

Gilt das schlechte Zeugnis noch? Der Einfluss des Ressorts und des Status der Informationsquelle auf die Determinationsthese.

Dr. Claudia Riesmeyer

Institute for Communication Science and Media Research
Ludwig Maximilian Universität München, Germany

Email: riesmeyer@ifkw.lmu.de

Keywords: *Journalism, Public Relations, Determination Thesis, Editorial Department, Thuringia*

Abstract: *The theoretical departure point of the essay is the determination thesis. Baerns ignored all other factors that influenced the selection of information by journalists. The editorial department and the status of the source are two factors that have remained unexamined in regard to determining the relationship between journalism and public relations. My study compared the local editorial office in Erfurt and the political editorial office for Thuringia of the Thüringer Allgemeine. Both editorial offices are distinguished by their close proximity to one another and their occasional use of corresponding information sources. Moreover local journalists, according to the study Journalism in Germany (Weischenberg et al. 1994, 2006) consider PR sources more positively than their colleagues from the political news department – an assessment that could be expressed in the acceptance or rejection of these sources of information. The results of the study fail to demonstrate that journalism is unduly influenced, in the sense of a problematic dependency, by PR services. Less than a quarter of all reporting originated at a PR source. When PR texts are adopted, the determination of the timing is in the political editorial office higher than in the local editorial office. Department-specific differences show up in the transformation achievements and status orientation.*

1. Einleitung

Ein schlechtes Zeugnis stellte Baerns 1983 dem Journalismus aus. Public Relations (PR) sind nicht nur eine Informationsquelle des Journalismus, sondern sie bestimmen die Themen und den Zeitpunkt der journalistischen Berichterstattung, so die Grundaussage der so genannten Determinationsthese. Mehr noch, Public Relations seien fähig, „die journalistische Recherchekraft zu lähmen und den publizistischen Leistungswillen zuzuschütten“ (Baerns 1983: 212). Journalisten werden zu Gehilfen der Public Relations, die Informationen gegen Publizität tauschen. Zehn Jahre später spitzte Saffarnia die Determinationsthese zu. Er vermutete im Journalismus eine „kommunikative Chancenungleichheit“ (Saffarnia 1993: 421). Der Status der Informationsquelle beeinflusse die Publikation von PR-Quellen. Mit dem gesellschaftlichen Ansehen steige die Wahrscheinlichkeit auf die Veröffentlichung der PR-Information. Kritisch setzte sich Saffarnia mit der empirischen Überprüfung der Determinationsthese auseinander. Mehrheitlich werde die PR-Arbeit von einem statushohen PR-Akteur und die Publikation seiner PR-Quellen in einer begrenzten Zahl von Printmedien untersucht, eine statusunabhängige Betrachtung aller schriftlichen Quellen einer Redaktion und eine Analyse der Gesamtberichterstattung stehe beispielsweise noch aus. Er veränderte daraufhin seinen Forschungsblickwinkel, verglich alle schriftlichen Informationsquellen mit der Gesamtberichterstattung eines Ressorts und konnte keine Belege für eine Determination des Journalismus finden (vgl. Saffarnia 1993: 421).

Dass Saffarnias Kritikpunkt und sein Forschungsansatz bislang in der Determinationsforschung nur selten Beachtung fanden, stellte Raupp 2005 fest: Obwohl sich die Forschung zum Einfluss der Public Relations auf den Journalismus seit 1979, dem Zeitpunkt der ersten Publikation von Baerns und damit dem Beginn der Determinationsforschung, weiterentwickelt hat, ermöglicht sie bis heute „hauptsächlich Aussagen über das Zustandekommen politischer Berichterstattung in Abonnement- und überregionalen Qualitätszeitungen in Bezug auf die Pressearbeit statushoher PR-Akteure“ (Raupp 2005: 206).¹ Es fehlen beispielsweise Kenntnisse zum „Einfluss von Quellen der Öffentlichkeitsarbeit in anderen Medientypen und bezogen auf andere PR-Akteure“ (ebd.). Dieser Forschungsstand macht eine erneute Auseinandersetzung mit der Beziehung zwischen Journalismus und Public Relations notwendig, um die noch bestehenden Lücken bei der Beschreibung des PR-Journalismus-Verhältnisses zu schließen.

Notwendig ist diese Auseinandersetzung auch, da seit Anfang der neunziger Jahre Erkenntnisse vorliegen, die eine differenzierte Untersuchung des Verhältnisses erfordern. Neben Saffarnias Hinweis auf die Statusorientierung des Printjournalismus

1 Beispiele für ein solches Untersuchungsdesign sind die Analysen von Grossenbacher (1986), Schnitzmeier (1989), Fröhlich (1992), Rossmann (1993), Schweda/Opherden (1995), Bachmann (1997), Donsbach/Wenzel (2002), Donsbach/Meißner (2004), Fröhlich/Rüdiger (2004) und Kepplinger/Maurer (2004).

wird der mögliche Einfluss des Ressorts auf die Publikation von PR-Quellen bislang von der PR-Journalismus-Forschung ausgeblendet. Die Befragung von rund 1.500 Journalisten verschiedener Redaktionsteile ergab Mitte der neunziger Jahre, dass die PR-Beurteilung vom Ressort abhängig ist. Lokal-, Sport- und Wirtschaftsjournalisten stehen PR-Quellen offener gegenüber als Redakteuren des Politikressorts, die diese Informationsquellen kritischer einschätzen (vgl. Weischenberg 1995: 213). Es wird vermutet, dass sich diese Einstellungen in der Aufnahme oder Ablehnung von PR-Materialien niederschlagen könnten. Zwar hob die Forschergruppe um Weischenberg den Zusammenhang hervor, eine weiterführende Auseinandersetzung steht allerdings noch aus.

An diesen zwei Desideraten setzte die vorliegende Untersuchung an. Sie stellte sich die Frage nach der Abhängigkeit des Journalismus von Public Relations und untersuchte den möglichen Einfluss des Ressorts und des Status der Informationsquelle auf die Veröffentlichung von PR-Quellen. Mit dieser Fragestellung wich die Studie von der *ceteris-paribus*-Annahme, wie sie sich bei Baerns (vgl. 1991: 17) findet, ab. Diese blendete für ihre Erhebung alle Einflussfaktoren auf das PR-Journalismus-Verhältnis aus. Die vorliegenden Forschungsergebnisse konkretisieren und differenzieren die Determinationsthese und beantworten die Frage, ob das düstere Bild noch heute gilt, das Baerns 1983 von der Beeinflussbarkeit des Journalismus zeichnete.

2. Forschungsansatz und methodisches Vorgehen

Die hier in Auszügen vorgestellte Studie basiert auf einer im Herbst 2004 durchgeführten Fallstudie bei der *Thüringer Allgemeine*, der größten regionalen Tageszeitung Thüringens. Sie ist eine publizistische Einheit und verfügt über 14 redaktionelle Ausgaben. Im Mittelpunkt der Analyse standen die Lokalredaktion Erfurt und die Landesredaktion Thüringen. Beide Redaktionen sitzen in Erfurt und verfügen über zum Teil identische Informationsquellen, so dass mögliche ressortspezifische Selektionskriterien und die vermutete Statusorientierung untersucht werden konnten. Zudem bewerten die Journalisten beider Ressorts laut Weischenberg (vgl. 1995: 214) Public Relations unterschiedlich – im Lokalen positiver als in der Landesredaktion, deren Schwerpunkt die politische Landesberichterstattung ist.

Gerade dem ostdeutschen Journalismus werden „gravierende Defizite [...] bei der Nachrichtenbearbeitung, bei der Recherche und im wettbewerbsorientierten Denken und Handeln“ unterstellt (Mast et al. 1994: 434). Zugleich seien Kritik und Kommentar keine Stärken ostdeutscher Tageszeitungen (vgl. Stürzebecher 2002: 48). Die Berichterstattung zeichne sich stattdessen durch ein Serviceangebot aus, mit dem die Tageszeitungen ihren Lesern helfen, „lokale Einrichtungen aufzufinden und anzusprechen sowie an ihren Angeboten teilnehmen zu können, aber auch, alltägliche Probleme zu lösen, etwa mit der Angabe von Notdiensten“ (Möhring 2001: 165). Darin sieht Möhring ein Anzeichen für die verstärkte Umsetzung der Orientierungsfunktion der Presse. Kritik und Kommentar werden

hingegen vernachlässigt, da sich die Tageszeitungen insgesamt stärker als in den Nachwendejahren aus „Kontroversen und Streitfällen“ (ebd.: 164) zurückziehen. Wenn diese Defizite in der Funktionswahrnehmung bestehen und ostdeutsche Journalisten selten recherchieren, stellt sich die Frage nach den Grundlagen ihrer Berichterstattung. Möglicherweise nutzen sie eher PR-Quellen oder aber Nachrichtenagenturen zum Füllen der Zeitungsseiten als eigenständig recherchierte Artikel.

Ansatzpunkte meiner Untersuchung bildeten die Determinationsthese, der Verdacht der statusorientierten Berichterstattung des Journalismus laut Saffarnia sowie der Einfluss des Ressorts auf den Umgang mit und die Veröffentlichung von PR-Informationsquellen. Ausgehend vom dazu vorliegenden Forschungsstand ergaben sich drei Hypothesen: Die Determinationsthese sagt, dass Public Relations die Themen und den Zeitpunkt der Berichterstattung beeinflussen. Dieses Ergebnis machte Baerns (vgl. 1991: 87-90) an hohen Abdruckquoten von Pressemitteilungen, marginalen inhaltlichen Veränderungen der Informationsquellen und mangelhaften journalistischen Eigenleistungen (wie Nach- oder Zusatzrecherche) fest. Die zeitnahe Veröffentlichung der PR-Quellen, mehrheitlich am Tag nach der Aussendung, wertete sie als Beeinflussung des Timings:

Hypothese 1: Wenn sich Lokal- und Landesjournalisten für die Publikation von PR-Quellen entscheiden, dann bestimmen die Public Relations Themen und Timing der journalistischen Berichterstattung.

Die Hypothese eins wurde bestätigt, wenn sich in der Input-Output-Analyse die Aufnahme eines PR-Themas in die journalistische Berichterstattung und dessen unveränderte Veröffentlichung (hohe Abdruckquote bei geringen Transformationsleistungen des Journalismus in Form von Kritik, Kommentar oder Recherche) finden ließen. Zudem sprach die mangelnde Quellenoffenlegung, was Baerns (vgl. 1991: 90) bei zwei Drittel der übernommenen PR-Texte feststellte, für die Hypothese. Die Journalisten gaben dann die PR-Information als eine eigen recherchierte aus.

Saffarnias Annahme der „kommunikativen Chancenungleichheit“ (1993: 421) bestätigten Möhring (vgl. 2001: 164) und Stürzebecher (2002) für den ostdeutschen Lokaljournalismus. Die Lokalberichterstattung werde in den neuen Bundesländern von Exekutive und Legislative bestimmt, „die Berichterstattung verengt sich – gerade auch auf kommunaler Ebene – auf Staat und Obrigkeit. Parteien, vor allem aber Vereine, Bürgerinitiativen und andere nicht-staatliche Einrichtungen kommen als Handlungsträger der Berichterstattung weitaus seltener vor als in westdeutschen Lokalzeitungen“ (Stürzebecher 2002: 52). Bezogen auf die Gesamtheit aller PR-Quellen einer Redaktion und deren Veröffentlichung ist der Zusammenhang zwischen dem Status des Absenders und seiner Publikationswahrscheinlichkeit noch nicht thematisiert worden:

Hypothese 2: Wenn sich Lokal- und Landesjournalisten für die Publikation von PR-Quellen entscheiden, dann wählen sie häufiger jene Quellen aus, die von einer gesellschaftlich anerkannten, statushohen Informationsquelle stammen.

Um die Hypothese zwei zu überprüfen, musste der Absender einer Informationsquelle erhoben werden. So wurde untersucht, ob die Journalisten eine Absendergruppe bevorzugen. Beispiele für vermeintlich statushohe Instanzen waren – früheren Studien und der Kritik von Saffarnia (vgl. 1993: 421) folgend – umsatzstarke Wirtschaftsunternehmen und politische Einrichtungen auf Bundes- und Landesebene (wie Landtag, Landtagsfraktionen, Landesministerien). Ein geringeres gesellschaftliches Ansehen hatten Minderheiten- oder Randgruppen, beispielsweise Vereine oder Bürgerinitiativen.

Weischenberg (1995: 214) hielt als Ergebnis der ersten Studie Journalismus in Deutschland fest, dass „besonders die Sport-, Lokal- und Wirtschaftsredakteure durchweg zu positiven Bewertungen [neigen], während die Journalisten im Politikressort eher zurückhaltende Urteile abgeben“. Daraus ergab sich die Annahme, dass das Ressort einer Tageszeitung die Beurteilung von PR bestimmt und Einfluss auf die Selektion und Veröffentlichung von Public Relations nimmt:

Hypothese 3: Wenn PR-Quellen veröffentlicht werden, dann findet die Publikation aufgrund der positiveren Einschätzung der Quellen häufiger in der Lokal- als in der Landesberichterstattung statt.

Für einen Vergleich zwischen den Ressorts musste die Abdruckquote der PR-Quellen auf die Gesamtberichterstattung des Ressorts bezogen werden. Konnten dann Unterschiede in der Aufnahme von Informationsquellen in die Berichterstattung festgestellt werden, galt die Hypothese drei als bestätigt, fanden sich keine ressortspezifischen Differenzen in den Abdruckquoten (bezogen auf die Gesamtberichterstattung), wurde die Hypothese widerlegt.

Zur Überprüfung der Hypothesen diente eine Inhaltsanalyse in Form einer Input-Output-Analyse. Deren Ergebnisse stellt der vorliegende Aufsatz vor. Die Input-Output-Analyse orientierte sich an der Vorgehensweise Saffarnias (1993). Dieser verglich in Österreich die innenpolitische Berichterstattung des „Kuriers“ mit allen schriftlichen Informationsquellen. Dieser Ansatz wurde um den Ressortvergleich und um den schriftlichen Zugangsweg E-Mail erweitert. Die Datengrundlage der Untersuchung bildeten je Ressort alle schriftlichen Informationsquellen einer Woche und die Berichterstattung der Inputerhebungs- und der folgenden Woche. Über den Vergleich aller schriftlichen Quellen mit der Gesamtberichterstattung konnten die Präferenz einer oder mehrerer Absendergruppen und die mögliche Statusorientierung des Journalismus erhoben werden. Dabei wurde eine prinzipielle Chancengleichheit aller Quellen auf die Publikation angenommen, wie sie die öffentliche Aufgabe der Presse in den Landespressegesetzen der einzelnen Bundesländer (Paragraf drei) nahe legt.

Die Analyse des Inputs erfolgte in fünf Schritten:

1. Schritt: Erhebung des Zugangswegs (Post/persönliche Abgabe, Fax oder E-Mail)
2. Schritt: Erhebung des Quellentyps (Pressemitteilung, Ankündigung, Mischform aus Pressemitteilung und Ankündigung, die Hintergrundinformationen zu

- einem Termin enthielt, Pressekonferenz, Leserbrief und sonstiger Input, wie Manuskripte)
3. Schritt: Notierung von Besonderheiten (doppelte Zusendungen, Fotos, Abbildungen)
 4. Schritt: Notierung des Absenders
 5. Schritt: Bereinigung des Inputs

Nach dem letzten Schritt bestand der untersuchungsrelevante Input aus Pressemitteilungen, Ankündigungen, Pressemitteilungen und Ankündigungen als Mischform sowie Einladungen zu Pressekonferenzen. Anschließend ermittelte die Output-Analyse den täglichen Artikelumfang und die Artikelgröße in Spalten. Ein Text (PR-Quelle oder Artikel) wurde als Einheit und ein Ganzes verstanden und ging als ‚1‘ in die Zählung ein.

Saffarnia folgend stand nicht allein die Ermittlung einer möglichen Abdruckquote im Mittelpunkt, sondern auch die Thematisierungs- und Transformationsleistungen des Journalismus. Durch dieses Vorgehen wurde einem weiteren Kritikpunkt an der bisherigen PR-Journalismus-Forschung begegnet, nämlich dass sie mehrheitlich quantitative (wie die reine Übernahmequote von PR-Texten), „nicht aber qualitative Aspekte der Übernahme des PR-Materials“ (Schantel 2000: 85) analysiere. War in der Fallstudie eine Übernahme von PR-Quellen feststellbar, wurden diese Artikel nach den Transformationsleistungen Recherche, Kritik und Kommentar untersucht (vgl. Saffarnia 1993: 415):

- Recherche lag dann vor, wenn ein Zeitungsartikel zusätzliche Informationen enthielt, die nicht in dem dazugehörenden PR-Text vorhanden waren, sondern erst durch den Redakteur beschafft werden mussten.
- Kritik meinte das Infragestellen von Aussagen oder Sachverhalten vorgegebener PR-Gehalte. Vorzugsweise handelte es sich um Äußerungen, die sich gegen bestimmte Sachverhalte oder eine Person richteten.
- Kommentar bezeichnete Interpretationen von Sachverhalten bzw. Aussagen oder Meinungen zu bestimmten Sachverhalten und Aussagen.

3. Ergebnisse

Thematisierungsleistung des Journalismus

Deutliche Unterschiede zwischen beiden Ressorts zeigen sich, wenn der Input an PR-Informationsquellen mit der Berichterstattung verglichen wird. Von den insgesamt 331 Informationsquellen wählte die Lokalredaktion 98 für die Veröffentlichung aus. Dies entspricht einer Abdruck- oder Resonanzquote von 29,6 Prozent. Die Landesredaktion erreichten im Untersuchungszeitraum mehr PR-Quellen (n = 474), von denen sie 21 oder 4,4 Prozent publizierte. In der Landesredaktion der *Thüringer Allgemeine* finden umfassendere Auswahlprozesse als im Lokalressort statt. Für eine Determination der Themen in der Berichterstattung, wie sie Baerns (vgl. 1979: 310) an Abdruckquoten von bis zu 80 Prozent festmachte, sprechen diese Werte allerdings

nicht. Dennoch sind sie höher als bei Saffarnia (vgl. 1993: 417), der eine Abdruckquote von 10,6 Prozent der Informationsquellen berechnete.

Diese Abdruckquoten sagen noch nichts darüber aus, „wie stark die Berichterstattung von PR durchdrungen ist“ (Schantel 2000: 85). Hier hilft erst der Vergleich mit der gesamten Berichterstattung weiter, der die Nichtdetermination der Lokal- und Landesberichterstattung der *Thüringer Allgemeine* verdeutlicht. Es zeigen sich zudem Ähnlichkeiten beider Ressorts in der Auswahl der Informationsquellen. Im Erfurter Lokalteil erschienen während des Untersuchungszeitraums 355 Artikel. Davon ließen sich 86 auf eine oder mehrere PR-Quellen zurückführen. Damit lagen eine oder mehrere PR-Quellen 24,2 Prozent der lokalen Gesamtberichterstattung zugrunde. Die Differenz zwischen den 98 übernommenen PR-Informationen und den 86 Artikel erklärt sich aus der Mehrfachverwendung der Informationsquellen.

Ein ähnliches Bild ergeben die Zahlen für die Landesberichterstattung. Während der Erhebung erschienen 91 Artikel, von denen 20 auf eine oder mehrere PR-Quellen zurückgingen. Dies entspricht einer Determinationsquote von 22 Prozent. Zwei Quellen bildeten die Grundlage für einen Artikel. Dies erklärt die Differenz zwischen den 21 selektierten Quellen und den 20 Veröffentlichungen.

Abb. 1: Thematisierungsleistung des Journalismus

| Vergleich nach | Lokalredaktion Erfurt | | Landesredaktion Thüringen | |
|---|-----------------------|------|---------------------------|------|
| | absolut | % | absolut | % |
| Inputumfang – Quellenanzahl gesamt | 331 | 100 | 474 | 100 |
| à davon übernommene Quellen | 98 | 29,6 | 21 | 4,4 |
| Outputumfang – Artikelzahl gesamt | 355 | 100 | 91 | 100 |
| à davon Artikel auf Grundlage mind. eines PR-Textes | 86 | 24,2 | 20 | 22,0 |

Sollen diese Befunde auf den Forschungsstand und damit frühere Untersuchungen bezogen werden, ergeben sich Schwierigkeiten, da die Ergebnisse im Vergleich stark streuen und sich auf unterschiedliche Quellen und Medien beziehen, was Raupp (vgl. 2005: 203) auf die verschiedenen Forschungsdesigns zurückführt. Zudem geben „die meisten Untersuchungen nur lückenhaft und ungenau Auskunft über das angewandte methodische Verfahren [...]. In der Gesamtschau sind so nur bedingt empirisch abgesicherte Aussagen zum Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit auf die Berichterstattung möglich“ (ebd.: 205). Nur Saffarnia verfolgte einen ähnlichen Ansatz, wobei er sich auf das Innenpolitikressort beschränkte. Er ermittelte eine Determinationsquote von 33,7 Prozent (vgl. Saffarnia 1993: 418). Seine Befunde weichen damit beim Vergleich der übernommenen PR-Texte mit der Gesamtberichterstattung in entgegen gesetzter Richtung ab. Zugleich widersprechen die Ergebnisse der Fallstudie dem Bild des rechercheinwilligen ostdeutschen Journalismus, das Mast et al. (vgl. 1994: 434) zeichnen. Immerhin beruhten 75,8 Prozent der Artikel der Lokalberichterstattung

und 78 Prozent der Beiträge der Landesjournalisten auf einer originär journalistischen Leistung von der Themenfindung über die Recherche bis zur Publikation. Und dies, obwohl Weischenberg et al. (vgl. 2006: 354) jüngst feststellten, dass sich seit 1993 die für eine Recherche zur Verfügung stehende Zeit von 140 Minuten auf 117 Minuten verringerte.

Wege in die Berichterstattung

Für eine möglichst detaillierte Kennzeichnung der journalistischen Informationsselektion untersuchte die Input-Output-Analyse auch den Zugangsweg und den Quellentyp. Beide Redaktionen bevorzugten Informationskanäle, die die Quelle bereits in elektronischer Form anboten. Immerhin wählten das Lokal- und Landesressort deutlich häufiger Quellen aus, die ihnen als E-Mail vorlagen (Lokal: 53,1 Prozent, Land: 61,9 Prozent). Seltener führten die Zugangswege Fax und Post/persönliche Abgabe zur Publikation der PR-Quelle. Landesjournalisten übernahmen nie Informationen, die sie auf dem Postweg erreichten.

Auch an dieser Stelle ist der Vergleich zu früheren Ergebnissen schwierig. In keiner Studie findet sich eine vergleichbare Unterteilung der Zugangswege. Lediglich Saffarnia gab Hinweise. Er bestätigte die Resultate der Fallstudie und hielt fest, dass „Post und Telefax [...] für ‚brauchbare‘ PR-Aussendungen beinahe unwichtig sind. [...] Insgesamt gesehen haben Texte, die jemand via Nachrichtenagentur verbreitet, die größten Chancen, in die Zeitung aufgenommen zu werden“ (Saffarnia 1993: 416). Anders bei der *Thüringer Allgemeine*. In beiden untersuchten Redaktionen – so ein Befund des Feldzugangs – lasen die Journalisten zwar die Agenturmeldungen. Für die eventuelle Publikation eines PR-Textes griffen sie aber auf die Primärquelle zurück.

Abb. 2: Zugangswege und Quellentypen

| Vergleich nach | Lokalredaktion Erfurt | | Landesredaktion Thüringen | |
|--|-----------------------|------|---------------------------|------|
| | absolut | % | absolut | % |
| Zugangsweg | | | | |
| E-Mail | 52 | 53,1 | 13 | 61,9 |
| Fax | 30 | 30,6 | 5 | 23,8 |
| Post/persönliche Abgabe | 12 | 12,2 | 0 | 0 |
| Dopplung des Zugangswegs: E-Mail & Fax | 4 | 4,1 | 3 | 14,3 |
| Quellentyp | | | | |
| Pressemitteilung | 23 | 23,5 | 18 | 85,6 |
| Ankündigung | 26 | 26,5 | 0 | 0 |
| Pressemitteilung und Ankündigung | 42 | 42,9 | 1 | 4,8 |
| Pressekonferenz | 7 | 7,1 | 2 | 9,6 |

Deutliche Ressortunterschiede werden bei der Betrachtung des bevorzugten Quellentyps sichtbar. Lokaljournalisten bevorzugten die Mischform aus Pressemitteilung und Ankündigung (42,9 Prozent), die neben dem Termin auch Hintergrundinformationen, beispielsweise über den Veranstalter, enthielten. Seltener fanden sich reine Pressemitteilungen (23,5 Prozent) oder Ankündigungen (26,5 Prozent) unter den publizierten Quellen. Die Pressekonferenz als Quellentyp bildete nur siebenmal den Anlass der Berichterstattung, obwohl die Journalisten während des Erhebungszeitraums zu 28 Pressekonferenzen eingeladen wurden. Pressemitteilungen hatten in der Landesredaktion die größte Chance auf Publikation. 85,6 Prozent des selektierten Inputs entsprachen diesem Quellentyp. Die übrigen drei Quellentypen spielten nur eine untergeordnete Rolle.

Determination des Timings

Die Hypothese eins vermutete eine Beeinflussung der Themen und des Zeitpunkts der Berichterstattung durch Public Relations. Wurde der Zeitpunkt der Veröffentlichung einer PR-Quelle erhoben, zeigen sich erneut Unterschiede zwischen den Ressorts. Beide differieren in ihrem Aktualitätsverständnis. Wählte die Landesredaktion eine PR-Quelle aus, dann erschien diese in 18 Fällen am Folgetag (85,7 Prozent). Das bedeutet, dass knapp 90 Prozent der ausgewählten PR-Texte für so relevant erachtet wurden, dass die Landesjournalisten sie unmittelbar nach dem Eintreffen publizierten. Dieser Befund verdeutlicht, dass die Landesredaktion sich um eine möglichst zeitnahe Publikation bemühte. Jeweils eine Zusendung veröffentlichten sie nach zwei oder drei Tagen, länger als sieben Tage wurde keine Quelle geschoben. Im Lokalen entschieden sich die Journalisten anders. Hier neigten sie zum Aufheben der Informationsquellen. So publizierten sie die Mehrzahl des selektierten Inputs nach zwei Tagen (n = 25), insgesamt 58,2 Prozent erschienen bis zu drei Tage nach ihrem Eintreffen, danach nahm die Publikationswahrscheinlichkeit mit jedem Tag ab. Länger als zehn Tage wurde keine PR-Quelle aufbewahrt.

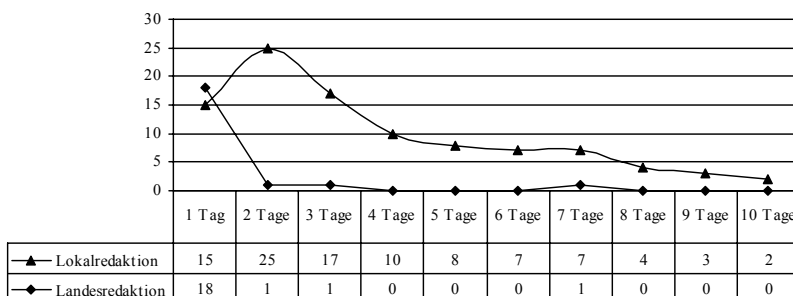


Abb. 3: Dauer bis zur Publikation (absolut)

Die Landesjournalisten der *Thüringer Allgemeine* ließen sich während der Untersuchung häufiger den Zeitpunkt der Berichterstattung vorgeben als die

Lokaljournalisten. Wenn die Determination des journalistischen Timings als unmittelbare Übernahme einer PR-Quelle am Folgetag definiert wird, dann trifft dies mehrheitlich auf die Landesberichterstattung zu. Und diese Beeinflussung ist im Landesressort stärker ausgeprägt als bei der Determinationsthese zugrunde liegenden Untersuchung von Baerns (vgl. 1991: 89), die feststellte, dass 65 Prozent des von der Landespressekonferenz Nordrhein-Westfalen ausgesendeten PR-Materials am Folgetag publiziert wurden. Schweda und Opherden (vgl. 1995: 161) wiesen ebenfalls nach, dass die Journalisten zwischen 70 und 84 Prozent der Pressemitteilungen in den ersten beiden Tagen nach dem Eintreffen publizierten.

Transformationsleistungen des Journalismus

Die Untersuchung der journalistischen Transformationsleistungen gibt Aufschluss über die Art und Weise der Publikation. Wie veröffentlichen die Journalisten die ausgewählten Informationen? Mehrheitlich waren die PR-Quellen bzw. Artikel, die auf die untersuchten Quellen zurückzuführen waren, auf hinteren Seiten der Lokalberichterstattung zu finden, in der Regel auf der Seite drei (n = 40). Lediglich 16 der insgesamt 98 PR-Texte wurden für die Seite eins als lokale Titelseite ausgewählt. Die Thüringenseite als dritte Seite des Zeitungsmantels, auf der die Landesjournalisten täglich schrieben, herrschte in der Landesberichterstattung vor (n = 13). Seltener fanden sich die PR-Texte auf der ersten (n = 5), der Hintergrund- (n = 2) oder der Ratgeberseite (n = 1), auf denen die Journalisten der Landesredaktion je nach Themenbezug ebenfalls, wenn auch nicht in jeder Ausgabe, Artikel veröffentlichten.

Die übernommenen Informationsquellen publizierten beide Redaktionen meist in kleiner Form, beispielsweise als einspaltige Kurzmeldung (Lokal: n = 53, Land: n = 16). In der Lokalberichterstattung waren die Anteile bezogen auf die Größe bis zu Fünfspaltern in etwa gleich verteilt, Sechs- und Siebenspalter kamen deutlich seltener vor. Auffällig war in der Landesberichterstattung, dass die PR-Texte entweder als Ein- oder als Fünfspalter publiziert wurden, eine Zwischengröße existierte im Erhebungszeitraum nicht. Damit bestätigen die Ergebnisse für die *Thüringer Allgemeine* die Befunde von Schweda und Opherden (vgl. 1995: 207), nach denen Journalisten nicht nur die Seiten vorrangig mit eigen recherchierten Beiträgen füllen, sondern diese außerdem – entscheiden sie sich für die Publikation einer PR-Quelle – auf einer hinteren Seite in einer kleineren Form veröffentlichen.

Die Art und Weise der PR-Publikation ist in den untersuchten Ressorts sehr unterschiedlich. In der Lokalberichterstattung wurde mehrheitlich die Hauptaussage wörtlich abgedruckt (63,3 Prozent). Es fanden sich keine Zusatzinformationen, sondern nur geringfügige Kürzungen oder Änderungen in der Wortstellung. In der Landesberichterstattung war dies nur viermal der Fall (19 Prozent). Dort setzten sich die Journalisten selbst mit einem Thema auseinander und recherchierten in Folge einer PR-Quelle (76,2 Prozent). Die Lokaljournalisten entschieden sich für diese Form der Aufarbeitung seltener, 17,3 Prozent der selektierten Quellen regten sie zu einer eigenen

Recherche an. Dann enthielt der Artikel Zusatzinformationen, die über den Inhalt des PR-Textes hinausgingen, wörtliche Passagen waren nicht zu finden. PR-Termine, wie Pressekonferenzen, denen wiederum Zusatzinformationen hinzugefügt wurden, waren im Landesressort seltener Anlass für die Berichterstattung als im Lokalen, wo die Journalisten an 19 Pressekonferenzen teilnahmen. Im Landesressort geschah dies während des Untersuchungszeitraums nur ein einziges Mal. Nie führten die Lokaljournalisten Kritik und Kommentar an, Landesjournalisten nutzten die PR-Texte hingegen auch, um sich kritisch und kommentierend damit auseinanderzusetzen, Aussagen polarisierend darzustellen oder die Absender der Quellen mit früheren Meinungsäußerungen zu konfrontieren.

Abb. 4: Art und Weise der PR-Publikation

| Vergleich nach | | Lokalredaktion Erfurt | | Landesredaktion Thüringen | |
|---|--------------------------------------|-----------------------|------|---------------------------|------|
| | | absolut | % | absolut | % |
| Inhalt der Wiedergabe | Hauptaussage | 62 | 63,3 | 4 | 19,0 |
| | Termin (Pressekonferenz) | 19 | 19,4 | 1 | 4,8 |
| | Recherche (in Folge einer PR-Quelle) | 17 | 17,3 | 16 | 76,2 |
| zusätzliche Kritik- und Kontrolleistung | | 0 | 0 | 10 | 47,6 |

Recherche, Kritik und Kommentar als journalistische Transformationsleistungen sind im Lokalen schwächer, in der Landesberichterstattung stärker ausgeprägt. Die Landesredaktion hat bezogen auf den PR-Input ähnlich wie bei Saffarnia (1993: 418) „relativ viel recherchiert“. Saffarnia (vgl. ebd.) hielt fest, dass knapp 50 Prozent der Artikel, deren Anlass eine PR-Aussendung war, zusätzliche, von den Redakteuren recherchierte Informationen enthielt und betonte mit seinen Befunden die Rolle der selbständigen Recherche für den Journalismus, deren Bedeutung seiner Meinung nach in früheren Studien negiert wurde. Im Hinblick auf die journalistischen Transformationsleistungen bemerkte er, dass das innenpolitische Ressort für Artikel, „die auf einer PR-Aussendung beruhen, viel recherchiert, Betonungsrangreihen völlig unterschiedlich gewichtet und viel kommentiert [hat]. Hingegen hat [es] sehr wenig kritisiert und die Rangfolge der vorgegebenen Informationseinheiten unverändert übernommen. [...] Insgesamt muss man der Zeitung durchaus Eigenleistung attestieren“ (ebd.: 419). Die Ergebnisse der Fallstudie widersprechen zugleich den Befunden von Baerns (vgl. 1991: 88) und Rossmann (vgl. 1993: 92), die in ihren Untersuchungen nur geringe journalistische Thematisierungs- und Transformationsleistungen fanden.

Eine Erklärung für die ressortspezifischen Transformationsleistungen könnten die unterschiedlichen Einschätzungen von Public Relations sein. Lokaljournalisten tendieren laut Weischenberg zu positiveren Beschreibungen als Landes- und damit politische Journalisten (vgl. Weischenberg 1997: 7). Mehr als 50 Prozent der von Weischenberg et al. (1994) befragten Lokaljournalisten gaben an, dass PR-Texte

Anregungen für neue Themen bieten und notwendige Informationen bereitstellen. Politische Journalisten antworteten zurückhaltender und meinten mehrheitlich, dass sie zu viele PR-Materialien erhalten (vgl. Weischenberg 1997: 7). Dieses Antwortverhalten fasste die Forschergruppe in vier Gruppen von Journalisten zusammen (PR-Pragmatiker, PR-Skeptiker, PR-Kritiker und PR-Antikritiker). Unter den Lokaljournalisten überwogen die PR-Pragmatiker, die Public Relations positiv-aufgeschlossen gegenüber standen, während politische Journalisten als PR-Kritiker die Meinung vertraten, dass PR-Texte die journalistische Recherche ersetzen und zu unkritischer Berichterstattung verführen (vgl. ebd.).

Statusorientierung als Auswahlkriterium

Neben dem Einfluss des Ressorts auf die Publikation von PR-Quellen wollte die Fallstudie die Frage nach einer möglichen Statusorientierung des Printjournalismus beantworten. Diese Orientierung könnte sich in der häufigeren Veröffentlichung von Informationen, deren Absender von den Journalisten als gesellschaftlich angesehen eingestuft werden, äußern. Die Lokaljournalisten bemühen sich um eine vielfältige Berichterstattung, der Status des Absenders scheint nicht das primäre Selektionskriterium zu sein. Informationsquellen von Theatern, Museen und Opernhäusern wählten die Lokaljournalisten am häufigsten aus, gefolgt von der Stadtverwaltung und der Kirche als Absender. Seltener fanden sich im Lokalteil Informationen von PR-Agenturen, Verkehrsunternehmen, Einkaufszentren, Vereinen aus dem künstlerischen und kulturellen Bereich sowie Landesorganisationen. Die größte Publikationswahrscheinlichkeit hatten Aussendungen von Buchhandlungen: Fünf von sechs PR-Quellen, die auf Leseabende hinwiesen und zugleich die Buchhandlung vorstellten, wurden veröffentlicht. Nur ein- oder zweimal waren beispielsweise die Universität Erfurt, die Industrie- und Handelskammer, Wohlfahrtsverbände oder die Krankenkassen mit ihren PR-Texten präsent. Landratsämter, Parteien und Gewerkschaften wurden – obwohl mit bis zu elf Zusendungen im Input vertreten – nie für die Berichterstattung ausgewählt.

Die Statusorientierung der Landesjournalisten scheint ausgeprägter. Bis auf drei der insgesamt 21 übernommenen Quellen stammten alle PR-Texte von angesehenen gesellschaftlichen Gruppen oder Einrichtungen, sechsmal war beispielsweise ein Landesministerium Absender, vier Quellen stellten die Polizeidirektionen des Freistaates Thüringen, drei die Landtagsfraktionen von SPD und CDU zur Verfügung. Mit jeweils zwei übernommenen PR-Texten waren Landesorganisationen und Krankenkassen vertreten. Einmal hatten ein Verein der Jugend- und Familienarbeit, eine Ärztevereinigung und eine Schule Gelegenheit, ihre Informationen in der *Thüringer Allgemeine* zu veröffentlichen. Auffällig war, dass PR-Texte eines öffentlich-rechtlichen Rundfunksenders mit 50 Prozent die größte Publikationswahrscheinlichkeit hatten. Die Informationsauswahl war in der Landesredaktion stark ausgeprägt (4,4 Prozent des Inputs wurden übernommen). Dieses Ergebnis ist durch den begrenzten

Publikationsraum begründet. Die Landesjournalisten verwendeten zum Beispiel PR-Quellen von Parteien, Universitäten und Fachhochschulen, dem Bistum und Kirchgemeinden, aus dem Bereich Kunst und Kultur oder von Bundesministerien und dem Thüringer Landtag nicht. All diese Absender fanden, obwohl sie sich mehr als zehnmals an die Landesredaktion wendeten, keine Beachtung.

Abb. 5: Publikationswahrscheinlichkeit ausgewählter Absendergruppen

| Absendergruppe | Häufigkeit des | | PuW (in Prozent) |
|----------------------------------|----------------|---------|------------------|
| | Inputs | Outputs | |
| Lokalredaktion Erfurt | | | |
| kulturelle Einrichtungen | 36 | 18 | 50,0 |
| Stadt | 34 | 17 | 50,0 |
| Kirche | 38 | 9 | 23,7 |
| PR-Agenturen | 16 | 8 | 50,0 |
| Buchhandlungen | 6 | 5 | 83,3 |
| Verkehrsbetriebe | 9 | 4 | 44,4 |
| Einkaufszentren | 9 | 4 | 44,4 |
| Vereine Kultur | 11 | 4 | 36,4 |
| Landesorganisationen | 11 | 4 | 36,4 |
| Landesredaktion Thüringen | | | |
| Landesministerien | 58 | 6 | 10,3 |
| Polizei | 15 | 4 | 26,7 |
| Landtagsfraktionen | 51 | 3 | 5,9 |
| Landesorganisationen | 15 | 2 | 13,3 |
| Krankenkassen | 15 | 2 | 13,3 |
| Schulen | 5 | 1 | 20,0 |
| öffentlich-rechtlicher Rundfunk | 2 | 1 | 50,0 |
| Ärztevereinigungen | 23 | 1 | 4,3 |
| Vereine Jugend | 25 | 1 | 4,0 |

Legende: PuW – Publikationswahrscheinlichkeit

Die „kommunikative Chancenungleichheit“ (Saffarnia 1993: 421) ist eher in der Landes- als in der Lokalberichterstattung der *Thüringer Allgemeine* zu finden. Lokale Eliten seien in der Lokalberichterstattung überrepräsentiert, während private, einzelne Bürger deutlich seltener als aktiv Handelnde vorkämen, lautet das Ergebnis von Möhring (vgl. 2001: 164). Stürzebecher (vgl. 2002: 52) fügt hinzu, dass die ostdeutsche Lokalberichterstattung mehrheitlich von der Exekutive und Legislative geprägt sei. Dies ist seiner Meinung nach in der Vergangenheit und der Sozialisation der Journalisten in der DDR begründet. Er meint, dass „bei den früheren SED-

Bezirksorganen alte Traditionen bis heute nachwirken, zumal ja in den Redaktionen, [...] kein grundlegender personeller Neubeginn stattgefunden hat“ (ebd.: 53). Aufgrund der Marktstrukturen fehlen seiner Meinung nach der Wettbewerbsdruck und der „entscheidende Ansporn, um den Lesern ausführlichere und auch bessere Lokalteile zu bieten“ (ebd.). Die Ergebnisse der Fallstudie widersprechen diesen Kritikpunkten eindeutig. Im Lokalteil Erfurt sind Exekutive und Legislative nicht häufiger präsent als andere Absender.

Eine Verbindung zwischen der Partei als statushoher Organisation und ihrer medialen Präsenz vermuteten Schweda und Opherden (1995): „Die Pressemitteilungen der Etablierten gelangen zu 80 Prozent in die Berichterstattung mindestens einer Zeitung, die Grünen zu 60 und die der FWG zu 40 Prozent“ (1995: 206). „Es ist anzunehmen, dass sich der Status der PR-treibenden Organisationen auf die Möglichkeiten auswirkt, über Pressearbeit Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen“, meint auch Raupp (2005: 205). Diese These bestätigt die Fallstudie nur zum Teil und nur für die Landesberichterstattung. Belege für die zweite Vermutung Raupps, dass mit der steigenden Intensität in der Aussendung von PR-Texten die Wahrscheinlichkeit auf Publikation zunehme (vgl. ebd.), finden sich in der Untersuchung der *Thüringer Allgemeine* nicht. Dieser Zusammenhang war im Input-Output-Vergleich nicht feststellbar. Sowohl Absender, die sich selten an die Redaktionen wendeten als auch jene, die häufig Informationsquellen verschickten, fielen in beiden Redaktionen durch das Selektionsraster. Beispiele waren für die Lokalberichterstattung Landesministerien (häufige Zuschriften) und Krankenhäuser (seltene Zuschriften). In der Landesredaktion wurden sowohl Informationen von Universitäten und Fachhochschulen (häufige Zuschriften) als auch von Gewerkschaften (seltene Zuschriften) nicht veröffentlicht.

Quellentransparenz

Die Quellentransparenz als Offenlegung der Informationsquelle war der letzte Vergleichspunkt innerhalb der Input-Output-Analyse. Insgesamt 53 ausgewählte und publizierte PR-Quellen gaben die Lokaljournalisten als eigen recherchierte aus. Hier nannten sie den Absender nicht. Es fanden sich lediglich Angaben über den Veranstaltungsort und/oder den Veranstalter, für die Leser wurde allerdings nicht ersichtlich, von wem die Informationen stammten. Bei den übrigen 45 PR-Quellen wurde der Absender angeführt. Problematisch ist, dass drei dieser Veröffentlichungen zwar ein Hinweis auf den Absender gaben, es sich dabei jedoch um eine PR-Agentur handelte. Für die Leser ist an dieser Stelle nur ersichtlich, dass der Artikel von einer Person geschrieben wurde, sie können allerdings nicht unterscheiden, ob es sich dabei um einen Redakteur (beispielsweise einen freien Mitarbeiter) oder einen Absender aus dem PR-Bereich handelt. Haben sie kein Wissen über den Redaktionsaufbau und die Zusammensetzung der Lokalredaktion, müssen sie – so suggeriert es die Veröffentlichung – davon ausgehen, dass der Verfasser des Beitrages zur Redaktion gehört, obwohl dieser unter Umständen für eine PR-Agentur arbeitet.

Die Landesjournalisten unterscheiden sich von ihren Kollegen des Lokalressorts kaum: Bei acht der abgedruckten 21 PR-Quellen nannten sie den Absender. Als schwierig erweist sich hier, dass zwar mehrheitlich der Absender zu erkennen war, dieser aber hinter einem allgemeinen, anonymisierten Hinweis versteckt wurde, beispielsweise ein Landesministerium ohne konkrete Person als Verfasser. Stattdessen fanden sich Formulierungen, die auf die Funktion oder den Arbeitsort des Informanten, nicht aber seine Person verwiesen.

Zusammenfassend zeigen sich zwei Punkte: Zum einen trifft der Befund von Baerns (vgl. 1991: 90), nach dem Massenmedien bei weniger als einem Drittel der veröffentlichten PR-Quellen den Absender nennen, für das untersuchte Fallbeispiel nicht zu. Die Journalisten der *Thüringer Allgemeine* entscheiden sich häufiger für die Quellenoffenlegung, wobei zum anderen ressortspezifische Unterschiede und Probleme sichtbar werden. Die Ergebnisse der Fallstudie stehen zudem im Widerspruch zu den Ergebnissen Fröhlichs (1992). Sie hielt fest, dass Abonnementzeitungen „bei der Übernahme von Themen und der mit diesen Themen verbundenen Wertungen aus den Presseinformationen in die Berichterstattung“ (Fröhlich 1992: 46) darauf verzichten, „die Quellen ihrer Darstellungen oder ihre Informanten zu nennen“ (ebd.).

4. Diskussion und Interpretation

Die Ergebnisse der Input-Output-Analyse verdeutlichen, dass die Themen der Landes- und Lokalberichterstattung der *Thüringer Allgemeine* nicht durch PR-Leistungen determiniert werden. Weniger als ein Viertel der Gesamtberichterstattung geht auf eine PR-Quelle zurück. Demzufolge setzen die Journalisten ihre Themen meistens selbst, sie recherchieren und füllen mit ihren Rechercheergebnissen drei Viertel aller Artikel. Bezüglich des Zeitpunkts der Berichterstattung zeigt sich ein uneinheitliches Bild: Landesjournalismus lässt sich das Timing der Themensetzung als Publikation am Folgetag deutlich häufiger vorgeben als Lokaljournalisten, die eher dazu neigen, PR-Texte zu einem späteren Zeitpunkt zu veröffentlichen. Die Hypothese eins wird für den Lokaljournalismus der *Thüringer Allgemeine* widerlegt. Für die Landesberichterstattung wird der erste Teil der Hypothese eins falsifiziert, eine zeitliche Beeinflussung der Berichterstattung bei einer Übernahme eines PR-Textes ist allerdings nachweisbar.

Die Hypothese zwei konstatiert einen Zusammenhang zwischen der Publikation von PR-Informationsquellen und dem Status der Absender. Auch hier unterscheiden sich beide Ressorts. Eine ausgewogene und zugleich vielfältige Berichterstattung scheint Ziel der untersuchten Lokalredaktion zu sein. Unter den ausgewählten Quellen finden sich sowohl gesellschaftlich etablierte Absender (beispielsweise aus dem kulturellen Bereich) als auch Vereine der Familien- und Jugendarbeit. Landesjournalisten orientieren sich stärker an den politischen Eliten Thüringens. Ihre PR-Texte werden während des Untersuchungszeitraums deutlich häufiger veröffentlicht als Zusendungen von Organisationen und Institutionen, die eher zu

den statusniedrigeren Absendern zählen. Doch nicht nur diese Quellen, sondern auch jene von vermeintlich etablierten Absendern fallen durch das Selektionsraster, wie das Beispiel der Universitäten und Fachhochschulen zeigt.

Wird die Gesamtberichterstattung einbezogen, dann bemühen sich beide Ressorts darum, möglichst viele Gruppierungen und verschiedene Stimmen zu einem Thema zu Wort kommen zu lassen. Dies gilt auch für die Landesberichterstattung, in der während des Untersuchungszeitraums sowohl Beiträge über die Arbeit der Thüringer Landesministerien (Beispiel für eine statushohe Institution) als auch über einen Elternverein suchtkranker Kinder oder eine Studentin, die im Ausland studiert (Beispiele für Personengruppen, die als statusniedriger eingestuft werden), zu finden waren. Bezogen auf die Hypothese zwei, die sich ausschließlich auf den Zusammenhang zwischen der Publikation einer PR-Quelle und deren Status bezieht, bestätigen die Ergebnisse ihre Annahme für die Landes- und widerlegen sie für die Lokalberichterstattung.

Die in etwa gleich häufige Abdruckquote von PR-Quellen bezogen auf die gesamte Berichterstattung der Lokal- und Landesredaktion widerlegt die Hypothese drei für beide Ressorts. Ein Zusammenhang zwischen dem Ressort und der Übernahme von PR-Quellen kann im Hinblick auf die Gesamtberichterstattung nicht festgestellt werden. Dennoch bestehen ressortspezifische Unterschiede, auf die bereits Baerns (vgl. 1979: 310-311) hinwies, beispielsweise im Umgang mit PR-Texten, der Selektionshäufigkeit, den Transformationsleistungen und der Quellentransparenz. Diese Ergebnisse spiegeln die positivere Beurteilung von PR-Materialien durch Lokaljournalisten laut Weischenberg et al. (vgl. 1995: 214) wider.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Lokalressort Erfurt und die Landesredaktion Thüringen der *Thüringer Allgemeine* seltener PR-Quellen aufgreifen als in Vergleichsstudien. Es gelingt den Public Relations nicht, die journalistische Themensetzung in ihrer Gänze zu bestimmen. Längere Artikel waren im Untersuchungszeitraum nur ein einziges Mal auf eine PR-Quelle zurückzuführen. Der erste Teil der forschungsleitenden Fragestellung, der eine Abhängigkeit des Journalismus von Public Relations vermutet, wird durch die Fallstudie widerlegt. Der Status der Informationsquelle kann Einfluss auf die Auswahl und Publikation nehmen, muss dies aber nicht. Bezogen auf die Gesamtberichterstattung zeigen sich im Abdruck von PR-Texten keine Unterschiede zwischen den untersuchten Ressorts. Ressortspezifische Unterschiede bestehen bei der Art und Weise der Publikation von Informationsquellen. Die Transformationsleistungen des Journalismus sind in der Landesberichterstattung stärker als im Lokalen ausgeprägt. Nach den Ergebnissen der Fallstudie ist die Arbeit der *Thüringer Allgemeine* durch die Nichtdetermination des Lokal- und Landesteils gekennzeichnet. Die Journalisten setzen eigene Themen, denen sie den Vorrang in der Veröffentlichung einräumen. Eine Determination wäre – so Schweda und Opherden (1995: 209) – nur dann nachweisbar, wenn „ein journalistisches Gegengewicht vollständig selbst verfasster Artikel in den einzelnen Zeitungen gefehlt hätte“. Dieses Ergebnis ist umso bedeutender, wenn der Nachrichtenwert

einbezogen wird. Barth und Donsbach (vgl. 1992: 163) stellten fest, dass Journalisten in normalen, nicht durch eine Krise oder ein Unglück bestimmten Zeiten eher PR-Quellen nutzen als in einem Konflikt. Während des Untersuchungszeitraums konnte kein außergewöhnliches Ereignis beobachtet werden, das die Berichterstattung durch seinen Nachrichtenwert beeinflusst haben könnte. Aus diesem Befund könnte der Rückschluss gezogen werden, dass die Abdruckquote sich in einer Krise oder einem Konfliktfall eher noch verringern und die Journalisten der *Thüringer Allgemeine* mehr Artikel veröffentlichen würden, denen ihr eigenes Erkenntnisinteresse zugrunde liegt.

Versuch einer Ergebnisbegründung

Das Resultat der Fallstudie – die Nichtdetermination des Lokal- und Landesjournalismus der *Thüringer Allgemeine* – weicht vom bisherigen Forschungsstand und den zuvor aufgestellten Vermutung über den Einfluss des Status und des Ressorts auf die Informationsselektion ab. Dies ist unter Umständen in der Anlage der Untersuchung, der Tageszeitungs- und Ressortauswahl begründet:

- Erstens wich die Fallstudie von der ceteris-paribus-Annahme von Baerns (1991) ab. Die vorliegende Untersuchung berücksichtigte mögliche Einflussfaktoren auf die journalistische Aussagenproduktion sowie den Umgang mit Public Relations.
- Zweitens folgte die Fallstudie dem empirischen Vorgehen Saffarnias (1993), erweiterte dessen Ansatz um den Ressortvergleich und in der Anwendung eines dreiteiligen Methodendesigns. Erhebungen, die ein ähnliches Vorgehen wie die Fallstudie wählten, konnten ebenfalls keine Determination der Berichterstattung feststellen, da die Journalisten den Schwerpunkt in der eigenen Recherche sahen (vgl. Schweda/Opherden 1995).
- Drittens sieht sich die *Thüringer Allgemeine* als regionale Qualitätszeitung, die ihren Lesern Informationen, auch aus einem anderen Blickwinkel als ihre Konkurrenzmedien, bieten will. Diese Themen sollen vor allem im Mantel auf einer eigenen Recherche beruhen. Die Journalisten der *Thüringer Allgemeine* bemühen sich um eine umfassende Berichterstattung, die sich informierend, kritisch und kontrollierend mit Themen der Zeit auseinandersetzt. Unter Service verstehen die Redakteure der *Thüringer Allgemeine* nicht wie Möhring (2001) nur die reine Veranstaltungsankündigung und Lebenshilfe, sondern auch die Umsetzung ihrer öffentlichen Aufgabe. Der Vorwurf, dass die Kritikfähigkeit des ostdeutschen Journalismus ebenso wie seine Themenvielfalt abnehme und dafür vermehrt seine Orientierungsfunktion im Hinblick auf den Service umsetze (vgl. Möhring 2001: 163-165), kann für das untersuchte Beispiel nicht gelten.
- Viertens sind die Ergebnisse auch durch die Auswahl der Ressorts bestimmt. Die personelle Besetzung der Landesredaktion Thüringen im Vergleich zum Umfang der täglichen Berichterstattung setzt die Journalisten nicht dem Druck aus, jeden Tag mehrere Seiten mit Artikeln füllen zu müssen wie in der Lokalredaktion. Auf den Zusammenhang zwischen personeller Besetzung, journalistischem Anspruch und der Publikation von PR-Texten wiesen auch Fröhlich und Rüdiger (vgl. 2004:

138) hin. Die Landesjournalisten der *Thüringer Allgemeine* haben die Möglichkeit, vorzuarbeiten, langfristig zu recherchieren und Beiträge mit zeitlichem Vorlauf zu schreiben. Zudem bedingt die Begrenztheit des Platzes im Zeitungsmantel stärkere Selektionsprozesse. Dieser Zusammenhang gilt jedoch nicht für die Lokalberichterstattung. Dort variiert der Umfang des lokalen Buches zwischen zwei und fünf Seiten, so dass Raum für PR-Beiträge gegeben wäre. Höhere Abdruckquoten im Vergleich zur Gesamtberichterstattung als im Landesteil waren jedoch nicht feststellbar. Zudem nutzten die Journalisten beider Ressorts Meldungen von Nachrichtenagenturen für die Berichterstattung nicht, da ihnen vielfältige Primärquellen zur Verfügung standen.

- Fünftens bedingen die thematischen Übereinstimmungen zwischen den PR-Texten und dem ressortspezifischen Schwerpunkt die Auswahl. Der Input muss einer Veröffentlichung angemessen sein. Auch der Quellentyp der ausgewählten Informationsquellen muss hier Berücksichtigung finden: im Lokalen häufiger die Mischform aus Pressemitteilung und Ankündigung, in der Landesberichterstattung stärker reine Pressemitteilungen als Stellungnahmen zu einer Thematik. Schließlich bestimmen die journalistischen Prädispositionen die Informations- und Quellenauswahl (vgl. Barth/Donsbach 1992: 163).

5. Fazit

Die Fallstudie kann eine Beeinflussung im Sinne einer problematischen Abhängigkeit des Journalismus von PR-Zulieferungen nicht nachweisen. Zwar übernehmen die Journalisten beider Ressorts PR-Quellen in ihre Berichterstattung, doch den Vorrang räumen sie eigenen Texten ein. Ein Gegengewicht journalistisch selbständig recherchierter Themen zu den PR-Texten, wie es Schweda und Opherden (vgl. 1995: 209) fordern, ist in jeder Zeitungsausgabe zu finden. Wenn eine Übernahme von PR-Texten stattfindet, lassen sich Landesjournalisten den Zeitpunkt der Berichterstattung vorgeben, in der Lokalredaktion ist eine Determination des Timings schwächer ausgeprägt. Ressortspezifische Unterschiede zeigen sich im Vergleich zur Gesamtberichterstattung nicht in der Häufigkeit der Übernahme von PR-Quellen, sondern in den Transformationsleistungen. In den untersuchten Ressorts der *Thüringer Allgemeine* ist die Recherche „nicht von Mythen umrankt“ (Fengler/Ruß-Mohl 2005: 253) und auch nicht fremdbestimmt durch PR-Angebote, sondern redaktionelle Realität im Arbeitsalltag. Die im Titel formulierte Frage, ob das schlechte Zeugnis, das Baerns 1983 dem Journalismus ausstellte, noch heute gilt, muss nach den aktuellen Befunden für das Fallbeispiel relativiert werden.

Deutlich wird auch, dass Journalismus – nicht überraschend – zur schnellen, möglichst aktuellen Information tendiert. Elektronische Zugangswege werden von den Journalisten bevorzugt, wie eine Umfrage der dpa-Tochter „News aktuell“ bestätigt: Danach favorisieren 82 Prozent der Journalisten die E-Mail. Fax und Post liegen abgeschlagen auf Rang zwei und drei (vgl. News aktuell 2002: 24). Dieser Trend zur

schnellen Information ist in Zusammenhang mit dem wachsenden PR-Sektor zu sehen. Der Drang zur Darstellung von Partikularinteressen steigt aufgrund eines begrenzten Platzes für die Publikation an, zumal PR-Zulieferer zum Teil nach Aussendung und Abdruck (Publikationserfolg) bezahlt werden. Nur wer publiziert und Public Relations betreibt, kommt in der medial konstruierten Wirklichkeit vor (vgl. Merten 1999: 481). Die PR-Zulieferungen, die Journalisten und Kommunikationswissenschaftler teilweise als ‚Flut‘ bezeichnen, erfordern von den Redakteuren täglich verstärkte Selektionsprozesse, eine kritische Auseinandersetzung und zügige Bewertung der Quellen, um nicht in dem PR-Material zu versinken.

Eine Beeinflussung des Journalismus durch Public Relations kann nicht in dem Umfang wie in früheren Studien nachgewiesen werden. Dennoch besitzt die Determinationsthese weiterhin Relevanz und nicht nur „historischen Wert“, wie Löffelholz (2004: 483) meint, da es durchaus Anzeichen für ein Zusammenwirken von Journalismus und Public Relations gibt. Immerhin gelingt es PR, Themen der journalistischen Recherche zu initiieren und eigene Beiträge in der Berichterstattung zu platzieren. Die aktuellen Befunde zeigen, dass die Journalisten der *Thüringer Allgemeine* dennoch ihrer Informationsfunktion in Form selbst gesetzter, nicht fremdbestimmter Themen gerecht werden. Die in der Determinationsthese vermutete Kluft zwischen dem journalistischen Anspruch der Unabhängigkeit und der redaktionellen Wirklichkeit (PR-Abhängigkeit) scheint nicht in dem Maße ausgeprägt, wie ursprünglich angenommen. Eine pauschale Aussage á la ostdeutscher Journalismus habe „gravierende Defizite [...] bei der Nachrichtenbearbeitung, bei der Recherche“ (Mast et al. 1994: 434) kann so nicht länger gelten.

Die Ergebnisse bekräftigen, dass nur der Vergleich der Abdruckquote mit dem Umfang der Gesamtberichterstattung Aufschluss über eine mögliche Determination geben kann, wie es Saffarnia (vgl. 1993: 414) zuerst betonte. Mit dem empirischen Vorgehen wird eine Bezugsgröße geschaffen, so dass der Kritik Schantels (2000: 85), der Determinationsverdacht des Journalismus durch Public Relations sei ein „richtmaßloses Konstrukt“, begegnet werden kann. Die Determinationsforschung muss sich in ihrem methodischen und empirischen Vorgehen neuen Perspektiven öffnen und intervenierende Variablen berücksichtigen, um eine umfassendere Charakterisierung der journalistischen Informationsselektion und der Beziehung zwischen Journalismus und Public Relations zu ermöglichen, wie sie auch Fröhlich und Rüdiger (vgl. 2004: 139) fordern.

Meine Untersuchung liefert ein Puzzleteil zur Beschreibung des PR-Journalismus-Verhältnisses, in dem sie den Einfluss des Ressorts auf den Umgang mit Public Relations teilweise bestätigt und nachweist, dass die Statusorientierung des Journalismus geringer als angenommen ausgeprägt ist. Damit wird eine der Lücken innerhalb der Determinationsforschung geschlossen, die Raupp (vgl. 2005: 206) noch 26 Jahre nach Beginn der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der PR-Journalismus-Beziehung gefunden hat.

LITERATURLISTE

- Bachmann, Cornelia (1997): Public Relations: Ghostwriting für Medien? Eine linguistische Analyse der journalistischen Leistung bei der Adaption von Pressemitteilungen. Bern.
- Baerns, Barbara (1979): Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischeren Beschreibung von Medieninhalten. In: Publizistik, 24. Jg., S. 301-316.
- Baerns, Barbara (1983): Vielfalt und Vervielfältigung. Befunde aus der Region – eine Herausforderung für die Praxis. In: Media Perspektiven, 21. Jg., S. 207-215.
- Baerns, Barbara (²1991): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln.
- Barth, Henrike/ Donsbach, Wolfgang (1992): Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen. In: Publizistik, 37. Jg., S. 147-165.
- Donsbach, Wolfgang/ Wenzel, Arnd (2002): Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber parlamentarischer Pressearbeit. In: Publizistik, 47. Jg., S. 373-387.
- Donsbach, Wolfgang/Meißner, Antje (2004): PR und Nachrichtenagenturen. Missing Link in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. In: Raupp, Juliana/ Klewes, Joachim (Hrsg.): Quo vadis Public Relations? Wiesbaden, S. 113-124.
- Fengler, Susanne/Ruß-Mohl, Stephan (2005): Journalisten-Mythen – Und ihr Ende in der Mediengesellschaft: Zur Ökonomie des Journalismus. In: Rössler, Patrick/ Krotz, Friedrich (Hrsg.): Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths. Konstanz, S. 245-265.
- Fröhlich, Romy (1992): Qualitativer Einfluss von Pressearbeit auf die Berichterstattung: Die „geheime Verführung“ der Presse? In: Publizistik, 37. Jg., S. 37-49.
- Fröhlich, Romy/ Rüdiger, Burkhard (2004): Determinierungsforschung zwischen PR-„Erfolg“ und PR-„Einfluss“. Zum Potenzial des Framing-Ansatzes für die Untersuchung der Weiterverarbeitung von Polit-PR durch den Journalismus. In: Raupp, Juliana/ Klewes, Joachim (Hrsg.): Quo vadis Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandsaufnahme und Entwicklungen. Wiesbaden, S. 125-141.
- Grossenbacher, René (1986): Hat die „vierte Gewalt“ ausgedient? Zur Beziehungen zwischen Public Relations und Medien. In: Media Perspektiven, 24. Jg., S. 725-731.
- Kepplinger, Hans Mathias/ Maurer, Marcus (2004): Der Einfluss der Pressemitteilungen der Bundesparteien auf die Berichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002. In: Raupp, Juliana/ Klewes, Joachim (Hrsg.): Quo vadis Public Relations? Wiesbaden, S. 113-124.
- Löffelholz, Martin (²2004): Ein privilegiertes Verhältnis. Theorien zur Analyse der Inter-Relationen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, S. 471-485.

- Mast, Claudia/ Weigert, Matthias/ Haasis, Klaus (1994): Medien und Journalismus im Umbruch. In: Böckelmann, Frank/ Mast, Claudia/ Schneider, Beate (Hrsg.): Journalismus in den neuen Ländern. Ein Berufsstand zwischen Aufbruch und Abwicklung. Konstanz, S. 231-450.
- Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1/1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster.
- Möhring, Wiebke (2001): Die Lokalberichterstattung in den neuen Bundesländern: Orientierung im gesellschaftlichen Wandel. München.
- News Aktuell (2002): Media Studie 2002. Journalisten online – die Folgestudie, http://www.newsaktuell.de/de/download/ms2002_d.pdf, Download: 24. Februar 2005.
- Raupp, Juliana (2005): Determinationsthese. In: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/ Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Wiesbaden, S. 192-208.
- Rossmann, Torsten (1993): Das Beispiel Greenpeace: Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einfluss auf Medien. In: Media Perspektiven, 31. Jg., S. 85-94.
- Saffarnia, Pierre A. (1993): Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus? Empirische Belege und theoretische Überlegungen gegen die PR-Determinierungsannahme. In: Publizistik, 38. Jg., S. 412-425.
- Schantel, Alexandra (2000): Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung. In: Publizistik, 45. Jg., S. 70-88.
- Schnitzmeier, Jürgen (1989): Macht der Öffentlichkeitsarbeit oder Macht des Journalismus? In: pr-magazin, 15. Jg., Nr. 9, S. 27-34.
- Schweda, Claudia/ Opherden, Rainer (1995): Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Kommunikation. Wiesbaden.
- Stürzebecher, Dieter (2002): Deutschland – uneinig Medienland? Die Tagespresse im Prozess der gesellschaftlichen Integration. In: Hömberg, Walter (Hrsg.): Deutschland – einig Medienland? Erfahrungen und Analysen. Münster, S. 39-63.
- Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktion, Medienakteure. Opladen.
- Weischenberg, Siegfried (1997): Selbstbezug und Grenzverkehr. Zum Beziehungsgefüge zwischen Journalismus und Public Relations. In: Public Relations Forum, 3. Jg., Nr. 1, S. 6-9.
- Weischenberg, Siegfried/ Löffelholz, Martin/ Scholl, Armin (1994): Journalismus in Deutschland II: Merkmale und Einstellungen von Journalisten. In: Media Perspektiven, 32. Jg., S. 154-167.
- Weischenberg, Siegfried/ Malik, Maja/ Scholl, Armin (2006): Journalismus in Deutschland 2005. In: Media Perspektiven, 44. Jg., S. 346-361.