900\\_50th\\_Anniversary/specifications?Uid=086BClxcUF-hQWVtfDAtZXFoLDVBZUFwOXVhRXVAKXFEMCww](https://www.kawasaki.de/de/products/Supernaked/2022/Z900_50th_Anniversary/specifications?Uid=086BClxcUF-hQWVtfDAtZXFoLDVBZUFwOXVhRXVAKXFEMCww) [Abruf 06.01.2023]

<sup>99</sup> Vgl. Motocross Action Magazine: 2022 Motocross Action 450 Shootout. Motocross Action Magazine, 02.04.2022. Online unter: <https://motocrossactionmag.com/2022-motocross-action-450-shootout/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>100</sup> Vgl. Allgemeiner Deutscher Automobil-Club: Aktuelle Motorräder und Leichtkrafträder sortiert nach Sitzhöhe, o.D. Online unter: [https://assets.adac.de/image/upload/v1618573428/ADAC-eV/KOR/Text/PDF/Tabelle\\_Sitzho%CC%88he\\_aktuelle\\_Motorra%CC%88der\\_2021\\_uegzb.pdf](https://assets.adac.de/image/upload/v1618573428/ADAC-eV/KOR/Text/PDF/Tabelle_Sitzho%CC%88he_aktuelle_Motorra%CC%88der_2021_uegzb.pdf) [Abruf 06.01.2023]

Konstrukteure bei den vorherrschenden Verbrennungsmotoren nach wie vor ausschließlich auf die kompakte Einzylinderbauform.<sup>101</sup>

Ingo Gach von Heise Autos erklärt die Vorteile dieses führenden Einzylinderkonzepts: „Die Hersteller wissen genau, dass im Geländesport das Gewicht und die Beherrschbarkeit die entscheidenden Rollen spielen, hingegen wäre noch mehr Leistung als die modernen, wassergekühlten 450er-Hochleistungs-Einzylinder produzieren, eher kontraproduktiv.“<sup>102</sup> René Ebert, damaliger Chefmechaniker des Wilvo Yamaha Teams aus der Motocross-Weltmeisterschaft, unterstrich in einem Interview 2019 ebenfalls, dass es nicht primär um die maximale Motorleistung geht: „Es gibt Fahrer, die das Bike smooth und mit weniger Power wollen [...]. Wir müssen immer einen Kompromiss zwischen smoother Leistung und Handling finden.“<sup>103</sup> Dass in den technischen Daten der Hersteller oder den Messwerten von Vergleichstests üblicherweise keine Angabe zur Höchstgeschwindigkeit der Motocross-Motorräder gemacht wird, darf darüber hinaus als Indikator dafür gewertet werden, dass auch dieser Parameter auf den vergleichsweise engen Rennstrecken nicht entscheidend ist. Was diese These ebenfalls unterstreicht: In Fachkreisen sorgte es für Diskussionsstoff, als in der Weltmeisterschaft beim Grand Prix of Russia 2019 die für den Motocross-Sport enorme Durchschnittsgeschwindigkeit von 65 Kilometern pro Stunde überschritten wurde.<sup>104</sup> Im Straßenmotorradsport beispielsweise sind die Durchschnittsgeschwindigkeiten erheblich höher, so bringt es die MotoGP im Durchschnitt auf teilweise über 180 Stundenkilometer.<sup>105</sup>

---

<sup>101</sup> Vgl. Gach, Ingo: Einzylinder-Motorräder. Heise Autos, 17.12.2019. Online unter: <https://www.heise.de/autos/artikel/Einzylinder-Motorraeder-4592009.html?seite=all> [Abruf 06.01.2023]

<sup>102</sup> Ebd. [Abruf 06.01.2023]

<sup>103</sup> Wheeler, Adam u. Anderson, Martin: Sind 450 ccm zu viel? In: Cross Magazin Nr. 12/2019, S. 39

<sup>104</sup> Vgl. Ebd. S. 37

<sup>105</sup> Vgl. Fuchs, Peter: Respekt einflößend: Die schnellsten MotoGP-Strecken. Speedweek, 20.08.2018. Online unter: <https://www.speedweek.com/motogp/news/131455/Respekt einfloec39fend-Die-schnellsten-MotoGP-Strecken.html> [Abruf 06.01.2023]

## 2.4.2 Besonderheiten der Stark VARG



Abbildung 2: Stark VARG (Quelle: Stark Future)

Am 14. Dezember 2021 kündigte das Unternehmen Stark Future ein neues Motocross-Motorrad an: Die Stark VARG.<sup>106</sup> Was die Maschine von den aktuell konkurrenzfähigen Motorrädern dieses Segments unterscheidet, ist vor allem ein elektrischer Antrieb, der den im Sport vorherrschenden Verbrennungsmotor in dieser Konstruktion gänzlich ersetzt. Bislang konnte kein elektrisch angetriebenes Motorrad in Wettbewerben des Profisports Fuß fassen. Nach Herstellerangaben dürfte die Stark VARG jedoch voll konkurrenzfähig oder den Verbrennern sogar überlegen sein.

Wichtige Eckdaten des Fahrwerks sind vergleichbar mit denen der führenden Maschinen und damit auch denen des vielfachen Testsiegers Yamaha YZ450F (vgl. Abschnitt 2.4.1). So setzt man bei der Stark VARG ebenfalls auf eine Federgabel des Herstellers KYB mit 310 Millimetern Federweg und

<sup>106</sup> Vgl. Stark Future: Die Welt verändern. [Pressemitteilung] Stark Future, 14.12.2021. U.a. Online unter: <https://crossmagazin.de/news/technik/die-welt-veraendern-das-elektrische-motocross-bikes-stark-varg> [Abruf 06.01.2023]

wahlweise auf ein 18- oder 19-Zoll-Hinterrad sowie ein 21-Zoll-Vorderrad<sup>107</sup> samt grobstolligen Reifen. Auch die große Bodenfreiheit und das Fehlen von Beleuchtung und anderen Anbauteilen für die Verkehrssicherheit zeigen, dass es sich um ein reines Wettbewerbsmotorrad mit Anspruch auf Einsätze im Motocross handelt (s. Abbildung 2). Das Gesamtgewicht des Motorrades beläuft sich laut Hersteller auf 110 Kilogramm, was vergleichbar ist mit den 109 Kilogramm<sup>108</sup>, mit denen die 2023er Baureihe der Yamaha YZ450F fahrfertig und vollgetankt angegeben ist. Die Alta Motors Redshift MXR, ein Versuch aus der Vergangenheit, einen vollelektrischen Antrieb im Motocross zu etablieren, wog beispielsweise mit 117,5 Kilogramm erheblich mehr.<sup>109</sup>

Während sich die Yamaha YZ450F des Baujahres 2022 auf der Prüfstandmessung des Cross Magazins mit einer Spitzenleistung von 57,9 PS gegen die Konkurrenz durchsetzte und somit laut dem Medium über den stärksten Motocross-Motor auf dem Markt verfügt<sup>110</sup>, überbietet die Stark VARG diesen Wert laut eigenen Angaben deutlich. Bei einer Vorbestellung des noch nicht ausgelieferten Motorrades (Stand: Januar 2023), wählt man als Kunde zwischen einer Version mit 60 PS und einer mit 80 PS.<sup>111</sup> Zu beachten ist jedoch weiterhin, dass es sich hierbei um eine Herstellerangabe handelt und nicht um eine unabhängige Messung. Auch 938 Newtonmeter Drehmoment, mit denen die Stark VARG angegeben ist, übertreffen die im Motocross üblichen Werte von maximal 50 Newtonmeter<sup>112</sup> um ein Vielfaches. Allerdings ist fraglich, ob die Drehmomentangaben trotz unterschiedlicher Antriebskonzepte und Übersetzungen von Motor bis zum Hinterradantrieb miteinander vergleichbar sind. Für eine gute Fahrbarkeit der Stark VARG soll eine digitale Einstelleinheit sorgen, mit der man bis zu 100 verschiedene Fahrmodi anwählen kann.<sup>113</sup>

<sup>107</sup> Vgl. Stark Future: Stark VARG. Stark Future, o.D. Online unter: <https://starkfuture.com/de-DE/products/stark-VARG> [Abruf 06.01.2023]

<sup>108</sup> Vgl. Yamaha Motor: YZ450F. Yamaha, o.D. Online unter: <https://www.yamaha-motor.eu/de/de/products/motorcycles/competition/yz450f-2023/techspecs/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>109</sup> Vgl. Baumann, Uli: US-Crosser mit Elektroantrieb. Motorrad, 05.02.2018. Online unter: <https://www.motorradonline.de/elektro/alta-motors-redshift-mxr-us-crosser-mit-elektroantrieb/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>110</sup> Vgl. Schäfer, Christian: Shootout MX1-Bikes 450/4T 2022. In: Cross Magazin, Nr. 12/2021, S. 52 f.

<sup>111</sup> Vgl. Stark Future: Stark VARG. Stark Future, o.D. Online unter: <https://starkfuture.com/de-DE/products/stark-VARG> [Abruf 06.01.2023]

<sup>112</sup> Vgl. Schäfer, Christian: Shootout MX1-Bikes 450/4T 2020. In: Cross Magazin, Nr. 11/2019, S. 53

<sup>113</sup> Vgl. Stark Future: Die Welt verändern. [Pressemitteilung] Stark Future, 14.12.2021. U.a. Online unter: <https://crossmagazin.de/news/technik/die-welt-veraendern-das-elektrische-motocross-bikes-stark-varg> [Abruf 06.01.2023]

Wie Mathias Schröder, Chefredakteur beim Cross Magazin, im Interview beschrieb, befürchten viele Fahrer, dass die Reichweite der Motorräder für einen Einsatz auf der Rennstrecke zu gering bleibt.<sup>114</sup> Vor Marktstart steht diesem Argument in Bezug auf die Stark VARG die Aussage der Firma selbst entgegen. Laut der Pressemitteilung zur Stark VARG verfügt der Akku über eine Kapazität von sechs Kilowattstunden und „bietet ein *[sic!]* volle Renndistanz bei Grand-Prix-ähnlicher Intensität [...] bei 1-2-stündigem Aufladen“<sup>115</sup>.

### 2.4.3 Akzeptanz elektrisch angetriebener Motorräder in der Motocross-Szene

Mathias Schröder im Interview über die Akzeptanz elektrischer Antriebe im Motocross: „Dieses Thema ist in der Szene sehr kontrovers. Wie viel Prozent die Entwicklung [...] befürworten oder verachten, ist schwer zu sagen, aber fest steht, dass das Thema E-Motocross die Community spaltet.“<sup>116</sup> Für die lautlosen Antriebe sprächen zum Beispiel die lärmbedingten Schließungen von Rennstrecken, die man damit vermeiden könne. Außerdem seien die Elektromotoren deutlich wartungsärmer. So fallen im Vergleich zum Verbrennungsmotor technologiebedingt Wartungsmaßnahmen wie Motoröl- und Kolbenwechsel weg, die beispielweise Yamaha für die YZ450F nach jeder dritten beziehungsweise jeder fünften Fahrt empfiehlt.<sup>117</sup> Argumente der Gegner sind laut Schröder die befürchteten Probleme mit den Reichweiten der Akkus elektrisch angetriebener Maschinen und die Annahme, dass die Motorengeräusche als spezifisches Merkmal den Sport ausmachen würden. Motocross-Profi Hunter Lawrence äußerte sich in einem Video vom US-Medium Motocross Action Magazine zu diesem Thema: „Der Sound ist einfach das Beste. Stell dir vor es wäre [...] Saisonstart mit allem, was hinter dem Startgatter los ist, aber man würde

<sup>114</sup> Vgl. Interview mit Mathias Schröder (s. Anhang, A1)

<sup>115</sup> Stark Future: Die Welt verändern. [Pressemitteilung] Stark Future, 14.12.2021. U.a. Online unter: <https://crossmagazin.de/news/technik/die-welt-veraendern-das-elektrische-motocross-bikes-stark-varg> [Abruf 06.01.2023]

<sup>116</sup> Interview mit Mathias Schröder (s. Anhang, A1)

<sup>117</sup> Vgl. Yamaha Motor: YZ450F, YZ450FM, Owner's Service Manual. o.O. 2020, S. "3-1" f.

nichts hören. Ich denke nicht, dass es dasselbe wäre.“<sup>118</sup> Aus Lawrences Zitat lässt sich die These ableiten, dass sich die Argumente neben praktischen Bedenken zumindest teilweise auf Emotionen und Konventionen stützen.

---

<sup>118</sup> Motocross Action Magazine: Tomac, Ferrandis & more give opinions on Electric bikes. Motocross Action Magazine, 02.02.2022. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=DaiwISn67Hc&t=356s> [Abruf 06.01.2023]

### **3. Empirischer Teil I: Gruppendiskussionen mit Rezipienten von Testberichten zur Stark VARG**

Im empirischen Teil der vorliegenden Thesis wird folgende zentrale Fragestellung untersucht: Inwiefern beeinflusst der Konsum von Testberichten über die Stark VARG die vorher gebildete Meinung der Verbraucher über das Motorrad beziehungsweise elektrisch angetriebene Motocross-Motorräder im Allgemeinen? Um die Forschungsfrage zu beantworten und Gründe für oder gegen eine Meinungsveränderung durch Medien zu finden, wurden qualitative Diskussionen vorbereitet, geführt und ausgewertet. Der empirische Teil I der Thesis beschränkt sich auf die Überlegungen im Vorfeld der Gruppendiskussionen sowie deren Planung, Vorbereitung und Durchführung. Auswertung und Interpretation der Erhebungen folgen im empirischen Teil II.

Nachdem die Methode der Gruppendiskussion erklärt und deren Verwendung begründet sind, folgt im ersten empirischen Teil eine Vorstellung der konkreten Umsetzung für diese Untersuchung. Danach werden die bei der Untersuchung verwendeten Testberichte vorgestellt und deren Auswahl begründet. Nachdem die Rekrutierung der Diskussionsteilnehmer erklärt und deren Auswahl erläutert ist, wird die Durchführung der Gruppendiskussionen beleuchtet. Als Abschluss des ersten empirischen Teils wird der Diskussionsleitfaden vorgestellt.

#### **3.1 Spezifika der Gruppendiskussion als Instrument der qualitativen Erhebung**

Susanne Vogl, Professorin für Soziologie an der Universität Stuttgart, definiert die qualitative Forschungsmethode der Gruppendiskussion folgendermaßen: „Gruppendiskussionen [...] sind geplante Diskussionen, um Einstellungen zu

einem bestimmten, durch das Forschungsinteresse definierten Bereich in einer offenen, freundlichen Atmosphäre zu erheben.“<sup>119</sup> Dadurch sei die Gruppendiskussion deutlich näher einer natürlichen Gesprächssituation als beispielsweise Gruppen- oder Einzelinterviews.<sup>120</sup> Darüber hinaus lassen sich laut dem Soziologen Siegfried Lamnek mit dieser Methode auch die „[...] den Meinungen und Einstellungen zugrundeliegenden Bewusstseinsstrukturen der Teilnehmer [...]“<sup>121</sup> erkennen. Lamnek hält die Gruppendiskussion grundsätzlich zur Erhebung kollektiver Phänomene für besser geeignet als Einzelbefragungen. Voraussetzung für die Wahl der Gruppendiskussion als Forschungsmethode sei jedoch die Annahme, dass zum Beispiel Orientierungen und Bedeutungszuschreibungen vor allem im sozialen Kontext entstehen.<sup>122</sup> Kollektive Meinungen von Gruppen können so direkt in ihrer Bildung beobachtet werden.<sup>123</sup> Michael und Eva Dreher sehen in der qualitativen Gruppendiskussion allerdings nicht nur ein Instrument der Informationsgewinnung für den Forscher, sie betonen auch das Lernpotenzial für die Teilnehmer der Untersuchung.<sup>124</sup>

Für Dreher und Dreher liegt ein Vorteil der Gruppendiskussion darin, dass bei dieser Erhebungsmethode „[...] durch wechselseitige Stimulation das wesentlich Gemeinte zur Sprache [...]“<sup>125</sup> käme. Problematisch sei jedoch, dass nicht immer klar ist, ob das unter Einfluss der Gruppendynamik Geäußerte auch tatsächlich die wahre Meinung oder gar die Handlungsgrundlage der Diskussionsteilnehmer darstellt.<sup>126</sup> Eine Gefahr des Verfahrens stellt also eine mögliche Verhinderung ehrlicher Meinungsäußerungen dar.<sup>127</sup> Demnach könnte die Angst vor sozialer Isolation auch in einer Gruppendiskussion das Äußern einer unpopulären Meinung unterdrücken.<sup>128</sup> Zu beachten ist jedoch, dass eine

---

<sup>119</sup> Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 581

<sup>120</sup> Vgl. Ebd. S. 581

<sup>121</sup> Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion. 2. Aufl. (überarb. erw.). Weinheim u. Basel 2005, S. 32

<sup>122</sup> Vgl. Ebd. S. 59

<sup>123</sup> Vgl. Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 582

<sup>124</sup> Vgl. Dreher, Michael u. Dreher, Eva: Gruppendiskussionsverfahren. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, Keupp, Heiner, von Rosenstiel, Lutz u. Wolff, Stephan (Hrsg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Weinheim 1995, S. 188

<sup>125</sup> Ebd. S. 186

<sup>126</sup> Vgl. Ebd. S. 186

<sup>127</sup> Vgl. Noelle-Neumanns Theorie der Schweigespirale, Abschnitt 2.1.3

<sup>128</sup> Vgl. Dreher, Michael u. Dreher, Eva: Gruppendiskussionsverfahren. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, Keupp, Heiner, von Rosenstiel, Lutz u. Wolff, Stephan (Hrsg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Weinheim 1995, S. 582

gewisse Beeinflussung der Aussagen durch andere Diskussionsteilnehmer und den Moderator gewünscht ist. Schließlich wird die Meinung in realen Gesprächssituationen auch in einem gewissen Maße von äußeren Einflüssen gelenkt.<sup>129</sup>

Die Angaben für die ideale Gruppengröße bei wissenschaftlichen Gruppendiskussionen schwanken teilweise, für Susanne Vogl liegt sie allerdings zwischen sechs und zehn Diskussionsteilnehmern. Von Nachteil bei kleinen Gruppen sei die Schwierigkeit, die Diskussion aufrecht zu erhalten, während sie bei größeren Gruppen schnell außer Kontrolle gerate.<sup>130</sup> Zentral ist bei der Konzeptionierung einer Gruppendiskussion die Entscheidung für Realgruppen oder ad-hoc-Gruppen. Üblicherweise werden als Realgruppen solche definiert, die auch außerhalb der Untersuchung existieren, deren Teilnehmer sich also kennen.<sup>131</sup> Bei ad-hoc-Gruppen handelt es sich im Gegensatz dazu um künstlich zusammengestellte Gruppen, die sich lediglich für die Untersuchung zusammenfinden. Diese gelten als diskussionsfreudiger, auch wenn die ersten Stadien der Gruppendiskussion aufgrund der Kennlernphase zeitaufwendiger sind.<sup>132</sup>

Für Michael und Eva Dreher hängt die Güte des Ergebnisses einer Gruppendiskussion neben der Zusammensetzung der Gruppe maßgeblich von den Fähigkeiten des Diskussionsmoderators ab.<sup>133</sup> Daher wird die Verwendung eines Diskussionsleitfadens empfohlen. Dieser soll sich laut Susanne Vogl am Forschungskonzept orientieren und mithilfe offener Fragen eher flexibel gehandhabt werden. Diese flexible Handhabung ermögliche es dem Moderator, während der Diskussion spontan auf unvorhergesehene Entwicklungen einzugehen. Die Themen sollten dabei entsprechend der Metapher eines Trichters nach und nach enger gefasst werden.<sup>134</sup> Laut Thomas Kühn und Kay-Volker Koschel ist eine zu starke Orientierung am Leitfaden einer der typischen Fehler,

<sup>129</sup> Vgl. Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 582

<sup>130</sup> Vgl. Ebd. S. 584

<sup>131</sup> Vgl. Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion. 2. Aufl. (überarb. erw.). Weinheim u. Basel 2005, S. 107

<sup>132</sup> Vgl. Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen: Die Gruppendiskussion. In: Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen (Hrsg.): Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft. 3. Aufl. (akt.). Baden-Baden 2021, S. 279

<sup>133</sup> Vgl. Dreher, Michael u. Dreher, Eva: Gruppendiskussionsverfahren. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, Keupp, Heiner, von Rosenstiel, Lutz u. Wolff, Stephan (Hrsg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Weinheim 1995, S. 187

<sup>134</sup> Vgl. Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 583

den Moderatoren in Gruppendiskussionen machen. Dadurch würde die Atmosphäre zu formal wirken als dass eine fruchtbare Diskussion darin entstehen könnte.<sup>135</sup> Für Hans Wagner und Philomen Schönhagen soll sich die Diskussion, also die eigentliche Datenerhebung, an diesem groben Ablauf orientieren: Am Anfang steht eine Vorstellung der Teilnehmer, auf welche die Eröffnungsfragen und das Setzen eines Grundreizes folgen.<sup>136</sup> Bei einem Grundreiz könne es sich beispielsweise um einen Problemaufriss oder einen provokanten, wenn auch nicht suggestiven, Diskussionsanstoß handeln.<sup>137</sup> Darauf folgen die Kernfragen der Diskussion und zuletzt die Schlussfragen.<sup>138</sup>

### 3.1.1 Begründung der Methodenwahl

Laut Siegfried Schumann legen die Verfechter quantitativer und qualitativer humanistischer Forschung verschiedene Welt- und Menschenbilder zugrunde. Während die quantitative Forschung ähnlich den Naturwissenschaften auf einem materialistisch-deterministischen Welt- und Menschenbild basiere, setze die qualitative Forschung humanistische Prinzipien voraus.<sup>139</sup> In der Folge vertreten die Fürsprecher der beiden Ansätze auch unterschiedliche Standpunkte gegenüber dem Konzept des freien Willens. So lehnen laut Schumann Vertreter der quantitativen Forschung aufgrund des Mangels empirischer Beweise die Existenz eines freien Willens ab und sehen den Menschen nicht ohne Beeinflussung durch äußere Faktoren Entscheidungen treffen. Qualitative Forscher hingegen gingen von der Existenz eines freien Willens aus, weshalb der Mensch selbstständig über seine Handlungen entscheide. Da der Mensch unter diesem Gesichtspunkt nicht nur als Merkmalsträger betrachtet werde, arbeite die qualitative Forschung nach ganzheitlichen Prinzipien und erhebe nicht nur einzelne Parameter.<sup>140</sup> In der vorliegenden Thesis wird ein humanistisches

---

<sup>135</sup> Kühn, Thomas u. Koschel, Kay-Volker: Gruppendiskussionen. Wiesbaden 2011, S. 157 f.

<sup>136</sup> Vgl. Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen: Die Gruppendiskussion. In: Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen (Hrsg.): Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft. 3. Aufl. (akt.). Baden-Baden 2021, S. 276

<sup>137</sup> Vgl. Ebd. S. 274

<sup>138</sup> Vgl. Ebd. S. 276

<sup>139</sup> Vgl. Schumann, Siegfried: Quantitative und qualitative empirische Forschung. Wiesbaden 2018, S. 148

<sup>140</sup> Vgl. Ebd. S. 150 f.

Weltbild zugrunde gelegt, daher qualitativ geforscht und der Mensch als komplexes Individuum betrachtet.

Ein Vorteil der Gruppendiskussion ist laut Hans Wagner und Philomen Schönhagen die breite inhaltliche Fächerung an Themen, die sich mit ihr erheben lassen: „Da man auch im Rahmen von Gruppendiskussionen gewissermaßen ‚über alles‘ reden kann, sind dem Einsatz des Verfahrens inhaltlich-gegenständlich kaum Grenzen gesetzt.“<sup>141</sup> Trotz dieser nicht vorhandenen inhaltlichen Eingrenzungen ist es für Wagner und Schönhagen auch ein wichtiges Kriterium für eine fruchtbare Gruppendiskussion, dass das besprochene Thema eine Relevanz für die Diskussionsteilnehmer hat.<sup>142</sup> Das Oberthema Motocross und die Fragestellung, ob Testberichte über die Stark VARG die Meinung der Konsumenten beeinflussen, sind im alltäglichen und wissenschaftlichen Themenhorizont betrachtet recht exotisch. Die in Abschnitt 2.4 angesprochene rege deutsche Amateursportszene spricht jedoch dafür, dass es möglich ist, Diskussionsgruppen zusammenzustellen, für die diese Themen relevant sind.

Auch forschungsökonomische Gründe sprechen für eine Untersuchung dieser Fragestellung mithilfe der Gruppendiskussion anstelle anderer qualitativer Verfahren. Hätte man beispielsweise Einzelinterviews als Erhebungsform gewählt, wären Arbeits- und Planungsaufwand selbst bei einer so überschaubaren Anzahl an Probanden ungleich höher gewesen und hätten möglicherweise bereits die naturgemäßen Grenzen einer Bachelorthesis überschritten. Von Vorteil ist bei der Gruppendiskussion im Vergleich mit Einzelerhebungsverfahren auch die realistischere Gesprächssituation.<sup>143</sup>

In der empirischen Untersuchung der vorliegenden Arbeit wurden zwei Gruppendiskussionen geführt. Eine Gruppe bestand dabei aus Personen, die dem Thema elektrisch angetriebener Motorräder im Motocross grundsätzlich offen gegenüberstehen und die andere Gruppe aus Skeptikern und Gegnern des neuen Antriebskonzeptes. Da der Forscher davon ausgeht, dass die Vertreter dieser beiden Lager jeweils ähnliche Argumente umtreibt und sie auch ähnlich

---

<sup>141</sup> Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen: Die Gruppendiskussion. In: Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen (Hrsg.): Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft. 3. Aufl. (akt.). Baden-Baden 2021, S. 269

<sup>142</sup> Vgl. Ebd. S. 277

<sup>143</sup> Vgl. Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 581

auf den Konsum der Testberichte reagieren, war beim Artikulieren der Erkenntnisse auf eine gruppendedynamische Ergänzung zu hoffen. Es sollten in der vorliegenden Arbeit also auf kollektive Weise die in den unterschiedlich voreingestellten Gruppen erreichten Medienwirkungen festgestellt werden. Dazu sollten die Teilnehmer im Gespräch selbst ihre Meinungsveränderung reflektieren. Werner Mangold beschreibt dieses kollektive Phänomen der Gruppendiskussion wie folgt: „Die Sprecher bestätigen, ergänzen, berichtigen einander, ihre Äußerungen bauen aufeinander auf; man kann manchmal meinen, es spreche einer, so sehr paßt [*sic!*] ein Diskussionsbeitrag zum anderen. [...] Die Gruppenmeinung ist keine ‚Summe‘ von Einzelmeinungen“<sup>144</sup>.

### 3.1.2 Anwendung der Methode

Mithilfe des in Abschnitt 3.1.1 angeschnittenen Forschungsdesigns wurde der zentralen Fragestellung dieser Arbeit nachgegangen. Nach dem Konsum von drei Testberichten mit ähnlich positivem Resümee sollten sich die Probanden in den beiden Gruppendiskussion darüber klar werden, welchen Einfluss der Medienkonsum auf ihre Meinung hatte.

Ein Grund für diese Zweiteilung der Diskussionsgruppen war das zu erwartende differenziertere Ergebnis der Erhebung. So sollte dieses Forschungsdesign im Idealfall nicht nur eine Aussage über die Medienwirkung im Allgemeinen, sondern zwei speziellere Schlussfolgerungen ermöglichen. Das Ergebnis der einen Gruppendiskussion zielte auf eine etwaige Festigung der bereits bestehenden positiven Einstellung zum Diskussionsthema ab. Die Probanden dieser Gruppe sollten sich also darüber klar werden, ob sie nach dem Konsum der Testberichte möglicherweise noch überzeugter von ihrer Einstellung sind. Das Ergebnis der anderen Diskussionsgruppe sollte sich auf die Persuasion zuvor gegensätzlich eingestellter Probanden beziehen. Konkret wurde in dieser Gruppe untersucht, ob Skeptiker durch positive Testberichte eine Meinungsveränderung an sich feststellen.

---

<sup>144</sup> Mangold, Werner: Gegenstand und Methode des Gruppendiskussionsverfahrens. Frankfurt am Main 1960, S. 49

Ein zweiter Vorteil des Versuchsaufbaus mit zwei Diskussionsgruppen ist die Erleichterung einer für die Fragestellung sachdienlichen Diskussion. Wären Befürworter und Gegner in einer Diskussionsgruppe gewesen, hätte bei der szeneeinternen Brisanz dieses Themas das Risiko bestanden, dass die Probanden in ein Streitgespräch über Für und Wider des Antriebskonzeptes abdriften. Da es in der Untersuchung aber um die Feststellung einer Persuasion geht, wäre eine solche Diskussion nicht zweckdienlich gewesen.

Bei der Durchführung der Gruppendiskussionen fiel die Wahl auf digitale Treffen über eine Online-Plattform. Der eher geringe Bekanntheitsgrad der Sportart Motocross und die daher vergleichsweise kleine Anzahl an potenziellen Probanden gaben den Ausschlag für diese Entscheidung. Der soziale Mehrwert von Face-to-Face-Aufeinandertreffen hätte nicht den praktischen Aufwand gerechtfertigt, mögliche Probanden trotz großer räumlicher Distanz an einem Ort zusammenzubringen.

### **3.2 Auswahl der Testberichte**

Alle bisher veröffentlichten Fahrberichte der Stark VARG – in dieser Thesis Testberichte genannt – sind auf einen vom Hersteller initiierten Testtag im Juni 2022 in Spanien zurückzuführen (Stand: Januar 2023). Dort erzielte das Motorrad zahlreiche positive Urteile, wie die drei ausgewählten Testberichte beispielhaft zeigen. Dadurch ergibt sich ein einheitliches Bild, um eine auf tatsächlichen Medienberichten basierende Studie im Bereich der Persuasionsforschung durchzuführen. Wären die Kritiken der Special-Interest-Medien beispielsweise durchwachsen gewesen, wäre es deutlich komplexer geworden, eine Meinungsveränderung zu erheben. In diesem Fall musste lediglich die These einer Veränderung der Meinung ins Positive beziehungsweise die Festigung einer bestehenden positiven Meinung verifiziert oder falsifiziert werden.

Bei der Auswahl der zu konsumierenden Testberichte wurden schließlich mehrere relevante Parameter herausgearbeitet. Deren Berücksichtigung sollte einen möglichst breiten Querschnitt durch verschiedene Medien ermöglichen, die positiv auf das Motorrad reagierten. Um zwar ein Bild der Breite an positiven

Urteilen zu vermitteln, den Probanden gleichzeitig aber keinen unverhältnismäßigen Zeitaufwand abzuverlangen, fiel die Entscheidung auf eine Anzahl von drei vorab zu konsumierenden Testberichten. So sollte die Vorbereitung auf die Gruppendiskussionen für die Teilnehmer in maximal 45 Minuten abgeschlossen sein.

Für ein Spannungsfeld zwischen Forschungsziel und forschungspraktischen Aspekten sorgte bei der Auswahl der Testberichte die Publikationssprache. Auf der einen Seite sollten die Gruppendiskussionen mit deutschsprachigen Probanden in deutscher Sprache stattfinden. Daher war nicht davon auszugehen, dass jeder potenzielle Teilnehmer problemlos in der Lage ist, sinnerfassend eine technisch orientierte englischsprachige Veröffentlichung zu rezipieren. Auf der anderen Seite ist vor allem der US-amerikanische Markt im Motocross-Sport höchst relevant und hat daher in englischer Sprache einige der weltweit wichtigsten Special-Interest-Leitmedien hervorgebracht.<sup>145</sup> Letztlich wurden für die Untersuchung zwei deutschsprachige Testartikel und ein Video von einem solchen US-amerikanischen Medium zugrunde gelegt. Bei der Auswahl des englischsprachigen Videos waren praktische Aspekte zur Minimierung der Sprachbarriere maßgeblich (Tonqualität, Hintergrundgeräusche, deutliche Aussprache der Sprecher usw.). Zudem wurde allen Teilnehmern als Hilfestellung ein komplettes, ins Deutsche übersetztes Transkript des Videos zugesendet (s. Anhang, A2).

Wichtig waren bei der Auswahl auch die Relevanz, die dem Medium zugeschrieben wird, sowie eine möglichst große Streuung der Veröffentlichungsformen der Testberichte. So handelt es sich neben dem Video um einen Print- und einen Online-Artikel. Diese breite Spanne soll einen Querschnitt durch einige relevante Medien bieten und die Einheitlichkeit der Resonanz vermitteln, die der Testtag bei Stark Future hervorrief.

Auch inhaltliche Parameter wurden bei der Auswahl der Medienberichte berücksichtigt. So sollte ein möglichst breites Spektrum an behandelten Aspekten des Motorrads wenig Raum für wertende themenbezogene Fragestellungen und Diskussionen lassen. Als Beispiel ist hier anzuführen, dass in nur einem

---

<sup>145</sup> Vgl. u.a. RacerX (<https://raceronline.com/>), Swapmoto Live (<https://www.swapmotolive.com>) u. Motocross Action Magazine (<https://motocrossactionmag.com/>) [Abruf 06.01.2023]

Medium eine wertende Aussage zum Thema der Reichweite des Motorrads getroffen wurde. Hätte dieser Testbericht in der Auswahl gefehlt und es wäre so nach dem Konsum der Medien diese relevante inhaltliche Frage unbeantwortet geblieben, hätte vor allem in der Diskussionsgruppe der Skeptiker ein Risiko bestanden, dass sich die Diskussion zur Medienwirkung in eine inhaltliche Diskussion zum Thema Reichweite wandelt. Darüber hinaus unterscheiden sich die Testberichte in der Menge an technischen Details, der Thematisierung der emotionalen Komponente des Motorradfahrens und darin, ob die Voreinstellung beziehungsweise Erwartungshaltung des Journalisten vor dem Test kommuniziert wird.

### **3.2.1 Schäfer, Christian: „Stark(e) Zukunft? First Ride: Stark Varg“**

Einer der für die Untersuchung ausgewählten Testberichte stammt von Christian Schäfer und wurde im Special-Interest-Printmedium Cross Magazin publiziert, welches seit 2011 erscheint.<sup>146</sup> Das Cross Magazin ist das einzige deutschsprachige Printmagazin, das sich ausschließlich mit dem Thema Motocross befasst (Stand: Januar 2023). Aufgrund von über zehn Jahren Bestehen und der Monopolstellung auf dem Markt für Motocross-Magazine in Deutschland wird dem Medium eine szeninterne Relevanz unterstellt, welche unter anderem die Wahl des Testberichts für die Untersuchung begründet. Die Redaktion stellte den Print-Artikel als digitales Dokument zur Verfügung, damit alle Probanden den Testbericht ohne Mehrkosten als Vorbereitung auf die Gruppendiskussionen rezipieren konnten.

Inhaltlich wägt der Artikel praktische Vor- und Nachteile auf der Rennstrecke ab und kommt zu einem sehr positiven Resümee über die Stark VARG. Dabei gibt Christian Schäfer den gängigen Maschinen mit Verbrennungsmotor jedoch den Vorzug gegenüber der Stark VARG:

---

<sup>146</sup> Vgl. Schäfer Christian: First Ride: Stark Varg. In: Cross Magazin, Nr. 07/2022, S. 26-31

„Allein schon die Tatsache, dass wir uns nach dem Testtag die Frage stellen, ob wir mit der Varg schneller sind als mit einer herkömmlichen 450er, beweist, wie gut dieses E-Bike in Wahrheit ist. Es ist um Längen besser als jedes von uns zuvor gefahrene elektrisch angetriebene Motocross-Motorrad. Dennoch würden wir rein vom Gefühl her zumindest momentan noch eine 450er bevorzugen.“<sup>147</sup>

Durch die angesprochene Abwägung von Vor- und Nachteilen wirkt der Verfasser nicht voreingenommen oder als würde seine persönliche Meinung über Elektroantriebe sein Testurteil ins Positive beeinflussen. Im Gegenteil, Schäfer schildert sogar seine im Vorfeld herrschende Grundskepsis gegenüber dem Konzept: „Kann man die Sprünge überhaupt alle springen mit solch einem E-Bike? Sind die Leistung und das Drehmoment überhaupt zu handeln?“<sup>148</sup>

Eine Besonderheit des Testberichts ist eine klare Trennung von der Beschreibung der Herstellerangaben zu der Schilderung der Fahreindrücke (vgl. Zwischenüberschriften „Die Theorie“<sup>149</sup> und „Die erste Begegnung“<sup>150</sup>). Auffällig ist außerdem ein hoher technischer Detailreichtum in erstgenanntem Teil. So werden im Gegensatz zu den anderen beiden Berichten beispielsweise die Materialzusammensetzung der Rahmenkonstruktion<sup>151</sup> oder der Überstromschutz des Antriebes<sup>152</sup> thematisiert. Die Beantwortung der Kernfrage nach der Reichweite des Motorrades unterscheidet Christian Schäfers Artikel von den anderen beiden verwendeten Testberichten. Während diese keine Angabe zur Frage der Reichweite beinhalten, schreibt Schäfer Folgendes: „Da der Akku in der zweistündigen Mittagspause vollständig wieder aufgeladen wurde, versuchten wir uns im Renntempo an einem 30-Minuten-Turn. Eine Belastungsprobe, die der Akku zumindest bei diesen Gegebenheiten [...] locker durchhielt.“<sup>153</sup>

Der Artikel bietet eine Einordnung gegenüber vergangenen Elektro-Motocross-Projekten und als einziger der drei Berichte auch Hintergrundinformationen über wichtige Personalien bei Stark Future.<sup>154</sup> Gleichzeitig verzichtet er

---

<sup>147</sup> Schäfer Christian: First Ride: Stark Varg. In: Cross Magazin, Nr. 07/2022, S. 31

<sup>148</sup> Ebd. S. 29

<sup>149</sup> Ebd. S. 28

<sup>150</sup> Ebd. S. 29

<sup>151</sup> Vgl. Ebd. S. 28

<sup>152</sup> Vgl. Ebd. S. 29

<sup>153</sup> Ebd. S. 31

<sup>154</sup> Vgl. Ebd. S. 26-28

jedoch auf die Erwähnung eines etwaigen Mangels an gewohnter Motocross-spezifischer Emotion beim Fahren der Stark VARG.

### **3.2.2 Wolter, Sebastian: „Stark Varg Elektro-Motocross Fahrbericht: Elektrischer Urknall: Der mit dem Wolf tanzt“**

Ein weiterer Testbericht, den die Probanden vor der Gruppendiskussion lesen sollten, stammt von Sebastian „Busty“ Wolter und wurde in der Printzeitschrift Motorrad sowie gekürzt auf deren Website veröffentlicht<sup>155</sup> – aus Gründen der freien Zugänglichkeit für Probanden wird hier der Webartikel genutzt. Motorrad ist das auflagenstärkste deutsche Printmedium zum Thema Motorrad (3. Quartal 2022)<sup>156</sup> und hat keine Spezialisierung auf Motocross. Dementsprechend hat der Artikel eine große Reichweite, wenngleich sich vermutlich ein geringerer Prozentsatz der erreichten Personen tatsächlich für elektrisch angetriebene Motocross-Motorräder interessiert als bei den anderen ausgewählten Medien. Der Verfasser Sebastian Wolter war selbst Profi im Bereich des Freestyle-Motocross bevor er in den Medienbereich wechselte.<sup>157</sup>

Im Vergleich zu Christian Schäfers Testbericht (vgl. Abschnitt 3.2.1) ist Sebastian Wolters Artikel insgesamt knapper gehalten und geht technisch weniger tief ins Detail. Auch eine Erwartungshaltung des Verfassers vor der Testfahrt ist in diesem Bericht nicht enthalten. Allerdings enthält der Bericht Aussagen zum Fahrspaß und den Emotionen beim Fahren der Stark VARG: „[...] der Spaßfaktor ist so hoch wie gewohnt. Motorsound, Kupplung oder Getriebe vermisst man nach der Eingewöhnungsphase nicht mehr.“<sup>158</sup>

Zum kritischen Thema der Reichweite der Stark VARG tätigt Wolter mit folgender Begründung keine abschließende Aussage:

<sup>155</sup> Vgl. Wolter, Sebastian: Stark Varg Elektro-Motocross Fahrbericht. Motorrad, 11.06.2022. Online unter: <https://www.motorradonline.de/elektro/stark-VARG-elektro-fahrbericht/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>156</sup> Vgl. IVW: Ranking der auflagenstärksten Zeitschriften der Motorpresse in Deutschland im 3. Quartal 2022. Statista, Oktober 2022. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1190011/umfrage/vertrauen-in-die-medien-in-deutschland/> [Abruf 13.02.2023]

<sup>157</sup> Vgl. Schran, Oliver: What's the future of freestyle motocross? Red Bull, 12.08.2016. Online unter: <https://www.redbull.com/int-en/future-of-fmx-interviews-tom-pages> [Abruf 06.01.2023]

<sup>158</sup> Wolter, Sebastian: Stark Varg Elektro-Motocross Fahrbericht. Motorrad, 11.06.2022. Online unter: <https://www.motorradonline.de/elektro/stark-VARG-elektro-fahrbericht/> [Abruf 06.01.2023]

„Schade: Auf der Präsentation war es nicht möglich, die Batteriekapazität voll auszutesten und damit eine der wichtigsten Fragen zu klären: Wie lange hält der Akku? In den zehnminütigen Turns [...] reduzierte sich der Ladestand des 6,5-kWh-Akkus von 95 Prozent auf 54 Prozent.“<sup>159</sup>

Das Fazit, zu dem der Verfasser kommt, ist äußerst positiv. Vorbehaltlich einer Aussage zur Reichweite bezeichnet er die Stark VARG als „[...] einem Verbrenner-Motorrad ebenbürtig“<sup>160</sup>, sieht jedoch auch „[...] einige Vorteile wie eine leichtere Fahrbarkeit und deutlich geringeren Wartungsaufwand.“<sup>161</sup>

### **3.2.3 Maeda, Donn u. Garcia, Rene: “We Test the Stark Future Varg ELECTRIC Dirt Bike!”**

Der einzige Videobeitrag, den die Teilnehmer vor der Diskussion anschauen sollten, stammt vom US-Onlinemedium Swapmoto Live und den beiden Testfahrern Donn Maeda und Rene Garcia. Sie teilten ihre Erfahrungen nach dem Testtag bei Stark Future in einem etwa 13-minütigen englischsprachigen Clip, der auf der Videoplattform YouTube veröffentlicht<sup>162</sup> und in einen kurzen Beitrag auf der eigenen Website eingebunden wurde<sup>163</sup>. Das Video ist bei YouTube mit etwa 23.000 Aufrufen gelistet<sup>164</sup> (Stand: 08.02.2023). Mit 75.000 Abonnenten (Stand: 08.02.2023) gehört der YouTube-Channel zu den weltweit größten journalistischen Kanälen mit dem alleinigen Thema Motocross, demnach dürfte er durchaus eine Relevanz für Sportinteressierte haben.

Im Vergleich zu Christian Schäfers Artikel im Cross Magazin beinhaltet das Video wenige technische Details, auch das Thema der Reichweite wird

<sup>159</sup> Wolter, Sebastian: Stark Varg Elektro-Motocross Fahrbericht. Motorrad, 11.06.2022. Online unter: <https://www.motorradonline.de/elektro/stark-VARG-elektro-fahrbericht/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>160</sup> Ebd. [Abruf 06.01.2023]

<sup>161</sup> Ebd. [Abruf 06.01.2023]

<sup>162</sup> Vgl. Swapmoto Live: Does the Stark Future Varg Electric Bike Live Up to the HYPE?!?! YouTube, 10.06.2022. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=L98XdI5Glx8> [Abruf 08.02.2023]

<sup>163</sup> Vgl. Maeda, Donn: We Test the Stark Future Varg ELECTRIC Dirt Bike! Swapmoto Live, 10.06.2022. Online unter: <https://www.swapmotolive.com/we-test-the-stark-future-VARG-electric-dirt-bike/features/fox-feature/> [Abruf 06.01.2023]

<sup>164</sup> Vgl. Swapmoto Live: Does the Stark Future Varg Electric Bike Live Up to the HYPE?!?! YouTube, 10.06.2022. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=L98XdI5Glx8> [Abruf 08.02.2023]

überhaupt nicht thematisiert. Stattdessen konzentriert sich das Video auf das Teilen der subjektiven Fahrerfahrung der beiden Testfahrer. So findet auch das Spaßempfinden beim Fahren des Motorrades Erwähnung und wird von Donn Maeda gelobt.<sup>165</sup> Durch den mutmaßlich frei gesprochenen Text fallen Wortwahl und wertende Aussagen naturgemäß weniger präzise aus als bei verschriftlichten Artikeln.

Die Testfahrer schildern zu Beginn des Videos ihre anfängliche Skepsis<sup>166</sup> beziehungsweise das Nichtvorhandensein von Erwartungen gegenüber der Stark VARG<sup>167</sup>, zeigen sich jedoch anschließend – wie Maeda äußert – einstimmig beeindruckt<sup>168</sup>. Die beiden Journalisten ziehen zwar keinen direkten abschließenden Vergleich zu Maschinen mit Verbrennungsmotor, Maeda sieht jedoch keine Schwächen in der Stark VARG: „Mir fällt nichts ein, was mir am Motorrad nicht gefiel.“<sup>169</sup> Außerdem betont er im Vergleich zu den herkömmlichen Motorrädern die Vorteile in der Handhabung: „Es ist einfacher mit diesem Motorrad gut zu fahren.“<sup>170</sup>

### 3.3 Rekrutierung und Auswahl der Diskussionsteilnehmer

Die Rekrutierung der für die Untersuchung benötigten Diskussionsteilnehmer erfolgte über Website und Social Media-Kanäle des Cross Magazins. Die Redaktion teilte einen vom Forscher vorbereiteten Teilnahmeaufruf (s. Anhang, A3) in einem Webartikel<sup>171</sup> und verlinkte diesen in einem Facebook-Beitrag und einer Instagram-Story, um mehr Reichweite zu generieren. Durch die in Abschnitt 3.2.1 beschriebene Stellung des Mediums Cross Magazin war so zu

<sup>165</sup> Vgl. Swapmoto Live: Does the Stark Future Varg Electric Bike Live Up to the HYPE?!?! YouTube, 10.06.2022. Online unter: [https://www.youtube.com/watch?v=L98XdI5Glx8\\_](https://www.youtube.com/watch?v=L98XdI5Glx8_). Timecode: 1:15 min [Abruf 08.02.2023]

<sup>166</sup> Vgl. Ebd. Timecode: 0:48 min [Abruf 08.02.2023]

<sup>167</sup> Vgl. Ebd. Timecode: 2:15 min [Abruf 08.02.2023]

<sup>168</sup> Vgl. Ebd. Timecode: 12:39 min [Abruf 08.02.2023]

<sup>169</sup> Ebd. Timecode: 7:07 min [Abruf 08.02.2023]

<sup>170</sup> Ebd. Timecode: 1:28 min [Abruf 08.02.2023]

<sup>171</sup> Vgl. König, Denis: Probanden gesucht. Cross Magazin, 04.11.2022. Online unter: <https://crossmagazin.de/news/allgemein/probanden-gesucht> [Abruf 13.02.2023]

erwarten, dass der Aufruf eine breite Streuung über verschiedene Personengruppen und deutschsprachige Regionen erreichen kann. Auf Facebook verfügt das Cross Magazin über eine Reichweite von etwa 74.000 Followern (Stand: 08.02.2023) und dem Instagram-Account folgen über 17.000 Nutzer (Stand: 08.02.2023).

Im Folgenden soll im Sinne der Transparenz kurz erklärt werden, welche Angaben der Teilnahmeaufruf enthält und wie sich diese begründen. Den Einstieg in den Text bildet eine kurze Vorstellung des Forschers samt Studiengang und Zuordnung in den Rahmen der Bachelorthesis, um den Lesern eine grobe Einordnung des Projekts zu ermöglichen. Im Anschluss folgt eine vereinfachte Erklärung des Forschungsdesigns und -ziels, um den Zweck der Teilnehmerrekrutierung zu vermitteln. Auf diese Weise geht aus dem veröffentlichten Artikel hervor, dass es sich bei den Gruppendiskussionen nicht um einen allgemeinen Austausch zur Stark VARG handelt. Der Titel der Thesis wird bewusst nicht im Aufruf erwähnt, um den Text möglichst kurz zu halten und durch die wissenschaftliche Sprache nicht vor einer Teilnahme abzuschrecken.

Im nächsten Absatz des Aufrufs geht es um die Anforderungen an die Teilnehmer und deren Aufgaben im Fall einer Teilnahme. Dabei wird ein Grundinteresse am Thema Motocross sowie eine klar positive oder negative Meinung in Bezug auf elektrische Antriebe im Kontext des Sports gefordert. Zudem wird erklärt, dass drei Testberichte konsumiert werden sollen, bevor in einem etwa einstündigen Online-Meeting diskutiert wird. Dabei wird explizit erwähnt, dass es sich bei einem Testbericht um ein englischsprachiges Video handelt. So sollen potenzielle Probanden mit mangelnden Englischkenntnissen bereits im Vorfeld herausgefiltert werden. Mögliche Termine für die Online-Meetings werden auf eine neuntägige Spanne von Ende November bis Anfang Dezember eingegrenzt.

Für die Anmeldung wird zum Schluss um eine formlose E-Mail mit einer kurzen, als „Pro“ oder „Kontra“ kodierten Auskunft über die Grundeinstellung zum Thema elektrischer Antriebe bei Motocross-Motorrädern gebeten. Darüber hinaus wird, um mehr Interessierte zur Bewerbung zu bewegen, für jeden Teilnehmer die Ausschüttung eines Zehn-Euro-Gutscheins für die Online-Shopping-Plattform amazon angekündigt.

Für die Diskussionsrunde der Befürworter fand sich innerhalb kurzer Zeit eine ausreichende Anzahl an geeigneten Bewerbern. Als schwieriger erwies sich die Rekrutierung einer kompletten Diskussionsrunde an Skeptikern. Daher wurde der Aufruf neben dem Motocross-Magazin auch von einem überregional bekannten Motocross-Rennfahrer mit über 11.000 Followern (Stand: 11.01.2023) bei Instagram geteilt und zur Teilnahme aufgerufen. Dadurch sollte eine große Anzahl weiterer potenzieller Teilnehmer erreicht werden, um genügend Probanden zu finden. Nach diesem erneuten Aufruf standen zwar nicht die gewünschte Menge an Probanden, mit fünf Einsendern aber eine ausreichende Anzahl zur Verfügung.

Nachdem die Frist für Bewerbungen verstrichen war, folgte über die Terminfindung die konkrete Auswahl der Teilnehmer. So wurde an die Bewerber ein Link zu einem Online-Terminfindungs-Tool versendet, damit diese – für die anderen Bewerber nicht sichtbar – angeben konnten, an welchen Terminen sie verfügbar waren. Daraufhin wurden Termine ausgewählt, an denen zahlreiche Bewerber zur Verfügung standen, und die Teilnehmer ausgelost, die an den Gruppendiskussionen teilnehmen sollten. Anschließend unterzeichneten diese eine Datenschutz- und Einverständniserklärung (s. Anhang, A4). Etwa eine Woche vor dem jeweiligen Diskussionstermin erhielten die Probanden die ausgewählten Analyseeinheiten, um sich auf die Gruppendiskussionen vorzubereiten zu können. Der bewusst gewählte Abstand zu den Erhebungen sollte auf der einen Seite genügend Zeit bieten, die Medien zu konsumieren, auf der anderen Seite aber ausschließen, dass die Rezeption zeitlich zu weit zurückliegen könnte.

### **3.4 Durchführung der Untersuchungen**

Bei den Diskussionsgruppen handelte es sich um eigens zusammengestellte ad-hoc-Gruppen, welche das allgemeine Interesse am Motocross und die jeweils ähnliche Grundeinstellung gegenüber elektrisch angetriebenen Motorrädern verbindet. Laut dem Soziologen Siegfried Lamnek sind die ad-hoc-

Gruppenkonstellationen offener und diskussionsfreudiger<sup>172</sup>, was die Entscheidung in Richtung einer solchen Zusammenstellung lenkte. Darüber hinaus bezeichnet er sie als „vom Moderator leichter führbar“<sup>173</sup>, was dem Verfasser dieser Arbeit aufgrund mangelnder Vorerfahrung als Moderator von Gruppendiskussionen entgegenkam. Hinzu kamen praktische Gründe, da die Suche nach einer ausreichend großen Realgruppe mit den entsprechenden Voraussetzungen bei diesem eher unbekanntem Thema vermutlich zu anspruchsvoll geworden wäre.

Beide Gruppendiskussionen fanden mit jeweils fünf männlichen Teilnehmern statt. Zwar wurde nicht explizit nach männlichen Probanden gesucht, aufgrund des großen Anteils an männlichen Interessierten am Motocross-Sport stellte dieser Umstand jedoch keine große Überraschung dar. Eigentlich waren Gruppengrößen von sechs Probanden geplant, was laut Susanne Vogl einen niedrigen Wert im optimalen Bereich darstellt.<sup>174</sup> In der Diskussionsgruppe der positiv Eingestellten jedoch sagte ein Teilnehmer spontan krankheitsbedingt ab, während es sich als Problem erwies, in der anderen Gruppe überhaupt die angestrebte Anzahl an Probanden zu akquirieren.

Die Gruppendiskussionen fanden in Online-Meetings der Software Cisco Webex statt. Es wurde – nach vorheriger Einwilligung der Probanden – mithilfe einer Drittsoftware ausschließlich der Ton aufgezeichnet. Das Nicht-Aufzeichnen des Videosignals sollte vermeiden, dass Probanden zögern, ihre Kamera einzuschalten und ihr Gesicht zu zeigen, und so ein lebhafteres Gespräch ermöglichen. Dem Online-Meeting wohnte auch eine Assistentin bei, die sich nicht am Gespräch beteiligte und ihre Kamera nicht anschaltete, um zur Sicherheit eine zweite Tonaufnahme anzufertigen. Darüber hinaus gab sie dem Moderator per Chat Tipps sowie im Nachhinein Feedback. Die Probanden wurden über ihre Anwesenheit und Funktion in Kenntnis gesetzt. Beide Gruppendiskussionen fanden an einem Werktag um 18:30 Uhr statt, um sicherzustellen, dass möglichst viele berufstätige Teilnehmer verfügbar sind. Während die Gruppe

---

<sup>172</sup> Vgl. Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion. 2. Aufl. (überarb. erw.). Weinheim u. Basel 2005, S. 109

<sup>173</sup> Ebd. S. 109

<sup>174</sup> Vgl. Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 584

der positiv eingestellten Teilnehmer am 30. November 2022 den Anfang machte, folgte am 5. Dezember 2022 die negativ eingestellte Gruppe.

### 3.5 Diskussionsleitfaden

Beim Konzept des für beide Diskussionsgruppen identischen Diskussionsleitfadens wurde sich am Buch „Developing questions for focus groups“ von Richard A. Krueger orientiert. Krueger unterscheidet zwischen verschiedenen Fragetypen, die er als Blaupause für Diskussionsleitfäden in eine feste Reihenfolge bringt.<sup>175</sup> Siegfried Lamnek übersetzt diese Fragetypen in Eröffnungsfragen, Hinführungsfragen, Überleitungsfragen, Schlüsselfragen und Schlussfragen.<sup>176</sup> Die Fragen wurden im Diskussionsleitfaden nach diesem Prinzip aufgeteilt, was zumindest für eine geeignete Eröffnung dienen sollte und als grobe Orientierung, insbesondere im Falle eines trägen Gesprächsverlaufs. Der komplette Diskussionsleitfaden befindet sich im Anhang dieser Thesis (s. Anhang, A5).

Am Anfang der Gruppendiskussionen steht laut dem Leitfaden nach einer Begrüßung eine kurze Klärung der Formalitäten durch den Moderator. So wird geprüft, ob bei allen Teilnehmern die technischen Voraussetzungen für ein reibungsloses Gespräch gegeben sind, und sie werden gebeten, für mehr Interaktivität die Kamera anzuschalten. Es folgen ein Hinweis zur Aufzeichnung des Meetings und eine Vorstellung der Assistentin. Nachdem es in der Bewerbungsphase für Probanden teilweise zu Missverständnissen gekommen war, wird darüber hinaus vorab betont, dass die Bachelorthesis weder im Auftrag der Firma Stark Future noch vom Cross Magazin, das den Teilnahmeaufruf verbreitete, erarbeitet wird. Nachdem die Einteilung der beiden Diskussionsgruppen erläutert wurde, folgt eine kurze Erklärung der Diskussionsregeln. Dabei werden die Teilnehmer gebeten, einander ausreden zu lassen, aber im Anschluss bei Bedarf auf den Beitrag des Vorredners einzugehen. Bevor es in die eigentliche Gruppendiskussion geht, wird noch Raum für Fragen der Teilnehmer geboten.

---

<sup>175</sup> Vgl. Krueger, Richard A.: Developing questions for focus groups. Thousand Oaks, London u. Neu-Delhi 1998, S. 29 f.

<sup>176</sup> Vgl. Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion. 2. Aufl. (überarb. erw.). Weinheim u. Basel 2005, S. 99 f.

Als Eröffnung werden alle Probanden gebeten, sich kurz vorzustellen und ihren persönlichen Bezug zum Motocross zu teilen. Dadurch soll nicht nur eine Vorstellung der Teilnehmer erfolgen, sondern durch das Erkennen der Gemeinsamkeiten auch eine gewisse Identifikation innerhalb der Gruppe geschaffen werden. Als Hinführungsfrage zum Thema ist im Diskussionsleitfaden die Frage nach Vorerfahrungen auf elektrisch angetriebenen Motorrädern vorgesehen. Als Überleitung wird nach den ersten Gedanken und Meinungen gefragt, welche die Teilnehmer bei der Ankündigung der Stark VARG im Dezember 2021 hatten. Da dieser Nachricht sceneintern große Aufmerksamkeit gewidmet worden ist, ist davon auszugehen, dass ein Großteil der Probanden bereits kurz nach der Ankündigung von dem Motorrad erfahren hat.

Danach folgen im Diskussionsleitfaden die vier Schlüsselfragen. Diese beginnen mit einer Frage nach der Wertung in den Testberichten; wie ordnen die Probanden die Testurteile ein? Dadurch sollen sich die Teilnehmer noch einmal explizit darüber bewusst werden, wie die Testfahrer das Motorrad empfanden und die Diskussion in Richtung der Frage der Persuasion gelenkt werden. Diese folgt danach, indem nach einem Bereich oder einer Facette gefragt wird, in dem die Testberichte die Teilnehmer von den Qualitäten des Motorrades überzeugt haben. Im Anschluss ist im Diskussionsleitfaden die Frage vorgesehen, wie stark der Einfluss der Berichte auf die Haltung gegenüber der Stark VARG und E-Motorrädern im Allgemeinen war. Auch wenn zu hoffen ist, dass die Anzeichen auf eine etwaige Persuasion bereits vorher auftreten, sollen die Teilnehmer spätestens durch diese explizite Frage eine Selbsteinschätzung abgeben. Die Frage nach einem Einfluss auf eine mögliche Kaufentscheidung für das Motorrad ist im Diskussionsleitfaden als letzte Schlüsselfrage vorgesehen. Dabei wird davon ausgegangen, dass das Erwägen des Kaufs eines mehrere Tausend Euro teuren Motorrades voraussetzt, dass der Proband von dem Produkt überzeugt ist. Daher würde der Forscher aus einer solchen Veränderung bezüglich einer Kaufentscheidung Anzeichen auf eine Persuasion ableiten. Als Abschluss ist eine Zusammenfassung der Ergebnisse und die Frage nach Ergänzungen durch die Teilnehmer vorgesehen.

## 4. Empirischer Teil II: Qualitative Auswertung und Interpretation der Gruppendiskussionen

Im vorangegangenen Teil der Thesis wurden die theoretischen Überlegungen hinter den Untersuchungen erklärt sowie die Planung, Vorbereitung und Durchführung der Gruppendiskussionen dokumentiert. Im empirischen Teil II folgen Auswertung und Interpretation der Gruppendiskussionen. Dazu wird zuerst die qualitative Auswertungsmethode erläutert, bevor ausgewählte Sequenzen aus den Transkripten ausgewertet und interpretiert werden. Es folgt eine Zusammenfassung und Interpretation der gewonnenen Ergebnisse. Bevor sich mit dem Fazit der fünfte Teil der Thesis anschließt, werden zum Abschluss dieses Teils kritische Überlegungen zur Methode angestellt.

### 4.1 Auswertung und Interpretation von Sequenzen

Die folgende Auswertung und Interpretation der beiden Gruppendiskussionen orientiert sich an den Prinzipien, die Andreas Wernet in „Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik“ beschreibt. Diese Art der Interpretation fußt auf der Grundannahme, dass „sich die sinnstrukturierte Welt durch Sprache konstituiert und in Texten materialisiert“<sup>177</sup>. Folglich sollen Texte intersubjektiv nachvollziehbar und situationsunabhängig interpretiert werden können. Die Objektive Hermeneutik misst Protokollen wie den Transkripten der Gruppendiskussionen aus dieser Thesis also eine umfassende Bedeutungsfähigkeit zu.<sup>178</sup> Im folgenden Abschnitt sollen zuerst kurz die fünf Grundprinzipien der Objektiven Hermeneutik umrissen werden, bevor mithilfe dieser relevante Stellen der beiden geführten Gruppendiskussionen interpretiert werden.

---

<sup>177</sup> Wernet, Andreas: Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik. Wiesbaden 2009, S. 11

<sup>178</sup> Vgl. Ebd. S. 12

Der Grundsatz der Kontextfreiheit kann leicht missverstanden werden. Gemeint ist, dass zuerst textimmanent gearbeitet und nur eine einzelne Sequenz betrachtet wird. Dann entwickelt man mögliche Szenarien beziehungsweise Kontexte, in denen die Aussage plausibel wirkt. Erst im darauffolgenden Schritt ist eine Einordnung in den tatsächlichen Kontext vorgesehen.<sup>179</sup> Das soll die Einordnung und Bewertung der Aussage in ihrem tatsächlichen Kontext erleichtern.

Als zweites Prinzip beschreibt Wernet die Wörtlichkeit. So ist es laut dem Pädagogen unabdingbar, selbst im Falle von Fehlern den exakten Wortlaut des Textes zu berücksichtigen.<sup>180</sup> In diesem Zusammenhang warnt er vor einer aus dem Alltag fast schon automatisierten Korrektur von Fehlern und Ungenauigkeiten.<sup>181</sup>

Darüber hinaus gilt die Sequenzialität als wichtiger Grundstein der Objektiven Hermeneutik. Eine Auswahl zu interpretierender Textpassagen ist allein aus forschungswirtschaftlicher Sicht unabdingbar, entscheidend ist jedoch eine konsequente und geordnete Interpretation dieser Abschnitte: „Eine entsequenzierte Textmontage ist unzulässig“<sup>182</sup>, so Wernet.

Die Extensivität stellt das vierte Prinzip dar: Kurz zusammengefasst ist also die Devise ‚Qualität statt Quantität‘ gefragt. In der Objektiven Hermeneutik sollen demnach eine überschaubare Anzahl an Textpassagen umfassend betrachtet und vollständig interpretiert werden.<sup>183</sup>

Als fünftes Grundprinzip soll der Interpretierende auch auf die sogenannte Sparsamkeit achten. Das bedeutet, dass er sich bei der Entwicklung der möglichen Kontexte, aus denen Aussagen theoretisch stammen könnten, am Text orientieren sollte. Andreas Wernet: „Das Sparsamkeitsprinzip [...] wendet sich gegen die Tendenz, weitreichende Schlussfolgerungen unbegründet und voreilig zu ziehen.“<sup>184</sup> Damit relativiert es die Prinzipien der Wörtlichkeit, Kontextfreiheit und Extensivität

---

<sup>179</sup> Vgl. Wernet, Andreas: Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik. Wiesbaden 2009, S. 21 f.

<sup>180</sup> Vgl. Ebd. S. 13 f.

<sup>181</sup> Vgl. Ebd. S. 25 f.

<sup>182</sup> Ebd. S. 27

<sup>183</sup> Vgl. Ebd. S. 33

<sup>184</sup> Ebd. S. 37

in gewissem Maße.<sup>185</sup> Der Objektiven Hermeneutik wohnt also eine komplexe Güterabwägung zwischen den genannten Prinzipien inne.

#### **4.1.1 Vorbemerkungen zu Auswertung und Interpretation**

Die Gruppendiskussion vom 30. November 2022 mit den Teilnehmern, die dem alternativen Antrieb offen gegenüberstehen, wird im Folgenden der Einfachheit halber als „erste Gruppendiskussion“ bezeichnet. Die Gruppendiskussion der negativ eingestellten Teilnehmer vom 5. Dezember 2022 ist als „zweite Gruppendiskussion“ codiert. Die Teilnehmer sind in beiden Transkripten anonymisiert und tragen die Decknamen P1, P2, P3, P4 und P5 in der ersten Gruppendiskussion und N1, N2, N3, N4 und N5 in der zweiten Gruppendiskussion. Darüber hinaus sind die Zeilen in den Transkripten jeweils fortlaufend durchnummeriert, worauf sich in der folgenden Auswertung bezogen wird. Die Transkripte sind auf einem beiliegenden Datenträger zu finden.

Auch wenn das Prinzip der Kontextfreiheit in der Objektiven Hermeneutik eine hohe Wichtigkeit genießt, wird es in den folgenden Ausführungen relativiert. So wird stets vorausgesetzt, dass die Aussagen in Bezug auf das Thema ‚Stark VARG und elektrisch angetriebene Motocross-Motorräder im Allgemeinen‘ gefallen sind, und, dass man sich auf die drei ausgewählten Testberichte bezieht. Andernfalls würden wenig zielführende Ausführungen über einen möglichen thematischen Bezug der Fachbegriffe enthaltenden Textsequenzen entstehen, welche die forschungspraktischen Grenzen dieser Thesis überschreiten. Allerdings werden die Sequenzen insofern kontextfrei betrachtet, als dass erst im zweiten Schritt die umgebenden Textpassagen einbezogen werden, was durchaus einen Einfluss auf die Interpretation der Sequenzen hat.

---

<sup>185</sup> Vgl. Wernet, Andreas: Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik. Wiesbaden 2009, S. 37

### 4.1.2 Auswertung und Interpretation ausgewählter Sequenzen der ersten Gruppendiskussion

Folgend werden einzelne Sequenzen aus der ersten Gruppendiskussion zitiert und anschließend ausgewertet und interpretiert. Die Zeilenangaben beziehen sich auf das Transkript der Gruppendiskussion, das auf einem Datenträger beiliegt. Werden Teile einer zuvor eingerückt zitierten Sequenz im dazugehörigen Textabschnitt noch einmal zitiert, sind sie nicht gesondert mit einer Zeilenangabe versehen.

P4: „Tja, was mich schon ein bisschen überzeugt hat, war, dass sie gesagt haben es geht in die Kurve, es fliegt gut, es fliegt gleich gut wie der Verbrenner. Es ist einfach auf dem Level vom Fahrwerk, von der Geometrie her, von der Gewichtsverteilung, von dem allem. Da kann man ja auch viel falsch machen.“ (Z. 572-575)

Diese Sequenz wirkt so, als habe P4 persönlich Fahrern der Stark VARG beim Teilen der Fahrerfahrungen zugehört [„dass sie gesagt haben“]. Während er anfangs die Persuasion noch relativiert [„ein bisschen überzeugt“], stellt er die Ebenbürtigkeit zu den Verbrennern im folgenden Satz sprachlich gesehen bereits als Tatsache dar [„es ist einfach auf dem Level“], was für ein großes Vertrauen gegenüber den Medien spricht. Mit dem letzten Satz stellt er den besagten Aspekt des Motorradbaus als anspruchsvoll dar, indem er behauptet, dass diesem ein hohes Fehlerpotenzial innewohne.

Eingebettet in den tatsächlichen Kontext wird sichtbar, dass es sich um eine direkte Antwort auf eine Frage des Moderators handelt. Diese zielt auf suggestive Art und Weise darauf ab, ob es einen Bereich gibt, in dem die Probanden durch die Medienberichte davon überzeugt wurden, dass das Motorrad gut ist. In diesem Kontext merkt P4 jedoch auch an, dass sich in den Testurteilen der verschiedenen Medien eine Inkonsistenz ergibt: „Bei Swapmoto haben sie das genaue Gegenteil gesagt“ (Z. 576 f.). Er erwähnt es zwar nicht explizit, doch möglicherweise wirkt diese Tatsache einer Persuasion entgegen.

P3: „Ich meine, klar, die Jungs aus dem Magazin, die Testfahrer, das sind alles richtig gute Fahrer. Auf jeden Fall. Aber einfach die Tatsache, dass die schreiben: ‚Wir waren in der dritten Runde in der Lage, alles zu springen.‘ Irgendwie finde ich das gut. Irgendwie überzeugt mich das, weil das war wirklich so dieses Ding: ‚Kann ich ohne meinen Motor zu hören, ohne dass ich weiß, ich habe den dritten Gang drinnen, kann ich trotzdem den 30-Meter-Table clearen? Kann ich das? Bekomme ich das hin?‘“ (Z. 582-588)

In dieser Sequenz schiebt P3 seiner Aussage eine Relativierung vorweg. Indem er betont, wie gut „die Jungs aus dem Magazin“ fahren, impliziert er vermutlich, dass das Motorrad nicht zwingend gut sein muss, damit die Testfahrer mit ihm „alles springen“ können. Im Anschluss folgt jedoch eine Aussage, die von einer Persuasion zeugt [„irgendwie überzeugt mich das“]. Die Anapher mit dem Wort ‚irgendwie‘ [„Irgendwie finde ich das gut. Irgendwie überzeugt mich das“] betont, dass P3 selbst nicht weiß, wieso ihn ausgerechnet dieser Aspekt überzeugt.

Das umgangssprachliche „weil das war wirklich so dieses Ding“ erschließt sich ohne Kontext nicht. Was ist denn ein ‚Ding‘? Eine physisch vorhandene Sache? Ein Problem? Ein wichtiger Punkt? Liest man das Transkript weiter, scheint es so als sei „dieses Ding“ tatsächlich die Kernfrage, die sich P3 im Zusammenhang mit elektrisch angetriebenen Motocross-Motorrädern stellt [„Kann ich ohne meinen Motor zu hören [...] den 30-Meter-Table clearen?“]. Im Motocross-Jargon ist ein ‚Table‘ eine bestimmte Art Sprung, während ‚clearen‘ vom englischen ‚to clear‘ kommt und bedeutet, einen Sprung in voller Länge bis zum Landehügel zu schaffen. Die folgenden zwei Fragen beziehen sich weiterhin auf diese Frage und unterstreichen P3s vorangegangene Unsicherheit: „Kann ich das? Bekomme ich das hin?“. Dabei wirkt es so als hätten die Testberichte P3s größten Zweifel im Zusammenhang mit dem Fahren von E-Motorrädern aus dem Weg geräumt und bei ihm so eine umfassende Persuasion erreicht.

Bettet man diese Aussage jedoch in den Kontext innerhalb des Transkripts ein, wird dieser Eindruck relativiert. So bezieht sich die ganze Aussage einmal mehr auf die suggestiv gestellte Frage nach Bereichen, in denen die Testberichte die Diskutanten überzeugt haben. Vor allem aber folgt ein eigener Erfahrungsbericht P3s, in dem er von einer eigenen Fahrt mit einem E-Motorrad

erzählt und dass er dabei positiv von dem Aspekt des Springens überrascht war: „[E]s ist unfassbar, wie gut du die Geschwindigkeit einschätzen kannst, ohne den Motor zu hören“ (Z. 589 f.). Die Aussage „[D]ie Testberichte haben mir das auch noch mal bestätigt“ (Z. 590 f.) zeigt, dass der Glaube an diese positive Eigenschaft schon in eigener Erfahrung entstanden ist und durch die Testberichte lediglich bestätigt wurde. P3 war im Vorfeld also nicht unbefangen in dieser Frage. Trotzdem waren die Testberichte in der Lage, seine vorhandene Haltung zu festigen.

P2: „Das ist genauso wie die Cross-Magazin-Testberichte und der ganze Schmarren. Ich weiß, dass die Motorräder, die da getestet werden, nicht serienmäßig sind.“ (Z. 610-612)

Diese Sequenz gibt Aufschluss über die Gründe, aus denen sich P2 nicht in seiner Meinung von Testberichten beeinflussen lässt. Dabei werden die „Cross-Magazin-Testberichte“ in einer Aufzählung mit „der ganze Schmarren“ genannt, was eine stark abwertende Konnotation mit sich bringt. So wird laut Duden „etwas, was bedeutungslos, minderwertig, ohne künstlerische Qualität ist“<sup>186</sup> im Süddeutschen als ‚Schmarren‘ bezeichnet. Dabei bleibt jedoch gänzlich offen, was „der ganze Schmarren“ ist. Sind dabei Testberichte anderer Medien gemeint, die weiteren Inhalte im Cross Magazin oder handelt es sich lediglich um eine negativ konnotierte Füllphrase? Als Grund für dieses Urteil gibt P2 sein angebliches Wissen an, dass die getesteten Motorräder „nicht serienmäßig“ seien. Dem Interpreten stellt sich die Frage, woher dieses als unumstößlich dargestellte Insiderwissen stammen könnte. Dabei könnte es sich bei P2 entweder um einen tatsächlichen Insider handeln oder um jemanden, der Vermutungen beziehungsweise Unterstellungen als Fakten darstellt.

Eine Einordnung in den Kontext innerhalb des Transkripts gibt Aufschluss. So gibt P2 an, in der Vergangenheit Motorräder gekauft zu haben, die vorher bei Tests genutzt worden seien. Diese Testmotorräder seien im Vorfeld optimiert worden: „Das ist ja auch kein Serienmotorrad in dem Sinne, das Fahrwerk ist auch nicht das, was ausgeliefert wird. Das wird optimiert, damit das 1A

<sup>186</sup> O.V.: Deutsches Universalwörterbuch Duden. 7. Aufl. (überab. erw.). Berlin 2010, S. 1535

läuft beim Testen, ist auch klar.“ (Z. 615-617) P2 schenkt also Testberichten kein Vertrauen, da er davon ausgeht, dass die getesteten Motorräder nicht dem entsprechen, was man als Endkunde erwerben kann. Unterstrichen wird dieses Urteil dadurch, dass er vor der Sequenz erklärt, dass für ihn nur Rennergebnisse die Qualität eines Motorrades beweisen und er diese auch bei der Stark VARG abwartet: „[I]ch will einen Renneinsatz sehen“ (Z. 609). Auch dieser Grund wirkt einer Persuasion P2s entgegen.

P4: „Es hat mich extrem gewundert, dass heuer auf der Eicma, der Motorradmesse in Italien, kein Modell da war, das man wirklich in Real Life ansehen könnte. Das hätte mich eher überzeugt, muss ich sagen, wenn ich auf dem Ding einmal hätte draufsitzen können, als der Testbericht.“ (Z. 674-677)

P4 beginnt diese Sequenz durch den Ausdruck von Verwunderung [„Es hat mich extrem gewundert“], wobei ohne die Einordnung in den Kontext des Gesprächs offen bleibt, aus welchem Grund er diesen Umstand erwähnt. Die Kernaussage ist schließlich nicht, dass es ihn verwundert hat, dass das Motorrad nicht auf der Messe ausgestellt wurde, sondern eher, dass ihn das mehr überzeugt hätte. Denn der zweite Satz wirkt so als sei P4 eine misstrauische Grundhaltung zuzuschreiben, in deren Folge er nur den eigenen Sinnen vertraut [„das man wirklich in Real Life ansehen könnte“]. Dabei eröffnet P4 dem Interpreten einen Blick auf einen weiteren Grund, der einer möglichen Persuasion durch Testberichte entgegenwirkt: Alles ist nur virtuell, man kann das Motorrad bei der Rezeption nicht auf direkte Weise mit seinen eigenen Sinnen wahrnehmen. Genau das scheint jedoch für P4 ein ausschlaggebender Punkt zu sein. So wird die Haptik als wichtiges Kriterium angesprochen [„wenn ich auf dem Ding einmal hätte draufsitzen können“], was äußerst bemerkenswert ist. Schließlich gehen die Testberichte weit tiefer ins Detail als nur das Gefühl beim Sitzen auf dem Motorrad zu beschreiben. Für P4 scheint jedoch die Unmittelbarkeit der eigenen Erfahrung, auch wenn diese nur oberflächlich ausfällt, deutlich schwerer zu wiegen als die Tiefe der gewonnenen Informationen.

Die Einordnung in den Kontext der Gruppendiskussion ändert nichts an der Interpretation der Sequenz. So bezieht sich diese einmal mehr auf die

Frage nach einzelnen Facetten, in denen die Testberichte die Diskutanten überzeugt haben. Und auch die Verwunderung über das Nicht-Vorhandensein des Motorrads auf der Messe wird im Gesprächsverlauf nicht weiter aufgegriffen. Also kann über die Gründe für diese Aussage nur gemutmaßt werden. Dennoch zeigt sie beispielhaft, dass den Probanden eine eigene Erfahrung grundsätzlich mehr beeinflusst als die Rezeption eines Testberichts.

P1: „Aber vielleicht hofft ja auch das eine oder andere Magazin, dass die mal eine Werbeanzeige schalten, weiß man nie.“ (Z. 712-714)

Betrachtet man die Sequenz ohne Kontext, wirkt P1s Aussage geradezu offensichtlich und belanglos. Wieso sollte ein Motocross-bezogenes Medium nicht hoffen, dass jemand eine Anzeige schaltet? Das „weiß man nie“ am Ende des Satzes verleiht dem Ganzen eine Willkürlichkeit, so als sei diese Vermutung ohne konkreten Anlass unbegründet aufgestellt worden.

Bettet man die Sequenz in den Kontext des Gesprächs ein, wird ihre Bedeutung wesentlich schwerwiegender. So fällt diese Aussage in Zusammenhang mit dem Nicht-Erproben der gesamten Reichweite des Motorrads beziehungsweise dem bewussten Nicht-Erwähnen möglicher Herstellerdaten zur Reichweite der nach dem Test übrig gebliebenen Akkukapazität: „vielleicht [...] hat ja auch jemand gefragt: ‚Sag mal, wie lange halten denn die 22 Prozent noch?‘ Und vielleicht gab es auch eine Antwort und die hat man jetzt bewusst einfach nicht abgedruckt“ (Z. 700-702). P1 erachtet es also als denkbar, dass die Medienvertreter bewusst keine negative Angabe zur Reichweite gemacht haben, um keinen negativen Einfluss auf mögliche zukünftige Geschäftsbeziehungen mit dem Motorradhersteller auszuüben. Demnach hält er es also für denkbar, dass die Medien Beziehungen zu Geschäftskunden eine größere Priorität zu Teil werden lassen als der moralischen Verpflichtung zur Wahrheit und zu journalistischer Integrität. Diese recht schwerwiegende Unterstellung, die P1 selbst nicht als bestätigt erachtet [„weiß man nie“], dämmt die Möglichkeiten einer Persuasion deutlich ein und spricht für eher wenig Vertrauen gegenüber den Medien.

P3: „Bei jedem Testbericht heißt es, das Fahrwerk wäre zu schlaff, das Fahrwerk wäre zu schlaff. Wenn ich mich auf die 2022er Honda setze, dann ist mir das Fahrwerk viel zu hart, weil ich gar nicht den Speed wie die Testfahrer gehe.“ (Z. 766-768)

P3 kritisiert in dieser Sequenz eindeutig die Aussagekraft von Testurteilen für Fahrer seines sportlichen Niveaus. Durch die Wiederholung der Phrase „das Fahrwerk wäre zu schlaff“ möchte er vermutlich unterstreichen, wie häufig er diesen oder ähnliche Sätze bereits in Testberichten gelesen hat. Im Anschluss möchte er diese für ihn omnipräsente These [„Bei jedem Testbericht“] widerlegen, indem er feststellt, dass das Fahrwerk der Honda des Baujahres 2022 für ihn sogar zu hart wäre. Dabei geht aus dem Wortlaut nicht sicher hervor, ob es sich um eine Vermutung handelt oder er das Motorrad tatsächlich gefahren und zu diesem Urteil gekommen ist [„Wenn ich mich auf die 2022er Honda setze“].

Betrachtet man die Aussage im Kontext der Gruppendiskussion wird P3 sogar noch eindeutiger. So fordert er das Cross Magazin konkret dazu auf, langsamere Fahrer in Tests einzubeziehen: „Männer, warum setzt ihr nicht mal einen durchschnittlichen Hobby-Fahrer auf das Ding und lasst den auch mal seinen Senf dazugeben?“ (Z. 764 f.). P3 zweifelt in dieser Sequenz also nicht daran, dass die Testfahrer ihre ehrliche Meinung artikulieren. Stattdessen bezweifelt er, dass diese Meinung für den durchschnittlichen Leser, der sich wohl überwiegend auf dem Niveau eines Hobby-Fahrers bewegt, einen Nutzen mit sich bringt. Dieser Umstand dürfte die Wahrscheinlichkeit einer Persuasion entscheidend minimieren, vorausgesetzt dass sich P3 ebenfalls als Hobby-Fahrer definiert.

P2: „Aber die Berichte haben bestätigt, dass es funktioniert, das Motorrad. Die Serienreife ist noch nicht bestätigt, das fehlt halt.“ (Z. 937-939)

Diese Sequenz ordnet ein, in welcher Hinsicht sich P2 von den positiven Testberichten überzeugen lässt und in welcher nicht. Scheinbar haben es die Medien geschafft, ihn zumindest davon zu überzeugen, dass das Motorrad grundsätzlich Fahrleistungen bringt. Was ihm jedoch fehlt, sind Informationen zur Tauglichkeit der für den Endkunden erhältlichen Serienmotorräder [„Die Serienreife ist noch nicht bestätigt“].

Im Kontext gesehen passt diese Aussage auch zu P2s obig interpretierten Zweifeln [„Ich weiß, dass die Motorräder, die da getestet werden, nicht serienmäßig sind“ (Z.610-612)]. Auch hier verweist P2 nämlich auf eine angebliche Diskrepanz zwischen den getesteten und für die Kunden erhältlichen Motorrädern. Diese greift er hier wieder auf, indem er zwischen der grundsätzlichen Funktion der Stark VARG und der Serienreife unterscheidet. Setzt man die hier getätigte Aussage mit der obigen in Verbindung, könnte man interpretieren, dass P2s Zweifel an der Aussagekraft der Testurteile lediglich auf seinen Annahmen über die gelieferten Testmotorräder fußt. Dabei scheint er unter dieser Prämisse jedoch den Testfahrern ein gewisses Urteilsvermögen zuzutrauen, indem er die Tests als Beleg für die Funktion der Konstruktion der Stark VARG wertet – wenn er die getesteten Motorräder auch nicht für qualitativ vergleichbar mit der zu erwartenden Serienware hält.

Betrachtet man die vorangegangene Textpassage, zeigt sich außerdem, dass P2s Bedenken in Hinblick auf die Serienreife der Stark VARG vor allem darauf beruhen, dass es sich um einen neuen Motorradhersteller handelt: „Wenn einer sagt ‚Okay, da kommt jetzt eine Honda‘, dann bin ich absolut nicht skeptisch, dass die funktionieren wird.“ (Z. 934 f.).

### **4.1.3 Auswertung und Interpretation ausgewählter Sequenzen der zweiten Gruppendiskussion**

Folgend werden einzelne Sequenzen aus der zweiten Gruppendiskussion zitiert und anschließend ausgewertet und interpretiert. Die Zeilenangaben beziehen sich auf das Transkript der Gruppendiskussion, das auf einem Datenträger beiliegt. Werden Teile einer zuvor eingerückt zitierten Sequenz im dazugehörigen Textabschnitt noch einmal zitiert, sind sie nicht gesondert mit einer Zeilenangabe versehen.

N3: „Aber ich glaube schon, dass die – da haben mich auch deine Berichte so ein bisschen überzeugt – dass sie schon mithalten können und gar nicht

so verkehrt sind. Aber für mich ist die ganze Sache eigentlich verkehrt.“ (Z. 51-54)

Die erste ausgewählte Sequenz aus der zweiten Gruppendiskussion zeugt von einem differenzierten Blick N3s auf die Frage nach Elektro-Motocross-Motorrädern. So gibt dieser an, dass er nach einer Persuasion durch die konsumierten Testberichte [„da haben auch deine Berichte so ein bisschen überzeugt“] an deren Konkurrenzfähigkeit gegen Motorräder mit Verbrennungsmotoren glaubt. Allerdings trennt er diese Einschätzung von einer persönlichen Abneigung: „Aber für mich ist die ganze Sache verkehrt“. Dabei wird in diesem Auszug nicht ganz klar, was „die ganze Sache“ ist.

Nach einer Einordnung in den Kontext, in denen die Aussage gefallen ist, lässt sich der Bezug eher erkennen. Im Anschluss sagte N3: „Ich bin auch eher ein Verbrennungsmotor-Mensch.“ (Z.54), was nahelegt, dass er keine grundsätzlich ablehnende Haltung gegenüber Motocross-Motorrädern hegt, sondern lediglich dem elektrischen Antriebskonzept kritisch gegenübersteht. Das wird auch dadurch indiziert, dass sich N3 der negativ eingestellten Gruppe zugeordnet hatte. Interessant ist außerdem, dass die Sequenz eine Reaktion auf die Frage nach bereits erlebten Fahrerfahrungen auf elektrisch angetriebenen Motorrädern war (vgl. Z. 26-30) und auf eine Verneinung dieser Frage folgte. Anscheinend wollte der Proband also bereitwillig von seiner Persuasion berichten, ohne danach gefragt zu werden.

Zusammenfassend lehrt diese Sequenz, dass die Konsumenten von Medien teilweise selbst zwischen einer Einschätzung zur Qualität eines Produkts und einer eigenen Haltung der Technologie gegenüber differenzieren. Demnach können Rezipienten wie N3 durch Medien in ihrer Einschätzung zur Qualität eines Produkts beeinflusst werden, ihre ablehnende Haltung jedoch trotzdem beibehalten.

N5: „Man müsste es erst mal selber fahren, vom Testbericht-Lesen weiß man es ja nicht ganz genau, man kann es ja nur lesen.“ (Z. 104-106)

N5 scheint der tatsächliche Sinneseindruck des Fahrens zu fehlen, wenn er Testberichte konsumiert [„nur lesen“]. Dabei geht aus der Sequenz an sich nicht

hervor, ob mangelndes Vertrauen an der Integrität der Journalisten Grund dafür ist – ob N5 möglicherweise auch an eine Vermischung von redaktionellem Inhalt und Werbung glaubt – oder ob es doch daran liegt, dass er das Fahrgefühl für nicht schriftlich zu vermitteln hält. Auch ob N5 grundsätzlich der Stark VARG gegenüber positiv oder kritisch eingestellt ist, geht aus der Sequenz nicht hervor, wenn man nicht den Kontext der zweiten Diskussionsgruppe berücksichtigt.

Betrachtet man allerdings den umgebenden Kontext der Sequenz, fällt auf, dass dieser recht positiv ausfällt. So betont N5 im Voraus die Qualität der in der Stark VARG verbauten Komponenten: „dann ist das in den Testberichten natürlich schon das neueste E-Motorrad mit Komponenten, die interessant sind“ (Z. 99 f.). Danach lobt er den Kaufpreis (vgl. Z. 106-109), bevor er zu Kritikpunkten kommt. Dabei ist auffällig, dass N5 auch in diesem lobenden Kontext mit der ausgewählten Sequenz die mangelnde Verlässlichkeit des Medienkonsums anprangert, anstatt seine Vermutungen in den positiven Testurteilen bestätigt zu sehen.

N1: „Ich muss ehrlich sagen, ich habe in einem Motorrad- oder Motocross-Magazin noch nie einen negativen Testbericht gelesen, also in meinen Augen. Dafür bin ich da immer sehr, sehr, sehr skeptisch. Ich meine die Leute, die werden zum Probefahren eingeladen und hofiert. Ich würde mich da auch schwertun, einen negativen Bericht zu schreiben.“ (Z. 220-224)

In dieser Sequenz bringt N1 Gründe hervor, aus denen er den Urteilen von Testberichten nicht vertraut. Dabei stellt er die These auf, er habe noch keinen negativen Testbericht in einem solchen Magazin gelesen. Das wiederum soll vermutlich deren Aussagekraft in Frage stellen und kann auch so gedeutet werden, dass N1 glaubt, negative Berichte existieren gar nicht. Folglich bezeichnet er sich selbst den Testurteilen gegenüber als „sehr, sehr, sehr skeptisch“. Mit der Aussage, die Testfahrer würden „zum Probefahren eingeladen und hofiert“, möchte N1 offensichtlich die Unabhängigkeit der sceneinternen Presse in Frage stellen. Anschließend versetzt er sich in die Lage der Journalisten [„Ich würde mich da auch schwertun“] und unterstellt der Behandlung der Presse einen Einfluss auf die Testurteile.

Diese Sequenz stammt aus einem Kontext in der Gruppendiskussion, in dem der Moderator nach einer Einordnung der Testurteile fragt und danach, ob diese als positiv oder negativ wahrgenommen würden. Im Anschluss an die Sequenz ordnet N1 zumindest ein nicht näher definiertes Testurteil als positiv ein, zeigt jedoch keine Anzeichen einer Persuasion.

N5: „Für mich persönlich, weil ich es auch schon gefahren bin, also andere Hersteller gefahren bin, ein E-Motorrad schon gefahren bin, haben mich diese Berichte oder das Video auch gar nicht umgestimmt und auch nicht irgendwie weiter beeinflusst zu sagen ‚Oh, jetzt würde man sich ein E-Motorrad holen‘.“ (Z. 347-352)

In dieser Textpassage erklärt N5, wieso die Testberichte seine kritische Meinung angeblich nicht beeinflussen. Dabei scheint für ihn eine eigene Erfahrung deutlich meinungsbildender zu sein als der Konsum von Testberichten [„weil ich es auch schon gefahren bin“]. Auffällig ist dabei, dass sich diese persönliche Erfahrung auf ein gänzlich anderes Motorrad mit ähnlichem Antriebskonzept bezieht [„also andere Hersteller gefahren bin, ein E-Motorrad schon gefahren bin“] und N5 diese Erfahrung trotzdem als wesentlich prägender für seine Ansichten beschreibt als die Testberichte, die sich direkt auf die Stark VARG beziehen.

Betrachtet man diese Tatsache unter Berücksichtigung der zugrunde gelegten Testberichte, ist zu erwähnen, dass im Cross Magazin die Qualitätssteigerung der Stark VARG gegenüber zu Veröffentlichungszeitpunkt erhältlichen E-Motocross-Motorrädern explizit betont wird: „Es ist um Längen besser als jedes von uns zuvor gefahrene elektrisch angetriebene Motocross-Motorrad.“<sup>187</sup> Das unterstützt den Eindruck, dass für Personen wie N5 eine eigene Erfahrung deutlich relevanter ist als der Medienkonsum.

Bezogen auf den Kontext innerhalb der Gruppendiskussion wirkt die Aussage von N5 entscheidend ausdifferenziert. So erklärt der Proband, aus welchen emotionalen und normativen Gründen elektrische Antriebe für ihn keine Alternative darstellen: „wenn man auf Geräuschkulisse steht wie: Die Kette schwingt und ich höre alles nur wie es scheppert und wie ich drüberfahre und ich habe gar kein Motorengeräusch...“ (Z. 357-360). Anschließend äußert N5

<sup>187</sup> Schäfer Christian: First Ride: Stark Varg. In: Cross Magazin, Nr. 07/2022, S. 31

ein Urteil, in dem er scheinbar versucht, seine persönliche emotionale Komponente zu vernachlässigen: „[I]ch habe die Berichte gelesen, das ist bestimmt auch wirklich ein gutes Motorrad und schön weiterentwickelt.“ (Z. 364 f.) Diese Aussage wiederum ist als Anzeichen auf eine unbewusste Persuasion zur Qualität des Motorrades zu werten. Es wirkt also als hätten die Testberichte einen Einfluss darauf gehabt, wie N5 die faktische Qualität des Fahrzeugs einschätzt, auch wenn sie seine persönliche Abneigung gegenüber diesem Antriebskonzept nicht verändert haben.

N1: „[I]ch denke die negativen Berichte liest man nicht, weil die Presse gut bezahlt wird, die positiven Berichte zu schreiben. Dieses Video, das war ein einziges Werbevideo für mich.“ (Z. 384-386)

In dieser Sequenz unterstellt N1 der Presse unmissverständlich Korruption. Dabei ist gemeint, dass Medien für das Schreiben positiver Testberichte von der Industrie monetären Ausgleich erhalten [„weil die Presse gut bezahlt wird, die positiven Berichte zu schreiben“]. Der zweite Satz der Sequenz wirkt dabei widersinnig: „Dieses Video“ kann sich in diesem Kontext nur auf den journalistischen Testbericht von Swapmoto Live beziehen, welcher fälschlicherweise als Werbevideo bezeichnet wird. Diese Aussage ist als Sarkasmus zu werten und N1 möchte dadurch die von ihm vermutete Vermischung redaktioneller Inhalte mit bezahlter Werbung verdeutlichen.

Im größeren Zusammenhang der Gruppendiskussion bezieht sich die Sequenz auf folgenden obig interpretierten Textabschnitt: „Ich muss ehrlich sagen, ich habe in einem Motorrad- oder Motocross-Magazin noch nie einen negativen Testbericht gelesen, also in meinen Augen.“ (Z. 220 f.). Daraufhin stellte der Moderator die Nachfrage, ob dieser angebliche Mangel an negativen Testurteilen eine Persuasion verhindere, woraufhin die hier interpretierte Sequenz als Antwort folgt. Also unterstreicht N1 so den Grund, dass die Testberichte seine Meinung in seiner Selbsteinschätzung nicht beeinflussen.

N2: „Klar, würde ich es mal probieren, einfach nur, um zu wissen, ob das, was wirklich in den Berichten steht, ob es halt auch stimmt.“ (Z. 431-433)

N2 beschreibt hier zwar keine Persuasion, aber eine anders geartete Medienwirkung. So scheinen die Testberichte Neugierde im Probanden geweckt zu haben: In der Sequenz beschreibt er das Verlangen danach, die Testurteile zu verifizieren oder zu falsifizieren, als einzige Motivation, die Stark VARG selbst zu fahren. Demnach haben die Testurteile eine Wirkung hervorgerufen, die zu tatsächlich stattfindenden Aktionen führen könnte, auch wenn sie keine messbare Meinungsveränderung erwirkt haben.

Die genannte Aussage fiel nicht erst im Kontext dieser Sequenz, sondern bereits vorher: „Ja, ich sag mal, so einen kleinen Effekt hat es schon. Also würde es irgendwo zur Verfügung stehen, würde ich klar mal probieren.“ (Z. 414 f.). Als direkte Reaktion auf diese Aussage folgte eine Rückfrage des Moderators, ob der Medienkonsum das Interesse an einer Testfahrt verstärkt habe oder ob dieses unabhängig von den Testberichten entstanden sei (vgl. Z. 426-429). Darauf reagiert N2 widersprüchlich: Als erste Reaktion antwortet er mit „auch unabhängig von den Berichten.“ (Z. 431). Auf diese, den Zusammenhang verneinende, Aussage folgt die Sequenz, in der N2 den Wunsch beschreibt, die Testurteile selbst zu überprüfen. Denkbar ist hierbei, dass die Medien zwar die genannte Wirkung hatten, sich N2 aber diesem Zusammenhang zwischen Medienkonsum und Neugierde in der künstlichen und ungewohnten Situation der Gruppendiskussion selbst nicht bewusst war beziehungsweise ihn sich aufgrund des sozialen Drucks nicht eingestehen wollte.

N4: „Aber sicher wird man immer ein wenig beeinflusst von den Berichten, unterbewusst. Bei mir ist halt die Firma Stark Future... Ich glaube, da ist vielleicht wirklich mehr dahinter, aber ich bin mir auch nicht ganz sicher.“  
(Z. 449-451)

N4 bestätigt in dieser Sequenz eine unbewusste Medienwirkung. Anschließend wirkt er unsicher, aber äußert, dass er sich vorstellen könne, bei der Firma Stark Future sei „vielleicht wirklich mehr dahinter“. Durch einen unvollständigen Satz, den er abbricht [„Bei mir ist halt die Firma Stark Future...“], ist der Bezug von N4s Meinung zur Firma auf den Medienkonsum nicht ganz klar. Glaubte er durch den Medienkonsum, dass bei der Firma mehr dahinter steht, oder ist das nicht auf die beschriebene Medienwirkung zurückzuführen?

Der Zusammenhang zeigt, dass N4s Gedanken zur Firma tatsächlich auf den Testberichten fußen: „Ich würde sagen, die Meinung vom Bike an sich hat sich nicht wirklich verändert, sondern vielleicht mehr von der Firma.“ (Z. 442 f.). Nach der Sequenz bestätigt N4 diese Medienwirkung auf Nachfrage des Moderators noch einmal explizit (vgl. Z. 453-457). Dabei zeigt N4 keine Anzeichen einer Persuasion in direktem Bezug auf die Stark VARG, sondern nur in Zusammenhang seiner Meinung zum Hersteller.

## **4.2 Zusammenfassung und Interpretation der Erkenntnisse**

Wie in Abschnitt 2.2.1 beschrieben, geht die Medienwirkungsforschung im 21. Jahrhundert nicht mehr von unmittelbarer und starker Medienwirkung aus, sondern untersucht leichte Effekte. Ein ähnliches Bild ergibt sich aus der vorliegenden Studie: Eine komplette, auf den Medienkonsum folgende, Meinungsänderung konnte bei keinem Probanden festgestellt werden. Allerdings sind teilweise leichte Wirkungen zu erkennen. Die Studie gibt Aufschluss über die Gründe für und gegen eine Persuasion. Im Folgenden werden die in den vorherigen beiden Abschnitten festgestellten Gründe zusammengefasst und weiter interpretiert.

Eine Art der Persuasion, welche in den Gruppendiskussionen auftrat, wurde vom Forscher im Vorfeld nicht hinlänglich berücksichtigt. Wie sich zeigte, ist dringend zwischen einer Überzeugung bezüglich der Qualität eines Produkts und einer subjektiven positiven Haltung gegenüber dem Produkt zu unterscheiden: Nur weil ein Proband durch den Medienkonsum daran glaubt, dass ein Produkt hochwertig ist, gefällt es ihm nicht zwangsläufig. In diesem Zusammenhang ist P2 zu nennen, für den die Testberichte der Stark VARG zumindest eine grundsätzliche Funktionsfähigkeit attestieren (vgl. 1. Diskussion, Z. 937 f.). Auch wenn ihn der Medienkonsum nicht von einem Kauf des Motorrades überzeugt hat, so hat er doch seine Einschätzung von der Stark VARG als solche verändert. Eine vergleichbare Meinungsveränderung gab N3 preis: Die Medien veränderten seine Sichtweise auf das Motorrad und dessen Qualität (vgl. 2.

Diskussion, Z. 51-53), seine persönliche Abneigung gegen das Antriebskonzept blieb jedoch bestehen.

Wie bereits in Abschnitt 2.4.3 beschrieben, wird die Diskussion über alternative Antriebe in der Motocross-Szene emotional geführt. Das könnte auch eine größere Diskrepanz zwischen der Einschätzung der Qualität eines Produkts und der subjektiven Meinung erlauben. Geht es in Testberichten um weniger emotional behaftete Produkte, reicht eine rationale Überzeugung von der Qualität eines Produktes vermutlich eher aus, um die Meinung zu beeinflussen und beispielsweise eine zuvor nicht denkbare Kaufentscheidung herbeizuführen. Von einer emotional gebildeten Abneigung hingegen lässt man sich schwieriger durch rationale Argumente abbringen. Ähnlich dürfte es auch bei Themen abseits von Testberichten sein: Je emotionaler die Haltung der Rezipienten gebildet ist, desto unwahrscheinlicher wird es, dass Medien sie verändern.

P1 und N1 deuten weitere Gründe gegen eine Meinungsveränderung an, die auf mangelnde Integrität der Presse zurückzuführen sind. So behaupten die Diskutanten in den ausgewerteten Sequenzen (1. Diskussion, Z. 712-714; 2. Diskussion Z. 384-386) mehr oder weniger eindeutig, Journalisten ließen sich von wirtschaftlichen Interessen leiten und würden keine unabhängigen Testurteile fällen. Diese Annahme führt also dazu, dass diese beiden Probanden den Testberichten kein Vertrauen entgegenbringen und eine Persuasion weitestgehend ausgeschlossen ist. Diese geäußerten Zweifel an der Unabhängigkeit der Presse legen nahe, dass ein tiefgreifendes Misstrauen gegenüber dem Journalismus allgemein herrscht. Diese These findet Bestätigung in einer Befragung des Unternehmens Cision, in der 2022 etwa 66 Prozent der befragten Journalisten angaben, das Vertrauen gegenüber den Medien habe ihrer Einschätzung nach im letzten Jahr abgenommen.<sup>188</sup> Das Phänomen des mangelnden Vertrauens in die Presse scheint sich also auch in der Wahrnehmung von Testberichten in Special Interest-Medien niederzuschlagen.

---

<sup>188</sup> Vgl. Cision: State of The Media Report 2022 - Deutsche Ausgabe. Statista, September 2022. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1190011/umfrage/vertrauen-in-die-medien-in-deutschland/> [Abruf 06.01.2022]

Ein weiterer Grund, der die Wahrscheinlichkeit einer Meinungsveränderung verringert, ist die Auswahl der Testfahrer durch die Medien. Laut P3 schränkt deren meist hohes sportliches Niveau die Aussagekraft der Testurteile für die breite Masse an Konsumenten ein (vgl. 1. Diskussion, Z. 766-768). Während P3 also auch den Nutzen der Testurteile für den Konsumenten in Frage stellt, ist seine Argumentation nicht auf wirtschaftliche Interessen, sondern eher auf wenig durchdachte Konzepte der Medien zurückzuführen. P2 wiederum äußert einen weiteren Grund gegen eine Persuasion und bezieht sich dabei auf die angeblich vom Hersteller manipulierten Testmotorräder, auf denen die Pressevertreter die Testurteile erarbeiten (vgl. Diskussion 1, Z. 611 f.). Somit kritisiert P2 nicht direkt die Arbeit der Presse, sondern die Grundbedingungen, unter denen die Tests stattfinden. Letztlich führen diese laut P2 zu mangelnder Validität der Ergebnisse.

Die Problematik des sportlichen Niveaus von Testfahrern und der mutmaßlichen Manipulation von Testmotorrädern belaufen sich letztlich auf einen gemeinsamen Kritikpunkt: die mangelnde Nähe zum Rezipienten. Auch wenn die Auswahl der Testfahrer eine interne Entscheidung jeder einzelnen Redaktion ist und eine gezielte Optimierung von Motorrädern auf die Hersteller zurückzuführen ist, ähnelt sich der Ursprung dieser Zweifel der Rezipienten. So wird nicht zwingend die Gründlichkeit der journalistischen Arbeitsweise oder der Wahrheitsgehalt der Testurteile in Frage gestellt, sondern vielmehr bezweifelt, dass die Testurteile für die Rezipienten einen Nutzen bieten.

Als Lösung wäre in beiden Fällen bewusste Nähe zum Rezipienten in Verbindung mit mehr Transparenz denkbar. So könnte man beispielsweise Testfahrer verschiedener fahrerischer Niveaus einsetzen, die differenzierte Urteile für verschiedene Fahrerschichten abgeben – ähnlich wird es teilweise bereits praktiziert.<sup>189</sup> Diese breitere Streuung der fahrerischen Niveaus sollte man dabei mit Transparenz offenlegen. Bezüglich der Seriennähe der Motorräder könnten Redaktionen über einen kurzen Check der Komponenten nachdenken und diesen in einer Nebenbemerkung zum Testbericht transparent machen. Mit einer Sichtprüfung lässt sich nicht jegliches Risiko einer Manipulation

---

<sup>189</sup> Vgl. Maeda, Donn: 2023 SML 450 Shootout. Swapmoto Live, 29.11.2022. Online unter: <https://www.swapmotolive.com/2023-sml-450-shootout-in-depth/2023-450-shootout/9/> [Abruf 13.01.2023]

eliminieren, aber es lässt sich zumindest minimieren. Und durch die Transparenz könnte man möglicherweise dem Misstrauen der Rezipienten entgegenwirken.

Ein weiterer Grund, der gegen eine Meinungsveränderung durch den Medienkonsum spricht, ist die Mittelbarkeit durch die Medien. So wurde in zwei der ausgewerteten Sequenzen (1. Diskussion, Z. 674-677; 2. Diskussion, Z. 104-106) der Mangel an direkten Sinneseindrücken als Grund gegen eine Persuasion angeführt. Diese Tatsache erlaubt zwei verschiedene Interpretationsansätze. Entweder begründet sich dieses Phänomen psychologisch und die genannten Rezipienten vertrauen grundsätzlich nur ihren eigenen Sinnen. In diesem Fall würden sie nichts, was sie ihnen über einen Vermittler zugetragen wird, glauben. Dann wäre dieses Misstrauen nicht der Arbeit der jeweiligen Medienschaffenden vorzuwerfen, denn die Mittelbarkeit ist das Prinzip der Medien: Der Duden definiert das Medium als „vermittelndes Element“<sup>190</sup>. Selbst ein utopisches perfektes und voll vertrauenswürdige Medium könnte die Rezipienten in diesem Fall nicht erreichen. Ein zweiter Ansatz ist, dass der Grund nicht in der Mittelbarkeit als solche liegt, sondern – möglicherweise unbewusst – einmal mehr in der Vertrauenswürdigkeit der Medien. In diesem Fall gäben die Rezipienten die Mittelbarkeit als Grund an, tatsächlich begründe sich das Misstrauen jedoch nicht im Vermittlungsprozess, sondern gegenüber dem Vermittler.

Einer der Fälle, in denen der Konsum der Testberichte einen Einfluss auf die Meinung eines Probanden hatte, trat bei P3 auf. P3 hatte bereits im Vorfeld der Diskussion ein elektrisch angetriebenes Motorrad getestet, mit dem ihm das Springen und Einschätzen der Sprungdistanzen unerwartet gut gelungen war (vgl. 1. Diskussion, Z. 589 f.). Dadurch, dass sich seine Meinung mit der aus den Testberichten überschneidet, fühlte er sich in ihr bestätigt. Auch wenn seine Meinung im Vorfeld bereits bestand, wurde sie durch den Medienkonsum gefestigt. Insofern stellte sich die Bestätigung vorhandener Ansichten durch die vorliegende Untersuchung als eine mögliche Art der Persuasion durch Medien heraus.

---

<sup>190</sup> O.V.: Deutsches Universalwörterbuch Duden. 7. Aufl. (überarb. erw.). Berlin 2010, S. 1172

Auch abseits der ursprünglich untersuchten Veränderung der Meinung über die Stark VARG bestätigten die Untersuchungen eine Medienwirkung. So erfuhr N4 laut eigenen Angaben eine Meinungsänderung – jedoch nicht über das Motorrad selbst, sondern über dessen Hersteller Stark Future (vgl. 2. Diskussion, Z. 449-451). So zweifelte er anscheinend an Fähigkeiten und Seriosität des Herstellers, was durch den Medienkonsum relativiert wurde. Während N4 also im untersuchten Aspekt – der Meinung über die Stark VARG und deren elektrisches Antriebskonzept – laut eigenen Angaben unbeeinflusst blieb, rief der Medienkonsum bei ihm doch eine Wirkung hervor.

N2 gab an, das Motorrad selbst testen zu wollen, um die Testurteile zu überprüfen (vgl. 2. Diskussion, Z. 431-433). In diesem Fall ist die Medienwirkung also das Kreieren eines zuvor nicht vorhandenen Interesses am Produkt, wenn auch keine Veränderung der Meinung zu erkennen ist. Diese Erkenntnis könnte auch als Beleg für die Agenda-Setting-Theorie (vgl. Abschnitt 2.1.2) gewertet werden. Laut dieser Theorie haben die Medien zwar keinen Einfluss auf die Meinung von Rezipienten, aber darauf, welche Themen als relevant erachtet werden.

Das Elaboration-Likelihood-Modell von Richard E. Petty und John T. Cacioppo (vgl. Abschnitt 2.1.4) lässt sich durch die Untersuchung im Rahmen der vorliegenden Thesis tendenziell nicht bestätigen. Der Forscher setzt dabei voraus, dass die Probanden die Testberichte im Vorfeld zur jeweiligen Gruppendiskussion über den zentralen Pfad verarbeitet haben; schließlich rezipierten sie die Medien gezielt und bewusst. Die Gründe, die sie in den Gruppendiskussionen gegen eine etwaige Persuasion anführten, bezogen sich jedoch kaum auf tiefgehende inhaltliche Aspekte der Testberichte. Die meisten genannten Ursachen sind eher als allgemeine und oberflächliche Aspekte einzuordnen, wie Petty und Cacioppo sie als typisch für eine Verarbeitung auf dem peripheren Pfad beschreiben. Als Beispiele sind hier ein grundsätzliches Misstrauen gegenüber den Medien oder die Mittelbarkeit durch Medien zu nennen. Die genannte Überzeugung von der Qualität des Motorrades, welche die Meinung der Probanden nicht ändert, könnte jedoch als Bestätigung des Elaboration-Likelihood-Modells betrachtet werden. So folgte auf die Medienrezeption eine auf sachlichen Argumenten basierende Änderung der Einschätzung des

Motorrades. Dem stellt sich die relativierende Komponente der unveränderten persönlichen Meinung gegenüber.

Grundsätzlich darf allerdings die Anwendbarkeit der Theorie auf die Untersuchung der vorliegenden Thesis bezweifelt werden. So dürften die nicht auf inhaltlichen Aspekten der Testberichte basierenden Argumente gegen eine Persuasion teilweise trotzdem nach gründlicher Überlegung und nicht oberflächlich gebildet worden sein. Beispielsweise setzt eine Einschätzung des sportlichen Niveaus der Testfahrer voraus, dass sich der Rezipient mit den Testberichten und der Medienlandschaft auseinandergesetzt hat, auch wenn sich das Argument nicht direkt auf den Inhalt der Testberichte bezieht. Darüber hinaus ist fraglich, ob das Modell in Fällen angewendet werden sollte, in denen sich Probanden bereits im Vorfeld der Medienrezeption eine Meinung gebildet haben.

Die im Vorfeld dieser Thesis bestehenden Erwartungen des Forschers wurden über weite Teile nicht erfüllt. So ging der Forscher von einer stärkeren Medienwirkung aus und erwartete weniger Gründe gegen eine Persuasion als nun feststellbar sind. Diese Annahme fußte vor allem auf der Eindeutigkeit der Testurteile über die Stark VARG und der Tatsache, dass die Meinungen der Diskussionsteilnehmer zum Erhebungszeitpunkt nicht auf eigener Erfahrung mit dem Motorrad basieren konnten. Daher ging der Forscher von nicht gefestigten und leicht zu beeinflussenden Meinungen aus. Im Laufe der Recherche für den theoretischen Teil dieser Arbeit stellte sich heraus, dass die Medienwirkungsforschung bislang konsonant keine bis leichte Medienwirkungen nachweisen konnte. Dadurch veränderte sich die Erwartungshaltung des Forschers bereits vor der Erhebung und die Erwartungen an eine direkte und klare Medienwirkung schwanden. Daher ähnelt das letztliche Ergebnis dem unmittelbar vor der Erhebung vermuteten. Unerwartet war jedoch die Eindeutigkeit, mit der die Probanden teilweise die Unabhängigkeit der Presse in Frage stellten. Der Forscher erwartete hierzu keine oder nur vage Aussagen, vor allem in diesem Kontext der Gruppendiskussion, die durch einen Journalisten geführt wurde.

Auch im Laufe der Planung ergab sich eine unerwartete Komplikation: die Rekrutierung negativ eingestellter Diskussionsteilnehmer. Vor allem durch die große Anzahl negativer Kommentare gegenüber der Stark VARG auf Social Media-Plattformen erwartete der Forscher für diese Diskussionsgruppe eine

größere Anzahl an Bewerbern als für die erste Gruppe. Tatsächlich ereignete sich im Rekrutierungsprozess die gegensätzliche Entwicklung.

### 4.3 Methodenkritik

Insbesondere in der zweiten Diskussionsgruppe könnten soziale Effekte Verzerrungen des Untersuchungsergebnisses verursacht haben. Da sich dort ausschließlich Personen mit kritischer bis ablehnender Haltung gegenüber elektrisch angetriebenen Motocross-Motorrädern zusammenfanden, könnten Teilnehmer davon Abstand genommen haben, eine Meinungsänderung ins Positive zuzugeben, um keine Außenseiterrolle einnehmen zu müssen. Siegfried Lamnek bezeichnet derartige Effekte als „Anpassungsmechanismen“.<sup>191</sup> Elisabeth Noelle-Neumanns Theorie der Schweigespirale (vgl. Abschnitt 2.1.3) spricht für solches Verhalten in einer homogen eingestellten Gruppe.

Darüber hinaus fallen im Laufe der Gruppendiskussionen teilweise widersprüchliche Aussagen der Probanden auf (vgl. 2. Diskussion, Z. 426-435). Denkbar ist hier als Ursprung eine Überforderung mit der ungewohnten sozialen Situation der Gruppendiskussion sowie generelle Schwierigkeiten, das Gemeinte in Worte zu fassen. Letzteres hätte sich jedoch auch mit der Wahl alternativer Forschungsmethoden kaum umgehen lassen.

Siegfried Lamnek stellte als ein Problem von Gruppendiskussionen bereits fest: „Inhaltliche Kontroversen führen zu Abschweifungen vom Thema.“<sup>192</sup> Dieses Problem war bei den Untersuchungen der vorliegenden Thesis vor allem in der ersten Gruppendiskussion zu beobachten. Die besonders offene und freundliche Atmosphäre dieser Erhebung führte dazu, dass sich die Teilnehmer bereits rege zu den Hinführungs- und Überleitungsfragen austauschten und längere Gespräche entstanden, die der Beantwortung der Forschungsfrage nicht zuträglich waren. Nach Eingreifen des Moderators entwickelte sich die Gruppendiskussion jedoch in eine zielführende Richtung und lieferte scheinbar ohne negativen Effekt der ausschweifenden vorangegangenen Gespräche nützliche

<sup>191</sup> Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion. 2. Aufl. (überarb. erw.). Weinheim u. Basel 2005, S. 85

<sup>192</sup> Ebd. S. 85

Ergebnisse. Die angesprochene freundliche Atmosphäre in dieser Erhebung führte aus Sicht des Forschers zu offenen und ehrlichen Wortbeiträgen.

In der zweiten Gruppendiskussion trat ein gegenteiliger Effekt ein. So gelang es dem Forscher trotz ähnlichem Einstieg wie in der ersten Erhebung nicht, eine vergleichbar familiäre Atmosphäre zu schaffen. In der Folge entwickelte sich das Gespräch weniger selbstständig und flüssig und der Moderator musste in höherer Frequenz mithilfe von Nachfragen eingreifen. Letztlich führte die Gruppendiskussion dank des vorbereiteten Diskussionsleitfadens trotzdem zu verwertbaren Ergebnissen. Allerdings untermauern diese beiden gegenteiligen Beispiele eine der Schwächen der Methode der Gruppendiskussion: Durch die hohe Individualität der Gesprächssituationen lassen sich die Erhebungen selbst bei gleichen Voraussetzungen kaum auf identische Weise wiederholen. Siegfried Lamnek erklärt diese Problematik folgendermaßen: „Die Effekte des Erhebungskontextes sind unauflösbar mit den individuellen Äußerungen verwoben.“<sup>193</sup>

Als sinnvoll erwies sich die Wahl der Gruppendiskussion als Methode insofern, als dass der Forscher mit nur zwei Erhebungen (jeweils zwischen 45 und 90 Minuten Dauer) eine große Bandbreite an Meinungen und Beweggründen feststellen konnte. Aus forschungspraktischer Sicht bewährte sich die Gruppendiskussion also im vorliegenden Fall. Dadurch, dass sich die Teilnehmer gegenseitig ergänzten und teilweise die Denkprozesse der anderen Diskutanten anregten und beschleunigten, führten die Untersuchungen zu besonders ergiebigen Ergebnissen. In der Folge bietet die Studie Einblicke in mögliche Begründungen, aus denen Testberichte eine Meinungsänderung bei Rezipienten hervorrufen können oder nicht.

Die Auswertung mithilfe der Objektiven Hermeneutik nach Andreas Wernet bringt methodenbedingt den Nachteil mit sich, dass sich auf die Interpretation weniger Sequenzen beschränkt wird. Dadurch konnten auch in der vorliegenden Untersuchung nicht alle relevanten Textabschnitte berücksichtigt werden. Der Forscher bildet mit der Auswahl allerdings einen umfassenden Querschnitt durch die angeführten Gründe für und gegen eine Persuasion durch

---

<sup>193</sup> Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion. 2. Aufl. (überarb. erw.). Weinheim u. Basel 2005, S. 85

Medien. Da die Erforschung dieser Gründe das Ziel der vorliegenden Thesis ist und qualitativ geforscht wurde, dürfte die mangelnde Vollständigkeit der interpretierten Sequenzen nicht die gewonnen Ergebnisse verfälschen.

## 5. Fazit

Die Kernfrage der vorliegenden Thesis lautet folgendermaßen: Inwiefern beeinflusst der Konsum von Testberichten über die Stark VARG die vorher gebildete Meinung der Verbraucher über das Motorrad beziehungsweise elektrisch angetriebene Motocross-Motorräder im Allgemeinen? Wie die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, kann bei Rezipienten durchaus ein Einfluss durch Medien erkennbar sein. Dabei unterstützen die Erkenntnisse der vorliegenden Thesis jedoch den Stand der Medienwirkungsforschung und es ist – wenn überhaupt – lediglich eine leichte Medienwirkung erkennbar. Das Umkehren der persönlichen Meinung eines Gegners ins Positive ist den Testberichten in dieser Studie nicht gelungen. Die qualitative Auswertung der beiden geführten Gruppendiskussionen führt zur Annahme, dass die Wahrscheinlichkeit einer Persuasion maßgeblich mit der Emotionalität der vorangegangenen Meinungsbildung zusammenhängt. Dennoch äußerte sich bei den Gegnern insofern eine Medienwirkung, als dass sie teilweise von der Qualität der Stark VARG überzeugt wurden, dies jedoch keinen Einfluss auf die persönliche Abneigung gegenüber dem Motorrad oder dessen Antriebskonzept hatte.

Eine der persönlichen Einstellungen, die eine Meinungsveränderung bei den Probanden verhinderte, basiert auf Zweifeln an der Unabhängigkeit der Presse. So geht ein Teil der Probanden davon aus, dass die wirtschaftliche Abhängigkeit der Redaktionen von der Industrie eine neutrale Urteilsfällung verhindert. Die Probanden sprechen dabei entweder von einer Abhängigkeit in Form von Werbeverträgen mit Unternehmen wie Motorradherstellern oder von direkter Bezahlung für positive Testurteile.

Weitere Gründe, die eine Persuasion laut der vorliegenden Untersuchung verhindern können, sind als mangelnde Nähe zum Rezipienten zusammenzufassen. So gehen die Probanden teilweise davon aus, dass die in Motocross-Medien getesteten Motorräder vom Hersteller optimiert und nicht im für den Verbraucher erhältlichen Serienzustand sind. Auf diese Weise würden die Firmen bessere Testurteile in den Medien hervorrufen wollen. Ein weiterer Grund, der von mangelnder Nähe zum Rezipienten zeugt, ist ein hohes

sportliches Niveau von Testfahrern. Dieses sorgt laut einem der Probanden dafür, dass die Testurteile nur für Fahrer ähnlichen Niveaus aussagekräftig sind und für die breite Masse an Hobbypiloten – also einer wichtigen Zielgruppe der Medien – nur einen eingeschränkten oder gar keinen Nutzen hätten. Auch die Mittelbarkeit der Erfahrung des Medienkonsums stellt für einige der Probanden ein Kriterium dar. So sind manche Rezipienten nur von dem überzeugt, was sie auf direktem Wege mit ihren Sinnen wahrnehmen. Die Intensität dieser Erfahrung ist dabei stellenweise lediglich von untergeordneter Bedeutung. In der Folge kann der Medienkonsum bei solchen Rezipienten nur schwer eine Meinungsveränderung herbeiführen.

Das Vorhandensein einer Persuasion durch den Medienkonsum zeigte sich in der Studie bei zuvor bereits gebildeten Meinungen. So festigten die Urteile der Testberichte bei einem Teil der Rezipienten die bereits bestehende Meinung. Es lässt sich jedoch trotzdem von einer Meinungsveränderung sprechen, da sich Rezipienten ihrer Ansichten durch die Bestätigung in Medien sicherer werden können.

Weitere festgestellte Phänomene sind zwar nicht als Persuasion vom Produkt zu werten, können aber trotzdem als Medienwirkung kategorisiert werden. Dazu zählt das Wecken von nicht dagewesenem Interesse am Produkt und dem Willen, dessen Funktion selbst zu erproben. Außerdem fällt ein Einfluss von der Meinung über den Produkthersteller, in diesem Fall der jungen Motorradfirma Stark Future, in diese Kategorie. So gab einer der Probanden an, noch dieselbe Sichtweise auf das Motorrad zu haben wie vor dem Medienkonsum, aber mehr Vertrauen in die Firma gewonnen zu haben.

Obwohl der Forscher bei der qualitativen Auswertung der Gruppendiskussionen deutlich mehr Gründe gegen als für eine Persuasion durch den Medienkonsum feststellen konnte, zeigte sich, dass mehrere der Probanden Anzeichen auf eine irgendwie geartete Medienwirkung aufweisen. Dass es sich dabei nicht um eine weitreichende Veränderung der persönlichen Meinung handelte, fügt sich in den aktuellen Stand der Medienwirkungsforschung ein. Trotzdem führt die Auswertung der beiden Gruppendiskussionen zu dem Schluss, dass Testberichte multiple Wirkungen beim Rezipienten hervorrufen können.

## 6. Quellen- und Literaturverzeichnis

Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V.: Motocross. ADAC, 08.03.2022.  
Online unter: <https://www.adac-motorsport.de/motocross> [Abruf 06.01.2023]

Allgemeiner Deutscher Automobil-Club: Aktuelle Motorräder und Leichtkraftmä-  
der sortiert nach Sitzhöhe, o.D. Online unter: [https://assets.adac.de/image/up-  
load/v1618573428/ADAC-eV/KOR/Text/PDF/Tabelle\\_Sitzho%CC%88he\\_aktu-  
elle\\_Motorra%CC%88der\\_2021\\_uegzb.pdf](https://assets.adac.de/image/upload/v1618573428/ADAC-eV/KOR/Text/PDF/Tabelle_Sitzho%CC%88he_aktuelle_Motorra%CC%88der_2021_uegzb.pdf) [Abruf 06.01.2023]

Baumann, Uli: US-Crosser mit Elektroantrieb. Motorrad, 05.02.2018. Online un-  
ter: [https://www.motorradonline.de/elektro/alta-motors-redshift-mxr-us-crosser-  
mit-elektroantrieb/](https://www.motorradonline.de/elektro/alta-motors-redshift-mxr-us-crosser-mit-elektroantrieb/) [Abruf 06.01.2023]

Beck, Klaus (2014): Kommunikationsforschung/Medienwirkungsforschung. In:  
Schröter, Jens (Hrsg.): Handbuch Medienwissenschaft. Stuttgart 2014

Bonfadelli, Heinz u. Friemel, Thomas N.: Medienwirkungsforschung. 4. Aufl.  
(überab.). Konstanz u. München 2011

Braun-Thürmann, Holger: Innovation. Bielefeld 2005

Brinkmann, Janis: Journalismus – Eine praktische Einführung. Baden-Baden  
2021

Bundesregierung: Nicht weniger fortbewegen, sondern anders. Bundesregie-  
rung, 23.12.2022. Online unter: [https://www.bundesregierung.de/breg-de/the-  
men/klimaschutz/eenergie-und-mobilitaet/nachhaltige-mobilitaet-2044132](https://www.bundesregierung.de/breg-de/the-<br/>men/klimaschutz/eenergie-und-mobilitaet/nachhaltige-mobilitaet-2044132) [Abruf  
06.01.2022]

Cision: State of The Media Report 2022 - Deutsche Ausgabe. Statista, September 2022. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1190011/umfrage/vertrauen-in-die-medien-in-deutschland/> [Abruf 06.01.2023]

Cohen, Bernard C.: The press and foreign policy. Princeton 1963

Deutscher Motorsport Bund: Handbuch Motorradsport 2022 (Roter Teil, S. 72). DMSB, 21.01.2022. Online unter: <https://www.dmsb.de/de/medien-service/handbuch/file/277859> [Abruf 06.01.2023]

Deutscher Presserat (o.V.): Ziffer 2 – Sorgfalt. Presserat: Pressekodex – Ethische Standards für den Journalismus. Online unter: <https://www.presserat.de/pressekodex.html> [Abruf 06.01.2023]

Deutscher Presserat: Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion. Presserat: Pressekodex – Ethische Standards für den Journalismus. Online unter: <https://www.presserat.de/pressekodex.html> [Abruf 06.01.2023]

Dreher, Michael u. Dreher, Eva: Gruppendiskussionsverfahren. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, Keupp, Heiner, von Rosenstiel, Lutz u. Wolff, Stephan (Hrsg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung – Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. Weinheim 1995

Engels, Kerstin (2006): Journalistenausbildung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006

Fechner, Frank: Medienrecht. 17. Aufl. (überab. erg.). Tübingen 2016

Fédération Internationale de Motorcyclisme: FIM MXGP, MX2, Women's Motocross World Championships, FIM Junior Motocross World Championship/Cup, FIM Motocross of Nations Regulations 2022 (S. 10). FIM, 03.08.2022. Online unter: <https://www.fim->

[moto.com/fileadmin/user\\_upload/Documents/2022/65.200.01\\_MXGP\\_E\\_UP-DATE.pdf?t=1666103768](https://moto.com/fileadmin/user_upload/Documents/2022/65.200.01_MXGP_E_UP-DATE.pdf?t=1666103768) [Abruf 06.01.2023]

Fuchs, Peter: Respekt einflößend: Die schnellsten MotoGP-Strecken. Speedweek, 20.08.2018. Online unter: <https://www.speedweek.com/motogp/news/131455/Respekt-einfluec39fend-Die-schnellsten-MotoGP-Strecken.html> [Abruf 06.01.2023]

Gach, Ingo: Einzylinder-Motorräder. Heise Autos, 17.12.2019. Online unter: <https://www.heise.de/autos/artikel/Einzylinder-Motorraeder-4592009.html?seite=all> [Abruf 06.01.2023]

Gianatsis, Jim: Geheimnisse der Motocross Technik – Konstruktion und Tuning von Motocross-Maschinen und ihren Zweitakt-Motoren. Stuttgart 1984

Gonser, Nicole u. Rußmann, Uta (2017): Verschwimmende Grenzen – Abgrenzung zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing. In: Gonser, Nicole u. Rußmann, Uta: Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing – Aktuelle Befunde aus Theorie und Praxis. Wiesbaden 2017

Grundgesetz (GG), vom 23. Mai 1949, (BGBl. S. 1), idF. vom 8. Juni 2022, (BGBl. I S. 968)

Hasebrink, Uwe (2006): Agenda-Setting. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006

Hasebrink, Uwe (2006): Schweigespirale. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden 2006

Haupt, Andreas: 8 Jahre bis zur CO<sub>2</sub>-Neutralität. Auto Motor Sport, 27.06.2022. Online unter: <https://www.auto-motor-und-sport.de/formel-1/f1-zwischenbericht-umweltschutz-ziel-co2-neutral-2030/> [Abruf 30.01.2023]

Industrie-Verband Motorrad Deutschland e.V.: Jahresbericht 2021. IVM, o.D. Online unter: <https://www.ivm-ev.de/assets/Uploads/IVM-Jahresbericht-2021.pdf> [Abruf 06.01.2023]

IVW: Ranking der auflagenstärksten Zeitschriften der Motorpresse in Deutschland im 3. Quartal 2022. Statista, Oktober 2022. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1190011/umfrage/vertrauen-in-die-medien-in-deutschland/> [Abruf 13.02.2023]

Jarass, Hans D. u. Pieroth, Bodo: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland – Kommentar. 15. Aufl. München 2018

Karle, Anton: Elektromobilität – Grundlagen und Praxis. 4. Aufl. (akt.). München 2020

Kawasaki: Z900 50th Anniversary 2022. Kawasaki, o.D. Online unter: [https://www.kawasaki.de/de/products/Supernaked/2022/Z900\\_50th\\_Anniversary/specifications?Uid=086BClxcUFhQWVtfDAtZXFoLDVBZUFwOXVhRXVA-KXFEMCww](https://www.kawasaki.de/de/products/Supernaked/2022/Z900_50th_Anniversary/specifications?Uid=086BClxcUFhQWVtfDAtZXFoLDVBZUFwOXVhRXVA-KXFEMCww) [Abruf 06.01.2023]

Klimmt, Christoph u. Rosset, Magdalena: Das Elaboration-Likelihood-Modell. 2. Aufl. (überab.). Baden-Baden 2020

König, Denis: Probanden gesucht. Cross Magazin, 04.11.2022. Online unter: <https://crossmagazin.de/news/allgemein/probanden-gesucht> [Abruf 13.02.2023]

Kords, Martin: Anzahl der weltweit ausgelieferten Fahrzeuge von Tesla im Zeitraum vom 1. Quartal 2017 bis 4. Quartal 2022. Statista, 03.01.2023. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/571954/umfrage/quartalszahlen-von-tesla-motors-auslieferungen/> [Abruf: 06.01.2023]

Kords, Martin: Größte Automobilhersteller aus Deutschland nach Anzahl produzierter Fahrzeuge von 2015 bis 2021. Statista, 21.04.2022. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/246827/umfrage/automobilproduktion-deutscher-hersteller/> [Abruf 06.01.2023]

Krueger, Richard A.: Developing questions for focus groups. Thousand Oaks, London u. Neu-Delhi 1998

Kühn, Thomas u. Koschel, Kay-Volker: Gruppendiskussionen – Ein Praxis-Handbuch. Wiesbaden 2011

Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion – Theorie und Praxis. 2. Aufl. (überab. erw.). Weinheim u. Basel 2005

Maeda, Donn: 2023 SML 450 Shootout I In Depth. Swapmoto Live, 29.11.2022. Online unter: <https://www.swapmotolive.com/2023-sml-450-shootout-in-depth/2023-450-shootout/9/> [Abruf 13.01.2023]

Maeda, Donn: We Test the Stark Future Varg ELECTRIC Dirt Bike! Swapmoto Live, 10.06.2022. Online unter: <https://www.swapmotolive.com/we-test-the-stark-future-varg-electric-dirt-bike/features/fox-feature/> [Abruf 06.01.2023]

Mangold, Werner: Gegenstand und Methode des Gruppendiskussionsverfahrens – Aus der Arbeit des Instituts für Sozialforschung. Frankfurt am Main 1960

@marcus.mx.1276: Kommentar unter Instagram-Post von @crossmagazin, 14.12.2021. Online unter: <https://www.instagram.com/p/CXdQgeEgFNi/> [Abruf 23.11.2022]

Marquart, Franziska u. Naderer, Brigitte (2016): Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change von Richard E. Petty & John T. Cacioppo (1986). In: Potthoff, Matthias (Hrsg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2016

Martin Krieg (@moerten373): Kommentar unter Instagram-Post von @crossmagazin, 14.12.2021. Online unter: <https://www.instagram.com/p/CXdQgeEgFNi/> [Abruf 23.11.2022]

Mast, Claudia, Huck, Simone u. Zerfaß, Ansgar: Innovationskommunikation in dynamischen Märkten – Empirische Ergebnisse und Fallstudien. Berlin 2006

McCombs, Maxwell E. u. Shaw, Donald L.: The Agenda-Setting function of mass media, in: Public Opinion Quarterly, 2/1972

Meier, Klaus: Journalistik. 4. Aufl. (überab.). Konstanz u. München 2018

Motocross Action Magazine: 2022 Motocross Action 450 Shootout – The truth & nothing but the truth. Motocross Action Magazine, 02.04.2022. Online unter: <https://motocrossactionmag.com/2022-motocross-action-450-shootout/> [Abruf 06.01.2023]

Motocross Action Magazine: Tomac, Ferrandis & more give opinions on Electric bikes. Motocross Action Magazine, 02.02.2022. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=DaiwISn67Hc&t=356s> [Abruf 06.01.2023]

MotoGP: Die MotoGP-Startaufstellung für 2023 ist fast komplett! MotoGP, o.D. Online unter: <https://www.motogp.com/de/nachrichten/2022/08/30/die-motogp-startaufstellung-2023-ist-fast-komplett/409722> [Abruf 06.01.2023]

MSC Grevenbroich e.V.: Lärm tötet Moto-Cross. MSC Grevenbroich e.V., o.D. Online unter: <https://www.msc-grevenbroich.eu/regeln.html> [Abruf 06.01.2023]

Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München 1980

O.V.: Deutsches Universalwörterbuch Duden. 7. Aufl. (überab. erw.). Berlin 2010

@puhle884: Kommentar unter Instagram-Post von @crossmagazin, 14.12.2021. Online unter: <https://www.instagram.com/p/CXdQgeEgFNI/> [Abruf 23.11.2022]

Ronzheimer, Manfred: Ein Phantomressort. taz, 14.04.2018. Online unter: <https://taz.de/Innovationsjournalismus-vernachlaessigt!/5495688/> [Abruf 06.01.2023]

Rössler, Patrick (2016): The Agenda-Setting Function of Mass Media von Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw. In: Potthoff, Matthias (Hrsg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2016

Schäfer Christian: Stark(e) Zukunft? First Ride: Stark Varg. In: Cross Magazin, Nr. 07/2022

Schäfer, Christian: Shootout MX1-Bikes 450/4T 2022. In: Cross Magazin, Nr. 12/2021, S. 55

Schäfer, Christian: Vergleich KTM 450 EXC-F mit KTM 450 SX-F, in: Cross Magazin, Nr. 5/2017

Scholtissek, Stephan: Magie der Innovation – Erfolgsgeschichten von Audi bis Zara, München 2009

Schran, Oliver: What's the future of freestyle motocross? Red Bull, 12.08.2016. Online unter: <https://www.redbull.com/int-en/future-of-fmx-interviews-tom-pages> [Abruf 06.01.2023]

Schumann, Siegfried: Quantitative und qualitative empirische Forschung – Ein Diskussionsbeitrag. Wiesbaden 2018

Schümchen, Andreas (2016): Innovation Journalism (Innovationsjournalismus). In: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.): Journalistische Genres. Konstanz u. München 2016

Schümchen, Andreas, Schwanenberg, Jennifer u. Seuser, Katharina: „Innovation Journalism ist die Politikberichterstattung der Zukunft“, in: Fachjournalist, Nr. 4/2011

Schweiger, Wolfgang (2013): Was sind Medienwirkungen? – Überblick und Systematik. In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013

Schwieren, David: Regio Racing Guide 2018, in: Cross Magazin, Nr. 3/2018

Stark Future: Die Welt verändern. [Pressemitteilung] Stark Future, 14.12.2021. U.a. online unter: <https://crossmagazin.de/news/technik/die-welt-veraendern-das-elektrische-motocross-bikes-stark-varg> [Abruf 06.01.2023]

Stark Future: Stark VARG. Stark Future, o.D. Online unter: <https://starkfuture.com/de-DE/products/stark-varg> [Abruf 06.01.2023]

Swapmoto Live: Does the Stark Future Varg Electric Bike Live Up to the HYPE?!?! YouTube, 10.06.2022. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=L98XdI5Glx8> [Abruf 08.02.2023]

Swapmoto Live: YouTube-Kanal. Online unter: <https://www.youtube.com/user/swapmoto> [Abruf 10.11.2022]

Vogl, Susanne: Gruppendiskussion. In: Baur, Nina u. Blasius Jörg (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014

VW: Elektroautos. Volkswagen, o.D. Online unter: <https://www.volkswagen.de/de/elektrofahrzeuge/elektro-und-hybridfahrzeuge.html> [Abruf 06.01.2023]

Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen: Die Gruppendiskussion. In: Wagner, Hans u. Schönhagen, Philomen (Hrsg.): Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft. 3. Aufl. (akt.). Baden-Baden 2021

Wernet, Andreas: Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik. Wiesbaden 2009

Wheeler, Adam u. Anderson, Martin: Sind 450 ccm zu viel? In: Cross Magazin, Nr. 12/2019

Wirth, Werner u. Kühne, Rinaldo (2013): Grundlagen der Persuasionsforschung – Konzepte, Theorien und zentrale Einflussfaktoren. In: Schweiger, Wolfgang u. Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2013

Wolter, Sebastian: Stark Varg Elektro-Motocross Fahrbericht. Motorrad, 11.06.2022. Online unter: <https://www.motorradonline.de/elektro/stark-Varg-elektro-fahrbericht/> [Abruf 06.01.2023]

Yamaha Motor: YZ450F, YZ450FM, Owner's Service Manual. o.O. 2020

Yamaha Motor: YZ450F. Yamaha, o.D. Online unter: <https://www.yamaha-motor.eu/de/de/products/motorcycles/competition/yz450f-2023/techspecs/> [Abruf 06.01.2023]

## Anhang

### **A1: Kurzinterview mit Mathias Schröder, Chefredakteur des Special-Interest-Printmagazins Cross Magazin**

#### **Was unterscheidet kurz zusammengefasst Motocross von anderen Motorradsportarten wie Enduro?**

Erst einmal findet Motocross komplett im Gelände statt und die Strecken verfügen zum Beispiel über verschiedenste Sprünge, Steilkurven (bzw. Anlieger) oder Wellensektionen. Im Gegensatz zum Enduro, bei dem die Veranstaltungen teilweise mehrere Stunden oder sogar Tage dauern, sind die Rennen wesentlich kürzer und intensiver. Es geht also wirklich um Speed, auch die Strecken sind selten länger als zwei Kilometer. Außerdem haben die Motorräder keine Straßenzulassung. Alleinstellungsmerkmal vom Motocross ist der Start, bei dem bis zu 40 Fahrer gleichzeitig nebeneinander an einer Startanlage, dem sogenannten Startgatter, losfahren. Das Startgatter sinkt erst beim Start auf den Boden und macht die Startbahn frei.

#### **Ist es aufwendig und teuer, als Hobby mit Motocross anzufangen?**

Natürlich sind Motorrad und Ausrüstung nicht billig und man braucht auch Transportmöglichkeiten zur Strecke. Gebraucht kann man sich als Anfänger aber für wenige Tausend Euro ein brauchbares Setup zulegen – im Vergleich zu anderen Motorsportarten wie Straßenmotorradrennen oder Autorennen ist Motocross also günstig. Möchte man Motocross einfach mal ausprobieren, bieten sich Schnupperangebote an, die viele Vereine oder der ADAC im Programm haben. Dort bekommt man für einen Tag alles gestellt. Dadurch dass der Sport vergleichsweise bezahlbar ist, gibt es mehrere hundert Strecken in Deutschland, die an Ortsvereine gebunden sind und meist wochenends für jedermann zum Training öffnen. Außerdem gibt es viele Landesmeisterschaften und andere Amateurserien, in denen sich ambitioniertere Hobbyfahrer messen.

Insgesamt ist Motocross in Deutschland also ein Sport mit einer regen Amateurszene.

**Steht die breite Masse der Motocrossfahrer elektrischen Antrieben wie dem der Stark VARG offen gegenüber?**

Dieses Thema ist in der Szene sehr kontrovers. Einige sehen Chancen im Elektro-Motocross, beispielsweise dass Strecken, die Probleme mit Lärmbelästigung haben, weiter öffnen können. Außerdem ist die Wartung von E-Motorrädern deutlich einfacher und deren Drehmoment gigantisch. Auf der anderen Seite stehen viele Skeptiker, die finden, dass der Sport ohne die Motorengeräusche nicht derselbe sei oder glauben, dass auch bei modernen Bikes wie der Stark VARG die Reichweite ein Problem darstellt. Wie viel Prozent die Entwicklung also befürworten oder verachten, ist schwer zu sagen, aber fest steht, dass das Thema E-Motocross die Community spaltet.

## **A2: Teilnahmeaufruf für Gruppendiskussionen**

### **Probanden gesucht**

*Bachelorarbeit zum Thema Motocross*

**Wenn euch E-Motocross beschäftigt – ob nun im Positiven oder im Negativen – solltet ihr genau weiterlesen, denn für eine wissenschaftliche Arbeit werden Probanden mit einer klaren Meinung zu diesem kontroversen Thema gesucht. Auch ein kleines Dankeschön winkt euch, wenn ihr an einer Online-Diskussion teilnehmt. Hier findet ihr den Teilnahmeaufruf.**

„Hallo zusammen, ich studiere im siebten Semester Technikjournalismus/PR an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg arbeite aktuell an meiner Bachelorthesis zum Thema Stark VARG. Es geht in meiner Arbeit darum, ob die Ergebnisse von Testberichten über das Motorrad die vorher bestehenden Meinungen der Leser oder Zuschauer beeinflussen. Nachgehen werde ich dieser Frage in zwei online stattfindenden Gruppendiskussionen, für die ich aktuell Teilnehmer suche.

Voraussetzung für die Teilnahme ist, dass ihr euch für das Thema Motocross interessiert und euch eine Meinung zur Einführung von elektrisch angetriebenen Bikes gebildet habt. Um meine Fragestellung zu untersuchen, werde ich die Teilnehmer in zwei Diskussionsgruppen einteilen: Eine mit Befürwortern und eine mit Gegnern von E-Motocross. Vor den Diskussionen werde ich die Probanden bitten, drei verschiedene Testberichte zu schauen (auch ein englischsprachiges Video) beziehungsweise zu lesen, damit sie im etwa einstündigen Online-Meeting darüber diskutieren können, welchen Einfluss die Berichte auf sie haben. Wenn ihr teilnehmen wollt, müsst ihr vom 29. November bis zum 9. Dezember an einem Werktag ab 18:30 Uhr für eine Diskussion zur Verfügung stehen. Die genaue Terminfindung folgt in Absprache mit allen Teilnehmern.

Solltet ihr interessiert sein, diese wissenschaftliche Untersuchung zum Thema Motocross zu unterstützen, schreibt mir bitte bis zum 10. November eine

formlose E-Mail mit dem Text „Pro“ oder „Kontra“ an [max.grigo@smail.emt.h-brs.de](mailto:max.grigo@smail.emt.h-brs.de) – je nachdem, wie ihr tendenziell zum Thema E-MX steht. Alles weitere klären wir dann. Als kleines Dankeschön bekommen alle Diskussionsteilnehmer einen Zehn-Euro-Gutschein für [www.amazon.de](http://www.amazon.de). Ich freue mich auf eure E-Mails!“ *Max Grigo*

## **A3: Einverständniserklärung zur Gruppendiskussion**

**Gruppendiskussion im Zuge der Forschung zur Bachelorthesis mit dem Thema:** „Journalistische Berichterstattung über technische Innovation – eine qualitative Untersuchung der Medienwirkung anhand des Motocross-Motorrades Stark VARG“

**Forscher/Diskussionsmoderator:** Max Grigo

**Forschungsinstitution:** Hochschule Bonn-Rhein-Sieg

**Datum der Diskussion:** 05.12.2022

Ich erkläre mich dazu bereit, im Rahmen des genannten Forschungsprojekts an einer Gruppendiskussion teilzunehmen. Ich wurde über das Ziel und den Verlauf des Forschungsprojekts informiert. Ich bin damit einverstanden, dass der Ton der Online-Diskussion aufgezeichnet und durch den Forscher in Schriftform gebracht wird. Die bei der Aufzeichnung entstandenen Audiodateien werden gespeichert und zum Projektende am 1. März 2023 gelöscht. Die Transkripte der Diskussion werden anonymisiert, d.h. ohne Namen und Personenangaben, gespeichert. Der Forscher selbst wertet die Diskussion aus und verpflichtet sich zum Datengeheimnis.

Ich bin damit einverstanden, dass die Transkripte, welche meine Aussagen enthalten, sowie die Aussagen selbst im Kontext der Bachelorthesis weitergegeben und veröffentlicht werden. Durch eine Anonymisierung werden die Aussagen dabei nicht mehr mit meiner Person in Verbindung zu bringen sein. Des Weiteren stimme ich zu, dass der Forscher nach Projektende in darauf aufbauenden Forschungsprojekten die anonymisierten Transkripte verwendet.

Meine Teilnahme an der Erhebung und meine Zustimmung zur Verwendung der Daten, wie oben beschrieben, sind freiwillig. Ich habe jederzeit die Möglichkeit, meine Zustimmung zu widerrufen. Durch Verweigerung oder Widerruf entstehen mir keine Nachteile. Ich habe das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Sperrung und Löschung, Einschränkung der Verarbeitung, Widerspruch gegen die weitere Verarbeitung sowie auf Datenübertragbarkeit meiner

personenbezogenen Daten.

Unter diesen Bedingungen erkläre ich mich bereit, an der Diskussion teilzunehmen, und bin damit einverstanden, dass sie aufgezeichnet, verschriftlicht, anonymisiert, ausgewertet und veröffentlicht wird. Darüber hinaus verpflichte ich mich, die mir zugesendete Datei „Cross-Magazin-Test-Stark-Varg.pdf“ nur im Sinne der Untersuchung zu nutzen und nicht an Dritte weiterzugeben oder in irgendeiner Form zu veröffentlichen.

**Forscher:**

Sankt Augustin, 21.11.2022

**Teilnehmer:**

Name in Druckbuchstaben:

Unterschrift:

Ort, Datum:

## **A4: Diskussionsleitfaden für offen eingestellte Gruppe**

### **Formalia:**

- Begrüßung, Frage nach Funktion d. Technik
- Hinweis zum Einschalten der Kamera, muten wenn nicht sprechen
- Hinweis zur Aufzeichnung
- Vorstellung von Assistentin
- Thesis nicht in Zusammenarbeit mit Stark oder Cross Magazin
- Erklärung Gruppeneinteilung
- Diskussionsregeln: Gern einhaken, Gegenmeinung teilen (davon lebt die Runde!)
- Fragen von eurer Seite?

### **Eröffnung:**

Fährst du selbst aktiv Motocross? Wie bist du dazu gekommen?

### **Hinführung:**

Ihr seid in diese Gruppe eingeteilt, weil ihr alle angegeben habt, E-Bikes offen gegenüberzustehen. Seid ihr schonmal eins gefahren und wie waren eure Erfahrungen dort?

### **Überleitung:**

Heute soll es um die Stark VARG gehen. Was war eure ersten Gedanken als ihr von dem Motorrad erfahren habt (vermutlich Dezember 2021)?

### **Schlüssel:**

Ihr habt euch die Testberichte durchgelesen und angeschaut. Wie würdet ihr die Urteile einordnen? Absolut positiv/negativ oder dazwischen?

Gibt es einen Bereich/eine Facette (zB Fahrgefühl, Konkurrenzfähigkeit, Reichweite), in der euch die Berichte überzeugt haben, dass das Motorrad gut ist?

Wie stark war der Einfluss der Berichte auf eure Haltung gegenüber der Stark und E-Bikes allgemein?

Haben die Berichte eure Bereitschaft beeinflusst, euch in Zukunft selbst eine Stark VARG zu kaufen?

**Schluss:**

Zusammenfassung der Ergebnisse. Ergänzungen?

## **A5: Weitere Anhänge**

Auf der beiliegenden CD befinden sich neben einer digitalen Version der vorliegenden Thesis auch die vollen Transkripte der beiden Gruppendiskussionen. Darüber hinaus enthält die CD ein volles, ins Deutsche übersetztes Transkript des englischsprachigen Videos, das die Probanden vor den Gruppendiskussionen konsumieren sollten. Um Verständnisproblemen vorzubeugen, hatten die Probanden dieses Transkript zur Vorbereitung auf die Gruppendiskussionen erhalten. Der große Umfang der drei Transkripte veranlasste den Forscher dazu, sie nicht in der gebundenen Ausgabe abdrucken zu lassen.

## Erklärung zur Bachelor-Thesis

„Ich versichere hiermit, die von mir vorgelegte Arbeit selbstständig verfasst zu haben. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Arbeiten anderer entnommen sind, habe ich als entnommen kenntlich gemacht. Sämtliche Quellen und Hilfsmittel, die ich für die Arbeit benutzt habe, sind angegeben. Die Arbeit hat mit gleichem Inhalt bzw. in wesentlichen Teilen noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen.

Mir ist bewusst, dass sich die Hochschule vorbehält, meine Arbeit auf plagiierte Inhalte hin zu überprüfen und dass das Auffinden von plagiierten Inhalten zur Nichtigkeit der Arbeit, zur Aberkennung des Abschlusses und zur Exmatrikulation führen kann.“

Siegburg, 15.02.2023

Ort, Datum



Unterschrift