

HARTMUT E. H. LENK

Das Gewicht der Textsorte Kommentar in verschiedenen Typen bundesdeutscher Tageszeitungen

1. Die Zeitungslandschaft in der Bundesrepublik Deutschland

1.1 Zur Anzahl und Verbreitung von Tageszeitungen

Nach den Angaben in online verbreiteten Quellen des Bundes Deutscher Zeitungsverleger erscheinen in der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 2015 insgesamt 351 Tageszeitungen (BDZV 2015, 5). Für das Jahr 2013 wurde die Zahl mit 353 angegeben (BDZV 2014, 5), und es wird auf über 1500 Unterausgaben verwiesen. In den Statistiken bei KELLER/EGGERT (2013) finden sich unterschiedliche Angaben: Auf S. 48 wird als Gesamtzahl aller Tageszeitungen in Deutschland der Wert 329 genannt, die Summe der Tageszeitungen in der Umsatzerhebung des BDZV für das Jahr 2012 auf S. 62 ergibt 269. Die Summe der Einzelkategorien der entsprechenden Erhebung in KELLER/EGGERT (2014, 68) beläuft sich auf 262. Wie viele Tageszeitungen also tatsächlich in der Bundesrepublik Deutschland erscheinen, ist nicht ganz eindeutig zu bestimmen.

Die Auflagenhöhe einer großen Zahl dieser Zeitungen wird von der IVW ermittelt und beglaubigt; sie ist im Internet abrufbar. Eine *Liste deutscher Zeitungen*, die – mit Ausnahme von Anzeigenblättern, Fach- und Kirchenzeitungen – „alle aktuell in Deutschland erscheinenden Zeitungen enthalten“ (Wikipedia 2015) soll, findet sich im gleichnamigen Wikipedia-Dokument. Listen u. a. deutscher Zeitungen bieten auch die Websites unter den Internetadressen www.zeitung.de (mit einer sehr kleinen Auswahl) sowie www.zeitungen.de, angeblich eine Auflistung „sämtlicher Zeitungen mit Aktivitäten im Internet“.

Einige der in Deutschland aktuell erscheinenden Zeitungen wurden bereits Mitte des 18. Jahrhunderts gegründet. Aufgrund der Gleichschaltung der gesamten Presse im NS-Regime und dem Verbot aller Zeitungen durch die Alliierten nach der Befreiung vom Hitler-Faschismus mussten alle Zeitungen (auch die mit gleichem Namen fortgeführten) in der Phase der Lizenzpresse (1945–1947) neu gegründet werden. Während in den westlichen Besatzungszonen Lizenzen i. d. R. nazistisch nicht belastete Einzelpersonen erhielten, entstanden in der SBZ Tageszeitungen als Organe von Parteien und Massenorganisationen (mit regionalem oder gesamtstaatlichem Verbreitungsgebiet).¹ Im Zuge der deutschen Vereinigung wurden sie zum größten Teil von bundesdeutschen Medienkonzernen übernommen (Näheres dazu findet sich bei MEYN 2004, 91–94 sowie WILKE 2004, 431–433; vgl. auch MARTEN-FINNIS 1994).

Wenn in der Überschrift dieses Abschnitts von der Zeitungslandschaft die Rede ist, so bezieht sich dies ausschließlich auf Tageszeitungen (zur Definition vgl. den Einführungsbeitrag dieses Bandes). Sie werden in Deutschland hauptsächlich noch als gedruckte Version verkauft und im Abonnement bezogen. In der jüngsten Vergangenheit hat jedoch auch die Rezeption von Tageszeitungen über das Internet in Deutschland sehr deutlich zugenommen. Nach KELLER/EGGERT (2014, 50) stieg die Anzahl verkaufter E-Papers als 1:1-Entsprechung der Printausgaben im Internet, die auf verschiedenen Endgeräten (wie PCs, Smartphones, Tablets) gelesen werden können, in Bezug auf alle deutschen Zeitungen von 21 121 Exemplaren im Jahre 2015 über 95 236 Ex. im Jahre 2010 auf 589 830 Ex. im Jahre 2014. In den letzten fünf Jahren hat er sich also mehr als versechsfacht.

Seit 2012 werden die E-Paper-Bezüge in den IVW-Statistiken mit ausgewiesen. Wenn es im Folgenden in diesem Beitrag um Angaben zur verbreiteten Ausgabe (im 1. Quartal 2013) geht, beziehen sich Anzahlen auf die Printausgabe als gedruckte Version der Tageszeitung zuzüglich der Online-Ausgabe als E-Paper.

1 Zur Phase der Lizenzpresse vgl. beispielsweise WILKE (1999), KOSZYK (1999), SCHÜTZ (1999), PROSS (2000, 127–171), MEYN (2004, 65–70).

1.2 Typen von Tageszeitungen in Deutschland

Eine erste grundsätzliche Unterscheidung der Zeitungstypen erfolgt in Deutschland nach dem Prinzip der Erscheinungsfrequenz (Differenzierung zwischen Tages- und Wochenzeitungen, s. o. und vgl. auch STRÄßNER 1997, 18f.) und zweitens nach der Vertriebsweise (Unterscheidung zwischen Abonnementzeitungen und Kaufzeitungen – letztere werden auch Boulevardzeitungen oder Straßenverkaufszeitungen genannt; für die Abo-Zeitungen ist auch der Ausdruck ‚konventionelle Zeitungen‘ gebräuchlich). Die Kaufzeitungen können in Deutschland in vielen Fällen in der Tat nicht abonniert werden,² sondern sind nur in Zeitungskiosken, Einzelhandelsgeschäften sowie in den Großstädten auch bei „fliegenden Händlern“ an Straßenkreuzungen erhältlich. Die Zahl der Kaufzeitungen in der Bundesrepublik Deutschland wird bei KELLER/EGGERT (2013, 48 und 62) mit acht bzw. neun angegeben.

Abonnementzeitungen werden von speziellen Vertriebsunternehmen (die oft den Verlagshäusern gehören) meist am frühen Morgen in die Briefkästen der Bezieher gesteckt. Der Postversand von Tageszeitungen ist innerhalb der Bundesrepublik Deutschland (außer im o. g. Fernbezug) kaum noch üblich.

Bemerkenswert ist im Zusammenhang mit der Vertriebsweise, dass es in der Bundesrepublik Deutschland keine Gratis-Tageszeitungen gibt (wie sie in Österreich, der Schweiz und vielen anderen europäischen Ländern existieren – vgl. dazu GROßE 2008 und die Beiträge zu Österreich und der Schweiz, zu Schweden und Finnland in diesem Band). Ein- bis zweimal wöchentlich gratis verteilte Anzeigenblätter gibt es jedoch sehr viele. Hinzu kommen Werbeträger einzelner Supermarktketten und anderer Handelsunternehmen im Zeitungsformat.

Ein drittes wichtiges Kriterium bei der Unterscheidung von (Tages-) Zeitungen ist der Umfang ihrer Verbreitung (der meist mit einer entspre-

2 Ausnahmen gibt es teilweise im Fernbezug (Verschickung an Orte außerhalb des eigentlichen Verbreitungsgebietes) sowie beispielsweise bei Sonntagsausgaben einiger Boulevardblätter.

chenden Auflagenhöhe einhergeht). Unterschieden werden Tageszeitungen mit überregionaler (auch: nationaler), mit regionaler und lokaler Verbreitung.

Je nach Zählweise rechnet man in Deutschland sechs bis zehn Tageszeitungen zu den national verbreiteten Blättern.³ Die einzige überregional verbreitete Kaufzeitung ist die *Bild-Zeitung* (die aber europaweit in mehr als 30 Regionalausgaben erscheint). Tabelle 1 gibt einen Überblick über die hier als Tageszeitungen mit nationaler Verbreitung betrachteten Blätter, angeordnet nach der verbreiteten Auflagenhöhe.

Zeitung	Ersch.-Ort	Typ	Auflage⁴
<i>Bild-Zeitung</i>	Berlin	Kaufztg.	2 536 401 ⁵
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	München	Abo-Ztg.	429 942
<i>Frankfurter Allgemeine (FAZ)</i>	Frankfurt a. M.	Abo-Ztg.	354 276
<i>Die Welt & Die Welt kompakt</i>	Berlin	Abo-Ztg.	216 221
<i>Handelsblatt⁶</i>	Düsseldorf	Abo-Ztg.	154 913
<i>Frankfurter Rundschau</i>	Frankfurt a. M.	Abo-Ztg.	89 125
<i>die tageszeitung (taz)</i>	Berlin	Abo-Ztg.	58 045
<i>Neues Deutschland</i>	Berlin	Abo-Ztg.	34 409
<i>Junge Welt</i>	Berlin	Abo-Ztg.	19 000 ⁷

Tabelle 1: Bundesweit verbreitete Tageszeitungen in Deutschland.

3 Bei KELLER/EGGERT (2013, 48 und 62) finden sich die Anzahlen acht und zehn.

4 Sofern nicht anders angegeben, handelt es sich um die laut IVW verbreitete Auflage der Gesamtausgabe von Montag bis Samstag im 1. Quartal 2013.

5 Genannt wird die laut IVW-Auflagenangaben deutschlandweit verbreitete Auflage von Montag bis Samstag im 4. Quartal 2012. Ab 1. Quartal 2013 werden die Auflagenzahlen bei der IVW nicht mehr für die *Bild-Zeitung* separat, sondern nur gemeinsam mit der Berliner Kaufzeitung *B.Z.* aufgeführt.

6 Erscheint montags bis freitags.

7 Laut *Wikipedia* nach eigener Angabe; als Quelle wird auf einen *taz*-Beitrag verwiesen.

Unterschiedliche Entscheidungen über den Status als überregionale vs. regionale Tageszeitung werden von verschiedenen Forschern beispielsweise hinsichtlich der *Frankfurter Rundschau*, aber auch der als linksradikal geltenden *Junge Welt* (Berlin) getroffen, deren Auflage auf den Wert einer Lokalzeitung geschrumpft ist und außerdem nicht von der IVW-Auflagenkontrolle erfasst wird. Manche Forscher beziehen die Wirtschaftszeitung *Handelsblatt* in die Liste der überregionalen Tageszeitungen mit ein, andere nicht. Gleiches gilt für *Die Tagespost* (mit ebenfalls recht kleiner Auflage; das Blatt hat den Untertitel *Katholische Zeitung für Politik, Gesellschaft und Kultur*; es erscheint dreimal wöchentlich und bleibt allein deshalb im Korpus unberücksichtigt).

Die Regionalzeitungen haben in Deutschland nach wie vor eine sehr starke Position. Sie erscheinen in der Regel mit zahlreichen Lokalteilen. Eine der größten ist die *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)*. Sie unterzieht sich nicht der IVW-Auflagenkontrolle. Die Angaben in anderen Quellen variieren stark. Die Funke-Gruppe weist die Verkaufszahlen nur für eine Gruppe von vier Zeitungen gemeinsam aus (vgl. den Beitrag von LÜGER in diesem Band). Der Wikipedia-Artikel zur WAZ nennt mit Bezug auf einen *taz*-Artikel für Juli 2009 die Zahl 397 145 als verkaufte Exemplare. Andere Regionalzeitungen mit einer vergleichsweise hohen Auflage sind beispielsweise die *Hannoversche Allgemeine Zeitung (HAZ)* total Mo.–Sa. 529 994 Ex.⁸), die *Rheinpfalz* mit *Pirmasenser Zeitung* (Mo.–Sa., zus. 239 229 Ex.), das *Hamburger Abendblatt* (Mo.–Sa. 202 257 Ex.), die *Hessische/Niedersächsische Allgemeine* (Mo.–Sa. 199 142 Ex.), die *Stuttgarter Zeitung* mit den *Stuttgarter Nachrichten* (Mo.–Sa., zus. 194 223 Ex.), der *Weserkurier* (Bremen; Mo.–Sa. 171 439), die *Berliner Morgenpost* (Mo.–So. 118 535 Ex.), die *Lübecker Nachrichten* (Di.–So. 99 558 Ex.).

Im Osten Deutschlands spielen hinsichtlich der Verbreitungsgebiete der Regionalpresse die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen, die sich 1990 teilweise umbenannt haben, nach wie vor eine große Rolle (vgl. WILKE 2004, 431–434). Einige von ihnen sind momentan jedoch noch intensiver

8 Genannt wird hier die verbreitete Auflage im 1. Quartal 2013 laut IVW.

als die meisten westdeutschen Tageszeitungen mit regionaler Verbreitung von einem Rückgang der Abonnentenzahlen betroffen. Im Hinblick auf die Gesamtheit der regionalen und lokalen Abonnementzeitungen beläuft sich der Rückgang der Verbreitungszahlen im Jahre 2014 gegenüber dem Vorjahr laut KELLER/EGGERT (2014, 74) in Westdeutschland auf 2,5 % und in Ostdeutschland auf 3,0 %. Vergleicht man die Abonnentenzahlen der letzten zehn Jahre, so sind sie bei den ostdeutschen regionalen und lokalen Abonnementzeitungen um fast die Hälfte (49,5 %) zurückgegangen, die westdeutschen Zeitungen dieses Typs haben im Vergleich zwischen 2014 und 1995 nach KELLER/EGGERT (2014, 81) gut ein Viertel (25,3 %) weniger Abonnenten.

Die überregionale Tagespresse Deutschlands hat 2014 im Vergleich zum Vorjahr einen Auflagenrückgang um 6,1 % zu beklagen, bei den bundesdeutschen Kaufzeitungen beläuft er sich nach der genannten Quelle sogar auf 8,1 %.

Die Auflagenhöhe (verbreitete Auflage, montags bis samstags/ sonntags) der deutschen Kaufzeitungen mit regionaler Verbreitung im 1. Quartal 2013 (laut IVW) enthält Tabelle 2.

Zeitung	Erscheinungsort	Auflage
<i>B.Z.</i>	Berlin	133 458
<i>TZ</i>	München	133 341
<i>Express</i>	Köln/Bonn	130 207
<i>Abendzeitung</i>	München	112 682
<i>Berliner Kurier</i>	Berlin	102 993
<i>Hamburger Morgenpost</i>	Hamburg	100 386
<i>Morgenpost für Sachsen</i>	Dresden	91 075
<i>Express</i>	Düsseldorf	34 201

Tabelle 2: Kaufzeitungen mit regionaler Verbreitung in Deutschland.

Weitere Differenzierungskriterien für Typen von Tageszeitungen sind die Eigentümer-/Herausgeberschaft sowie die weltanschauliche Orientierung.

Mit nur wenigen Ausnahmen erscheinen die bundesdeutschen Tageszeitungen in Verlagshäusern, die nach privatwirtschaftlichen Prinzipien agieren. Teilweise halten politische Parteien Anteile an diesen Unternehmen. Gewisse Ausnahmen stellen die *taz* und die *Junge Welt* dar, deren Verlage nach genossenschaftlichem Prinzip organisiert sind.

Entsprechend ihrem Streben nach Gewinnerzielung vermeiden es diese kommerziellen Tageszeitungen, sich eindeutig parteipolitisch zu binden. Die meisten Blätter, insbesondere auch die mit regionaler oder lokaler Verbreitung, bezeichnen sich als unabhängig und überparteilich. Bei der überregionalen Tagespresse sind in der Berichterstattung und Kommentierung dennoch bestimmte politische Grundlinien erkennbar (vgl. dazu WILKE 2004, 434 f.). Als konservativ gelten *Die Welt* und die *FAZ*, als gemäßigt links bzw. linksliberal die *Süddeutsche Zeitung* und die *Frankfurter Rundschau*. Die *taz* galt lange Zeit als Sprachrohr der Grünen und der eher linken Szene. Das *Neue Deutschland* führt den Untertitel *Sozialistische Tageszeitung* und steht der Partei *Die Linke* nahe, die *Junge Welt* vertritt marxistische, antiimperialistische, mitunter auch anti-israelische Positionen. Bei den überregionalen Tageszeitungen ist also das parteipolitische Spektrum von konservativ bis radikal links vertreten. Das rechtsradikale Lager ist mit keiner Tageszeitung auf dem Pressemarkt präsent, wohl aber mit einer Wochenzeitung (*National-Zeitung*, bis zu dessen Tod 2013 in München herausgegeben vom ehemaligen DVU-Vorsitzenden Gerhard Frey).

Echte Parteizeitungen, die von politischen Parteien herausgegeben werden und sich in deren Besitz befinden, gibt es in Deutschland heute generell nur noch als Wochenzeitung oder Monatsschrift.

Auch Tageszeitungen mit konfessioneller Ausrichtung sind in der deutschen Medienlandschaft eine Ausnahme (s. die o. g. *Tagespost*). Einige christliche Zeitungen erscheinen wöchentlich oder 14-täglich, die meisten jedoch noch seltener.⁹ Auch andere Glaubensgemeinschaften verfügen nicht über Tages-, wohl aber über Wochenzeitungen, ein Beispiel ist die *Jüdische Allgemeine*.

9 Vgl. das Dokument mit dem Titel „Liste deutschsprachiger christlicher Zeitschriften und Zeitungen“ bei der deutschsprachigen *Wikipedia*.

Zusammenfassend kann die Zeitungslandschaft nach HERMANN MEYN treffend mit folgenden Stichworten gekennzeichnet werden:

Diese Strukturmerkmale kennzeichnen die Presse der Bundesrepublik:

- privates Eigentum,
- hohe Zahl von Zeitungstiteln,
- lokale Bindung vieler Tageszeitungen,
- starke Position der Regionalzeitungen,
- wenige überregionale Blätter,
- reiches Zeitschriftenangebot,
- schwach entwickelte Parteipresse,
- Anzeigenabhängigkeit,
- Konzentration. (MEYN 2004, 75 f.)

Hinzugefügt werden können dieser Zusammenschau angesichts der neuesten Entwicklung die im Abschnitt 1.1 erwähnte stark zunehmende digitale Verbreitung der Tageszeitungen in Form von E-Papers sowie das Fehlen einer Gratis-Tagespresse.

1.3 Tageszeitungen im Helsinkier Kommentarkorpus

Für das *Helsinkier Kommentarkorpus* wurden insgesamt 47 deutsche Zeitungen unterschiedlichen Typs erfasst, deren Erscheinungsorte über das gesamte Bundesgebiet verteilt sind (s. Abb. 1). Aus jedem der 16 Bundesländer Deutschlands ist mindestens eine Zeitung berücksichtigt. Die Hauptstadtpresse ist, gemäß ihrer besonderen Stellung innerhalb der bundesdeutschen Presselandschaft, mit neun Zeitungen am stärksten vertreten. Drei Zeitungen aus München gehören zum Korpus und je zwei aus Erfurt, Frankfurt a. M. und Düsseldorf.

Unter den 47 Korpuszeitungen befinden sich fünf Kaufzeitungen (sie sind unten mit einem Sternchen markiert). Im Einzelnen gehören folgende Tageszeitungen zum bundesdeutschen Teil des *Helsinkier Kommentarkorpus*¹⁰:

10 Im Folgenden aufgelistet in alphabetischer Reihenfolge; der Erscheinungsort wird nur dann angegeben, wenn er sich nicht aus dem Zeitungstitel ergibt.

<i>Abendzeitung</i> (München)*	<i>Lübecker Nachrichten</i>
<i>B.Z.</i> (Berlin)*	<i>Mitteldeutsche Zeitung</i> (Halle/S.)
<i>Berliner Kurier</i> *	<i>Neues Deutschland</i> (Berlin)
<i>Berliner Zeitung</i>	<i>Nordkurier</i> (Neubrandenburg)
<i>BILD</i> (Berlin)*	<i>Nordwestzeitung</i> (Oldenburg/O.)
<i>Dachauer Nachrichten</i>	<i>Ostsee-Zeitung</i> (Rostock)
<i>Darmstädter Echo</i>	<i>Ostthüringer Zeitung</i> (Gera)
<i>Der Tagesspiegel</i> (Berlin)	<i>Passauer Neue Presse</i>
<i>Die Rheinpfalz</i> (Ludwigshafen)	<i>Potsdamer Neueste Nachrichten</i>
<i>die tageszeitung – taz</i> (Berlin)	<i>Rheinische Post</i> (Düsseldorf)
<i>Die Welt</i> (Berlin)	<i>Rhein-Zeitung</i> (Koblenz)
<i>Flensburger Tageblatt</i>	<i>Saarbrücker Zeitung</i>
<i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i>	<i>Sächsische Zeitung</i> (Dresden)
<i>Frankfurter Rundschau</i>	<i>Sindelfinger-Böblinger Zeitung</i>
<i>Fürther Nachrichten</i>	<i>Stuttgarter Zeitung</i>
<i>General-Anzeiger</i> (Bonn)	<i>Süddeutsche Zeitung</i> (München)
<i>Gießener Anzeiger</i>	<i>Schweriner Volkszeitung</i>
<i>Hamburger Abendblatt</i> *	<i>Thüringer Allgemeine</i> (Erfurt)
<i>Handelsblatt</i> (Düsseldorf)	<i>Thüringer Landeszeitung</i> (Erfurt)
<i>Hannoversche Allgemeine Zeitung</i>	<i>Trierischer Volksfreund</i>
<i>Hessische/Niedersächsische Allgemeine</i> (Kassel)	<i>tz</i> (München)*
<i>Junge Welt</i> (Berlin)	<i>Volksstimme</i> (Magdeburg)
<i>Leipziger Volkszeitung</i>	<i>Weser-Kurier</i> (Bremen)
	<i>Westdeutsche Allgemeine</i> (Essen)

Die Tageszeitungen wurden im Erfassungszeitraum des Korpus entweder als Printversion einzeln am Kiosk gekauft, im bezahlten oder im Gratis-Probe-Abo bezogen (dies teils auch als E-Paper-Ausgabe) oder von privaten Abonnenten zur Verfügung gestellt.¹¹

¹¹ Für die Mitarbeit bei der Zusammenstellung des deutschen Teilkorpus danke ich Hans Giessen, Gregor von der Heiden und Heinz-Helmut Lüger, die jeweils mehrere Zeitungen sammelten, sowie Manfred Stede, Christian und Annett Pache sowie Brigitte und Peter Brüggmann.

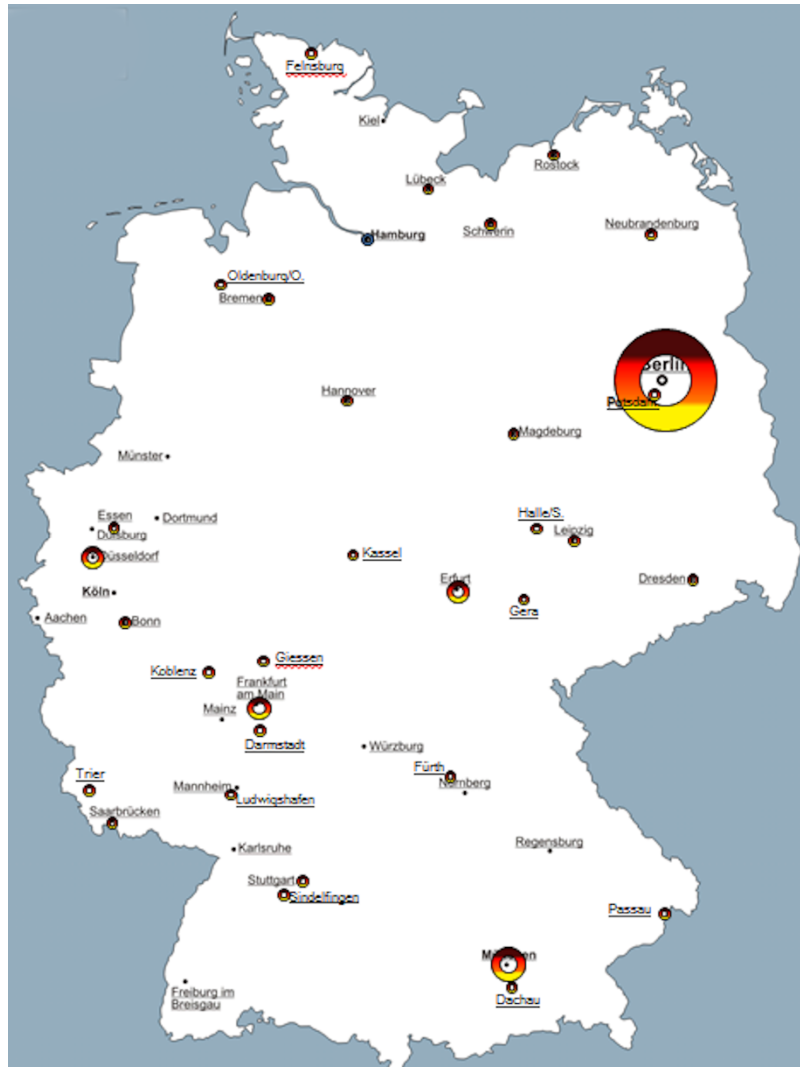


Abb. 1: Geographische Verteilung der Erscheinungsorte der im *Helsinki* Kommentarkorpus vertretenen bundesdeutschen Zeitungen. Die Größe der Kreise entspricht der Anzahl der Zeitungen, die am betreffenden Ort erscheinen.

2. Kommentare in bundesdeutschen Tageszeitungen

Da die Erfassung der Kommentartexte in allen 47 bundesdeutschen Zeitungen zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen ist, beziehen sich die Angaben im folgenden Abschnitt auf eine Stichprobe von insgesamt 17 Tageszeitungen: vier Kauf-, vier überregionale und neun regionale bzw. lokale Abonnementzeitungen. Sie erreichen recht unterschiedliche Verbreitungszahlen, die in Abb. 2 dargestellt sind. Die Balken der überregionalen Tageszeitungen sind schwarz, jene der Kaufzeitungen schraffiert dargestellt. Die grauen Balken stehen bei regionalen und lokalen Abonnementzeitungen.

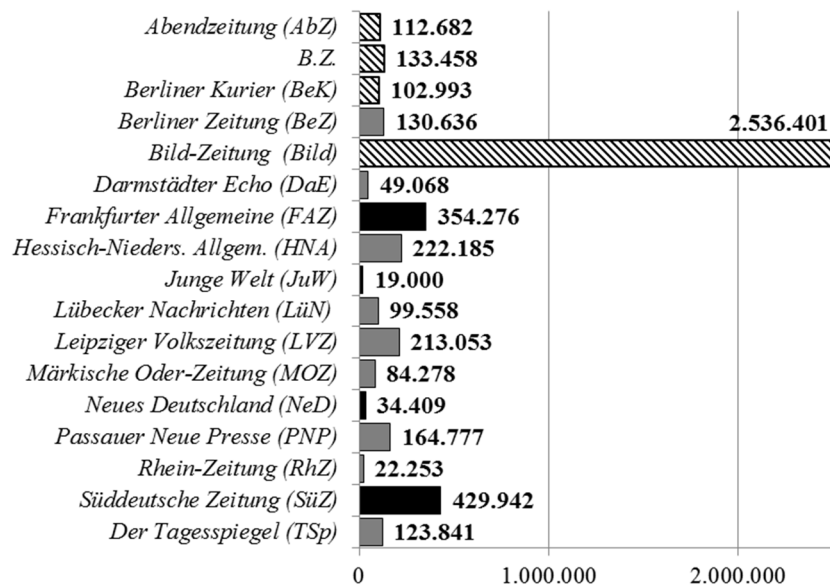


Abb. 2: Höhe der verbreiteten Auflage der Gesamtausgaben Mo.–Sa. der in die Stichprobe einbezogenen Zeitungen laut IVW im 1. Quartal 2013.

Im Folgenden werden zur Bezeichnung der einzelnen Zeitungen die in Klammern stehenden Kürzel benutzt.

2.1 Vorkommenshäufigkeit im Erfassungszeitraum

Abb. 3 gibt einen Überblick über die Kommentarfrequenz in den bundesdeutschen Tageszeitungen der Stichprobe.

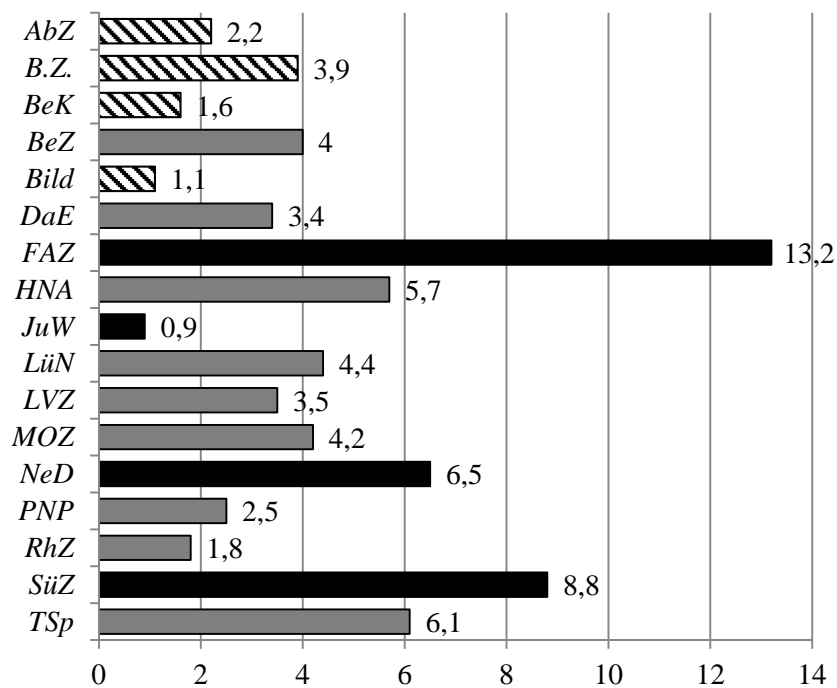


Abb. 3: Durchschnittliche Anzahl der Kommentare je Zeitungsausgabe im Zeitraum 11.–24. März 2013.

Generell lässt sich feststellen, dass es bezüglich der Anzahl von Kommentaren pro Ausgabe große Unterschiede zwischen den einzelnen Blättern auch derselben Typzugehörigkeit gibt. Das gilt besonders für die regional und lokal verbreiteten Abonnementzeitungen sowie für die Kaufzeitungen. Tendenziell werden Kommentare etwas häufiger in den auf-lagenstarken überregionalen und regionalen Tageszeitungen veröffent-

licht. So erscheinen in der *FAZ* in der Zeit vom 11.–23. März 2013 durchschnittlich 13,2¹², in der *SüZ* 8,8 Kommentartexte je Ausgabe; im *TaSp* beläuft sich das arithmetische Mittel auf 6,1. Bei den Kaufzeitungen ist die Kommentarfrequenz sichtlich geringer: Die Münchner *AbZ* bringt während des Erfassungszeitraums im Schnitt 2,2 Kommentare pro Ausgabe, bei der *Bild*-Zeitung beläuft sich der Mittelwert auf nur 1,1. Mit durchschnittlich 3,9 Kommentaren je Ausgabe stellt die in Berlin erscheinende *B.Z.* bereits eine gewisse Ausnahme unter den Kaufzeitungen dar.

Fasst man die Kommentaranzahl in den Zeitungen mit gleicher Typzugehörigkeit zusammen, so ergibt sich folgendes Bild:

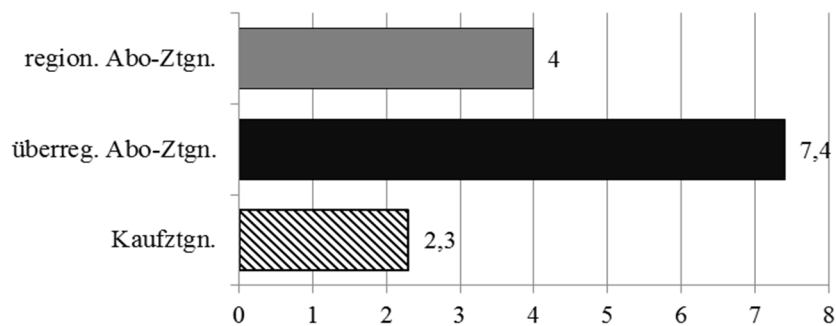


Abb. 4: Kommentarfrequenz nach Zeitungstypen.

In den überregionalen Abonnementzeitungen erscheinen je Ausgabe durchschnittlich fast doppelt so viele Kommentare wie in den regionalen Abonnementzeitungen. Die Straßenverkaufszeitungen veröffentlichen nur gut zwei Kommentare je Ausgabe, wobei es sich meist um sehr kurze Texte handelt. Dennoch kann man feststellen, dass der Kommentar einen

12 Unberücksichtigt blieben die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, in deren beiden Ausgaben des Erfassungszeitraums jeweils vier bzw. fünf Kommentare erschienen, sowie die Kommentare der – in der internationalen Ausgabe nicht verfügbaren – *Rhein-Main-Zeitung*.

festen Platz in deutschen Tageszeitungen hat, auch wenn sein Gewicht in den verschiedenen Zeitungstypen variiert.

2.2 Hauptthemenbereiche

Folgende Themenbereiche der bundesdeutschen Kommentare im Erfassungszeitraum werden unterschieden:

- a) Auslandsgeschehen und Außenpolitik
- b) EU-Politik
- c) Innenpolitik (z. B. Haushalts-, Bildungs- und Sozialpolitik auf Bundesebene)
- d) Wirtschaftsgeschehen und Wirtschaftspolitik
- e) Politik der Bundesländer und Lokalpolitik
- f) Sport und Sportpolitik
- g) allgemeine gesellschaftliche Probleme und Angelegenheiten, Kultur und Kulturpolitik, Wissenschaftsentwicklung und -politik
- h) Justiz inklusive Gerichtsentscheidungen, Angelegenheiten und Ereignisse in der Kirche innerhalb Deutschlands

Zum Bereich a) Auslandsgeschehen wurde im deutschen Korpus auch die Wahl des Papstes Franziskus gerechnet. Sie war in den meisten hier untersuchten Zeitungen Kommentargegenstand, spielte aber keine so herausragende Rolle wie in den Zeitungen anderer Länder. Im Bereich b) EU-Politik nahm das Agieren der EU als Ganzes, ihrer Mitgliedsländer und ihrer Institutionen in der Finanzkrise Zyperns eine zentrale Stellung ein. Wenn Entwicklungen oder Ereignisse in einzelnen Mitgliedsländern der EU (z. B. in Ungarn oder Frankreich) Thema eines Kommentars waren, wurden diese jedoch im Bereich a) erfasst.

Prinzipiell begegnen in der empirischen Analyse natürlich immer Grenzfälle, die so oder so zugeordnet werden könnten. So wäre etwa die Kommentierung der Entwicklung eines international agierenden französischen Großkonzerns sowohl dem Auslandsgeschehen als auch dem Bereich Wirtschaft zuzuordnen. Im konkreten Fall wurde der Text als Wirtschaftskommentar eingeordnet, weil allein wirtschaftspolitische und unternehmerische Gesichtspunkte eine Rolle spielten.

Die Zuordnung zu Themenbereichen entspricht dabei nicht immer den redaktionellen Ressorts, in denen die Texte entstanden, sondern sind das Ergebnis einer interpretatorischen Zuweisung in der Analyse.

Abb. 5 zeigt die Verteilung der Themenbereiche in den einzelnen Zeitungen der Stichprobe.

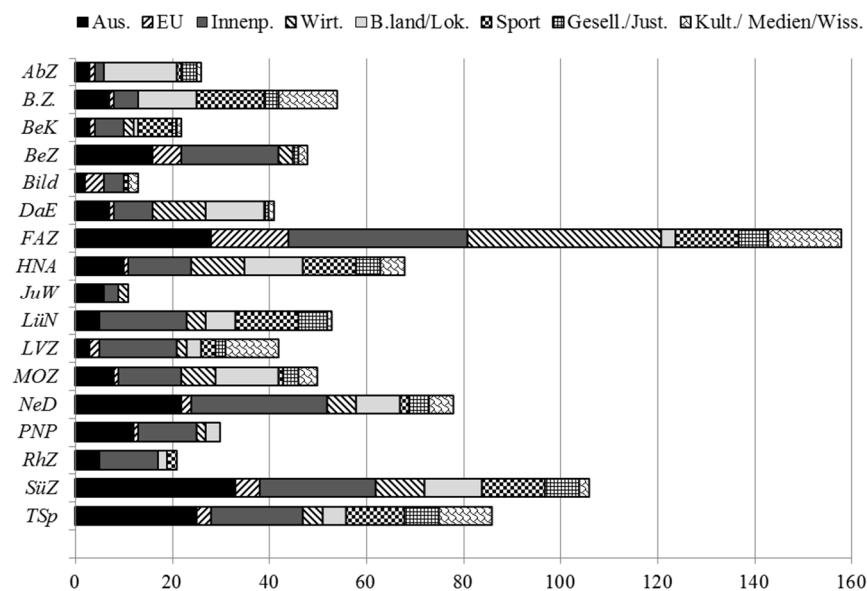


Abb. 5: Themenverteilung der Kommentare in den einzelnen Zeitungen (absolute Anzahlen).

Auffällig ist die große Zahl von Wirtschaftskommentare in der *FAZ* und der Kommentare zum Themenbereich Ausland/Außenpolitik in der *SüZ*, im *NeD*, der *PNP*, der *BeZ* und im *TaSp*.

Die folgenden drei Kreisdiagramme verdeutlichen die Anteile in den drei hier zugrunde gelegten Zeitungstypen (s. Abb. 6 und 7).

Die regionalen und überregionalen Abonnementzeitungen unterscheiden sich vor allem hinsichtlich des Anteils der Kommentare zum Bereich Wirtschaft (der in den überregionalen Zeitungen größer ausfällt)

und – verständlicherweise – zur Landes- und Lokalpolitik (die in den regionalen und lokalen Zeitungen häufiger kommentiert wird). In Bezug auf die Anteile der anderen Bereiche ähneln sich beiden Typen von Abonnementzeitungen in erstaunlich hohem Maße. Die Innenpolitik nimmt den größten Anteil ein, gefolgt vom Auslandsgeschehen und außenpolitischen Entscheidungen.

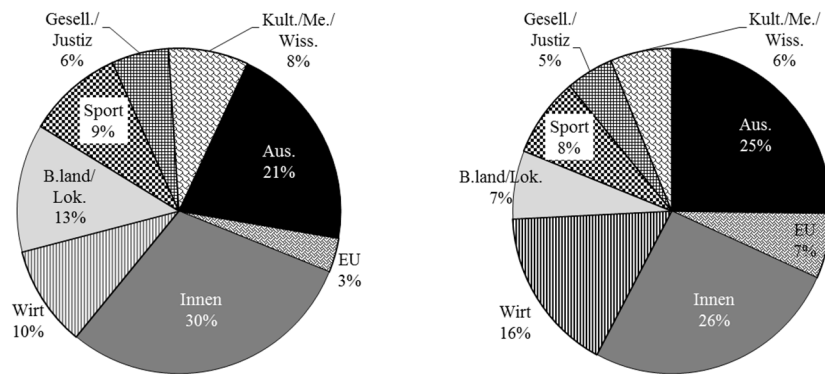


Abb. 6: Themenverteilung in den regionalen (links) und in den überregionalen Abonnementzeitungen (rechts).

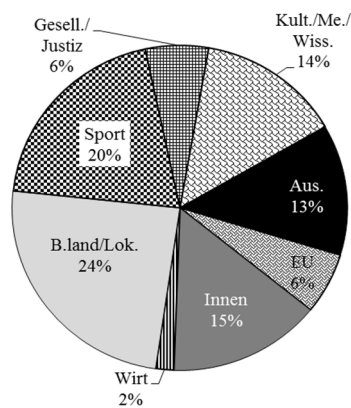


Abb. 7: Themenverteilung in den ausgewählten deutschen Kaufzeitungen.

Eine deutlich andersartige Themenverteilung zeigen die Kommentare in den untersuchten Kaufzeitungen Deutschlands: Hier sind lokale und landespolitische Themen die am meisten kommentierten. Ihnen folgen die vergleichsweise ebenfalls sehr häufigen Sportkommentare. Der Anteil innen- und außenpolitischer Kommentare erreicht im Vergleich zu den Abonnementzeitungen etwa nur die Hälfte der betreffenden Prozentwerte. Auch Kommentare zum Medienangebot treten in den Kaufzeitungen deutlich häufiger auf als in den konventionellen Zeitungen.

2.3 Formale Kennzeichnung und Bezüge zu anderen Textsorten

In allen untersuchten bundesdeutschen Tageszeitungen sind Kommentare als meinungsbetonte Texte auch durch formale Mittel von den Nachrichten, Berichten und anderen informationsbetonten Texten abgehoben. Dabei haben die einzelnen Blätter teils unterschiedliche Konventionen entwickelt.

Sehr häufig steht über den Texten und ihren Überschriften ein entsprechender Rubriktitle wie *Kommentiert* (*NeD*) oder *Kommentar* (*Bild*, *B.Z.*, *HNA*, *LüN*, *MOZ*, *PNP*, *RhZ*, *WAZ*; in der *BeZ* im Plural über der linken Spalte auf S. 4, die i. d. R. drei Kommentartexte bzw. zwei Kommentare und eine nicht besonders gekennzeichnete Glosse enthält). Andere Rubriktitle sind beispielsweise *Meinung* (*AbZ*, *TaSp*), *Meine Meinung* (*BeK*) und *Sportmeinung* (*LüN*), *Standpunkt* (*HNA*, *NeD*, *PNP*), *Meine Sicht* (*NeD*), *Analyse* (*RhZ*), *Einspruch* (*TaSp*), *Einwurf* (*WAZ*), *Zum Tage* und *Brennpunkt* (*HNA*), *ansichten* [sic] (*JuW*), *Mit Adleraugen* (*MOZ*), *Ausgepresst* (*LVZ*), *Nachschuss* (*BeK*), *Auf ein Wort* (*WAZ*), *Pro & Contra* (*MOZ*, *PNN*) und weitere. Auch die Kennzeichnung als *Leitartikel* findet in mehreren Zeitungen Verwendung (z. B. in der *BeZ* und *LVZ*, den *LüN*, der *WAZ*), außerdem sind einige Texte als *Glosse* gekennzeichnet (*WAZ*). In der *SüZ* ist die Seite, auf der die meinungsbetonten Texte erscheinen, als *Meinungsseite* überschrieben.

Häufig erhalten Kommentare eine Rahmung und/oder farbliche Unterlegung, manche Kommentare sind zusätzlich oder alternativ linksbündig gesetzt (Flattersatz), teilweise auch in kursivem Schriftschnitt. Bei

der Mehrzahl der Zeitungen steht der volle Verfassernamen beim Kommentar. Ausnahmen bilden die *FAZ* in Bezug auf einen Teil der kürzeren Kommentare v. a. im Politikteil sowie einige Kommentare im *TaSp*, in der *LVZ* und im *NeD*, wo jeweils nur Namenskürzel stehen.¹³

In den untersuchten Boulevardzeitungen findet sich nahezu ausnahmslos ein Foto des oder der Kommentierenden, teilweise ist dies auch in Abonnementzeitungen der Fall. Bei den Kommentatoren der Kaufzeitungen handelt es sich oft um prominente und erfahrene Journalisten (vgl. auch den Einleitungsbeitrag zu diesem Band).

Gelegentlich finden sich am Ende von Kommentaren explizite Hinweise auf andere Texte (Berichte, Nachrichten, Interviews, Hintergrundartikel). Umgekehrt wird bei solchen Berichten, zu denen ein Kommentar erscheint, auf diesen verwiesen. In manchen Zeitungen stehen solche thematisch verwandten Texte in unmittelbarer Nähe. Andere (vor allem: regionale und lokale) Zeitungen veröffentlichen die Kommentare mehr oder weniger ausschließlich auf bestimmten Meinungsseiten, sodass eine direkte Kopräsenz der thematisch zusammengehörigen Texte nicht möglich ist. Die Kommentare in den Tageszeitungen beziehen sich mehrheitlich auf Gegenstände, die in Nachrichten und Berichten desselben Tages behandelt werden, gelegentlich aber auch auf Informationen vom Vortage.

3. Zusammenfassung

Die Zeitungslandschaft in der Bundesrepublik Deutschland ist durch eine große Zahl von Tageszeitungen geprägt, die mehrheitlich noch in gedruckter Form distribuiert werden, in rasant zunehmendem Maße auch auf elektronischem Wege (als sog. E-Papers) ihren Weg zum Rezipienten finden. Die Gesamtzahl der Tageszeitungen ist nicht ganz eindeutig zu ermitteln; die Angaben für das Jahr 2013 schwanken zwischen 262 und 353. Bis auf acht sog. Straßenverkaufs- oder Kaufzeitungen, die mit

¹³ Daher ist eine Analyse der Geschlechterverteilung bei den KommentatorInnen im bundesdeutschen Teilkorpus nicht vollständig möglich und daher nicht sinnvoll.

Ausnahme der deutschlandweit vertriebenen *Bild*-Zeitung eine regionale Verbreitung haben, werden die Tageszeitungen hauptsächlich im Abonnement bezogen. Acht dieser Abonnementzeitungen können als Zeitungen mit überregionaler Verbreitung betrachtet werden. Eine besonders starke Position nehmen die Regionalzeitungen ein, die i. d. R. zahlreiche Lokalteile als Splitausgaben veröffentlichen.

Somit existieren drei wesentliche Typen von Tageszeitungen in Deutschland: die regionalen und lokalen Abonnementzeitungen, die überregionalen Abonnementzeitungen und die Kaufzeitungen. Eine Gratistagespresse gibt es in Deutschland ebensowenig wie parteieigene Tageszeitungen. Fast ausnahmslos erscheinen die Zeitungen in Verlagshäusern, die nach privatwirtschaftlichen Prinzipien agieren. Dennoch lässt sich insbesondere bei den überregionalen Tageszeitungen eine bestimmte politische Ausrichtung von konservativ (*Die Welt*, *FAZ*) über liberal (*SüZ*) bis sozialistisch (*NeD*) und linksradikal bzw. marxistisch (*JuW*) ausmachen.

Das Gewicht, das in den einzelnen Redaktionen der Textsorte Kommentar zugemessen wird, variiert sehr stark. Fasst man die Kommentarfrequenz nach Zeitungstypen zusammen, offenbart sich, dass die überregionale Tagespresse deutlich mehr Kommentare veröffentlicht als die regionalen und lokalen Abonnementzeitungen. Am geringsten ist die Zahl der Kommentare je Ausgabe bei den Kaufzeitungen.

Die Kennzeichnung der Kommentare als meinungsbetonte Texte erfolgt in den einzelnen Zeitungen auf vielfältige Weise. Sehr häufig wird der Rubrikttitel *Kommentar* eingesetzt, aber es findet darüber hinaus eine große Zahl anderer Kennzeichnungen Verwendung. Die allermeisten Kommentare sind mit vollem Verfassernamen versehen. Ausnahmen finden sich in der *FAZ* und einigen Regionalzeitungen. KommentatorInnen in den Kaufzeitungen sind oft fotografisch abgebildet.

Auch hinsichtlich der Themenverteilung gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Abonnementzeitungen einerseits und den Kaufzeitungen andererseits. Letztere veröffentlichen deutlich mehr lokalpolitische und Sportkommentare und wesentlich weniger Kommentare zu

Themen aus der Innen- und Außenpolitik sowie der Wirtschaft als die Abonnementzeitungen.

Literatur

- GROßE, ERNST ULRICH (2008): Ein neues Phänomen: die internationalen Gratis-Tageszeitungen. In: LÜGER, HEINZ-HELMUT/LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau, 31–53.
- KELLER, DIETER/EGGERT, CHRISTIAN (2013): Ein starkes Medium – Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen 2013/14. Berlin, 22–96.
- KELLER, DIETER/EGGERT, CHRISTIAN (2014): Digital auf dem Vormarsch – Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen 2014/15. Berlin, 31–100.
- KOSZYK, KURT (1999): Presse unter alliierter Besatzung. In: WILKE, JÜRGEN (Hrsg.), 31–58.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (in diesem Band): Kommentare in der französischen Tagespresse – abwägend und weniger persuasiv?
- MARTEN-FINNIS, SUSANNE (1994): Pressesprache zwischen Stalinismus und Demokratie. (Medien in Forschung und Unterricht. A-38). Tübingen.
- MEYN, HERMANN (2004): Massenmedien in Deutschland. Neuauflage. Unter Mitarbeit von HANNI CHILL. Konstanz.
- PROSS, HARRY (2000): Zeitungsreport. Deutsche Presse im 20. Jahrhundert. Weimar.
- SCHÜTZ, WALTER J. (1999): Entwicklung der Tagespresse. In: WILKE, JÜRGEN (Hrsg.), 109–134.
- STRAßNER, ERICH (1997): Zeitung. Tübingen. (Grundlagen der Medienkommunikation; 2).
- WILKE, JÜRGEN (1999): Überblick und Phasengliederung. In: WILKE, JÜRGEN (Hrsg.), 15–27.
- WILKE, JÜRGEN (Hrsg.) (1999): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln/Weimar/Wien.
- WILKE, JÜRGEN (2004): Presse. In: NOELLE-NEUMANN, ELISABETH/SCHULZ, WINFRIED/WILKE, JÜRGEN (Hrsg.): Fischer-Lexikon Publizistik Massenkommunikation. 3. Auflage. Frankfurt a. M., 422–459.

Internetquellen (letzter Aufruf jeweils am 04.08.2015):

BDZV (2014): Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger.

http://issuu.com/bdzv/docs/bdzv_broschuere?e=2328978/3506405#search.

BDZV (2015): Die deutschen Zeitungen in Daten und Zahlen 2015.

http://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv_hauptseite/aktuell/publikationen/2014/assets/Zahlen_Daten_2015.pdf.

IVW (2015) – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.: www.ivw.de > > Quartalsauflagen > Tageszeitungen; Direktzugriff auf die Liste aller Tageszeitungen unter <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1111&u=&p=&b=a&t=Tageszeitungen+Gesamtliste>.

Wikipedia (2015) – Liste deutscher Zeitungen: https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_deutscher_Zeitungen#Tageszeitungen.

Zeitungsliste 1 (2015): www.zeitung.de

Zeitungsliste 2 (2015): www.zeitungen.de

