

*Subventionsheuschrecke oder  
Weltmarktführer ?*

---

Nokia-Repräsentation in den  
Kommentaren der Frankfurter Allgemeinen Zeitung  
nach der Veröffentlichung der Fabrikschließung in  
Bochum  
- eine diskursanalytische Untersuchung

Magisterarbeit  
Hanna-Kaisa Hokkanen

Universität Jyväskylä  
Institut für moderne und klassische Sprachen  
Deutsche Sprache und Kultur  
Mai 2010



## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Hanna-Kaisa Hokkanen	
Työn nimi – Title <i>Subventionsheuschrecke</i> oder <i>Weltmarktführer</i> ? Nokia-Repräsentation in den Kommentaren der Frankfurter Allgemeinen Zeitung nach der Veröffentlichung der Fabrikschließung in Bochum – eine diskursanalytische Untersuchung	
Oppiaine – Subject Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Pro Gradu
Aika – Month and year kesäkuu / 2010	Sivumäärä – Number of pages 67 + liitteet
Tiivistelmä – Abstract <p>Tammikuussa 2008 Nokia päätti lopettaa Saksassa toimivan Bochumin tehtaansa toiminnan ja irtisanoa tehtaan 2 300 työntekijää. Tämä päätös johti uutistulvaan saksalaisessa lehdistössä. Ilmiöstä kehittyi poliittisesti arkaluontoinen, kun saksalaiset poliitikot ottivat oman jyrkän kantansa tapahtumalle ja julistivat boikotin Nokiaa vastaan.</p> <p>Tämän työn tarkoituksena on tarkastella, miten Nokiaa kuvattiin Bochumin tehtaan tapahtumien aikana saksalaisessa Frankfurter Allgemeine Zeitung -sanomalehdessä. Analyysissä tutkitaan kriittisen diskurssianalyysin keinoin lehden Kommentar -kirjoitusten nimeämisiä sekä diskursseja, jotka liittyvät Nokiaan ja Bochumin tehtaan sulkemiseen. Nimeämisten ja diskurssien avulla rakennetaan representaatiota Nokiasta.</p> <p>Analyysi osoitti, että tehtaan sulkeminen oli monivivahteinen ja tunteikas prosessi. Kommenttien Nokia -representaatio muodostui monista, myös vastakkaisista, argumenteista. Nokia nimettiin kännyköiden markkinajohtajaksi, mutta myös mm. riistoyhtiöksi ja tukiaisheinäsirkaksi. Diskurssit loivat representaatiota mm. niin menestyksen kuin syytöksien näkökulmista.</p>	
Asiasanat – Keywords diskurssi, diskurssianalyysi, diskurssintutkimus, nimeäminen, representaatio	
Säilytyspaikka – Depository Kielten laitos	
Muita tietoja – Additional information	



# Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung .....	7
2 Das Unternehmen Nokia .....	10
2.1 Von einer finnischen Firma zur Weltmacht .....	10
2.2 Nokia in Bochum.....	13
2.3 Die Nokia Methode – der Weg zum Erfolg? .....	14
3 Diskursforschung und Diskursanalyse (DA) .....	17
3.1 Kritische Diskursanalyse (KDA).....	20
3.1.1 <i>Diskurs</i> .....	23
3.1.2 <i>Diskursordnung</i> .....	26
3.1.3 <i>Die Macht des (Medien-)Diskurses</i> .....	27
3.1.4 <i>Repräsentation</i> .....	28
3.1.5 <i>Kontext</i> .....	30
4 Analytische Vorgehensweise .....	31
4.1 Materialauswahl .....	32
4.1.1 <i>Die Frankfurter Allgemeine Zeitung</i> .....	32
4.1.2 <i>Zur Textsorte Pressekommentar</i> .....	34
4.2 Methode und Ziele.....	35
5 Analyse.....	36
5.1 Grobanalyse.....	36
5.2 Feinanalyse .....	40
5.2.1 <i>Bezeichnungen</i> .....	40
5.2.2 <i>Diskurse</i> .....	49
5.3 Zusammenfassung der Feinanalyse .....	55
6 Schlussbetrachtungen.....	57
Literaturverzeichnis .....	63
Anhänge	



## 1 Einleitung

Am 15. Januar 2008 teilte Nokia mit, dass es die Fabrik in Bochum schließen würde. Das bedeutete die Entlassung von etwa 2300 Angestellten (Internet 1). Aus dieser Mitteilung resultierte eine Flut von Nachrichten in der deutschen Presse. Das Thema wurde politisch heikel, als auch deutsche Politiker ihre Proteste zu äußern begannen.

Der Fall Nokia ist ein aktuelles Phänomen: infolge des Konjunkturrückgangs und der Globalisierung in der Wirtschaft teilen die Unternehmen jeden Tag mit, dass sie Angestellten kündigen werden und/oder ihre Fabrik in ein anderes Land verlegen wollen. Die Art und Weise, wie Kündigungen gemacht und begründet werden, kann weitreichende Folgen haben.

Hier soll untersucht werden, wie Nokia nach der Schließungsmitteilung in der Öffentlichkeit behandelt wurde. Die Entscheidung, das Bochumer Werk zu schließen, hatte sowohl politische und wirtschaftliche als auch gesellschaftliche und kulturelle Konsequenzen. Es ist auch wichtig zu erkennen, dass Nokia in der Welt als finnisches Unternehmen betrachtet wird. Was Nokia betrifft, betrifft auch die Finnen. Ich vermutete, dass Nokia nur selten, wenn überhaupt, sachlich betrachtet wird, und dass das Nokia-Image allgemein unter der Schließung gelitten hat.

Das Ziel der Arbeit ist herauszufinden, wie Nokia während der Bochum-Krise in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung repräsentiert wurde. Alle auf Nokia und Bochum hinweisenden Bezeichnungen, d. h. auf sie hindeuteten Metaphern, Adjektive und Substantive werden untersucht, wie auch Diskurse der Kommentare. Aus Diskursen und Bezeichnungen wird eine Repräsentation von Nokia gebildet. Meine Forschungsfragen lauten:

1. Mit welchen Bezeichnungen und Diskursen wird Nokia in den Kommentaren der Frankfurter Allgemeinen Zeitung repräsentiert?
2. Was für eine Repräsentation konstruieren die Bezeichnungen und die Diskurse von Nokia?

Das zu untersuchende Material besteht aus Nachrichten, Artikeln, Kommentaren, Leserbriefen und Kolumnen über Nokia in Bochum (insgesamt 30 Exemplare), die in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in dem Zeitraum vom 16.01.2008 bis zum 31.07.2008 erschienen sind. In der Feinanalyse werden nur die Kommentare (5 Exemplare) ausgewertet. Die Kommentare eignen sich für die Feinanalyse, weil sie die jeweiligen Meinungen der Zeitung zu diesem Thema zeigen und nicht nur die Handlungen darstellen. Der Zeitraum ist nach der Relevanz des Materials gewählt.

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung habe ich gewählt, weil sie eine der größten deutschen Zeitungen ist, mit fast einer Million Lesern pro Tag. Täglich wird sie in 140 Länder geliefert und ist demzufolge ein großer Meinungsmacher auch im Ausland. (Internet 2.) Dass die Zeitung nicht nur in Deutschland gelesen wird, ist wichtig in Betracht zu ziehen, wenn man die Folge der Nachrichten über Nokia analysiert.

Als Methode wird die Kritische Diskursanalyse verwendet. In den Kommentaren wird Nokia mit verschiedenen Bezeichnungen vorgestellt. Mit Hilfe der Bezeichnungen wird verschiedene Diskurse, also *institutionell verfestigte Redeweise* (Link 1983<sup>1</sup>, zit. in: Jäger 2001, 82), ausgeformt. Bezeichnungen und Diskurse werden mit den Werkzeugen der kritischen Diskursanalyse genauer untersucht. „Diskursanalyse zeigt also, mit welchen Mitteln und für welche Wahrheiten in einer Bevölkerung Akzeptanz geschaffen wird, was als normal und nicht normal zu gelten habe, was sagbar (und tubar) ist und was nicht“ (Foucault 1983<sup>2</sup>, zit. in: Jäger 2004, 223). Für Nokia wird z. B. die Bezeichnung *Subventionsheuschrecke* in den Kommentaren benutzt, welches auf die wechselnde Einstellung zu Subventionen bei Nokia hindeutet und Teil des *Beschuldigungsdiskurses* ausformt.

Als ich diese Arbeit im Januar 2009 angefangen habe, war das Thema Nokia und Bochum noch ziemlich unerforscht. Seit dem wird dieses Ereignis in einigen Untersuchungen und Dokumenten thematisiert. Ralph Goldmann und Stefan Hanf

---

<sup>1</sup> Link, J. 1983: Was ist und was bringt Diskurstaktik, in: kultuRRRevolution 2.

<sup>2</sup> Foucault 1983: Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1. Frankfurt.



haben (2008) ein kurzes Dokument über das Thema Nokia in Bochum für das ZDF<sup>3</sup> produziert, das die Schließungsphase u. a. seitens der Bochumer Arbeiter darstellt. Glenn R. Gassen<sup>4</sup> hat auch das Thema berührt, wenn er die politischen Beziehungen zwischen Finnland und Deutschland erforscht hat.

Es gibt viele Untersuchungen, die auf der Diskursanalyse beruhen. Doch nur wenige von diesen analysieren Repräsentationen eines Unternehmens oder das Firmenbild. Einige diskursanalytische Pro-Gradu-Arbeit zu diesem Thema gibt es jedoch: „The corporate image of Rautaruukki – A reception study and textual analysis of Rautaruukki’s brochures, advertisements and Internet pages“ (2001) heißt die Pro-Gradu-Arbeit von Kaisa Pihlaja. Anu Harju hat ihre Pro-Gradu-Arbeit mit dem Titel „Specialist wanted: evaluation and implicit marketing in the Nokia recruitment advert text“ (2008) zum Thema Nokia geschrieben. Im Unterschied zu meiner Arbeit untersuchen Pihlaja und Harju das Firmenbild an Hand von unternehmenseigenem Material und nicht in (unbeteiligten) Medien.

Im Folgenden werden die Hintergrundinformationen zu dem zu untersuchenden Phänomen Nokia in Bochum dargestellt. Es werden der Konzern Nokia und dessen Weg zur Weltmacht wie auch Nokias Geschichte in Bochum beschrieben. Danach werden die für diese Arbeit wichtigsten Begriffe der Diskursanalyse erklärt. In Kapitel vier wird die analytische Vorgehensweise, also die Methode, Ziele und das Material dieser Arbeit, vorgestellt. Im fünften Kapitel wird zuerst eine Grobanalyse durchgeführt, und danach werden die Bezeichnungen und Diskurse der Kommentare genauer analysiert. In einer Zusammenfassung der Feinanalyse wird von den Bezeichnungen und den Diskursen die Repräsentation von Nokia konstruiert. Schließlich folgen die Schlussbetrachtungen, in denen das Phänomen Nokia in Bochum noch in einem weiten Kontext betrachtet wird.

---

<sup>3</sup> ZDF ist das zweite deutsche Fernsehen

<sup>4</sup> siehe z. B. Gassen, Glenn R. 2009: Big and Small in Europe. Functions of the German-Finnish Relations within the European Union. Artikel in: Finnish Business and Policy Forum Eva. SWP Working Paper FG 1, 2009/12 & FG 2 2009/08, October 2009. Berlin: SWP. (<http://www.eva.fi/eng/index.php?m=8&did=591>).

## 2 Das Unternehmen Nokia

Der Name Nokia ist weltweit bekannt. Heutzutage kennt man dieses Unternehmen als den größten Handyhersteller der Welt. Laut Olli-Pekka Kallasvuo (Internet 3), dem Generaldirektor von Nokia, liefert Nokia jeden Tag etwa eine Million Mobiltelefone. Nach dem Politologen Martti Häikiö (2001, 232.) ist Nokia wegen seiner langen Geschichte und seines großen Formats eine nationale Institution für Finnen. Nokias Geschichte weckt besonderes Interesse, weil es das erste weltweite Unternehmen Finnlands ist.

Nokia ist jedoch nicht immer ein Handyhersteller gewesen<sup>5</sup>. Nokia ist ein Konzern, der aus vielen Gesellschaften bestanden hat. Die Unternehmensgeschichte reicht bis zum Jahr 1865 zurück. Damals fing nämlich die älteste Gesellschaft von Nokia ihren Betrieb an. Offiziell fusioniert wurde der Konzern *Oy Nokia Ab* Anfang 1967, als *Suomen Kaapelitehdas Oy* (die Kabelfabrik) und *Suomen Gummitehdas Oy* (die Gummifabrik) an die *Oy Nokia Ab* angeschlossen wurden. (Häikiö 2001, 235.) Der moderne Nokia-Konzern besteht aus drei Geschäftsgruppen: *Nokia Networks*, *Nokia Mobile Phones* und *Nokia Communications Products*. Dazu gibt es noch die *Nokia Ventures-Organisation* und die *Nokia Research Unit*. (Merriden 2001, 6.)

Im Kapitel 2.1 wird betrachtet, wie es möglich war, dass aus einer kleinen finnischen Firma, „[die] etwas für alle hatte aber fast nichts für jemand bedeutete“ (Merriden 2001, xi), ein weltweites Unternehmen wurde.

### 2.1 Von einer finnischen Firma zur Weltmacht

1994 ist der Wendepunkt in der Geschichte von Nokia: Die offizielle Sprache des Unternehmens wechselte vom Finnischen zum Englischen. Gleichzeitig ging Nokia als das erste finnische Unternehmen an die Effektenbörse in New York. (Häikiö 2002, 156.) In der zweiten Hälfte der 90er-Jahre wurde Nokia ein weltweites Unternehmen.

---

<sup>5</sup> Nokia hat neben der Verwendungselektronik in die Kabel-, Gummi- und Holzindustrie investiert (siehe z. B. Häikiö 2001, 16).

Der größte externe Grund für den Erfolg war das Wachstum des Tätigkeitsfeldes Telekommunikation. Nach Häikiö (2001) gibt es drei Faktoren, die zur Entwicklung führten: Deregulation, Digitalisation und GSM<sup>6</sup>. Die Deregulation bedeutet, dass der Wettbewerb für die früher national telemonopolisierten Märkte der Telekommunikationsanlagen geöffnet wurde. Der Übergang von der analogen zur digitalen Telekommunikationstechnik schuf neue Dienstleistungen für Teleoperatoren und vergrößerte die Märkte. Die schnelle Ausbreitung des europäischen GSM-Handystandards ermöglichte, dass Nokia sich zu einem wachsenden und rentablen Unternehmen entwickelte. Das Timing von Nokia war ideal. Nokia war unter den ersten, die diese wachsenden Märkte erreichten. Nokia wurde der Vorläufer in Bezug auf Technologie, Design, Marketing und Produktionsleistungsfähigkeit. (Häikiö 2001, 236-237, siehe auch Häikiö 2002, 20-21.)

Hinter dem Erfolg standen natürlich auch interne Faktoren, die sich auf Nokias eigene Tätigkeit bezogen. In den 90er Jahren durchlief Nokia drei Krisen. 1987-1992 begegnete dem Unternehmen die Krise auf der Konzernebene. Der Kontrollmechanismus des Konzerns war völlig durcheinander. Außerdem durchlitten die Telekommunikationsgruppe, die Handygruppe und die kerngeschäftlichen Operationen ihre eigenen Krisen. Im Jahr 1991 kollabierte das gewinnbringende Geschäft mit der Sowjetunion. Gleichzeitig kam die Rezession nach Finnland und die anderen Westmärkte litten unter dem Konjunkturrückgang. Inmitten der 90er Jahre traf die Mobiltelefongruppe die Logistikkrisis. Wegen der Krise war Nokia gezwungen, u. a. seine Leistungsfähigkeit, den Informationsfluss und die Produktion zu verbessern und umzuorganisieren. Die Krisen hatten letztendlich gute Auswirkungen. (Häikiö 2001, 237.)

Zu den wichtigen internen Faktoren gehörten auch die kräftigen Investitionen in die Forschung und Entwicklung (*R&D*<sup>7</sup>) (Häikiö 2001, 237). Forschung und Entwicklung haben in der Folgezeit einen großen Einfluss auf die Ressourcen des Konzerns gehabt. 1999 beschäftigte der Forschungs- und Entwicklungsbereich über 17 000 Arbeiter in 14 Ländern. (Merriden 2001, 121-122.) In diesem Bereich wirkt das so genannte *Platform-*

---

<sup>6</sup> GSM = Global System for Mobile Communications

<sup>7</sup> R&D = Research and Development

*Denken:* die technische Basis der Systeme und der Geräte ist auf eine solche Weise standardisiert, dass sie die Expansion der Produktpalette ermöglicht aber zur selben Zeit die verlangte Technik und Produktion vereinfacht (Häikiö 2001, 238).

Nach Häikiö (2001, 239) kann der Erfolg von Nokia in den 90er Jahren nicht ohne die Rolle des Managements erklärt werden. Das Managementteam war erfolgreich in der Planung einer Strategie und einer Gemeinschaftskultur, die die Produktionsentwicklung und Verkaufsarbeit sogar inmitten harter innerer und äußerer Widersprüche ermöglichten. Der damalige Generaldirektor Jorma Ollila konnte versichern, dass alle Veränderungen und Handlungen betriebswirtschaftlich effektiv waren.

Am Anfang der 90er Jahre erreichte der Mobilbetrieb jährlich einen Gewinn von mehreren Millionen Euro. Der Mobilbetrieb wurde der zweite Haupttätigkeitsbereich von Nokia. Dass die Mobiltelefone in der Mitte der 90er Jahre kleiner und billiger wurden, führte zur Veränderung in der Mobiltelefonindustrie: das Handy wurde ein Massenkonsumartikel. Die erfolgreiche Segmentierung der Produkte und populäre Kollektionen machten Nokia 1998 zum leitenden Mobiltelefonhersteller in der Welt. (Häikiö 2001, 238-239.) Bis Ende des Jahrzehntes hatte Nokia seinen Vorsprung noch ausgebaut. 1999 umfasste Nokias Verkauf beinahe 20 Millionen Euro, davon machten die Telefone 67 Prozent aus (Merriden 2001, 6).

Die Globalisierung des Konzerns von Nokia hat unweigerlich viel Einfluss auf das Fundament und das Wesen des Unternehmens ausgeübt. Jorma Ollila (Steinbock 2001, erste Seite) hat 1997 gesagt:

Until the 1980s, Nokia was a Finnish company, in the 1980s Nokia was a Nordic company and in the beginning of 1990s a European company. Now, we are a global company. (Steinbock 2001, erste Seite.)

Nokia ist von einer finnischen Firma zu einem globalen Unternehmen herangewachsen. Kann man demnach sagen, dass Nokia noch ein finnisches Unternehmen ist?

Für Nokia ist die finnische Herkunft wichtig gewesen, weil das Unternehmen davon auf viele Weise profitiert hat: In einem kleinen Land sind die Märkte günstig für den Wettbewerb, in Finnland gibt es gute und qualifizierte Arbeitskraft und die Finnen haben eine positive Einstellung zur Internationalisierung. Diese Faktoren haben bewirkt, dass die Führungsgrundlage in Finnland geblieben ist. (Häikiö 2001, 267.) 1997 waren

jedoch schon 70 Prozent der Nokia-Aktien in ausländischem Eigentum. Das Beschlussrecht mit K-Aktienmehrheit gehörte immer noch den Finnen. (Häikiö 2002, 169-170.) Bis 2000 waren die Hälfte der 55 000 Arbeiter von Nokia Finnen, aber nur 2,4 Prozent des Umsatzes kamen aus Finnland (Steinbock 2001, xxiii). Nokias Verbindung mit Finnland ist demnach vielfältig. Nokia ist heute ein globales Unternehmen, wird aber immer noch als finnisches Unternehmen betrachtet.

## **2.2 Nokia in Bochum**

Nokias Geschichte in Bochum ist von der Vielfältigkeit und Doppeldeutigkeit geprägt. Manchmal hat die Bochumer Fabrik unter der Drohung der Werksschließung gestanden, hin und wieder hat man kräftig in die Fabrik investiert. Im September 1995 wurde dem Vorstand von Nokia mitgeteilt, dass der Verkauf und Ertrag der Konsumelektronik zu Beginn des Jahres unter dem Budget geblieben sei. Später im Frühling wurde die Situation noch schlechter. Aus diesem Grund wollte Nokia die Bochumer Fabrik schließen und verkaufen und den Hauptbetrieb nach Turku verlegen. Die Fabrik wurde letztendlich nicht verkauft, aber etwa 1500 Angestellte wurden entlassen. (Häikiö 2001, 122-125, Internet 4.)

Mitte der 90er Jahre erforderte der zunehmende Verkauf von Mobiltelefonen mehr Investitionen in die Produktionskapazität. Der Mobile-Phones-Bereich beschloss daher, die Bochumer Fabrik in Deutschland zu erweitern. Die Bochumer Fabrik wurde gewählt, weil sie in gutem Zustand war und weil Nokia keine neue Fabrik eröffnen wollte. Diese Investition in Deutschland kostete insgesamt etwa 70 Millionen Euro. (Häikiö 2002, 174.)

Anssi Vanjoki, Executive Vice President von *Nokia Mobile Phones*, begründete die Entscheidung damit, dass Nokia durch die Investition in Bochum die zunehmende Nachfrage nach Mobiltelefonen in Europa und in der Welt erfüllen könne. Laut Nokia sollte die Produktionskapazität während des Jahres 1999 verdoppelt werden. Die Expansion sollte auch eine Menge neue Arbeitsplätze schaffen. Damals, 1999, hatte die Bochumer Fabrik über 1500 Angestellte. (Internet 5.)

Im Juni 2001 berichtete Nokia, dass es den Fokus der Mobile-Phone-Produktion Bochum verschieben würde. Der Bochumer Bereich solle sich auf die finale Produktion der Mobiltelefone konzentrieren. Ein Teil der Produktion werde in andere Nokia Anlagen verschoben und damit die Verhandlungen über die Arbeitsplätze der 300 Angestellten angefangen. (Internet 2.)

Im Dezember 2001 teilte Nokia mit, dass der Konzern zu Aktionen gegen instabile Marktverhältnisse auch in der Zukunft bereit sei, um seine Marktführerposition zu sichern. Operationale Veränderungen sollen u. a. die Zentralisierung der Produktion im Bochumer Mobile-Phones-Bereich verstärken. (Internet 3.) Am 15. Januar 2008 wurde von der Schließung der Bochumer Fabrik berichtet (Internet 4).

### **2.3 Die Nokia Methode<sup>8</sup> – der Weg zum Erfolg?**

Während seiner Geschichte hat Nokia seine schlechten Zeiten gehabt, wie die schon erwähnten Krisen zeigen. Es hat jedoch alle Misserfolge überlebt und von seiner Vergangenheit gelernt, was ein vorbildliches Unternehmen aus Nokia gemacht hat. Dieser Aspekt, und auch einige andere, werden im Buch *Business the Nokia Way – Secret's of the World's Fastest Moving Company* (2001) von Trevor Merriden behandelt. Das Buch konzentriert sich speziell auf den Leitungsstil und die Personalstrategie von Nokia.

Merriden (2001<sup>9</sup>) listet zehn Prinzipien auf, die der Konzern-Nokia sich zu eigen gemacht hat:

- 1. Combine leadership and bravery to achieve perfect vision**
- 2. Battle hard to win the customer**
- 3. Respect the individual**

---

<sup>8</sup> Aus dem Englischen wurde der Begriff *The Nokia Way* ins Deutsche übersetzt von Jean-Marc Göttert im Buch: *Die Nokia Methode* (2001)

<sup>9</sup> Die Liste befindet sich auf dem hinteren Buchdeckel und im Inhaltsverzeichnis des Buches

- 4. Get your HR strategy right**
- 5. Brand for the world and for the individual**
- 6. Innovate relentlessly – compete remorselessly**
- 7. Treat suppliers with respect**
- 8. Let's get together – forging perfect alliances**
- 9. Never forget the bottom line**
- 10. Learn from the past and prepare for the future**

Diese Prinzipien sind dem Namen nach als *Die Nokia Methode (The Nokia Way)* bekannt. Diese Methode beruht auf drei Elementen: (1) den Nokia Werten (*Nokia Values*), (2) dem Wissen und (3) den Prozessen, die auf die operationale Leistungsfähigkeit zielen (Merriden 2001, 33, 35). Die Nokia Methode gründet sich auf folgendes Zitat, das im Frühling 1998 von Nokia veröffentlicht wurde:

Nokia, on behalf of itself, its affiliated organizations, its directors, officers, managers, and employees, is committed to being a good citizen, an ethically sound business, and to being a strong supporter of the rule of law wherever it does business. Code of conduct: Ethics and Law, Conflicts of Interest, Gifts and Bribes, Human Rights, Workplace Practices, Implementation. (Häikiö 2002, 215.)

Die Nokia Werte beinhalten folgendes: Die Respektierung des Individuums, die Zufriedenheit der Kunden, die Leistungen und das ständige Lernen. Laut Nokia ist jeder, sowohl der Mitarbeiter als auch der Kunde, ein Individuum und trägt zum Team bei. Kunden sind die wichtigsten Leute für Nokia. Die Treue gegenüber Nokia wird durch guten Kundendienst gewährleistet. Bei Nokia hat jeder das Recht, seine Meinung zu äußern. Die Leistungen weisen darauf hin, dass die Arbeiter bei Nokia sich viel bemühen Leistungen zu erzielen. Ständiges Lernen heißt, dass der Konzern aus seinen und anderen Fehlern zu lernen versucht, um Kollapse zu vermeiden. (Merriden 2001, 40-43.)

Merriden (2001, 35) beschreibt, dass das hierarchische System bei Nokia flach wie Pfannkuchen sei, d. h. es gibt keine Hierarchie. Die Zeitung *Fortune* (Steinbock 2001,

xxv) hat gesagt, dass Nokia „the least hierarchical big company in the world“ sei. Im Jahr 2007 fasste das Unternehmen seine Werte zu vier Aussagen zusammen: *Engaging you* (das Engagement), *achieving together* (zusammen erreichen), *passion for innovation* (die Leidenschaft für Innovationen) und *very human* (sehr human) (Häikiö 2009, 198-199).

Die Nokia Methode berücksichtigt sowohl ökonomische und soziale als auch umweltberührende Aspekte des Arbeitslebens. 2001 wurde Nokia nach dem FTSE4Good Index<sup>10</sup> als eines von den 10 leitenden europäischen Unternehmen in Bezug auf die soziale Verantwortung aufgelistet. Im selben Jahr wurde Nokia als das erste finnische Unternehmen in die Globale Kompaktdeklaration (*the Global Compact Declaration*) der UNO adoptiert. Im Ganzen gesehen hat Nokia also Anerkennung in Bezug auf seine soziale Verantwortung und sein ethisches Verhalten gefunden. (Häikiö 2002, 216.)

Wie die Nokia Methode schon gezeigt hat, investiert der Konzern Nokia viel in das Betriebsimage und in das Markenzeichen. Ein Markenzeichen bedeutet die Kombination von Name und grafischem Gesicht. Diese Kombination gibt dem Unternehmen mehr Wert und verbessert die Wettbewerbsfähigkeit. Ein wichtiger Teil des Markenzeichens ist das Betriebsimage und dadurch auch die allgemeine Glaubwürdigkeit des Unternehmens. (Häikiö 2002, 19.) Um die globale Erkennung zu gewährleisten, hat Nokia sein Markenzeichen planmäßig in vielen Ländern benutzt. Das Markenzeichen von Nokia ist oft mit dem Slogan *Connecting People* ausgestattet. Im Grunde genommen war die Diskussion, die rund um die Nokia Werte entstand, der Auslöser für diesen weltbekannten Slogan. (Steinbock 2001, 183, 283.) Außerdem gab es auch eine deutsche Version *Die gute Verbindung von Mensch zu Mensch*, aber dieser Slogan wurde langsam abgeschafft (Häikiö 2002, 134-135).

---

<sup>10</sup> Der FTSE4Good Index ist ein Index für die Firmen, die bestimmte Standards der sozialen Verantwortung erfüllen



### 3 Diskursforschung und Diskursanalyse (DA)

Die Diskursforschung ist ein interdisziplinäres Wissenschaftsgebiet. Die Methoden der Diskursanalyse werden sowohl von Anthropologen, Linguisten, Psychologen als auch von Soziologen und vielen anderen Wissenschaftsbereichen benutzt. Allen Diskursforschern ist gemeinsam, dass sie die Sprache als soziale Tätigkeit betrachten und die Sprachverwendung sowohl auf der Mikroebene als auch auf der Makroebene untersuchen. (vgl. Jokinen et al. 2004, 10, 17; Pietikäinen & Mäntynen 2009, 7.)

Jokinen et al. (2004, 17-18) bezeichnen die Diskursforschung als *losen theoretischen Referenzrahmen*. Dieser Referenzrahmen besteht aus folgenden Annahmen:

1. Die Sprachverwendung rekonstruiert die soziale Realität
2. Es gibt mehrere gleichzeitige und miteinander konkurrierende Bedeutungssysteme
3. Die bedeutungstragende Tätigkeit ist kontextgebunden
4. Die Benutzer der Diskurse sind mit Bedeutungssystemen verbunden
5. Die Sprachverwendung produziert Konsequenzen<sup>11</sup>

In der Diskursforschung spricht man von der soziale Realität rekonstruierenden Natur der Sprachverwendung, weil die Sprache nicht nur die Welt beschreibt, sondern auch unsere soziale Realität ordnet, aufbaut, reproduziert und verändert, also konstituiert und rekonstruiert. Dieser konstruktivistische Gesichtspunkt basiert auf der Idee der Bedeutungssysteme von Ferdinand de Saussure. Die Bedeutungen formen sich in Bezug auf einander und basieren darauf, wie sie sich voneinander unterscheiden. Z. B. die Farbe *rot* bekommt nicht in erster Linie ihre Bedeutung in Bezug auf ein Objekt, das diese bestimmte Farbe hat, sondern die Bedeutung *rot* formt sich in Absetzung von den anderen Farben. Diese Idee des *nicht-reflexiven*<sup>12</sup> ist ein Aspekt der konstruktivistischen

---

<sup>11</sup> Die deutschen Übersetzungen sind von der Verfasserin übersetzt worden.

<sup>12</sup> auch: *nicht-repräsentativ, nicht-referentiell*

Bedeutungssysteme. Damit ist gemeint, dass die Sprache und die Sprachverwendung kein Bild der äußeren Realität formen. Die Sprache kann weder die äußere Realität noch die innere, psychische Realität, auf eine eindeutige Weise reflektieren. (Jokinen et al. 2004, 18-20.)

Wie schon aus dem Obengenannten hervorgeht, betrachten die Diskursforscher die Sprache nicht als ein einheitliches System, sondern als Feld von Bedeutungssystemen. Diese Bedeutungssysteme können gleichzeitig und miteinander konkurrierend sein und sie können die Welt auf verschiedene Weise präsentieren. Man kann einen Menschen z. B. als Mutter, Frau oder Erwachsenen bezeichnen. (Jokinen et al. 2004, 24-25.) In dieser Arbeit werden verschiedene Bedeutungssysteme als *Diskurse* betrachtet (siehe Kapitel 3.1.1). Die Kommentare, die in der Feinanalyse untersucht werden, können sowohl politische und wirtschaftliche als auch interkulturelle Aspekte betonen, also Diskurse formen.

Das zentrale Objekt der Untersuchung in der Diskursforschung ist nicht das Individuum sondern die soziale Praxis. Untersucht wird die Sprachverwendung von Individuen in verschiedenen Situationen und die Bedeutungssysteme, die Individuen durch ihre Tätigkeit produzieren. (Burman & Parker et al. 1993<sup>13</sup>; zit. nach: Jokinen et al. 2004, 37.) In der Diskursforschung wird die Aufmerksamkeit auf die Prozesse gerichtet, die das *Ich* aufbauen (und nicht auf das Wesen des Ichs). Die verschiedenen Ichs können als reflexiv gewechselte Positionen der Rollen gesehen werden (Vergleich oben: Mutter, Frau, Erwachsene). (Jokinen et al. 2004, 38.)

Die Sprachverwendung ist nicht nur Schilderung von Angelegenheiten, sondern auch (soziale) Tätigkeit. Durch Sprache rekonstruieren wir die Wirklichkeit. (Jokinen et al. 2004, 41.) Die Diskursforschung stützt sich speziell auf diese funktionale Sprachansicht. Damit ist genauer gemeint, dass die sprachlichen Bedeutungen situationsgebunden sind und dass sie in einer sozialen Interaktion entstehen. Die funktionale Sprachansicht ihrerseits gründet sich auf die Gedanken von Dell Hymes und auf die system-funktionale Sprachtheorie<sup>14</sup> von Michael (M.A.K) Halliday. Hymes ist

---

<sup>13</sup> Burman, E. & Parker, I. 1993: Introduction – Discourse Analysis: the Turn to the Text, in: Discourse Analytic Research. Repertoires and Readings of Texts in Action. Burman, E. & Parker, I. (Hgs.). London: Routledge, 1-13.

<sup>14</sup> in Englisch: Systemic Functional Linguistic (SFL), siehe z. B. Fairclough 2001, 5-6.

ein amerikanischer Anthropologe und Soziolinguist, der die Grundideen der Diskursforschung beeinflusst hat. Er betont den Kontext der Sprachverwendung und die Bedeutung der Sprachsituation. Nach dieser Anschauung ist die Sprache ein linguistisches, diskursives und soziales System und wird sowohl durch die Regeln der Grammatik als auch durch diskursive und soziale Normen, Regeln und Werte geordnet. Die Sprache erneuert sich die ganze Zeit und ist damit eine vielfältige und flexible Ressource. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 13-14.)

Die Grundidee der system-funktionalen Sprachtheorien des Linguisten Michael Halliday ist, dass die Sprache mehrere Funktionen gleichzeitig hat und dass die Sprache als System verschiedene Wahlmöglichkeiten, d. h. sprachliche Ressourcen, anbietet. Mit diesen Ressourcen kann man Bedeutungen in unterschiedlichen Situationen schaffen. Die Sprachverwendung ist funktional zumindest auf drei Arten: die Sprache wird als Medium der Kommunikation verwendet (textuale Funktion), sie ermöglicht die Repräsentierung der Welt (ideationale Funktion) wie auch die Schaffung der sozialen Beziehungen und Identitäten (interpersonale Funktion). (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 14-15, vgl. auch Fairclough 1997, 29.)

Die Grundidee der Diskursforschung besagt also, dass die Sprachverwendung sowohl sprachliche als auch soziale Tätigkeit ist. Die Diskursforschung entwickelt und bewegt sich die ganze Zeit. Man kann sich ihr also nicht von einem exakten und begrenzten Blickwinkel nähern. Trotz ihren Begrenzungen hat die Diskursanalyse ihre Vorteile im Vergleich zu anderen linguistischen Analyseansätzen. Die Diskursforschung ist als Untersuchungsstrategie flexibel und vielfältig. Es ist möglich, den Inhalt der Untersuchung während des Analyseprozesses zu verändern. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 7, 13, 170.)

Die Diskursanalyse untersucht nicht nur Texte, sondern auch z. B. Machtbeziehungen, Konstruktionen und Institutionen der Gesellschaft, die in Texten sichtbar werden. Die Analyseergebnisse beschreiben die Qualität des Untersuchungsobjekts vielseitig und beleuchten die Prozesse, Regeln und Kontexte wie auch Folgen der sozialen Tätigkeit. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 21, 170.) Die DA ist also nicht nur eine Textanalyse sondern auch eine Analyse der Diskurspraktiken und der soziokulturellen Praxis (Fairclough 1997, 28). Auch die Analyse dieser Arbeit bewegt sich in den Kontexten der sozialen Tätigkeit.

### 3.1 Kritische Diskursanalyse (KDA)

Wie die Diskursforschung überhaupt, ist auch das Gebiet der kritischen Diskursanalyse (KDA) vielseitig (Engl. *Critical Discourse Analysis*). Die Forscher der KDA haben voneinander abweichende Interessen und präsentieren verschiedene Wissenschaftsgebiete. Die Forschungsthemen und Bereiche sind jedoch gemeinsam. Wichtig für die Forscher ist, dass die KDA eine soziale Tätigkeit darstellt und der kritische Aspekt dem nahe kommt. Ein gemeinsames Ziel ist die Verbindung der linguistischen Analyse und der sozialen Theorie. Die system-funktionale und die sozial-semiotische Linguistik von Michael Halliday, wie auch die Disziplin der *British Cultural Studies*<sup>15</sup>, haben einen großen Einfluss auf die kritische Diskursanalyse gehabt (siehe Kapitel 3). Im Hintergrund wirken auch Wissenschaftsgebiete wie die Konversationsanalyse, die Argumentationstheorie, die Textlinguistik und die diskursiv-soziale Psychologie. (Blommaert 2005, 21-24.)

Ein wichtiges Untersuchungsobjekt der kritischen Diskursanalyse ist die (institutionell reproduzierte) Macht. Die KDA analysiert “opaque as well as transparent structural relationships of dominance, discrimination, power and control as manifested in language“ (Wodak 1995, 204). Für die KDA ist der Diskurs sozial konstituiert und auch sozial bedingt. Der Diskurs wird als Mittel der Machtausübung gesehen. Die Kritik der KDA ist auf den Schnittpunkt von Sprache, Diskurs, Gespräch und sozialer Struktur konzentriert. Übliche Themen der Analyse sind z. B.: der politische, wirtschaftliche oder institutionelle Diskurs, Ideologien, Werbung, Bildung oder, wie in dieser Arbeit, die Mediensprache. (Blommaert 2005, 24-26.)

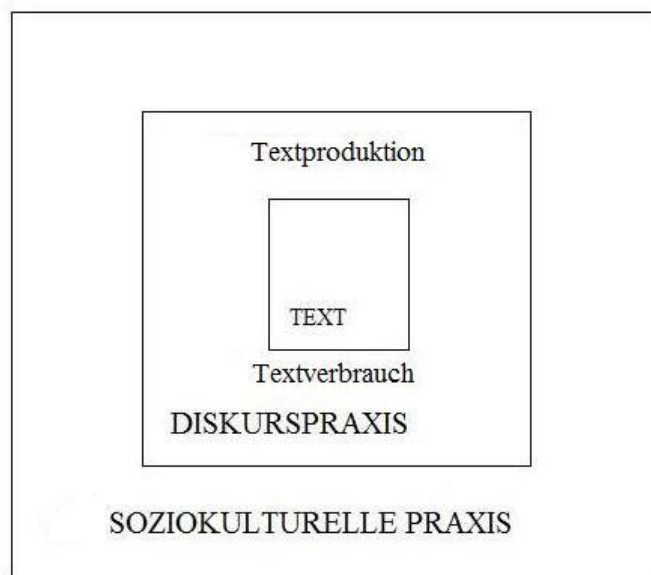
Norman Fairclough (1995, 132-133) definiert die kritische Diskursanalyse als Diskursanalyse, die die oft undurchsichtigen Relationen der Kausalität und Determination a) zwischen der diskursiven Praxis, den Ereignissen und Texten, und b) zwischen weitreichenden sozialen und kulturellen Strukturen, Relationen und Prozessen vorstellt. Die kritische Diskursanalyse untersucht, wie solche Praxis, solche Ereignisse und Texte auftauchen, und in welcher Beziehung sie Macht ausüben. Wie die

---

<sup>15</sup> siehe z. B. Turner, Graeme 1990: *British Cultural Studies: an Introduction*. Boston: Unwin Hyman.

Undurchsichtigkeit der Beziehungen zwischen Diskurs und Gesellschaft einen Faktor für das Beschützen der Macht und Hegemonie bildet, ist auch eine wichtige Frage.

Fairclough (1992, 72-86) benutzt einen *dreidimensionalen Referenzrahmen* für die Untersuchung der diskursiven Ereignisse der KDA. Die erste Dimension *Discourse as Text* schließt die linguistischen Merkmale und die Organisation der konkreten Beispiele des Diskurses ein: Lexikon, Grammatik, Kohäsion und Textstruktur werden systematisch analysiert. *Discourse as Discursive Practice*, die zweite Dimension, sieht Diskurs als etwas, was in der Gesellschaft produziert, zirkuliert, erweitert und konsumiert wird (z. B. konkrete linguistische Objekte wie Texttypen). In dieser Dimension werden die Aspekte berücksichtigt, die den Text mit dem weiteren sozialen Kontext verbindet: Sprechhandlungen, Kohärenz und Intertextualität werden untersucht. Die dritte Dimension *Discourse as Social Practice* enthält die ideologischen Effekte und hegemonialen Prozesse, die der Diskurs auslöst (siehe Abbildung 1). In dieser Arbeit konzentriert sich die Analyse besonders auf die zweite und dritte Dimension, *Discourse as Discursive Practice* und *Discourse as Social Practice*. *Discourse as Text*, also die linguistischen Merkmale, fungieren als Fundament für die Analyse.



**Abbildung 1. Dreidimensionaler Referenzrahmen der kritischen Diskursanalyse** (Fairclough 1997, 82. Übersetzungen von der Verfasserin).

Laut Fairclough (1989<sup>16</sup>, zit. nach: Blommaert 2005, 30) sollte der methodologische Progress der kritischen Diskursanalyse von der Deskription zur Interpretation und dadurch zur Explanation fortschreiten. In der Phase der Deskription liegt der Fokus der Analyse auf den textlinguistischen Merkmalen des Materials. In der Interpretationsphase versucht der Forscher, den Diskurs mit Hilfe seiner kognitiven, sozialen und ideologischen Ressourcen zu verstehen. Die Interpretationen verweisen auf den ideologischen Rahmen. Damit ist gemeint, dass die Elemente der sozialen Ideologien durch die alltäglichen interpretativen Praktiken reproduziert werden. In der Explanationsphase wird die soziale Theorie benutzt, um die ideologischen Unterstützungen der interpretativen Praxen zu enthüllen. Mit Hilfe der Distanz, die die soziale Theorie bietet, ist es möglich, von der nicht-kritischen zur kritischen Diskursanalyse überzugehen. (Blommaert 2005, 30.)

Auch wenn die kritische Diskursanalyse viel Potenzial bietet, hat sie doch viel Kritik bekommen. Vor allem sind die Methode, Methodologie und die analytischen Ansatzpunkte der KDA kritisiert worden. Das Potenzial der KDA als kritische Studie der Sprache ist auch in Frage gestellt worden. (Blommaert 2005, 31.)

Blommaert (2005, 34-37) benennt drei allgemeine Probleme der KDA: Das erste Problem liegt darin, dass die kritische Diskursanalyse sich viel auf die linguistische Textanalyse und besonders auf die systemisch-funktionale Linguistik stützt. Blommaert betont, dass die Linguistik kein Monopol auf Theorien der Sprache hat. Diese *linguistic bias in CDA* begrenzt die Analysen auf den textual-organisierten und linguistisch-chiffrierten Diskurs und berücksichtigt nicht, woher der Diskurs gekommen ist und wohin er auf dem Weg ist.

Das zweite Problem nach Blommaert (2005, 34-37) schließt das Faktum ein, dass die Observationen der kritischen Diskursanalyse oft in gewissen Gesellschaften gemacht worden sind. Solche Gesellschaften sind spätmoderne, post-industrielle, *First-World Gesellschaften*, wie die USA und die Länder in Europa. Wesentliche Unterschiede erscheinen jedoch zwischen unterschiedlichen Gesellschaften, deswegen sollte die kritische Diskursanalyse ihre Analysen auch auf andere Länder der Welt ausdehnen. Das dritte Problem bezieht sich auf die Begrenztheit der KDA. Die Analysen sind nur in

---

<sup>16</sup> Fairclough 1989: Language and Power. London: Longman.

einem gewissen Zeitrahmen gemacht worden, mit anderen Worten, die historische Entwicklung der KDA ist von den Analysen beseitigt worden. Blommaert fordert, dass die KDA sich in und durch die Sprache auch auf die Geschichte richtet.

Laut KDA kann jeder Text auf verschiedene Weise verstanden werden. Es gibt einige Begrenzungen dafür, was ein Text bedeuten kann, aber ein Text kann keine einzelne Bedeutung determinieren. Die unterschiedlichen Eigenschaften des Textes und die Eigenschaften des Interpreten (wie die Werte und das Wissen) resultieren aus den verschiedenen Interpretationen des Textes. Ein Teil der Analyse im Bereich der KDA ist die Analyse der Interpretationen. (Chouliaraki & Fairclough 1999, 67.) Auch die Analyse in dieser Arbeit ist eine Interpretation der Verfasserin. Eine andere Verfasserin könnte ganz andere Schwerpunkte setzen.

### **3.1.1 Diskurs**

Das Wort *Diskurs* stammt aus dem französischen Wort *discours*, was Gespräch, Vortrag oder Sprechen bedeutet. *Discours* seinerseits ist die Ableitung von dem lateinischen Wort *discursus*, das mit *herumlaufen* übersetzt werden kann. Noch heute kann man mit dem Diskurs auf das Gespräch (auf die gesprochene Sprache) hinweisen, aber ein Diskurs kann auch schriftliches, Zeichensprachliches oder gezeichnetes Material beinhalten. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 23, 25.)

Als Begriff ist Diskurs vieldeutig und kann nicht erschöpfend beschrieben werden. Mit Diskurs kann man sich sowohl auf die Materialsammlung oder die Textgesamtheit beziehen, die länger oder weiter als ein Satz ist (z. B. Interview oder Textabschnitt), als auch auf die aktuelle Sprachverwendung in verschiedenen Situationen. Die Forscher in unterschiedlichen Forschungsgebieten definieren den Begriff Diskurs jeweils abgewandelt. Ihren Definitionen gemeinsam ist jedoch, dass die Sprache als soziale Tätigkeit und als Wirklichkeit konstruierende und rekonstruierende Ressource gesehen wird. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 24, 26.)

Norman Fairclough (2003, 124) sieht Diskurse als Aspekte der Welt. Diese Anschauung beinhaltet Prozesse, Relationen und Strukturen der materiellen Welt, Gedanken,

Gefühle und Glauben der mentalen Welt wie auch die soziale Welt. Die Relationen zwischen verschiedenen Diskursen sollten berücksichtigt werden, weil bestimmte Aspekte der Welt auf unterschiedliche Weise repräsentiert sein können. Die verschiedenen Diskurse sind verschiedene Aspekte der Welt. Diese Aspekte sind mit den Relationen verknüpft, die die Menschen zur Welt haben. Diese Relationen sind abhängig davon, welche Position die Leute in der Welt haben, also welche sozialen und personalen Identitäten sie haben und welches ihre sozialen Relationen zu anderen Leuten sind.

Laut Fairclough (2001, 206) besteht ein Diskurs aus drei Elementen: aus der sozialen Tätigkeit, aus der diskursiven Tätigkeit (was Textproduktion, -distribution und -konsumption betrifft) und aus dem Text. Um einen bestimmten Diskurs zu untersuchen, müssen alle Elemente und deren Interrelationen analysiert werden (Fairclough 1995, 74). In den sozialen Praxen tritt Diskurs als ein Teil der sozialen Tätigkeit innerhalb einer Praxis, in Repräsentationen und in Konstruktionen von Identitäten.

Es ist wichtig, die zwei unterschiedlichen Bedeutungen des Diskurses zu unterscheiden: Die eine Bedeutung sieht den Diskurs als soziale Tätigkeit und Interaktion in realen sozialen Situationen. Diese Einstellung ist dominierend in den Sprachwissenschaften und ist mit der interpersonalistischen Funktion der Sprache und mit dem Begriff *Genre* verbunden. Die andere Bedeutung stammt von dem französischen Philosophen Michel Foucault (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 25-26), der Diskurs als Konstruktion der sozialen Wirklichkeit, als Form des Wissens sieht. In diesem Sinn ist der Begriff Diskurs zu verknüpfen mit der ideationalen Funktion der Sprache. (Fairclough 1997, 31.)

Auch Pietikäinen & Mäntynen (2009, 26-27) sprechen über die zwei unterschiedlichen Bedeutungen des Diskurses. Die erste Bedeutung bezieht sich auf die Sprachverwendung als soziale Tätigkeit (vgl. oben). Diese Bedeutung ist ein zentraler und theoretischer Ausgangspunkt der Diskursforschung. Die zweite Bedeutung bezieht sich auf die Art und Weise, wie die Angelegenheiten aus einer bestimmten Perspektive geschildert werden (vgl. oben). Um die zwei verschiedenen Bedeutungen zu unterscheiden, verwenden sie für die erste, nämlich Sprachverwendung als soziale Tätigkeit, ein kleines *d* und die Bezeichnung *discourse* (ohne Artikel) und für die



zweite, Schilderung einer Angelegenheit aus einer bestimmten Perspektive, ein großes *D* und die Bezeichnung *a discourse* (mit Artikel, im Plural *discourses*).

Der deutsche Wissenschaftler Reiner Keller (2001, 129-130) definiert Diskurse als „[...] abgrenzbare übersituative Zusammenhänge von Äußerungsformen (Praktiken der Artikulation) und Inhalten (Bedeutungen), die mehr oder weniger stark institutionalisiert sind“ (129). Nach Keller lassen die Diskurse verschiedene legitime Artikulationspraktiken zu und beziehen sich auf unterschiedliche Gegenstände und Themen. Diskurse haben auch unterschiedliche Fokussierungspunkte und Formalisierungsgrade:

„[...] Diskurse [haben] einen gewissen Abstraktionsgrad von alltäglich-privaten Kommunikations- und Interaktionsprozessen [...]. Sie sind in besonderen Settings institutionalisiert und beruhen auf einer interessenbezogenen, bewußt betriebenen Interpretationsarbeit.“ (Keller 2001, 130.)

Der Bochumer Literatur- und Kulturwissenschaftler Jürgen Link (1983<sup>17</sup> zit. nach: Jäger 2001, 82) definiert Diskurs als „eine institutionelle verfestigte Redeweise, insofern eine solche Redeweise schon Handeln bestimmt und verfestigt und also auch schon Macht ausübt“ (82). Der Diskursanalytiker Siegfried Jäger (2001, 82) ergänzt die Definition von Link noch durch den Zeit – Kontext: er sieht Diskurs „als Fluß von Wissen bzw. sozialen Wissensvorräten durch die Zeit“.

In dieser Arbeit werden die Diskurse als Sprechweise verstanden, die Sachverhalte und Phänomene aus einem bestimmten Blickwinkel auf eine bestimmte Weise darstellt und eine Machtfunktion ausübt. Ein solcher Diskurs kann z. B. als Verteidigungs- oder Zustimmungsdiskurs bezeichnet werden. Diese Auffassung von Diskurs bezieht sich auf die Definition von Link wie auch auf den Diskurs – Begriff *a discourse*. Im Hintergrund dieser vielen Diskurse wirkt der Mediendiskurs. Die Auffassung schließt also auch den Begriff *discourse* nicht aus.

---

<sup>17</sup> Link 1983: Was ist und was bringt Diskurstaktik. In: KultuRRevolution, 2, S. 60-66

### **3.1.2 Diskursordnung**

In der kritischen Diskursforschung formen die üblichen Sprachverwendungsweisen der jeweiligen Gemeinschaften Netzwerke, die auch *Diskursordnungen* genannt werden. Diskursordnung heißt also, dass die Diskurse „in einer Weise regelhaft organisiert [sind], daß durch sie die Gegenstände des Diskurses und die Möglichkeiten wahrer Rede vorgegeben werden“ (Sarasin 2001, 62). Nach Fairclough (1997, 77) bestehen die Diskursordnungen aus zwei Kategorien der Diskurstypen: aus Genres und aus Diskursen. In diesem Sinn ist der Diskurs die Sprache, mit der eine bestimmte soziale Tätigkeit aus einem bestimmten Blickwinkel repräsentiert wird. Genre dagegen ist die Sprachverwendung, die mit einer bestimmten Praxis verbunden ist und die eine bestimmte soziale Praxis rekonstruiert, z. B. ein Interviewgenre.

In dieser Arbeit wird die Diskursordnung der Medien betrachtet. Diese Diskursordnung besteht aus der Spannung, die zwischen der Öffentlichkeit von (Material-)Quellen und der Privatsphäre von Medienbenutzern besteht. Um die Diskursordnung der Medien und deren innere Relationen (Genres und Diskurse) verstehen zu können, ist es wichtig die Vermittlerstellung der Medien zu betrachten, wie auch die äußeren Relationen, in denen die Diskursordnung der Medien zu anderen öffentlichen und privaten Diskursordnungen (z. B. die Diskursordnung der Wochenzeitungen) steht. (Fairclough 1997, 86.)

Bei der Analyse der Diskursordnung der Medien sollten zwei Fragen berücksichtigt werden: (1) Wie einheitlich oder wie unterschiedlich ist die diskursive Praxis, und (2) wie stabil oder unstabil ist sie. Interessant für meine Arbeit ist zu betrachten, in welchem Maß die sozialen und kulturellen Veränderungen zu den Veränderungen in den diskursiven Praktiken der Medien führen und wie die Machtstellung in den Diskursordnungen zu sehen ist. (Fairclough 1997, 89, 92.)

### 3.1.3 Die Macht des (Medien-)Diskurses

Die Sprachverwendung als soziale Tätigkeit hat sowohl Bedingungen und Konsequenzen wie auch Kraft und Macht. Diskurse haben gleichartige Funktionen wie die Sprache im Allgemeinen: die Diskurse präsentieren die Sachverhalte (vgl. Repräsentationen), sie teilen mit, wer wir sind (vgl. Identitäten), und organisieren sprachliche und sonstige Ressourcen. Pietikäinen & Mäntynen (2009, 52-53) beschreiben diese Funktionen als Machtstelle der Sprachverwendung, in der die diskursive Bedeutungszulassung die stärkste ist. Die Macht des Diskurses weist also auf die beschreibende und weltkonstruierende Natur der Sprache hin. Auch darin liegt die Grundidee, dass die Sprachverwendung unsere soziale Realität rekonstruiert.

Der Situationskontext der Diskurse beinhaltet das höchste, gesellschaftliche Niveau der sozialen Relationen und der Machtrelationen. Traditionell hat man gedacht, dass sogar ein einzelner Satz eine ganze Sprache implizieren kann. Ein einzelner Diskurs kann also eine ganze Gesellschaft implizieren. (Fairclough 2001, 126-127.)

In seinem Buch *Discourse: a Critical Introduction* bringt Blommaert (2005, 1-2) vor, dass die Diskursanalyse eine Analyse von Machteffekten sein sollte. M.a.W. sollte man untersuchen, welche Auswirkungen die Macht auf Menschen, Gruppen und Gesellschaften hat und wie sich diese Auswirkungen zeigen. Blommaert sieht Ungleichheit als die offensichtlichste Konsequenz der Macht. Die Sprache ist ein Bestandteil der Machtprozesse und führt zur Ungleichheit. Diskurs ist ein wichtiges Objekt der Analyse, um zu verstehen, wie die weiteren Aspekte der Machtrelationen funktionieren.

Für diese Arbeit ist es wichtig, die Macht des Mediendiskurses zu betrachten. Die Besonderheit des Mediendiskurses besteht darin, dass die in ihm wirkenden Machtrelationen meistens nicht klar sind. Fairclough (2001, 41) spricht über die „hidden relations of power“, also über die verborgenen Relationen der Macht. Etwas Besonderes, im Vergleich mit *face-to-face-Diskursen*, ist die Einseitigkeit (*one-sidedness*) des Mediendiskurses. In direkten face-to-face-Interaktionen fungieren die Beteiligten als Produzenten und als Interpreten des Textes, aber in Mediendiskursen

gibt es eine klarere Verteilung zwischen dem Produzenten und dem Interpreten. Bemerkenswert ist natürlich, dass in heutigen Medien die Rollen immer mehr unklar werden: Der Interpret kann z. B. das Radio anrufen oder teil an einem Fernsehprogramm nehmen.

Ein anderer Unterschied ist das Publikum: Im face-to-face-Diskurs ist die Mitteilung an ein gewisses Publikum, an gewisse Menschen gerichtet, während der Mediendiskurs ein Massenpublikum hat. Die Produzenten können das eigentliche Publikum nicht kennen und deshalb rekonstruieren sie ein ideales Subjekt (*ideal subject*) des Publikums. Die richtigen Konsumenten der Medien müssen mit diesem idealen Subjekt eine Beziehung bilden. (Fairclough 2001, 41.)

Der Mediendiskurs kann einen durchdringenden und mächtigen Einfluss auf die soziale Reproduktion haben. Die Effekte der Medienmacht entstehen durch die Wiederholung u. a. der folgenden Elemente: die Position der Leser und die Thematisierung der Kausalität und der Agentur im Text. Die Effekte der Massenmedien sind also kumulativ. (Fairclough 2001, 45.)

Es ist wichtig zu erkennen, dass das Angebot der Medien institutionell und fachlich überwacht wird. Normalerweise treten diejenigen in den Medien auf, die schon wirtschaftliche, politische und kulturelle Macht haben. (Fairclough 1997, 58.) Die Wirtschaft und die Besitzrelationen wie auch die sich veränderte Einstellung zur Ideologie der Medien üben Einfluss auf den Mediendiskurs aus. Der Diskurs der Medien sollte als Feld von komplexen und widersprüchlichen wie auch ideologischen Prozessen gesehen werden. (Fairclough 1997, 60-67.)

### ***3.1.4 Repräsentation***

In der Diskursforschung bezieht sich der Begriff *Repräsentation* auf den repräsentativen und bedeutungstragenden Charakter der Sprache. Repräsentation ist Beschreibung der Welt, von Ereignissen, Gedanken oder Erfahrungen mit Ausdrücken, die mit bestimmten Bedeutungen ausgestattet sind. Mit Hilfe der Repräsentationen ist es möglich zu betrachten, wie, aus welchem Blickwinkel und mit welchen Methoden die

Welt und die Realität repräsentiert werden. Im Hintergrund der Repräsentationen liegt die konstruktivistische Idee von einer Welt, die mittels Sprache rekonstruiert wird. Repräsentation ist das Produzieren von Bedeutungen mit Hilfe der Sprache oder anderer Bedeutungssysteme. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 56-57.)

Diskurse und Repräsentationen haben ein dialogisches Verhältnis. Fairclough (2003, 124, 206) beschreibt dieses Verhältnis folgendermaßen: Repräsentationen formen Diskurse. Diskurse sind verschiedene Repräsentationen des sozialen Lebens. Diese auf unterschiedliche Weise positionierten sozialen Akteure repräsentieren die soziale Welt auf verschiedene Weise, also mit verschiedenen Diskursen. Ein bestimmter Diskurs kann viele spezifische Repräsentationen erzeugen, nicht jede einzelne Repräsentation bildet also einen spezifischen Diskurs. Pietikäinen & Mäntynen (2009, 56) sprechen von einem *Schnittpunkt*: Diskurse haben eine enge Verbindung damit, wie wir die Welt verstehen. Wenn dieses Verstehen mit der Sprachverwendungssituation (Kontext) und mit den Akteuren verbunden wird, entsteht ein Schnittpunkt, der als Repräsentation bezeichnet wird.

In dieser Arbeit werden Medientexte analysiert und deren Repräsentation vorgestellt. Darum ist es wichtig, die Eigenarten der Medientexte zu berücksichtigen. Fairclough (1997, 136) betont, dass die Medientexte eigene Varianten der Realität schaffen und nicht die Realität als solche beschreiben. Die Varianten variieren je nachdem, welche Vorteile und Ziele oder welche Position die Produzenten der Texte haben und welche Auswahl sie während der Textproduktion machen. Infolge dessen ist die Analyse der repräsentativen Prozesse ein Bericht davon, was gesagt wird und was nicht gesagt wird, was direkt und was indirekt geäußert wird, was thematisiert wird und was nicht thematisiert wird usw. Somit können wir sehen, dass auch die Repräsentationen diskursive Macht ausüben.

Nach Fairclough (1997, 137-138) haben die Repräsentationen zwei unterschiedliche Aspekte in Texten. Der eine bezieht sich auf die Rekonstruktion der Propositionen und der andere auf die Kombinationen und die Gliederungen der Propositionen. Der erste Aspekt, die Rekonstruktion, setzt sich aus Repräsentationen von Ereignissen, Beziehungen und Situationen zusammen. Man untersucht, aus welchen Elementen ein Satz besteht und wie diese Elemente Prozesse, Teilnehmer und Verhältnisse bezeichnen. Mithilfe des zweiten Aspekts werden die Kombinationen und Gliederungen der Sätze

untersucht. Die Kohärenzbeziehungen der Sätze, Satzbau und Kohäsion, Formen der Argumentation und die Gesamtstruktur des Textes werden analysiert.

Bei der Analyse der Repräsentationen wie auch der Diskurse ist es wichtig, die Auswahl zu betrachten, die bei der Repräsentation und bei der Konstruktion der Wirklichkeit gemacht worden ist. Auch die gesellschaftlichen Motive, die zu dieser Auswahl geführt haben, sollten berücksichtigt werden. (Fairclough 1997, 138.)

In dieser Arbeit wird untersucht, mit welchen Bezeichnungen, also mit welchen Metaphern, Adjektiven und Substantiven, Nokia in Kommentaren beschrieben wird und wie diese Bezeichnungen die Repräsentationen von Nokia rekonstruieren. Damit schließt diese Anschauung die zwei Aspekte der Repräsentationen von Fairclough ein. Auch die im Hintergrund stehenden gesellschaftlichen Situationen, die zu dieser Auswahl von Bezeichnungen geführt haben, werden betrachtet.

### ***3.1.5 Kontext***

Eine kritische Analyse ist eine Analyse der situierten, kontextualisierten Sprache. Damit ist der Kontext eine wichtige methodische und theoretische Angelegenheit in der Entwicklung der kritischen Sprachforschung. Nach Blommaert (2005, 39-40, 43) brauchen wir den Kontext in vielerlei Analysen. Wir verstehen etwas, weil dieses Etwas in einem bestimmten Kontext Sinn macht. Die Sprache ist immer von jemandem für jemanden produziert worden. Sie hat einen bestimmten Zeitrahmen und sie entsteht in einer bestimmten Situation und hat eine Intention.

Eine der wichtigsten Frage für die Diskursforscher ist, wie viel der Kontext Einfluss auf die Diskurspraxis ausübt. Oft berücksichtigen die Forscher den gesellschaftlichen und kulturellen Kontext nicht genug, sondern konzentrieren sich lieber auf die direkten Kommunikationssituationen, also auf den Situationskontext. Fairclough (1997, 71) meint jedoch, dass der gesellschaftliche und kulturelle Rahmen berücksichtigt werden sollte. Dieser kontextuelle Rahmen bearbeitet verschiedene Diskurspraxen. Die Diskurspraxen beeinflussen wiederum diesen kontextualen Rahmen.

Auch Blommaert (2005, 40, 45-50) meint, dass sich die Aufmerksamkeit nicht nur auf die spezifischen Kommunikationssituationen richten sollte, weil die Texte rekontextualisiert werden, d. h. man nimmt Auszüge von schon früher produzierten Texten. Wichtig zu bemerken ist, dass der Kontext in verschiedenen Formen auftritt und auf verschiedenen Ebenen operiert. Um den Kontext zu begreifen, sollten nicht nur die linguistischen Systeme berücksichtigt werden, sondern auch die soziolinguistischen Systeme. Sie bestimmen, wie die Texte und Kontexte miteinander verbunden sind. „When we think of context, we need to think of *different* contexts in *different* environments [-]” (50). Auch bei der Schließung der Bochumer Fabrik operierten verschiedene Kontexte auf verschiedenen Ebenen. Der Handlungsverlauf war vielseitig und betraf viele Leute, was unterschiedliche Umwelten für den Kontext anbietet.

Blommaert (2005, 50, 66) sieht das Einrahmen des Diskurses in bestimmter Auswahl der Kontexte als eines der wichtigsten methodologischen Probleme der Diskursanalyse. Die Forscher verwenden immer allerlei Präsuppositionen und Annahmen, wie auch *real-world* und allgemeines Wissen bei der Analyse. Blommaert meint, dass die Kontexte lieber als Bedingungen für die Diskursproduktion und für die Untersuchung des Diskurses betrachtet werden sollten, denn als direkte referentielle Kontributionen für die Textbedeutung.

In dieser Arbeit bezieht sich der weitere, gesellschaftliche und kulturelle Kontext auf die Globalisierung und deren Einfluss auf die Gesellschaft und auf die Wirtschaft, z. B. was den Konjunkturrückgang betrifft. Die Schließungsphase der Bochumer Nokia-Fabrik bildet den Situationskontext für die Analyse.

#### **4 Analytische Vorgehensweise**

In diesem Kapitel wird die Vorgehensweise der Analyse vorgestellt. In Kapitel 4.1 wird die Materialauswahl mit zwei Unterkapiteln, (4.1.1) Die Frankfurter Allgemeine Zeitung und (4.1.2) Zur Textsorte Pressekommentar, dargestellt und in Kapitel 4.2 werden die Methode und die Ziele dieser Arbeit genauer beschrieben.

## **4.1 Materialauswahl**

Das zu untersuchende Material besteht aus Nachrichten, Artikeln, Kommentaren, Leserbriefen und Kolumnen über Nokia in Bochum (insgesamt 30 Exemplare), die in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in dem Zeitraum vom 16.01.2008 bis zum 31.07.2008 erschienen sind. Der Zeitraum ist nach der Relevanz des Materials gewählt: am 16. Januar sind die ersten Nachrichten und Kommentare zum Thema erschienen und bis Ende Juli hatte sich die Lage schon beruhigt.

In der Feinanalyse werden nur die Kommentare (5 Exemplare) ausgewertet. Diese Abgrenzung muss gemacht werden, weil das ganze Material zu umfangreich für eine qualitative Diskursanalyse in einer Gradu-Arbeit wäre. Die Kommentare eignen sich für die Feinanalyse, weil sie nicht nur Handlungen äußern, sondern auch die jeweiligen Meinungen der Zeitung zu diesem Thema zeigen.

In den nächsten zwei Unterkapiteln wird die Frankfurter Allgemeine Zeitung vorgestellt und die Textsorte Kommentar genauer beschrieben.

### ***4.1.1 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung***

Im November 1949 wurde die erste Ausgabe der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (F.A.Z.) herausgegeben. Die Anfangsausgabe umfasste 60 000 Exemplare. Die Zeitung stellte von Anfang an hohe Ansprüche an sich selbst: „[sie wollte] eine Zeitung [sein], die für die Idee der sozialen Marktwirtschaft werben und die sich an nachdenkliche Menschen aus allen Berufen und Altersgruppen richten sollte“ (2-3). In der ersten Auflage wurde noch berichtet: „[in der Zeitung müsste] die Wahrheit der Tatsachen heilig sein. Und sie müsste auch Andersdenkenden gegenüber immer Gerechtigkeit walten lassen.“ (2-3.) Die Zeitung solle auch politisch unabhängig geführt werden. (Internet 6, 2-3.)

Heute hat die Frankfurter Allgemeine Zeitung etwa 951 000 Leser. Sie wird täglich in 140 Länder geliefert und hat damit die höchste Auslandsverbreitung aller deutschen Tageszeitungen. Die Zeitung wirbt für sich als *Zeitung für Deutschland*: sie will ganz



Deutschland ansprechen. Speziell für die Zeitung ist, dass sie nicht nur einen Chefredakteur hat, sondern ein Gremium von fünf Herausgebern, die die Linie der Zeitung nach dem Kollegialitätsprinzip festlegen. (Internet 6, 4-5, Internet 10.)

Die F.A.Z. wirbt mit dem Slogan, dass sie zumindest vier *Bücher* in einer Zeitung zu bieten habe. *Meinung am Anfang und Meinung am Ende* sei das Wahrzeichen des ersten Buches. Die Zeitung betont, dass sie eine eigene Meinung habe, die man getrennt von den Nachrichten betrachten solle. Diese Meinung der Zeitung wird u. a. in Leitglossen und Leitartikeln geäußert. Das zweite Buch formt sich aus der Wirtschaftspolitik. Die F.A.Z. ist eine der führenden Wirtschaftszeitungen in Deutschland, und darauf stützt sich auch das dritte Buch: der Finanzmarkt. Das letzte Buch ist dem Sport gewidmet. (Internet 6, 6-7, Internet 10.) Die Zeitung konzentriert sich also auf politische, wirtschaftliche und kulturelle Themen und dazu gibt es noch Sport-Nachrichten.

In der Frankfurter Umgebung bekommen die Leser der F.A.Z. noch die Rhein-Main-Zeitung, die regionale Nachrichten anbietet. Die F.A.Z. hat auch eine zusätzliche Beilage und Sonderseiten fast für jeden Wochentag, wie z. B. *Technik und Motor*, *Natur und Wissenschaft* und *Reiseblatt*. Sonntags erscheint die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (F.A.S.), die eine Besonderheit ist: sie ist keine Sonntagszeitung, aber auch nicht die siebte F.A.Z. –Ausgabe. „Sie ist eine Wochenzeitung, die am Sonntag erscheint, mit Themen der vergangenen und der kommenden Woche“. (Internet 6, 7-8, Internet 10.)

In dieser Arbeit werden diese beiden Veröffentlichungen, F.A.Z. und F.A.S., als zwei verschiedene Zeitungen betrachtet. Für die Analyse wird nur die F.A.Z. genommen. Die Sonntagszeitung ist damit von der Analyse ausgeschlossen. Für Kommentare werde ich den Kollektivbegriff *Primärkorpus* benutzen. Das Material, das nicht in der Feinanalyse verwendet wird, wird *Sekundärkorpus* genannt. Mit Hilfe des Sekundärkorpus wird das ganze Bild des Falls Nokia-Bochum rekonstruiert. Das Verstehen des ganzen Bildes ist erforderlich für die (Fein-)Analyse der Kommentare.

#### **4.1.2 Zur Textsorte Pressekommentar**

In der Arbeit besteht das Analysematerial aus Pressekommentaren. Die Kommentare werden zur Analyse gewählt, weil sie, neben den Leitartikeln, zu den wichtigsten meinungsbetonten journalistischen Textformen gehören. Damit äußern sie die jeweiligen Meinungen der Zeitung und spielen eine wichtige Rolle in der Meinungsbildung der LeserInnen. (Lenk et al. 2005, 160.)

Kommentare geben eine „unabhängige Interpretation, Erklärung und Erläuterung von Tagesereignissen, Zeitströmungen und politischen Entwicklungen“ (Koszyk & Pruys 1969<sup>18</sup>, zit. nach: Lüger 1983, 82). Der Ausgangspunkt ist meistens eine Problematisierung von Sachverhalten, da Kommentieren die Bewertung der Sachverhalte bedeutet. Typisch für die Kommentare sind die argumentativen Textstrukturen: Behauptungen, Bewertungen und Begründungen kommen häufig vor. Als Satzverknüpfungen werden adversative, kausale, exemplifizierende und konklusive Relationen gebraucht. Kommentarspezifische Sprachmittel sind z. B. Metaphern, Reizwörter, Anspielungen, wie auch ironische und rhetorische Figuren. (Lüger 1983, 82-86.) Die Funktion der Kommentare besteht darin zu überzeugen, zu unterhalten und zu informieren. Die Sprachfunktion ist informativ-persuasiv. (Internet 11.)

Im Unterschied zu vielen Meldungen und Berichten werden Kommentare und Leitartikel von den großen Nachrichtenagenturen übernommen. Die Autoren sind oft die erfahrensten Journalisten oder Mitarbeiter einer Redaktion. Die Kommentare und Leitartikel legen die politische und redaktionelle Richtung einer Zeitung fest. (Lenk 2005, 160.) Anders als in einer Nachricht und im Bericht wird im Kommentar keine vollständige und geschlossene Information gegeben (Lüger 1983, 84-86). Damit setzen Kommentare Vorwissen voraus, das mit der aktuellen Nachricht verbunden ist (Internet 7). In dieser Arbeit fungieren die Nachrichten, Artikel, Leserbriefe und Kolumnen über Nokia als Hilfsmittel und als Vorwissensmaterial für die Analyse der Kommentare.

---

<sup>18</sup> Koszyk/Pruys (Hg.) 1969: Wörterbuch zur Publizistik. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

## 4.2 Methode und Ziele

In dieser Arbeit wird die kritische Diskursanalyse (KDA) als Methode benutzt. Mithilfe der kritischen Diskursanalyse wird nicht nur der Inhalt der Texte deutlich, sondern auch die Art und Weise, wie dieser Inhalt rekonstruiert ist. Die Diskursanalyse basiert auf der Idee, dass die Sprachverwendung ein Teil der sozialen Tätigkeit ist. Damit bietet sie die Möglichkeit, Ideologien und Bedeutungen hinter den Texten zu untersuchen. Das ist wichtig für diese Arbeit, weil in journalistischen Texten oft Ideologien, wie z. B. politische Ziele, versteckt sind.

Als Methode wäre auch die Inhaltsanalyse möglich gewesen, aber dann könnte man sich nur auf der Inhaltsebene bewegen. Diese Arbeit will aber ein gründliches Verstehen der Repräsentationen und Diskurse in Kommentaren der Frankfurter Allgemeinen Zeitung leisten, und deshalb dient die Inhaltsebene nur als Ausgangspunkt für die (Grob-) Analyse. Mithilfe der Grobanalyse (Kapitel 5.1) wird ein einfacher Überblick über die Schließungsphase der Bochumer Nokia-Fabrik gegeben, deswegen bewegt sie sich auf der Inhaltsebene. Die Feinanalyse ihrerseits richtet sich auf das Verstehen des ganzen Phänomens Nokia in Bochum und dessen Ursachen und Wirkungen, was Werkzeuge der Diskursanalyse erfordert.

In der Feinanalyse werden zuerst die Bezeichnungen von Nokia und ihrer Fabrik in Bochum vorgestellt und genauer untersucht. Als Bezeichnung wird hier die alle auf Nokia und die Bochumer Fabrik hindeutenden Metaphern, Adjektive und Substantive, einverstanden. Die Bezeichnungen werden in einem weiten, gesellschaftlichen Kontext untersucht, d. h. es wird über die gesellschaftlichen Verhältnisse diskutiert und daraus die Gründe für die Bezeichnungen abgeleitet.

Danach werden die in den Kommentaren auftretenden Diskurse untersucht. Als Diskurs wird hier eine Sprechweise verstanden, die Sachverhalte und Phänomene aus einem bestimmten Blickwinkel auf eine bestimmte Weise darstellt. Zur Analyse werden die Diskurse gewählt, die durch die ganze Schließungsphase in den Kommentaren auftreten und die den Hauptrahmen für die Diskursordnung formen. Zum Schluss der Feinanalyse wird aus den Bezeichnungen und aus den Diskursen die Repräsentation von Nokia konstruiert.

Die Forschungsfragen dieser Arbeit lauten:

1. Mit welchen Bezeichnungen und Diskursen wird Nokia in den Kommentaren der Frankfurter Allgemeinen Zeitung repräsentiert?
2. Was für eine Repräsentation konstruieren die Bezeichnungen und die Diskurse von Nokia?

Das Ziel dieser Arbeit ist herauszufinden, wie Nokia während der Bochum-Krise in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung repräsentiert wurde.

## **5 Analyse**

In diesem Analyseteil wird zuerst eine Grobanalyse gegeben, die als Kontext und Grundinformation für die Feinanalyse fungiert. In der Grobanalyse wird mit Hilfe von Nachrichten, Kolumnen und Artikeln der Handlungsverlauf der Bochumer Werkschließung erläutert. Danach folgt die Feinanalyse, in der die Bezeichnungen der Kommentare und die daraus folgenden Diskurse gründlich analysiert werden. Schließlich gibt es noch eine Zusammenfassung der Feinanalyse, in der die Repräsentation von Nokia mit Hilfe der Bezeichnungen und der Diskurse konstituiert wird.

### **5.1 Grobanalyse**

Der Handlungsverlauf der Werkschließung von Nokia in Bochum begann am 15. Januar 2008, als Nokia mitteilte, sein letztes Werk in Deutschland schließen und die Produktion nach Ungarn und Rumänien verlegen zu wollen.

Am nächsten Tag, dem 16. Januar, resultierte aus dieser Mitteilung eine Flut von Nachrichten in der deutschen Presse. In der Presse wurde über die Gründe für die Entscheidung, das Werk zu schließen, spekuliert. Nokia selbst teilte mit, dass die Produktion der Geräte in Bochum zu teuer sei und die Schließung des Werkes

notwendig sei, um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern (F.A.Z. 16.01.08). Nokia wird mit BenQ und Motorola verglichen, weil diese beiden Firmen auch ihre Werke in Deutschland geschlossen haben. Nokia wird nicht zugestimmt, weil es sogar Gewinn in Bochum gemacht habe, während die Werke von BenQ und Motorola unter schlechten Wirtschaftsbedingungen gestanden hätten.

Das Besondere bei der Werkschließung von Nokia war, dass deutsche Politiker in den Prozess eingriffen. Am 17. Januar schreibt die F.A.Z., dass der nordrheinwestfälische Ministerpräsident Rüttgers, die Wirtschaftsministerin Thoben und der Sozialminister Laumann nach Bochum gereist seien, um mit dem Betriebsrat zu verhandeln. Nokia hat zwischen 1994 und 2007 vom Land Nordrhein-Westfalen und vom Bund Subventionen von etwa insgesamt 88 Millionen Euro bekommen und nun wollten die Politiker dieses Geld zurückfordern (F.A.Z. 17.01.08, auch: 29.01.08).

Der FDP-Landesvorsitzende und stellvertretende Ministerpräsident Pinkwart meinte, dass die Entscheidung gegen den Standort Bochum die Gefahren der Globalisierung zeige. Ministerpräsident Rüttgers bezeichnete Nokia als *Subventionsheuschrecke*. Laut F.A.Z. sollte diese Benennung Nokia auf drohenden Imageschaden hinweisen (F.A.Z. 17.01.08).

Trotz der Bedrohungen wollte Nokia bei seinem Standpunkt bleiben. Das Werk in Bochum sollte bis Mitte des Jahres 2008 geschlossen werden und die Produktion nach Rumänien und Ungarn übersiedeln. Diese starre Haltung seitens Nokia hat noch mehr Ärger unter den Politikern hervorgerufen: Mehr Schimpfwörter werden benutzt und es kommt sogar zu einem öffentlichen Boykott gegen Nokia-Handys. (F.A.Z. 18.01.08.)

Am 23. Januar hat die F.A.Z. über die Demonstration auf den Marktplatz in Bochum-Riemke berichtet. Etwa 15 000 Demonstranten hätten teilgenommen, um die bedrohten 2300 Arbeitsplätze zu retten. Der Parlamentarische Staatssekretär im Wirtschaftsministerium machte darauf aufmerksam, dass Nokia nicht nur sein Image zu verlieren habe, sondern auch ein Geschäft. An dem Tag (23.01.08) wurde ein Interview mit Olli-Pekka Kallasvuo, dem Vorstandsvorsitzenden von Nokia, in der F.A.Z. herausgegeben. Im Interview versprach Kallasvuo, dass Nokia Lösungen zu finden versuche, die nicht mehr *eiskalt* wirken. (F.A.Z. 23.01.08.)

Das Verhalten der deutschen Politiker wird teilweise kräftig kritisiert. Hans D. Barbier macht in seiner Kolumne *Zur Ordnung: Biologie in Bochum* (F.A.Z. 25.01.08) Ministerpräsident Rüttgers Vorwürfe. Er meint, dass Rüttgers Nokia nach Bochum geholt aber auch von dort vertrieben habe. Auch Thorsten Grenz (F.A.Z. 29.01.08) kritisiert die Politiker in seiner Kolumne *Lehren aus Bochum* hart. „Will man in diesem Zusammenhang das Wort Skandal verwenden, so trifft es auf das Verhalten dieser Politiker und nicht auf das Unternehmen zu“, schreibt er. Die Subventionen hätten schon früher zurückgefordert werden müssen und nicht erst jetzt wie als öffentliche Bestrafung, meint er.

Am 29. Januar berichtete die F.A.Z., dass das Gespräch zwischen dem Vorstandsvorsitzenden Olli-Pekka Kallasvuo und der Wirtschaftsministerin Christa Thoben ohne Ergebnis geendet habe. Es wird jedoch ein Arbeitsteam eingesetzt, um Lösungen für die Zukunft des Bochumer Nokia-Standortes zu finden. Zwei Tage danach (31.01.08) wird in der Zeitung berichtet, dass ein Streit im Betriebsrat von Nokia entstanden sei. (F.A.Z. 29.01.08, 31.01.08.)

Am Mittwoch dem 30. Januar hätten die deutschen Arbeitnehmervertreter ein Treffen mit finnischen Kollegen verlassen, weil sie sich von der Konzernpolitik beleidigt fühlten. An demselben Tag hat man einen Bericht publiziert, dass Nokia im Jahr 2007 einen Betriebsgewinn von 134 Millionen Euro in Bochum gemacht habe. (F.A.Z. 30.01.08.)

Im Februar beruhigte sich die Lage um das Bochumer Werk, aber im März forderte das Land Nordrhein-Westfalen wieder die Subventionsgelder zurück. *Nordrhein-Westfalen droht Nokia mit einer Klage*, teilte die F.A.Z. am 12. März mit. Nokia solle rund 60 Millionen Euro zurückbezahlen. Nordrhein-Westfalen sah es als erwiesen an, dass Nokia seine alten Versprechungen von Arbeitsplätzen nicht erfüllt habe, und dass es damit das Recht habe das Geld zurück zu verlangen. Der Konzern sieht das anders: „Wir bleiben dabei, dass wir alle Auflagen der Subventionen erfüllt haben“, teilte eine Nokia-Sprecherin mit. (F.A.Z. 12.03.08.)

Am 9. April schrieb die F.A.Z., dass Nokia 200 Millionen Euro für einen Sozialplan bereitstellen würde. Obwohl beide Beteiligten, die Vertreter von Nokia und die

Belegschaft, abweichende Meinungen über die Lösung hatten, waren sie trotzdem über die Verständigung erleichtert. (F.A.Z. 09.04.08.)

*Zum letzten Mal durch das Nokia-Werkstor* heißt die Nachricht der F.A.Z. am 17. Mai. Die Arbeiterschaft habe den Kampf um ihre Arbeitsplätze verloren. Am Freitag wurden die letzten Handys montiert. Die Betriebsratsvorsitzende Gisela Achenbach meinte: „Im Januar ist das Werk gestorben, und heute war die Beerdigung“. (F.A.Z. 17.05.08.)

Am 4. Juli berichtete F.A.Z.: *Nokia und Nordrhein-Westfalen einigen sich*. Beide Beteiligten werden jeweils 20 Millionen für die Bochum-Förderung zahlen. Der Streit sollte jetzt vorbei sein. Mit dem Geld solle die Region Bochum gestützt werden. „Mit der Vereinbarung sehen beide Seiten die Auseinandersetzung über die Fördergelder als erledigt an“, teilt die Staatskanzlei mit. (F.A.Z. 04.07.08.)

In der nächsten Tabelle wird der Handlungsverlauf der Schließung der Bochumer Fabrik im Ganzen vorgestellt:

#### **Handlungsverlauf 16.01.2008-31.07.2008:**

<b>16.01.08</b>	Nokia teilt mit: die Fabrik in Bochum wird bis Mitte des Jahres geschlossen
<b>17.01.08</b>	Nordrhein-Westfalen fordert Subventionen zurück
<b>18.01.08</b>	Nokia hält an seiner Entscheidung fest, das Werk in Bochum zu schließen, und lehnt Verhandlungen darüber ab
<b>19.01.08</b>	Nokia hat ein politisches Erdbeben ausgelöst
<b>23.01.08</b>	15 000 demonstrieren für den Erhalt des Nokia-Werks
<b>23.01.08</b>	Kallasvuo ist bereit zu persönlichen Gesprächen
<b>29.01.08</b>	Ein Arbeitsteam wird gegründet
<b>12.03.08</b>	Nordrhein-Westfalen droht Nokia mit einer Klage
<b>09.04.08</b>	Nokia schließt Sozialplan für Werk in Bochum
<b>17.05.08</b>	Die Arbeiter zum letzten Mal am Nokia-Werkstor
<b>04.07.08</b>	Nokia und Nordrhein-Westfalen einigen sich und zahlen 20 Millionen Euro für die Bochum-Förderung

## 5.2 Feinanalyse

In den nächsten Kapiteln wird die Feinanalyse der Nokia-Kommentare durchgeführt. In Kapitel 5.2.1 werden die in den Kommentaren auftretenden auf Nokia und Bochum hinweisenden Bezeichnungen untersucht. Die untersuchten Bezeichnungen, also die alle auf Nokia und die Bochumer Fabrik hindeutenden Metaphern, Adjektive und Substantive, werden in einem weiteren Kontext interpretiert. Im Kapitel 5.2.2 werden die in den Kommentaren auftretenden Diskurse vorgestellt und genauer analysiert.

### 5.2.1 Bezeichnungen

In der Abbildung 2 werden die Bezeichnungen von Nokia und der Bochumer Fabrik und deren Anzahl gegeben.

<b>Bezeichnungen</b>	<b>Anzahl</b>
<b>Nokia</b>	13
<b>das Werk</b>	1
<b>der Konzern</b>	3
<b>diese Marke</b>	1
<b>sein Nokia</b>	1
<b>[des] Handyhersteller[s]</b>	1
<b>[in der] Handyproduktion von Nokia</b>	1
<b>das Bochumer Werk / sein Werk in Bochum / das Werk in Bochum / die Nokia Fabrik in Bochum</b>	4
<b>[des] Bochumer Nokia-Handy-Werk[s]</b>	1
<b>die Bochumer</b>	1
<b>die letzte deutsche Fabrik für Mobiltelefone</b>	1



<b>[ihr bisheriger] Arbeitgeber Nokia</b>	1
<b>[ein politisch korrektes Mobiltelefon]</b>	1
<b>der Fall Nokia</b>	1
<b>das Kapitel Bochum</b>	1
<b>der finnische Konzern Nokia</b>	1
<b>die Finnen</b>	2
<b>der neue Feind [sitzt im Norden]</b>	1
<b>[angesichts der] blendenden Lage unangefochtener Weltmarktführerschaft</b>	1
<b>Vormachtstellung auf dem Handymarkt</b>	1
<b>der Weltmarktführer für Mobiltelefone</b>	1
<b>[eine] Subventionsheuschrecke</b>	3
<b>[er führt] die Kapitalismuskarawane</b>	1
<b>ein Steinzeitkapitalist</b>	1
<b>ein Investitionshopper</b>	1
<b>[er ist] unanständig</b>	1
<b>ein Lump</b>	1
<b>ein Ausbeuter</b>	1
<b>[ein] Fingerzeig[e]</b>	2
<b>insgesamt: 29</b>	<b>50</b>

**Abbildung 2. Die Bezeichnungen von Nokia**

In den Kommentaren wird meistens (13 Mal) auf das Unternehmen Nokia mit der einfachen Bezeichnung *Nokia* hingewiesen. Diese Bezeichnung ist als solche objektiv und beinhaltet keine weiteren Implikationen. Auch *das Werk*, *der Konzern* und *der Handyhersteller* sind solche neutralen Bezeichnungen, die auch am häufigsten in den Kommentaren in einem neutralen Kontext auftreten. Diese neutralen Bezeichnungen werden hier nicht gründlich untersucht, weil sie keine weiteren Implikationen

beinhalten. Aus demselben Grund werden die auf die Bochumer Fabrik hindeutenden Bezeichnungen *die Nokia Fabrik in Bochum, das Bochumer Werk / das Werk in Bochum / sein Werk in Bochum, das Bochumer Nokia-Handy-Werk und [in der] Handyproduktion von Nokia* hier nur erwähnt und nicht weiter untersucht.

Im Kommentar *Richtig schmerzhaft* von Johannes Winkelhage (Kommentar 1, 16.01.2008) wird Nokia als in „der blendenden Lage unangefochtener Weltmarktführerschaft“ stehend (Zeilen 18-20) repräsentiert. Nokia wird an der Spitze des Handymarkts gesehen. Daher erscheint es unverständlich, dass die Bochumer Fabrik geschlossen wird:

*Besonders schmerzhaft ist die Entscheidung angesichts der **blendenden Lage unangefochtener Weltmarktführerschaft**, in der sich Nokia derzeit befindet (Kommentar 1, Zeilen 16-21).*

Es wird auch von der *Vormachtstellung auf dem Handymarkt* gesprochen:

*Die Finnen haben erst vor wenigen Jahren zu spüren bekommen, wie schnell die **Vormachtstellung auf dem Handymarkt** mit seinem beinharten Preiswettbewerb kippen kann (Kommentar 1, Zeilen 25-30).*

Diese Bezeichnungen sind begründet, weil Nokia im ersten Quartal des Jahres 2008 einen Marktanteil von 40,90 %<sup>19</sup> der ganzen Handyproduktion hatte und somit der größte Handyhersteller in der Welt war (Internet 14).

Auf Nokia weist auch die Bezeichnung *die Finnen* (Kommentar 1, Zeilen 25-26) hin. Mit dem Kollektivnamen *die Finnen* wird wahrscheinlich nur auf das Unternehmen Nokia hingewiesen, aber diese Bezeichnung beinhaltet auch eine Konnotation auf die ganze finnische Bevölkerung. Es stellt sich die Frage, ob der Grund für das rigorose Verhalten von Nokia in der finnischen Wirtschaftsmentalität gesehen wird. Nokia wird als Vertreter des finnischen Wesens bezeichnet. Nach Steinbock (2001, xxv) vermuteten

---

<sup>19</sup> Die Marktanteile im ersten Quartal 2008: Nokia 40,90 %, Samsung 16,40 %, Motorola 9,70 %, LG 8,60 %, Sony Ericsson 7,90 % und die anderen Marken 16,40 % (Internet 14). Im Jahr 2007 betrug der Umsatz von Nokia 51 058 Mio. Euro. Deutschland war das drittgrößte Marktgebiet mit einem Umsatz von 2 641 Mio. Euro und hatte 13 926 Arbeiter bei Nokia. Im Jahr 2008 belief sich der Umsatz von Nokia auf 50 710 Mio. Euro. Deutschland war das viertgrößte Marktgebiet mit einem Umsatz von 2 294 Mio. Euro und hatte 12 390 Arbeiter bei Nokia. (Internet 12.)

viele Menschen jahrelang, dass Nokia ein japanisches Unternehmen sei. Die Finnen kümmerten sich nicht darum, für sie war es wichtig, dass die Menschen die Marke Nokia überhaupt kannten. Heute wird Nokia als finnisches Unternehmen erkannt, obwohl es eigentlich ein globales Unternehmen ist. Im Kommentar *Richtig schmerzhaft* werden folgende neutrale Bezeichnungen von Nokia verwendet: [*in der Handyproduktion von Nokia, Nokia und der Konzern.*]

Der Kommentar *Subventionsheuschrecke* (Kommentar 2) von Carsten Knop wurde am 17. Januar 2008 auf der Titelseite der F.A.Z. veröffentlicht. Schon der Titel weist auf das Aufsehen und auf die Folgen hin, die die Mitteilung der Fabrikschließung verursachten. Das Wort *Subventionsheuschrecke* hat Jürgen Rüttgers, Ministerpräsident von Nordrhein-Westfalen, erfunden:

*Ihr bisheriger Arbeitgeber Nokia drohe in den Ruf einer 'Subventionsheuschrecke' zu geraten, hat ihnen der nordrheinwestfälische Ministerpräsident Rüttgers zugerufen (Kommentar 2, Zeilen 4-8).*

Die *Subventionsheuschrecke* weist darauf hin, dass Nokia, obwohl es zwischen 1994 und 2007 von Nordrhein-Westfalen und vom Bund Subventionen von insgesamt etwa 88 Millionen Euro bekommen hat, jetzt Deutschland verlässt. Nokia wird mit einer Heuschrecke verglichen, die alles an einem Ort auffrisst und dann weiter zieht, um einen neuen fruchtbaren Ort zu finden. Nokia hat die gegebenen Subventionen *gefressen* und jetzt zieht es nach Rumänien um. Das Verhalten von Nokia wird für unakzeptabel gehalten. Im Kommentar lautet Rüttgers einfache Formel:

[ - ] „Fördermittel kassieren und dann weiterziehen, das gehöre sich nicht“  
(Kommentar 2, Zeilen 9-11).

In der Bezeichnung *Ihr bisheriger Arbeitgeber Nokia* (Kommentar 2, Zeilen 4-5) wird mit dem Wort *ihr* auf die Mitarbeiter des Bochumer Nokia-Werkes gedeutet. Nokia war Anfang des Jahres 2008 einer der wichtigsten Arbeitgeber in der Region Bochum und wird deshalb auch als *Arbeitgeber* bezeichnet. Im Kommentar wird jedoch von dem *bisherigen Arbeitgeber* gesprochen, weil man nicht mehr weiß, ob Nokia auch in der Zukunft als Arbeitgeber bleibt. Das Bochumer Nokia-Werk hatte 2 300 Arbeiter, dazu beschäftigte Nokia etwa 1 000 Leiharbeiter und 1 000 Menschen bei den Zulieferbetrieben aus der Region Bochum (Internet 13).

Auch im Kommentar *Subventionsheuschrecke* wird die Weltmarktführerstellung von Nokia hervorgehoben:

*Es ist ja wahr, dass **der Weltmarktführer für Mobiltelefone** für das Bochumer Werk öffentliche Fördermittel in Höhe von 88 Millionen Euro erhalten hat (Kommentar 2, Zeilen 18-23).*

Es wird betont, dass die Subventionen, die das Werk in der Vergangenheit bekommen hat, nicht mehr ausreichen, um das Werk in der Zukunft wettbewerbsfähig zu halten. Das wird als leitende Frage in der Schließungsentscheidung gesehen. Wenn man Weltmarktführer bleiben will, muss man harte Entscheidungen treffen. Von harten Entscheidungen hat auch der deutsche Aufsichtsratschef Veli Sundbäck in der Schließungsmitteilung gesprochen (Internet 16).

*Die Bochumer* im Kommentar *Subventionsheuschrecke* deutet auf die Arbeiter des Bochumer Nokia-Werkes aber auch auf jeden Einwohner in der Region Bochum hin. Das Schicksal des Werkes betrifft jeden Einwohner in der Gegend, weil die Schließung des Werkes sowohl die Wirtschaftsordnung als auch die gesellschaftliche Ordnung beeinflusst. Im Kommentar werden auch die folgenden neutralen Bezeichnungen [*des*] *Bochumer Nokia-Handy-Werk[s]*, *das Bochumer Werk*, *das Werk* und *Nokia* erwähnt.

Der Kommentar *Boykott der Populisten* (Kommentar 3, 21.01.08) von Holger Steltzner kritisiert das Verhalten deutscher Politiker bezüglich der Bochumer Fabrikschließung. Der Kommentar vermittelt die Bezeichnungen, die die Politiker in den letzten Tagen von Nokia in den Medien benutzt haben. Der Kommentar beginnt mit einem harten Hinweis:

***Der neue Feind** sitzt im Norden (Kommentar 3, Zeile 1).*

Nokia wird als *der neue Feind* betrachtet. *Neu* ist er eigentlich deswegen, weil Nokia früher nur im positiven Licht gesehen wurde. *Feind* ist Nokia nun, weil es nicht fähig ist, über die Arbeitsplätze zu verhandeln und weil es die Subventionen genommen, aber nicht die Erwartungen der Politiker erfüllt hat. Mit der Bezeichnung *im Norden* wird wieder auf die finnische Herkunft des Unternehmens hingewiesen, was die ganze finnische Bevölkerung in den Kampf von Nokia hineinzieht.

*Er führt die Kapitalismuskarawane aus Deutschland weg [-] (Kommentar 3, Zeilen 1-3).*

So lautet eines der Zitate von deutschen Politikern. Mit *er* wird hier auf den Nokia-Konzern verwiesen. Unter dem Begriff *Kapitalismus* wird Verschiedenes verstanden. Das Fremdwörterbuch Duden beschreibt das Wort Kapitalismus folgenderweise:

[ein] Wirtschaftssystem, das auf dem freien Unternehmertum basiert und dessen treibende Kraft das Gewinnstreben einzelner ist, während die Arbeiter keinen Besitzanteil an den Produktionsmitteln haben. (Duden 1982, 381.)

Aus diesem Zitat wird deutlich, dass der Kapitalbesitz im Kapitalismus einzelnen, in diesem Fall Nokia, gehört, während die Arbeiterschaft keinen Besitz bekommt. Mit der *Karawane* ist gemeint, dass die Unternehmen ihre Standorte von einem Ort zu einem anderen verlegen. Das ist nicht die Frage von einzelnen Unternehmen, sondern ein Phänomen, das immer mehr Unternehmen betrifft, so dass man schon von einer Karawane (von Unternehmen) sprechen kann. Im Kommentar wird dieses Phänomen auf folgende Weise beschrieben:

*Möglichst hohe Renditen und möglichst billige Produkte sind oft zwei Seiten derselben Medaille. Das Erste fordern die Investoren, und Unternehmen müssen dem nachkommen, wenn sie Kapital für Wachstum und Innovation bekommen wollen. Das Zweite verlangt der Verbraucher, der auf kollektiver Schnäppchenjagd seine persönliche Globalisierungsrendite einstreichen will. Über diesen Wettbewerb treiben Kunde und Investor eine Karawane von Unternehmen an, die auf der Suche nach einem noch besseren Standort ist und deren ständiger Begleiter der Strukturwandel ist. (Kommentar 3, Zeilen 82-97.)*

Bemerkenswert ist, dass es die Verbraucher und die Investoren sind, die die Unternehmen dazu treiben, eine Karawane von einem Ort zu einem anderen zu ziehen. Die Verbraucher selber und die Investoren sind also als entscheidende Kraft an dem Standortwechsel der Unternehmen mitbeteiligt.

Auf die Subventionsfrage spielen die deutschen Politiker mit unterschiedlichen Bezeichnungen von Nokia an:

*[...] er ist eine Subventionsheuschrecke<sup>20</sup>, ein Steinzeitkapitalist, ein Investitionshopper, er ist unanständig, ein Lump und ein Ausbeuter (Kommentar 3, Zeilen 3-6).*

Das sind Beschimpfungen seitens der Politiker. Nokia sei *unanständig*, weil es die Subventionen von 88 Millionen genommen habe, um neue Arbeitsplätze zu schaffen und um die Produktion in der Region Bochum zu verbessern, dann aber habe es den ganzen Ort verlassen und die Arbeitsplätze gestrichen.

Die Bezeichnung *Investitionshopper* kann man als Synonym für *Subventionsheuschrecke* verstehen. Nokia als *Investitionshopper* nimmt Investitionen, also in diesem Fall Subventionen, und hüpft (Engl. hops) weiter, um neue Länder zu erobern und neue Investitionen vorzunehmen. Nokia sei *ein Lump* und *Ausbeuter*, weil es die Subventionen abgeschöpft habe und jetzt, ohne die Fördermittel zurückzuzahlen, Deutschland verlassen wolle. Deutschland und besonders das Land Nordrhein-Westfalen haben Nokia vertraut, aber sind enttäuscht worden. Das Wort *Ausbeuter* kann auch auf die Einstellung Nokias hindeuten: das Unternehmen will an einen Ort übersiedeln, wo ein Minimum an Lohnkosten für die Arbeiter ausreicht (vgl. Steinzeitkapitalist unten).

Im Kommentar *Boykott der Populisten* wird Nokia als *Steinzeitkapitalist* bezeichnet. Auch dieses Wort haben die deutschen Politiker erfunden. Nokia sei ein Steinzeitkapitalist, weil es Kapitalismus wie in Urzeiten verwirkliche. Steinzeitkapitalismus, wie Frühkapitalismus, ist rückständiger und primitiver Kapitalismus, der keine sozialen Verantwortungen in Betracht zieht. Das Unternehmen Nokia wolle möglichst hohe Rendite mit möglichst niedrigen Arbeitskosten. Das ist noch in Ländern wie Rumänien und Ungarn möglich, weil die Leute in diesen Ländern noch bereit sind, für minimale Löhne und mit geringen Arbeitssicherungen zu arbeiten.

---

<sup>20</sup> Die Bezeichnung *Subventionsheuschrecke* wurde schon oben behandelt und wird hier nicht mehr gründlicher untersucht.

Auf das Markenzeichen von Nokia wird im Kommentar *Boykott der Populisten* dreimal hingewiesen:

*Der Gesundheitsminister Seehofer (CSU) hat **sein Nokia** demonstrativ auf den Müll geworfen, dem SPD-Vorsitzenden Beck kommt **diese Marke** nicht mehr ins Haus, und der SPD-Fraktionsvorsitzende Struck hat sein Büro gebeten, ihm **ein politisch korrektes Mobiltelefon** zu besorgen (Kommentar 3, Zeilen 17-25).*

Mit *sein Nokia* wird auf das Handy des Gesundheitsministers Seehofer hingedeutet, hier repräsentiert der Name *Nokia* also das Markenzeichen von Nokia. Die Bezeichnung *diese Marke* weist ebenfalls auf das Markenzeichen von Nokia hin. Herr Struck, der SPD-Fraktionsvorsitzende, will sich *ein politisch korrektes Mobiltelefon* besorgen, sein Nokia-Handy erscheint ihm also nicht mehr politisch korrekt.

Im Kommentar *Boykott der Populisten* wird betont, dass das Bochumer Werk die letzte deutsche Handyfabrik ist:

*Was ist passiert? **Der finnische Konzern Nokia** will **die letzte deutsche Fabrik für Mobiltelefone** schließen und die Produktion nach Rumänien und Ungarn verlagern. (Kommentar 3, Zeilen 26-30.)*

Vor Nokia hatte schon Motorola und BenQ seine Handywerke in Deutschland geschlossen. (Internet 15.) Weil Nokia *die letzte* deutsche Handyfabrik schließt, bekommt es mehr Vorwürfe als z. B. die Unternehmen Motorola und BenQ. Das zeigt aber auch, dass Nokia nicht das einzige Unternehmen ist, das seine Produktion in Deutschland beendet hat. Es wird hier auch betont, dass Nokia ein finnischer Konzern ist, was die Herkunft von Nokia einschließt.

*Als Grund nennt **der Weltmarktführer für Mobiltelefone** nicht allein die hohen Arbeitskosten in Deutschland. Weil diese weniger als fünf Prozent der Produktionskosten ausmachen, wäre das auch wenig glaubwürdig. Ausschlaggebend sei vielmehr die Weigerung der Zulieferbetriebe gewesen, sich wegen der hohen Kosten rund um die Fabrik anzusiedeln. (Kommentar 3, Zeilen 30-39.)*

So geht der Kommentartext weiter. Hier wird Nokia wieder als *Weltmarktführer* betrachtet. Es wird hier spekuliert, warum eine erfolgreiche Fabrik ihr Werk schließen will. Von neutralen Bezeichnungen wird im Text nur folgende verwendet: *Nokia* und *die Nokia-Fabrik in Bochum*.

Der Kommentar *Fingerzeige* (Kommentar 4, 25.02.08) von Helke Göbel sieht Nokia als ein Beispiel für viele:

***Der Fall Nokia** bietet manchen **Fingerzeig**, was hierzulande zu verbessern wäre (Kommentar 4, Zeilen 31-33).*

Hier wird der ganze Handlungsverlauf der Fabrikschließung als *Der Fall Nokia* bezeichnet. Aus einer Entscheidung ist ein großes Phänomen, ein Fall, geworden. Alles, was Nokia in Bochum gemacht hat, sollte ein *Fingerzeig* für die anderen Unternehmen sein. Die Bezeichnung *Fingerzeig* wird hier jedoch nicht als etwas Negatives betrachtet, sondern man sollte aus dem Fall lernen, statt Nokia zu kritisieren. Die harten Entscheidungen, wie z. B. das Wechseln des Standortes, seien ein Ausdruck von Respekt den Kunden gegenüber. Folgende neutrale Bezeichnungen von Nokia werden im Text verwendet: *Nokia*, *[des] Handyhersteller[s]* und *sein Werk in Bochum*.

Im Kommentar *Flucht für 200 Millionen* (Kommentar 5, 09.04.08) von Johannes Winkelhage werden für Nokia folgende objektive, neutrale Bezeichnungen verwendet: *Nokia*, *das Werk in Bochum* und *der Konzern*. Von den *Finnen* wird hier auch wieder gesprochen:

***Die Finnen** und ihre Zulieferer klagen nicht nur über die hohen direkten Arbeitskosten, sondern auch über die Rahmenbedingungen des Wirtschaftens in Deutschland (Kommentar 5, Zeilen 19-23).*

In diesem Satz wird Finnland mit Deutschland konfrontiert. Es wird die Frage gestellt: was ist in Deutschland so ungünstig, dass ausländische Unternehmen, wie das finnische Nokia, abwandern wollen. Auf diese Frage sollten die Deutschen jetzt eine Antwort finden.

Im Kommentar wird die Bezeichnung *das Kapitel Bochum* benutzt. Damit ist der ganze Handlungsverlauf der Bochumer Handyfabrik gemeint, von der Schließungsmitteilung bis zum Einverständnis zwischen Nokia und Nordrhein-Westfalen:



Für den Konzern ist **das Kapitel Bochum** damit abgehandelt (Kommentar 5, Zeilen 15-16).

Nokia zahlt 200 Millionen Euro für die Mitarbeiter der Bochumer Fabrik und hat damit seine Verpflichtungen in Bochum erfüllt.

Wie die oben behandelten Bezeichnungen beweisen, wurde Nokia in den Kommentaren vielfältig repräsentiert. Die Journalisten der Kommentare erwähnten Nokia in der Regel mit sachlichen Bezeichnungen, wie z. B. mit *das Bochumer Werk*. Die bewertenden Bezeichnungen treten schon zu Beginn des Schließungsprozesses auf, schon im zweiten Kommentar *Subventionsheuschrecke* (17.01.) gab es wertende Ausdrücke, während im ersten Kommentar *Richtig schmerzhaft* (16.01.) noch ganz sachliche Bezeichnungen verwendet wurden.

Bemerkenswert ist, dass die wertenden Bezeichnungen, wie z. B. *Subventionsheuschrecke* und *Steinzeitkapitalist*, von deutschen Politikern herkommen. Auch die Bundespolitiker, die nicht in Nordrhein-Westfalen tätig sind, wie z. B. die Ministerpräsidenten Horst Seehofer (CSU) und Kurt Beck (SPD), nahmen zu der Schließung der Fabrik Stellung. Die deutschen Politiker haben ganz schnell nach der Schließungsmittelteilung bemerkt, dass die Bevölkerung auf die Schließung der Bochumer Fabrik sehr wütend reagierte. Die Politiker wollten mit ihren eigenen Reaktionen zeigen, dass sie auf der Seite der Bevölkerung stehen und die Schließung überhaupt nicht akzeptieren. Damit wollten sie wahrscheinlich die Bevölkerung anreden und neue Wähler bekommen. Der Versuch ist jedoch nicht ganz gelungen: aus den Kommentaren geht hervor, dass die Reaktionen der Politiker übertrieben und naiv waren.

### **5.2.2 Diskurse**

Die in den Kommentaren auftretenden Diskurse werden hier in fünf Kategorien eingeordnet, Verteidigungsdiskurs, Vergleichsdiskurs, Beschuldigungsdiskurs, Verbesserungsdiskurs und Erfolgisdiskurs. Diese fünf Diskurse bilden die wichtigsten Rahmen in den Kommentaren, d. h. sie treten durch den ganzen Handlungsverlauf in den Kommentaren auf, und werden deswegen in der Analyse untersucht. Die

Verfasserin dieser Arbeit hat die Diskurse nach deren Zielrichtungen benannt. In den direkten Zitaten werden die wichtigsten Elemente der Diskurse optisch hervorgehoben.

In Kommentaren wird Nokia oft mit anderen Unternehmen und deren Entscheidungen verglichen. Dieser **Vergleichsdiskurs** tritt in allen Kommentaren auf. Meistens wird Nokia mit den Handyfirmen Motorola und BenQ verglichen, weil die beiden Unternehmen ihre Werke in Deutschland geschlossen und in ein anderes Land verlegt haben.

***Auch Nokia** musste sich immer wieder die Frage stellen, ob die Produktion der Geräte in Deutschland noch wettbewerbsfähig sei. [-] **Schon BenQ und Motorola** hatten in den vergangenen Jahren die gleiche Antwort auf diese Frage gegeben – auch wenn in diesen Fällen noch **viele andere Gründe** mitgespielt haben. [-] Der Konzern **verdient gut**. **Warum** also müssen jetzt so harte Entscheidungen getroffen und damit auch der Ruf aufs Spiel gesetzt werden? (Kommentar 1, Zeilen 5-8, 12-14, 21-25.)*

So wird die Entscheidung von Nokia im Kommentar *Richtig schmerzhaft* begründet. Motorola und BenQ werden auch in den Kommentaren *Subventionsheuschrecke* und *Boycott der Populisten* als Vergleichspunkt verwendet. Sie haben schon vor Nokia dieselbe Entscheidung getroffen. Es wird jedoch spekuliert, dass Nokia Gewinn in Bochum gemacht habe, anders als Motorola in Flensburg und BenQ in München und in Kamp-Lintfort.

Im Kommentar *Boycott der Populisten* werden die deutschen Unternehmen als Ausgangspunkt genommen. Auch sie machen jeden Tag Standortentscheidungen und schließen oder eröffnen neue Fabriken. Es wird im Kommentar spekuliert, was passieren würde, wenn nach jeder Fabrikschließung deutschen Produkten der Boycott erklärt würde. Es wird auch über die Textilindustrie gesprochen, die der *Vorreiter* in dieser Globalisierungsentwicklung sei. Nokia sei also nicht das erste Unternehmen, das nach einem besseren und billigeren Standort strebt.

Die Vergleiche werfen sowohl ein positives als auch ein negatives Licht auf Nokia. An einigen Stellen fungiert der Vergleich wie eine Verteidigung, an anderen Stellen eher als Beschuldigung. Wie es für Diskurse üblich ist, werden sie miteinander vermischt. Hier geht also der Vergleichsdiskurs in den Verteidigungsdiskurs über.

Der **Verteidigungsdiskurs** tritt schon im ersten Kommentar auf. Als Verteidigung werden hier alle solche Aussagen verstanden, die Nokias Schließungsentscheidung begründen oder berechtigen. Laut dem ersten Kommentar *Richtig schmerzhaft* kommt die Schließungsmitteilung nicht überraschend. Wie schon im Vergleichsdiskurs behandelt, ist Nokia nicht das einzige Unternehmen, das sein Werk geschlossen hat. Der Grund für die Schließung sei begründet, trotz Nokias Erfolg:

***Der Grund ist einfach.** Die Finnen haben erst vor wenigen Jahren zu spüren bekommen, wie schnell die Vormachtstellung auf dem Handymarkt mit seinem beinharten Preiswettbewerb kippen kann. Daher ist es **nur konsequent**, wenn Nokia jetzt handelt und nicht erst wartet, bis es mit dem Geschäft wieder bergab geht. (Kommentar 1, Zeilen 25-30.)*

Auch im zweiten Kommentar *Subventionsheuschrecke* wird die Entscheidung dadurch begründet, dass der Wettbewerb hart sei, und das Geld (also die Subventionen) nicht ewig ausreiche:

***Aber** das Geld, das in der Vergangenheit geflossen ist, reicht offenbar nicht aus, um das Werk **auch in der Zukunft** wettbewerbsfähig zu halten. **Und nur darum geht es.** (Kommentar 2, Zeilen 23-27.)*

Es werden auch die Schließungsentscheidungen von Motorola und von BenQ genannt. Der Kommentar sieht, dass die Unternehmen, die Deutschland verlassen haben, zurück kehren werden, wenn es ihnen günstiger erscheint. Beim Verkaufen eines Handys sei es dem Konsumenten gleichgültig, wo das Produkt produziert wird: „Er vertraut allein der Marke“, stellt der Kommentar fest. Ein Unternehmen habe also das Recht, dort zu produzieren, wo (der höchste) Gewinn gemacht wird. Die Entscheidung von Nokia wird damit als völlig begründet angesehen.

Im Kommentar *Boykott der Populisten* wird Nokia wieder damit verteidigt, dass es nicht das einzige Unternehmen sei, das die Subventionen benutzt und dann sein Werk in Deutschland geschlossen hat. Obwohl Nokia in Bochum Gewinn gemacht hat, sei es berechtigt, neue Standorte für den besten Profit zu suchen:

*Das passiert **ständig** und **überall**. **Täglich** sticht im innerdeutschen Wettbewerb zwischen kommunalen Gewerbegebieten ein Bürgermeister eine Nachbargemeinde aus. Ebenfalls **täglich** treffen deutsche Firmen auf der ganzen Welt Standortentscheidungen, schließen oder eröffnen neue Fabriken und nehmen oft auch Steuergeschenke der Gastländer mit. **Wie wäre es, wenn jedes Mal zum Boykott deutscher Produkte aufgerufen würde?** (Kommentar 3, Zeilen 56-67, vgl. Vergleichsdiskurs.)*

Im *Boykott der Populisten* wird der Widerstand deutscher Politiker hart kritisiert und die Boykottaufrufe als populistisch und gefährlich gesehen. Es wird gefragt, was die Politiker eigentlich für die Verhältnisse machen möchten, vielleicht noch mehr Subventionen anbieten?

Der Kommentar *Fingerzeige* meint, dass „das Streben nach Gewinn einäugig zu verteufeln“ nichts nutzt. Damit ist gemeint, dass es nichts bringt, wenn Nokias Entscheidungen nur kritisiert werden. Der Käufer suche nach dem besten *Preis-Leistungs-Verhältnis*. Wenn ein Unternehmen das nicht verstehe, werde es nicht lange auf dem Markt zurechtkommen:

*Allein aus Heimattreue mehr zu bezahlen, liegt ihm<sup>21</sup> fern. Ein Unternehmen, das dies nicht respektiert, ist schnell vom Markt gefegt. Vorausschauende Standortentscheidungen, wie die von Nokia, sind, so hart es klingt, ein Ausdruck von Respekt vor den Kunden. Statt das zu kritisieren, sollte man daraus lernen. Der Fall Nokia bietet manchen Fingerzeig, was hierzulande zu verbessern wäre. (Kommentar 4, Zeilen 23-33.)*

Es ist überraschend, wie vorherrschend der Verteidigungsdiskurs in den Kommentaren ist. Schon im ersten Kommentar, der einen Tag nach der Schließungsmitteilung erschien, wird Nokias Entscheidung als gerechtfertigt betrachtet. Nur im letzten Kommentar *Flucht für 200 Millionen* von Johannes Winkelhage steht der Verteidigungsdiskurs fern. In anderen Kommentaren ist es fast die Regel, dass Nokias Entscheidung als berechtigt angesehen wird.

---

<sup>21</sup> ihm = der Kunde

Ein weiterer in den Kommentaren oft auftretender Diskurs wird hier **Beschuldigungsdiskurs** genannt. Dieser Diskurs betrachtet die Fabrikschließung aus einem ganz anderen Blickwinkel als der Verteidigungsdiskurs. Der Beschuldigungsdiskurs setzt sich hauptsächlich aus Meinungen deutscher Politiker zusammen und nicht direkt aus Meinungen der Journalisten der F.A.Z.

Im Kommentar *Richtig schmerzhaft* wird Nokias Schuld aus dem Blickwinkel der Arbeiter betrachtet. Die Entscheidung der Werkschließung wird im Kommentar *eine bittere Nachricht* genannt. Die Entscheidung sei schmerzhaft, weil Nokias Geschäft noch gut gelaufen sei.

Im zweiten Kommentar *Subventionsheuschrecke* wird Ministerpräsident Rüttgers Gedanke geliehen.

*[-] Nokia drohe **in den Ruf einer „Subventionsheuschrecke“** zu geraten [-]  
(Kommentar 2, Zeilen 5-6).*

Man solle nicht die öffentlichen Fördermittel nehmen und dann an einen andern Standort übersiedeln, meint Ministerpräsident Rüttgers.

Im *Boykott der Populisten* wird Nokias Schuld durch den Spitznamen geäußert, den die Politiker benutzt haben. Laut den Politikern solle Nokia boykottiert werden. Wieder werden die Fördermittel ins Gespräch gebracht:

*Nokia hat die Fördergelder gern genommen, sich an die vereinbarte Bindungsfrist für die Arbeitsplätze gehalten und danach **eine nüchtern kalkulierte Standortentscheidung** getroffen (Kommentar 3, Zeilen 51-55).*

Der Kommentar *Flucht für 200 Millionen* zeigt die Empörung, die Nokias Fabrikschließung hervorgerufen hat:

*Nokia zahlt 200 Millionen Euro, um das Werk in Bochum zu schließen. [-] Damit geht der Konzern über die Grenzen des Üblichen weit hinaus. Nokia kauft sich frei und zahlt einen Aufschlag, um aus den Schlagzeilen herauszukommen. [-] Nokia nimmt nun 200 Millionen Euro in die Hand, um diesem Umfeld zu entfliehen. (Kommentar 5, Zeilen 1-3, 7-11, 29-32.)*

Obwohl Nokia einen Sozialplan erstellt und dadurch den Arbeitern in Bochum eine Menge Geld gegeben hat, wird das nur als Versuch betrachtet, aus dem Blickfeld der Medien und aus den Schlagzeilen herauszukommen. Wenn dieser Kommentar die allgemeine Einstellung der Deutschen ausdrückt, kann man daraus folgern, dass Nokia nicht erfolgreich mit dem Schließungsprozess war.

Nokias Erfolg wird oft in den Kommentaren erwähnt. Dieser **Erfolgsgediskurs** tritt meistens auf, wenn die Fabrikschließung zur Sprache gebracht wird. Im Kommentar *Richtig schmerzhaft* versteht man nicht, warum Nokia die Fabrik schließen will, wenn der Konzern noch erfolgreich ist. Man fragt auch, warum Nokia seinen Ruf aufs Spiel setzt, wenn es doch gut verdient. Es wird bereits aus diesem Kommentar schon klar, dass Nokia und sein Ruf vieles zu verlieren haben, wenn es die Fabrik schließt.

*Besonders schmerzhaft ist die Entscheidung angesichts der blendenden Lage unangefochtener Weltmarktführerschaft, in der sich Nokia derzeit befindet. Der Konzern verdient gut. Warum also müssen jetzt so harte Entscheidungen getroffen und damit auch der Ruf aufs Spiel gesetzt werden? (Kommentar 1, Zeilen 16-25.)*

In den Kommentaren *Subventionsheuschrecke* und *Boykott der Populisten* wird Nokia als *der Weltmarktführer für Mobiltelefone* betrachtet. Im *Boykott der Populisten* wird betont, dass Nokia in Bochum Gewinn gemacht hat. Der Kommentar *Fingerzeige* spricht von Nokias Erfolg mit den Worten *goldene Bilanz* und *ein Gewinnsprung*: Nokia habe einen Gewinnsprung von 67 Prozent auf 7,2 Milliarden Euro gemacht.

Aus den Kommentaren geht ein besonderer Diskurs hervor, der hier **Verbesserungsdiskurs** genannt wird. Dieser Diskurs besteht aus Verbesserungs- und Veränderungsbemerkungen, die die Kommentare Deutschland für die Zukunft vorschlagen. Deutschland solle daran denken, was in den Unternehmen falsch gemacht wurde und wie man von Fällen wie dem von Nokia lernen könne.

Der Kommentar *Subventionsheuschrecke* meint, dass die Lohnkosten kein großes Problem wären, wenn es in Deutschland nur genug Innovation für die Produkte gäbe. Der Kommentar *Fingerzeige* betont, dass Deutschland aus den Standortentscheidungen lernen solle. Nokia fungiert als Fingerzeig für das, was in Deutschland zu verbessern wäre. Dasselbe wird auch im Kommentar *Flucht für 200 Millionen* erwähnt:

*Doch heimische Wirtschaftspolitiker sollten den Fall **nicht einfach zu den Akten legen**. Die Finnen und ihre Zulieferer klagen nicht nur über die hohen direkten Arbeitskosten, sondern auch über die Rahmenbedingungen des Wirtschaftens in Deutschland. Es stellt sich die Frage, **was verbessert werden sollte, um weitere Abwanderungen zu verhindern**. (Kommentar 5, Zeilen 16-26.)*

Als Gründe für die Abwanderungen werden das komplizierte Steuersystem und die bürokratischen Detailvorschriften Deutschlands genannt.

Die Diskurse der Kommentare bieten einige überraschende Blickwinkel. Obwohl die fünf Kommentare von vier verschiedenen Journalisten geschrieben wurden, sind die Diskurse und die Diskursordnungen überraschend einheitlich. Die Tendenz der Diskursordnung in den Kommentaren ist, dass am Anfang des Kommentars Nokia etwas kritisiert wird (Beschuldigungsdiskurs) aber danach mit anderen Unternehmen verglichen (Vergleichsdiskurs) und damit verteidigt (Verteidigungsdiskurs) wird.

Der Verteidigungsdiskurs ist vorherrschend und stabil in den Kommentaren. Obwohl die Kommentare auch harte Sprache und z. B. Spitznamen von Nokia benutzen, sind diese Bezeichnungen Zitate der Politiker. Die eigentlichen Meinungen der Kommentarjournalisten dagegen verteidigen Nokia fast eindeutig und stellen das Unternehmen in einem ganz anderen Licht als die anderen journalistischen Berichten, wie Nachrichten, und die Politiker dar.

### **5.3 Zusammenfassung der Feinanalyse**

In diesem Unterkapitel werden die Bezeichnungen und die Diskurse der Kommentare verbinden, um so die Repräsentation von Nokia zu rekonstruieren.

Die Diskurse und Bezeichnungen konstruieren eine uneinheitliche und teilweise widersprüchliche Repräsentation von Nokia. Sie bilden sowohl die Repräsentation von einem Weltmarktführer als auch von einer Ausbeutungsfirma. Diese zwei Anschauungen bilden die Extreme der Repräsentation, dazwischen liegen mehrere andere Aspekte, die sich auch voneinander unterscheiden.

Der Erfolgsgespräch und die in dessen Rahmen auftretenden Bezeichnungen wie *der Weltmarktführer für Mobiltelefone* und die *Vormachtstellung auf dem Handymarkt* bilden eine sehr positive Repräsentation von Nokia. Nokia wird als erfolgreiches Unternehmen bezeichnet. Der Erfolgsgespräch wird jedoch oft mit dem Beschuldigungsgespräch kombiniert, wie z. B. im Kommentar *Richtig Schmerzhaft*: „Besonders schmerzhaft ist die Entscheidung angesichts der blendenden Lage unangefochtener Weltmarktführerschaft“ (Kommentar 1, Zeilen 16-21). Weil Nokia der Marktführer ist, wird die Schließung der Bochumer Fabrik nicht als akzeptabel angesehen. Der Beschuldigungsgespräch stellt also die Repräsentation von Nokia als erfolgreiches Unternehmen in Frage.

Auch der Verteidigungs- und Vergleichsgespräch stellen Nokia in einem ziemlich positiven Licht dar. Nokia wird in diesen Diskursen als ein Unternehmen bezeichnet, das handelt, bevor es zu spät ist. Nokia mache das, was im Wettbewerb erforderlich ist und nichts Abweichendes. Diese Argumente bilden die Repräsentation eines effektiven und funktionierenden Unternehmens, das auch harte Entscheidungen treffen muss. In der Wirtschaftswelt werden diese Eigenschaften geschätzt. Im Kontext der Wirtschaftswelt erscheint also die Nokia Repräsentation der Kommentare als gut und erfolgreich.

Die Repräsentation, die der Verbesserungsgespräch von Nokia bildet, ist objektiv und farblos. Nokia sei ein Unternehmen unter anderen. Nokias Entscheidung wird als *Fingerzeig* für die anderen Unternehmen gesehen, ohne den Konzern viel zu kritisieren oder zu beschuldigen. Im Verbesserungsgespräch fungiert Nokia als Beispiel für Deutschland. Der Fokus liegt also auf Deutschland und nicht auf Nokia.

Der Beschuldigungsgespräch und dessen Bezeichnungen, wie z. B. *Subventionsheuschrecke* und *Steinzeitkapitalist* bilden eine ganz andere Repräsentation von Nokia als die anderen Diskurse. Nokia wird als eine Ausbeuterfirma gesehen, die ihre Arbeiter und Mitarbeiter ausnütze. Nokia sei ein Unternehmen, das die Subventionen unverschämt benutze. Obwohl die Vorwürfe in Texten oft verteidigt werden (z. B. im Kommentar *Boykott der Populisten*, Kommentar 3, wird darauf hingewiesen, dass Nokia nicht das einzige Fördergelder ausnützende Unternehmen sei), ist der Beschuldigungsgespräch so auffällig, dass er die Repräsentation von Nokia sehr



negativ prägt. Zwangsläufig muss der Leser sich Nokias Intentionen überlegen. Für ihn bleibt die Repräsentation von Nokia fragwürdig und bedenklich.

Die Diskurse und Bezeichnungen konstruieren für die Leser und für die Bevölkerung also für den Konsumenten, eine widersprüchliche Repräsentation von Nokia. Nokia wird zwar hart verteidigt, dennoch hinterlassen die Vorwürfe eine negative Spur, die die Repräsentation von Nokia sehr prägt. Nokia wird als der Weltmarktführer betrachtet, dem es jedoch nicht ganz gelungen ist, seine Entscheidungen in Deutschland zu rechtfertigen. Der Wirtschaftswelt hingegen erscheint die Repräsentation von Nokia als die Repräsentation eines wettbewerbsfähigen Unternehmens.

## **6 Schlussbetrachtungen**

Die Kommentare der F.A.Z. zeigen, wie emotionsgeladen die Schließungsphase der Bochumer Nokia Fabrik war. Die Schließung betraf besonders Nokias Management und die Arbeiter in der Bochumer Fabrik, aber auch die Zulieferer von Nokia und die deutsche Bevölkerung im Allgemeinen. Diese Schließungsphase wurde politisch heikel, als die deutschen Politiker in den Handlungsverlauf eingriffen. Damit betraf die Schließungsentscheidung nicht mehr zwischenmenschliche Beziehungen zwischen Nokias Arbeiter und dem Management, sondern sie wurde ein globales und zwischenstaatliches Phänomen.

In den Kommentaren wird Nokia mit allerlei Bezeichnungen repräsentiert, die sich voneinander weitgehend unterscheiden und Kontraste bilden. Nokia wird für den *Weltmarktführer für Mobiltelefone* gehalten, aber zur selben Zeit wird es u. a. als *Subventionsheuschrecke*, *Steinzeitkapitalist* und *Ausbeuter* betrachtet. Der Unterschied zwischen diesen Extremen ist, dass die Bezeichnung *Weltmarktführer* nicht (nur) ein Kompliment ist, sondern (auch) ein Faktum, während eine Benennung wie *Subventionsheuschrecke* eine beurteilende Bezeichnung ist, die man nicht wirklich beweisen kann. Diese affektiven Bezeichnungen enthüllen die dahinter steckenden aufgeladenen Einstellungen und Gefühle der Deutschen und in diesem Fall besonders der Politiker.

Die in den Kommentaren auftretenden Diskurse formen eine extreme Repräsentation von Nokia. Die fünf vorherrschenden Diskurse, nämlich Verteidigungs-, Vergleichs-, Verbesserungs-, Beschuldigungs- und Erfolgsgediskurs, formen eine Diskursordnung, die durch die ganze Schließungsphase hindurch auftritt. An manchen Stellen steht der Beschuldigungsdiskurs in einem Dialog mit dem Verteidigungsdiskurs: Die Kommentare stellen zuerst eine Beschuldigung dar, wie z. B.: „Nokia hat die Fördergelder gern genommen [-]“ (Kommentar 3, Zeilen 51-51). Diese Beschuldigung wird danach aus einem anderen Blickwinkel verteidigt: „Das passiert ständig und überall“ (Kommentar 3, Zeile 56). Diese Extreme formen den Hauptrahmen der Diskursordnung in den Kommentaren.

Im Kapitel 2.3 wurden *die Nokia Werte* vorgestellt. Diese Werte repräsentieren die 10 Prinzipien, die Nokias Tätigkeit und Leitungsstil bestimmen. Wenn man die Werte mit den in den Kommentaren auftretenden Diskursen und Bezeichnungen und der dadurch konstruierten Repräsentation von Nokia wie auch mit den Ergebnissen der Grobanalyse vergleicht, bemerkt man, dass es Nokia nicht ganz gelungen ist, seinen Prinzipien in Bochum zu folgen.

Das Prinzip *Respektiere das Individuum* (3) ist eines von den Prinzipien, die in Bochum nicht ganz erfüllt wurden. In den Kommentaren wurde Nokia mit Bezeichnungen wie *Ausbeuter* und *Lump* bezeichnet. Solche Bezeichnungen sind keine Attribute für ein Unternehmen, das Individuen respektiert. Wie aus der Grobanalyse hervorgeht, war Nokia zuerst nicht bereit, über die Arbeitsplätze der Bochumer Fabrik zu diskutieren. Das zeigt weder Respekt vor den Individuen noch ist es Zeichen einer guten Personalstrategie. Man kann damit behaupten, dass das Prinzip *Verbessere deine Personalstrategie* (4) in Bochum auch nicht erfüllt worden ist.

Man kann stattdessen sehen, dass das Prinzip *Entdecke unaufhörlich – konkurriere erbarmungslos* (6) in Bochum befolgt wurde. Dass Nokia an einem günstigen Standort übersiedelt und dadurch seinen Profit verbessert, ist Zeichen von strategischen Fähigkeiten eines konkurrierenden Unternehmens. Das zeigt auch, dass Nokia sich auf die Zukunft ausrichtet, was das Prinzip *Lerne von der Vergangenheit und bereite dich auf die Zukunft vor* (10) auch erfordert. Ein Grund für den langen Erfolg Nokias liegt in der Fähigkeit, aus der Vergangenheit zu lernen. Ob Nokia auch aus der Bochumer Schließungsphase etwas gelernt hat, wird die Zukunft zeigen.

Ich vermutete, dass Nokia in der F.A.Z. nur selten sachlich betrachtet würde. Die Kommentare beweisen jedoch, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung Nokia ziemlich verständnisvoll behandelt. Es stellt sich die Frage, ob die F.A.Z. ihre verständnisvolle und für Nokia eintretende Perspektive absichtlich eingenommen hat. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung wird in vielen Ländern, wie auch in Finnland, gelesen. Vielleicht möchte die Zeitung an ihre eigene und auch an die Beziehungen Deutschlands denken und den harten Widerspruch deutscher Politiker ausgleichen. Oder vielleicht möchten sie einfach die Leute und besonders die Arbeiter der Bochumer Fabrik beruhigen. Auf jeden Fall, haben die Kommentare die Macht des Mediendiskurses eindeutig benutzt, um den Lesern auch andere Meinungen zu bieten als die von deutschen Politikern.

Es wird in den Kommentaren kritisiert, wie leicht Deutschland und seine Bundesländer den Unternehmen Subventionen gewähren. Laut dem Kommentar *Boykott der Populisten* sollen die Politiker den Unternehmen keine Steuergelder als Subventionen bewilligen. Obwohl diese Kritik schon im Januar 2008 erschien, hat Deutschland seine *Subventionsrallye* fortgesetzt. Im November 2009 passierte ein ähnlicher Vorgang, wie der von Nokia. Das amerikanische Unternehmen General Motors (GM) wollte sein Opel Werk in Bochum schließen statt das Unternehmen an den kanadisch-österreichischen Konzern Magna zu verkaufen, wie es geplant war.

Ministerpräsident Rüttgers nahm zu dieser Entscheidung wieder mit einer harten Kritik Stellung. Die Entscheidung von GM zeige „das hässliche Gesicht des Turbokapitalismus“ (F.A.Z. 06.11.2009.) In der F.A.Z. wurde Rüttgers heftig kritisiert. Dass er wieder solche harten Schimpfwörter benutzt hatte und als Arbeiterführer auftrat, der sich um die Arbeiter kümmere, ähnelt dem Fall von Nokia.

Im Artikel *Härtetest für den Arbeiterführer* (F.A.Z. 06.11.2009) wird mehrere Male die Entscheidung von GM mit dem Nokia Fall verglichen. Obwohl Rüttgers sich als Arbeiterführer vorstellen möchte, weist die F.A.Z. darauf hin, dass von 2300 Arbeitern der Bochumer Fabrik noch (nach anderthalb Jahren) 1200 ohne Arbeit seien. Die F.A.Z. gibt den Arbeitern bei Opel keine größere Hoffnungen: „Die Aussichten, dass der Fall Opel in Bochum langfristig besser ausgehen wird als der Fall Nokia stehen schlecht“, berichtet die Zeitung (06.11.2009).

Der Fall Opel-GM erweckte auch die Diskussion über Subventionen wieder zu neuem Leben. In der Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (07.02.2010) wurde eine Befragung unter dem Titel *Zu viel Subventionen* durchgeführt. In dieser Befragung wurden die Meinungen des Volkes zu den Subventionen erfragt. 46 % von rund 1800 Befragten meinten, dass in Deutschland zu viele Subventionen gezahlt werden. 17 % dachten, dass die gezahlten Subventionen gerade richtig seien. Nur 6 % antworteten, dass zu wenig Subventionen gezahlt werden und 31 % waren unentschieden. Die Befragung berichtet, dass Deutschland im vergangenen Jahr (2009) knapp 30 Milliarden Euro in Subventionen investierte. Diese Ergebnisse zeigen, dass zumindest die Bevölkerung immer noch gegen Subventionen ist.

Hat die Bochumer Fabrikschließung dann Nokias Erfolg und die Marktführerstellung beeinflusst? Der Analytiker Hannu Rauhalta von der OKO Bank kommentierte in dem finnischen Programm *Huomenta Suomi* die Konsequenzen der Bochumer Fabrikschließung im Januar 2008 kurz nach der Schließungsmitteilung. Er vermutete, dass der Boykott in Deutschland gegen Nokias Mobiltelefone keinen großen Einfluss auf den Nokia Konzern haben würde. (Internet 17.)

Am 5. September 2008 teilte Nokia jedoch mit, dass sein Anteil an den Mobiltelefonmärkten im dritten Quartal des Jahres 2008 kleiner als erwartet sein wird. Als Grund dafür nennt der Konzern, dass es nicht an der aggressiven Produktpreisbestimmung teilgenommen habe. Der Konzern glaubte, dass die aggressive Preisbestimmung negative Folgen auf die Rentabilität des Konzerns haben würde. Nokias Strategie sei, dass es seinen Marktanteil nur dann zu verbessern versuche, wenn das auf lange Sicht sinnvoll sei. (Internet 18.) Von den Folgen der Bochumer Fabrikschließung wird kein Wort im Bericht gesagt.

Auch die Umsätze von Nokia blieben kleiner im Vergleich zum Vorjahr. Der Umsatz von Nokia in Deutschland ist von 2007 bis 2008 von 2 614 Millionen Euro auf 2 294 Millionen gesunken. Auch der ganze Umsatz sank um 1 % von 51 058 Millionen Euro auf 50 710 Millionen. (Internet 12.) Ein Kostenanteil von 259 Millionen Euro, der mit den Kosten der Bochumer Fabrikschließung verknüpft war, reduzierte den Umsatz des Bereiches *Devices & Services*. Ein Kostenteil von 201 Millionen, der u. a. aus den Neuregelungen resultierte, beeinflusste seinerseits den Umsatz von *Nokia Networks*.

(Internet 19.) Diese Kostenanteile von insgesamt 460 Millionen Euro im Jahr 2008 sind weiterhin Folgen der Bochumer Fabrikschließung.

Die Schließung der Bochumer Nokia Fabrik bietet ein weites Untersuchungsgebiet mit einer großen Menge Untersuchungsmaterial an. Die in dieser Arbeit analysierten Kommentare der Frankfurter Allgemeinen Zeitung boten ein interessantes und vielseitiges Spektrum an Diskursen und Bezeichnungen, die die Repräsentation von Nokia definierten. Die Diskurse und Bezeichnungen offenbarten etwas davon, wie Nokia in deutschen Medien während der Bochumer Fabrikschließung behandelt wurde. Die Empörung der Bochumer Arbeiter und der Boykott der Politiker zeigten auch, was die deutsche Bevölkerung und besonders die deutsche Politiker von Nokia erwartete und welche Erwartungen nicht erfüllt wurden. Vielleicht kann Nokia in der Zukunft eine bessere Handlungsweise finden.

In einer größeren Arbeit, beispielweise in einer Lizentiat-Arbeit, wäre es möglich, ein Lokalblatt (z. B. die Bochumer Zeitung) mit einer nicht-lokalen Zeitung (z. B. der F.A.Z.) zu vergleichen. Man könnte untersuchen, ob es unterschiedliche Meinungen und Gesichtspunkte zu Nokia zwischen diesen Veröffentlichungen gibt und welches die Gründe für die Unterschiede sind. Anstatt eines Lokalblattes und einer nicht-lokalen Zeitung wäre es auch möglich, eine deutsche Zeitung mit einer finnischen Zeitung zu vergleichen. Die Unterschiede zwischen den deutschen und den finnischen Medien und die Art und Weise, wie sie die Nachricht der Bochumer Fabrik behandelt haben, wäre ein interessantes Untersuchungsgebiet.

Die Subventionsfrage scheint ein Dauerbrenner in Deutschland zu sein. Eine vergleichende Arbeit, die z. B. das Phänomen Nokia mit dem Phänomen Opel-General Motors in Bochum untersucht, würde neue und fruchtbare Information über die Subventionsfrage wie auch über die globale Wirtschaftswelt und die Positionen und Aufgaben der Politiker bieten.

In dieser Arbeit wurden nur die Meinungen und Gedanken von Journalisten der F.A.Z., also von *Nichtbetroffenen*, untersucht. Es wäre interessant zu wissen, wie das Management von Nokia die Schließungsphase und deren Konsequenzen sieht und wie sich die Meinungen der ehemaligen Arbeiter von der Schließungsmitteilung bis heute verändert haben. Eine Arbeit, die auch die authentischen Meinungen der Bochumer

Nokia Arbeiter und des Managements von Nokia darstellen könnte, wäre ein ergänzender Teil zu dieser Arbeit.

Nokia ist ein weltweites Unternehmen, dessen Umsatz bei etwa einer halben Milliarde liegt. So ein großes Unternehmen kann sich Entscheidungen leisten, die kurzfristig Verlust mit sich bringen, aber auf lange Sicht Gewinn machen. Eine solche Entscheidung war auch die Schließung der Bochumer Fabrik. Die Konkurrenz auf dem Mobiltelefonmarkt ist jedoch hart und man kann sich nicht leisten, seine Kunden zu verlieren. Die Schließung der Bochumer Fabrik schadete dem Image von Nokia und verprellte wahrscheinlich eine Menge deutscher Kunden. Nach dem deutschen Forscher Glenn R. Gassen (2009, 17) ist Nokia nach der Schließung der Bochumer Fabrik mehrere Male in Deutschland kritisiert worden. Nach ihm haben die Handlungen die bilateralen Beziehungen der Länder jedoch nicht beleidigt, auch wenn die finnische Botschaft in Berlin einige anti-finnische Mitteilungen nach der Schließungsmitteilung bekommen hat.

Obwohl die Schließung der Bochumer Fabrik nicht der einzige Grund für das schlechte Ergebnis des Nokia Konzerns im Jahr 2008 war, hat sie bestimmt eine bestimmte Rolle dabei gespielt.

Wenn sie versuchen mit Moral gegen die grundlegenden Gesetzmäßigkeiten der Wirtschaft anzugehen, dann verliert immer die Moral (Karl Homann, Professor und Fachmann der Wirtschaftsethik, im Dokument „Bochum – Globalisaation karvas oppitunti“ 13.4.2009 Yle TV1).

## **Literaturverzeichnis**

### **Primärliteratur:**

Frankfurter Allgemeine Zeitung 16.01.2008-31.07.2008

### **Sekundärliteratur:**

Blommaert, Jan 2005: Discourse: a critical introduction. Cambridge: Cambridge University Press.

Burman, E. & Parker, I. 1993: Introduction – Discourse Analysis: the Turn to the Text, in: Discourse Analytic Research. Repertoires and Readings of Texts in Action. Burman, E. & Parker, I. (Hgs.). London: Routledge, 1-13.

Chouliaraki, Lilie & Fairclough, Norman 1999: Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Duden 1982: Der Duden in 12 Bänden: das Standardwerk zur deutschen Sprache. Das Fremdwörterbuch. Band 5. Mannheim: Duden Verlag.

Fairclough, Norman 1989: Language and Power. London: Longman.

Fairclough, Norman 1992: Discourse and Social Change. Cambridge: Polity.

Fairclough, Norman 1995: Critical discourse analysis: the critical study of language. London: Longman.

Fairclough, Norman 1997: Miten media puhuu. Ins Finnische übersetzt von: Virpi Blom & Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.

Fairclough, Norman 2001: Language and Power. Malaysia: LP.

Fairclough, Norman 2003: Analysing Discourse. Textual analysis for social research. London: Routledge.

- Foucault, Michel 1983: Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1. Frankfurt.
- Gassen, Glenn R. 2009: Big and Small in Europe. Functions of the German-Finnish Relations within the European Union. Artikel in: Finnish Business and Policy Forum Eva. SWP Working Paper FG 1, 2009/12 & FG 2 2009/08, October 2009. Berlin: SWB. (<http://www.eva.fi/eng/index.php?m=8&did=591>, 17.05.2010).
- Götttert, Jean-Marc 2001: Die Nokia Methode. Die 10 Erfolgsgeheimnisse des innovativsten Handy-Herstellers der Welt. Wien Frankfurt: Überreuter Wirtschaft.
- Häikiö, Martti 2001: Nokia Oyj:n historia 3. Globalisaatio. Helsinki: Edita.
- Häikiö, Martti 2002: Nokia: The Inside Story. Helsinki: Edita.
- Häikiö Martti 2009: Nokia. Matka maailman huipulle. Helsinki: Edita.
- Harju, Anu 2008: Specialist wanted: evaluation and implicit marketing in the Nokia recruitment advert text. Pro Gradu. Helsinki.
- Jäger, Siegfried 2001: Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Despositivanalyse. In: Keller, Rainer et al. (Hg.) 2001: Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden. Opladen: Leske + Budrich, S. 81-112.
- Jäger, Siegfried 2004: Kritische Diskursanalyse: eine Einführung. Münster: Unrast
- Jokinen, Arja; Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero 2004: Diskurssianalyysin aakkoset. Tampere: Vastapaino.
- Keller, Rainer 2001: Wissenssoziologische Diskursanalyse. In: Keller, Rainer; Hirsland, Andreas; Schneider, Werner & Viehöver, Willy (Hg.) 2001: Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden. Opladen: Leske + Budrich.
- Koszyk, Kurt & Pruys, Karl H. (Hg.) 1969: Wörterbuch zur Publizisten. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Lenk, Hartmut E. H., et al. (Hg.) 2005: Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms Verlag.



Link, Jürgen 1983: Was ist und was bringt Diskurstaktik. In: kultuRRevolution 2. S.60-66.

Lüger, Heinz-Helmut 1983: Pressesprache. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Merriden, Trevor 2001: Business the Nokia Way. Secrets of the World's Fastest Moving Company. Oxford: Capstone.

Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2009: Kurssi kohti diskurssia. Tampere: Vastapaino.

Pihlaja, Kaisa 2001: The corporate image of Rautaruukki – A reception study and textual analysis of Rautaruukki's brochures, advertisements and Internet pages. Pro Gradu. Jyväskylä.

Sarasin, Philipp 2001: Diskurstheorie und Geschichtswissenschaft. In: Keller, Rainer; Hirsland, Andreas; Schneider, Werner; Viehöver, Willy (Hgs.) 2001: Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden. Opladen: Leske + Budrich.

Steinbock, Dan 2001: The Nokia Revolution: the story of an extraordinary company that transformed an industry. New York: Amacom.

Turner, Graeme 1990: British Cultural Studies: an Introduction. Boston: Unwin Hyman.

Wodak, R. 1995: Critical linguistics and critical discourse analysis. In: Verschueren, Jef, Östman, Jan-Ola, Blommaert, Jan (Hgs.): Handbook of Pragmatics: Manual: 204-210. Amsterdam: John Benjamins.

## **Internet Quellen:**

### **Internet 1:**

<http://www.nokia.com/A4136002?newsid=1182125>, 07.03.2009, 08:58

### **Internet 2:**

<http://www.nokia.com/press/press-releases/archive/archiveshowpressrelease?newsid=824076>, 28.10.2009, 13:17

### **Internet 3:**

<http://www.nokia.com/press/press-releases/archive/archiveshowpressrelease?newsid=824373>, 28.10.2009, 13:18

### **Internet 4:**

<http://www.nokia.com/press/press-releases/showpressrelease?newsid=1114420>, 28.10.2009, 13:19

### **Internet 5:**

<http://www.nokia.com/press/press-releases/showpressrelease?newsid=1182125>, 28.10.2009, 13:20

### **Internet 6:**

<http://www.faz.net/dynamic/download/aboutus/InfoAllesueber2008.pdf>  
24.04.2010, 10:07

### **Internet 7:**

[http://www.talentum.com/doc.te?f\\_id=1215822](http://www.talentum.com/doc.te?f_id=1215822), 29.3.2009, 10:33

### **Internet 8:**

<http://www.nokia.fi/A4351118?newsid=776124>, 17.4.2009, 16:21

### **Internet 9:**

<http://www.nokia.fi/A4351118?newsid=778243>, 17.4.2009, 16:20

### **Internet 10:**

<http://www.faz.net/s/Rub1FABCEA051BA47C4BF043781A55B9CFD/Doc~E309F5AF58D9B4E268FC328B9E17C01C1~ATpl~Ecommon~Scontent.html>,

25.04.2010, 11:05

### **Internet 11:**

<http://www.phil2.uni-wuerzburg.de/fileadmin/05010400/Mitarbeiter/Herbst/DDeg.pdf>,  
19.5.2009, 11:45

**Internet 12:**

[http://www.nokia.com/NOKIA\\_COM\\_1/About\\_Nokia/Sidebars\\_new\\_concept/Annual\\_Accounts\\_2008/NOKIA\\_VUONNA\\_2008.pdf](http://www.nokia.com/NOKIA_COM_1/About_Nokia/Sidebars_new_concept/Annual_Accounts_2008/NOKIA_VUONNA_2008.pdf), 08.12.2009, 18:52

**Internet 13:**

<http://www.wsws.org/de/2008/jan2008/noki-j19.shtml>, 11.12.2009, 11:35

**Internet 14:**

<http://www.mobiiliblogi.com/2008/05/05/matkapuhelinvalmistajien-markkinaosuudet-q12008/>, 11.12.09, 12:10

**Internet 15:**

[http://www.welt.de/welt\\_print/article1561804/Aus\\_fuer\\_letztes\\_Handy\\_Werk\\_in\\_Deutschland.html](http://www.welt.de/welt_print/article1561804/Aus_fuer_letztes_Handy_Werk_in_Deutschland.html), 14.12.09, 12:46

**Internet 16:**

[http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/nokia\\_aid\\_233551.html](http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/nokia_aid_233551.html), 15.12.08, 13:06

**Internet 17:**

<http://www.mtv3.fi/uutiset/talous.shtml/arkistot/talous/2008/01/603836>, 30.03.10, 11:28

**Internet 18:**

[http://press.nokia.fi/PR/200809/1249277\\_4.html](http://press.nokia.fi/PR/200809/1249277_4.html), 30.03.10, 11:51

**Internet 19:**

[http://press.nokia.fi/PR/200807/1236586\\_4.html](http://press.nokia.fi/PR/200807/1236586_4.html), 30.03.10, 12:21

**Andere Quellen:**

Frankfurter Allgemeine Zeitung 06.11.2009

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung 07.02.2010

Ralph Goldmann und Stefan Hanf 2008: Bochum Globalisaation karvas oppitunti. ZDF.  
Auf Yle TV1 13.04.2009

## **Anhang 1**

### **Primärkorpus:**

**Kommentar 1: Richtig schmerzhaft** von Johannes Winkelhage 16.01.08

**Kommentar 2: Subventionsheuschrecke** von Carsten Knop 17.01.08

**Kommentar 3: Boykott der Populisten** von Holger Steltzner 21.01.08

**Kommentar 4: Fingerzeige** von Heike Göbel 25.01.08

**Kommentar 5: Flucht für 200 Millionen** von Johannes Winkelhage 09.04.08

### **Sekundärkorpus:**

**16.01.08 Nokia schließt sich die letzte deutsche Handyfabrik**

**17.01.08 Ratlos in Bochum**

**17.01.08 Wir profitieren doch alle – Der Fall Nokia aus Brüsseler Sicht**

**18.01.08 Nokia will seine Entscheidung nicht revidieren** – Rüttgers fordert Gespräche über Bochum / Im rumänischen Cluj laufen die Bänder schon

**18.01.08 Der Steiger kommt** – Jürgen Rüttgers und die Heuschrecken

**19.01.08 Nokia investiert in Rumänien 60 Millionen Euro**

**22.01.08 Die Macht des Verbrauchers**

**22.01.08 Steuergeld und Nokia**

**23.01.08 15 000 demonstrieren für Erhalt des Nokia-Werks** – „Glaube nicht, dass die Leute jetzt ihre Arbeitsplätze behalten“

**23.01.08 „Lösungen suchen, die nicht mehr eiskalt wirken“** – Im Gespräch: Olli-Pekka Kallasvuo, Vorstandsvorsitzender des Handyherstellers Nokia

**24.01.08 Glos relativiert die Kritik an Nokia**

**25.01.08 Zur Ordnung: Biologie in Bochum** von Hans D. Barbier

**25.01.08 Nokia schließt Bochum trotz Milliardengewinns**

**26.01.08 Nokia weist Gerüchte um Rumänien zurück**

**28.01.08 Verständnis für aufstrebende Staaten**

**28.01.08 Der Fall Nokia**

**29.01.08 Nokia-Gespräch ohne Ergebnis** –Arbeitssteam soll Lösungen suchen

**29.01.08 Standpunkt: Lehren aus Bochum** von Thorsten Grenz

**30.01.08 Die Landtagswahlen weit weg** – Kurt Beck zu Besuch in Bochum

**31.01.08 Streit im Betriebstrat von Nokia** – Finnische Arbeitnehmervertreter rechtfertigen das Aus für Bochum

**21.02.08 Nokia muss solche Einsparpotentiale nutzen**

**12.03.08 Nordrhein-Westfalen droht Nokia mit einer Klage**

**09.04.08 Nokia schließt Sozialplan für Werk in Bochum** – Finnischer Handy-Hersteller gibt 200 Millionen Euro / Produktion endet am 30.Juni

**17.05.08 Zum letzten Mal durch das Nokia-Werkstor**

**04.07.2009 Nokia und Nordrhein-Westfalen einigen sich** – Das Land und der Konzern zahlen jeweils 20 Millionen Euro für Bochum-Förderung

## Anhang 2

Kommentar 1, 16.01.08

### Richtig schmerzhaft

Johannes Winkelhage

**E**s ist eine bittere Nachricht für die Mitarbeiter in der Handyproduktion von Nokia und für die Region um Bochum. Sie kommt aber nicht überraschend. Auch Nokia musste sich immer wieder die Frage stellen, ob die Produktion der Geräte in Deutschland noch wettbewerbsfähig sei. Diese Frage hat der Vorstand um Olli Pekka Kallasvuo kurz vor Weihnachten mit einem klaren Nein beantwortet. Schon BenQ und Motorola hatten in den vergangenen Jahren die gleiche Antwort auf diese Frage gegeben – auch wenn in diesen Fällen noch viele andere Gründe mitgespielt haben. Besonders schmerzhaft ist die Entscheidung angesichts der blendenden Lage unangefochtener Weltmarktführerschaft, in der sich Nokia derzeit befindet. Der Konzern verdient gut. Warum also müssen jetzt so harte Entscheidungen getroffen und damit auch der Ruf aufs Spiel gesetzt werden? Der Grund ist einfach: Die Finnen haben erst vor wenigen Jahren zu spüren bekommen, wie schnell die Vormachtstellung auf dem Handymarkt mit seinem beinharten Preiswettbewerb kippen kann. Daher ist es nur konsequent, wenn Nokia jetzt handelt und nicht erst wartet, bis es mit dem Geschäft wieder bergab geht.

## Anhang 3

Kommentar 2, 17.01.08

### Subventionsheuschrecke

Von Carsten Knop

Dieses Wort werden die Mitarbeiter des Bochumer Nokia-Handywerks zum ersten Mal in ihrem Leben gehört haben. Ihr bisheriger Arbeitgeber Nokia drohe in den Ruf einer „Subventionsheuschrecke“ zu geraten, hat ihnen der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Rüttgers zugerufen. Seine einfache Formel lautet: Fördermittel kassieren und dann weiterziehen, das gehöre sich nicht.

Richtig so, werden sich die Bochumer gedacht haben. Was aber folgt solchen Worten, die billig Beifall erheischen und zur Pflicht eines Landespolitikers zu gehören scheinen? Nichts, jedenfalls nichts, was den Mitarbeitern noch helfen könnte. Es ist ja wahr, dass der Weltmarktführer für Mobiltelefone für das Bochumer Werk öffentliche Fördermittel in Höhe von 88 Millionen Euro erhalten hat. Aber das Geld, das in der Vergangenheit geflossen ist, reicht offenbar nicht aus, um das Werk auch in der Zukunft wettbewerbsfähig zu halten. Und nur darum geht es.

Wie aber soll sich Nokia verhalten? Ein Unternehmen, zumal eines, dessen Vorstand seinen Aktionären Rede

und Antwort steht, muss dort produzieren, wo dies zu wettbewerbsfähigen Kosten möglich und strategisch sinnvoll ist. Das haben vor Nokia leider auch schon die Wettbewerber BenQ aus Taiwan und Motorola aus Amerika zum Nachteil ihrer deutschen Werke so entscheiden müssen. Sie werden wieder nach Deutschland kommen, wenn es ihnen sinnvoll erscheint. Denn gerade an Tagen, an denen es solche schlechten Nachrichten gibt, darf nicht übersehen werden, dass sich die deutsche Wirtschaft im internationalen Wettbewerb bestens schlägt und zum Beispiel dem Maschinenbau seine Produkte trotz des hohen Außenwerts des Euro aus den Händen gerissen werden. Wenn in Deutschland genug Ideen in ein Produkt fließen, dass es so gut nur hier gefertigt werden kann, sind die Lohnkosten kein großes Problem – und Subventionen überflüssig.

Aber ein Handy kann man inzwischen überall in einer guten Qualität fertigen. Dem Konsumenten ist es ohnehin gleichgültig: Er vertraut allein der Marke. Er wird Gründe haben, warum er für Elektronikprodukte nicht mehr darauf achtet, ob „Made in Germany“ auf der Packung steht. Das ist bei Autos und Maschinen anders, zu Recht.



## Anhang 4

Kommentar 3, 21.01.08

### Boycott der Populisten

Von Holger Steltzner

5 Der neue Feind sitzt im Norden. Er führt die Kapitalismuskarawane aus Deutschland weg, er ist eine Subventionsheuschrecke, ein Steinzeitkapitalist, ein Investitionshopper, er ist unanständig, ein Lump, ein Ausbeuter. Diese Auswahl aktueller Beschimpfungen zeugt von der wortschöpferischen Kraft deutscher Politiker, ihrem Willen, Manager und Unternehmen zu verunglimpfen, und ist ein weiterer Beleg für das abnehmende Verständnis der Spitzenpolitiker für marktwirtschaftliche Prinzipien. Die Empörung gipfelt im Aufruf: Boykottiert Nokia! Die Bundeskanzlerin muss erklären, warum sie ihr Handy nicht zur Seite legt. Der Gesundheitsminister Seehofer (CSU) hat sein Nokia demonstrativ auf den Müll geworfen, dem SPD-Vorsitzenden Beck kommt diese Marke nicht mehr ins Haus, und der SPD-Fraktionsvorsitzende Struck hat sein Büro gebeten, ihm ein politisch korrektes Mobiltelefon zu besorgen.

25 Was ist passiert? Der finnische Konzern Nokia will die letzte deutsche Fabrik für Mobiltelefone schließen und die Produktion nach Rumänien und Ungarn verlagern. Als Grund nennt der Weltmarktführer für Mobiltelefone nicht allein die hohen Arbeitskosten in Deutschland. Weil diese weniger als fünf Prozent der Produktionskosten ausmachen, wäre das auch wenig glaubwürdig. Ausschlaggebend sei vielmehr die Weigerung der Zulieferbetriebe gewesen, sich wegen der hohen Kosten rund um die Fabrik anzusiedeln. In Bochum gehen nun leider 2300 Arbeitsplätze verloren. Ein Jahr vorher hatte Motorola seine Handyfabrik in Flensburg dichtgemacht, wiederum ein Jahr zuvor BenQ die von Siemens übernommene Standorte in München und Kamp-Lintfort geschlossen. Dieselbe Entwicklung wird für die mit vielen Steuermillionen subventionierte Chipindustrie im Osten Deutschlands erwartet.

50 Nokia hat die Fördergelder gern genommen, sich an die vereinbarte Bindungsfrist für die Arbeitsplätze gehalten und danach eine nüchtern kalkulierte Standortentscheidung getroffen. Das passiert ständig und überall. Täglich sticht im innerdeutschen Wettbewerb zwischen kommunalen Gewerbegebieten ein Bürgermeister eine Nachbargemeinde aus. Ebenfalls täglich treffen deutsche Firmen auf der ganzen Welt Standortentscheidungen, schließen oder eröffnen neue Fabriken und nehmen oft auch Steuergeschenke der Gastländer mit. Wie wäre es, wenn jedes Mal zum Boykott deutscher Produkte aufgerufen würde? Der Exportweltmeister Deutschland bliebe auf seinen Maschinen, Autos und anderen Waren sitzen, aus dem Aufschwung würde ein Absturz, aus dem Strom der Gewerbesteuermilliarden ein Rinnsal, und die Arbeitslosigkeit schnellte wieder nach oben.

75 Aber die Nokia-Fabrik in Bochum habe doch Gewinn gemacht, wird ein-

gewandt. Darf man Arbeitsplätze von einem zum anderen Ort verlagern, nur um den Profit zu steigern? Natürlich. Genauso wie man die Wohnung wechseln darf, wenn man woanders günstiger mieten kann. Möglichst hohe Renditen und möglichst billige Produkte sind oft zwei Seiten derselben Medaille. Das Erste fordern die Investoren, und Unternehmen müssen dem nachkommen, wenn sie Kapital für Wachstum und Innovation bekommen wollen. Das Zweite verlangt der Verbraucher, der auf kollektiver Schnäppchenjagd seine persönliche Globalisierungrendite einstreichen will. Über diesen Wettbewerb treiben Kunde und Investor eine Karawane von Unternehmen an, die auf der Suche nach einem noch besseren Standort ist und deren ständi-

Jetzt das Nokia-Handy wegzwerfen ist reine Stimmungsmache.

ger Begleiter der Strukturwandel ist. Die Textilindustrie, schon seit zwanzig Jahren auf Wanderschaft, ist hierbei Vorreiter. Alle paar Jahre zieht sie weiter. Dorthin, wo die Näherinnen noch billiger sind: von Deutschland nach Rumänien, dann weiter nach Osten bis nach China, von dort nach Vietnam, derzeit nach Laos oder Kambodscha. Die Kunden wollen es so, ihnen kann das T-Shirt nicht billig genug sein. Wer kein Nomadenleben führen will, muss findig sein und besondere Qualität liefern. Auch das zeigt die Textilbranche. Mit technischen Textilien, die Luft durchlassen und Wasser abweisen oder sogar die Luft reinigen können, erobern deutsche Textilfirmen sogar den chinesischen Markt.

100 Die Boykottaufrufe von deutschen Politikern sind populistisch und gefährlich. Was wollen Seehofer, Beck und Struck denn anbieten? Noch mehr Subventionen? Politiker können mit Steuergeld außerhalb des öffentlichen Dienstes keine Dauerarbeitsplätze schaffen, auch wenn sie noch so oft das Gegenteil versprechen. Weil sie nicht über Firmenstandorte entscheiden, sollten sie Steuergelder nicht länger als kurzfristige Subventionsmilliarden an Konzerne verschleudern. Dieses Geld wäre besser in Bildung und Steuersenkungen investiert. Warum verteuern deutsche Spitzenpolitiker eigentlich so eifrig Manager, Unternehmen und Wettbewerb? Warum erklären sie nicht, dass die Deutschen Gewinner der Globalisierung sind, dass Wohlstand auf freiem Handel gründet und dass deutsche Maschinenbauer die Fabriken in der ganzen Welt ausrüsten, mit denen all die Güter produziert werden, die im Discounter so begehrt wie günstig sind? Es ist verlogen, wenn populistische Politiker erst das Zerrbild des bösen Kapitalisten zeichnen und dann darüber klagen, dass die Akzeptanz der Marktwirtschaft immer geringer wird.



## Anhang 5

Kommentar 4, 21.01.08

### Fingerzeige

Von Heike Göbel

Nokia hat eine goldene Bilanz vorgelegt. Ein Gewinnsprung von 67 Prozent auf 7,2 Milliarden Euro: Dieser Erfolg wird die Kritik am Entschluss des Handyherstellers, sein Werk in Bochum zu schließen, beflügeln. Und er ist Wasser auf die Mühlen derer, die Wettbewerb und Marktwirtschaft skeptisch gegenüberstehen und mit dem Vorwurf der „gierigen Eigentümer“ schnell bei der Hand sind. Doch es hilft niemandem – schon gar nicht den vor der Entlassung stehenden Beschäftigten in Bochum –, das Streben nach Gewinn einäugig zu verteufln. Denn hier liegt nicht nur der wichtigste Motor für Fortschritt und Wohlstand, es steht auch die Vorteilsuche des Kunden in keiner Weise der des Unternehmers nach. Der Käufer will das beste Preis-Leistungs-Verhältnis, damit sein knappes Einkommen möglichst weit reicht. Allein aus Heimmattreue mehr zu bezahlen, liegt ihm fern. Ein Unternehmen, das dies nicht respektiert, ist schnell vom Markt gefegt. Vorausschauende Standortentscheidungen, wie die von Nokia, sind, so hart es klingt, ein Ausdruck von Respekt vor den Kunden. Statt das zu kritisieren, sollte man daraus lernen. Der Fall Nokia bietet manchen Fingerzeig, was hierzulande zu verbessern wäre.

## Anhang 6

Kommentar 5, 09.04.08

### Flucht für 200 Millionen

Von Johannes Winkelhage

**N**okia zahlt 200 Millionen Euro, um das Werk in Bochum zu schließen. Das sind umgerechnet etwa 86 000 Euro für jeden der 2300 Beschäftigten. Das Geld fließt in direkte Gehaltsfortzahlungen und in die künftige Transfergesellschaft. Damit geht der Konzern über die Grenzen des Üblichen weit hinaus. Nokia kauft sich frei und zahlt einen Aufschlag, um aus den Schlagzeilen herauszukommen. So gesehen, hat sich das lautstarke und oft auch populistische Engagement mancher Politiker sogar gelohnt. Für den Konzern ist das Kapitel Bochum damit abgehandelt. Doch heimische Wirtschaftspolitiker sollten den Fall nicht einfach zu den Akten legen. Die Finnen und ihre Zulieferer klagen nicht nur über die hohen direkten Arbeitskosten, sondern auch über die Rahmenbedingungen des Wirtschaftens in Deutschland. Es stellt sich die Frage, was verbessert werden sollte, um weitere Abwanderungen zu verhindern. Da denkt man zuerst an das komplizierte Steuersystem und sofort danach an die ungezählten bürokratischen Detailvorschriften. Nokia nimmt nun 200 Millionen Euro in die Hand, um diesem Umfeld zu entfliehen. Das gibt zu denken.