

**Susanne Richter**

# Bild Dir Deine Meinung oder wissen LVZ-Leser doch mehr? Pressemitteilungen der Polizeidirektion Leipzig und ihre Behandlung durch die lokalen Printmedien

Eine Analyse der Leipziger Volkszeitung und der  
Bild-Zeitung

**Diplomarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2004 GRIN Verlag  
ISBN: 9783638372220

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/38030>

**Susanne Richter**

**Bild Dir Deine Meinung oder wissen LVZ-Leser doch  
mehr? Pressemitteilungen der Polizeidirektion Leipzig  
und ihre Behandlung durch die lokalen Printmedien**

**Eine Analyse der Leipziger Volkszeitung und der Bild-Zeitung**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# Bild Dir Deine Meinung oder wissen LVZ-Leser doch mehr?

Pressemitteilungen der Polizeidirektion Leipzig und ihre Behandlung durch  
die lokalen Printmedien.

Eine Analyse der *Leipziger Volkszeitung* und der *BILD-Zeitung*.

Diplomarbeit  
zur Erlangung des akademischen Grades  
**„Diplom-Journalistin“**

am  
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
der Universität Leipzig

von: Susanne Richter

Beginn der Bearbeitungszeit: 20. Januar 2004  
Abgabe: 25. Oktober 2004

# Inhaltsverzeichnis

<b>I.</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>6</b>
<b>II.</b>	<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>11</b>
<b>III.</b>	<b>Allgemeine Vorbemerkung .....</b>	<b>16</b>
<b>IV.</b>	<b>Danksagung .....</b>	<b>17</b>
<b>1.</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>18</b>
1.1	Gegenstand der Arbeit .....	18
1.2	Forschungsfrage und Zielsetzung .....	20
1.3	Aufbau der Arbeit .....	21
<b>2.</b>	<b>Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus .....</b>	<b>22</b>
2.1	Der Forschungsstand: Ausgewählte Ansätze und Ergebnisse .....	23
2.1.1	Die Untersuchungen von Barbara Baerns und die Determinationshypothese.....	23
2.1.2	Weitere auf der Determinationshypothese basierende Studien .....	26
2.1.2.1	René Grossenbacher über die Transformationsleistungen der Journalisten .....	26
2.1.2.2	Romy Fröhlich und ihre Studie zum „qualitativen Einfluß von Pressearbeit auf die Berichterstattung“ .....	29
2.1.2.3	Torsten Rossmanns Untersuchung zur „Öffentlichkeitsarbeit und ihrem Einfluß auf die Medien am Beispiel von Greenpeace“ .....	32
2.1.2.4	„Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen“ – eine Analyse von Henrike Barth und Wolfgang Donsbach.....	35
2.1.2.5	Claudia Schweda und Rainer Opherden und ihre Untersuchung zu „Journalismus und Public Relations“.....	37
2.1.3	Die Weiterentwicklung der theoretischen Ansätze.....	42
2.1.3.1	Das Intereffikationsmodell von Bentele/Liebert/Seeling.....	43
2.2	Entwickelte Fragestellungen zur Beantwortung der Forschungsfrage .....	47
<b>3.</b>	<b>Die Öffentlichkeitsarbeit der Polizeidirektion Leipzig .....</b>	<b>49</b>
3.1	Die Öffentlichkeitsarbeit .....	49
3.1.1	Die Öffentlichkeitsarbeit nach innen .....	49
3.1.2	Die Öffentlichkeitsarbeit nach außen .....	49

---

3.2	Die Pressestelle und ihre Aufgaben.....	50
3.2.1	Die Polizei-Pressemitteilung.....	51
3.2.2	Besondere Anforderungen beim Schreiben einer Presseinformation.....	52
3.3	Aktive und reaktive Pressearbeit.....	53
3.4	Pressearbeit in besonderen Situationen.....	54
3.5	Das Verhältnis zwischen Medien und Pressestelle.....	54
<b>4.</b>	<b>Methode und Auswahl des Untersuchungsmaterials.....</b>	<b>56</b>
4.1	Die Inhaltsanalyse.....	56
4.2	Das Leitfadeninterview.....	57
4.3	Auswahl der Zeitungen.....	58
4.3.1	Die <i>Leipziger Volkszeitung</i> .....	59
4.3.1.1	Ein kurzer historischer Abriss.....	59
4.3.1.2	Auflage, Reichweite und Leserkreis.....	60
4.3.1.3	Inhalt, Layout und Aufbau der LVZ.....	61
4.3.2	Die <i>BILD-Zeitung</i> .....	61
4.3.2.1	Die Geschichte der Boulevardzeitung.....	61
4.3.2.2	Auflage, Reichweite und Leserkreis.....	63
4.3.2.3	Themen, Methoden und Layout.....	64
4.4	Methodische Planung und Durchführung der Studie.....	65
4.4.1	Grundgesamtheit und Stichprobe.....	65
4.4.2	Das Kategoriensystem.....	66
4.4.3	Schwierigkeiten beim Erstellen des Kategoriensystems.....	67
4.4.4	Der Pretest.....	68
4.4.5	Gütekriterien der Messung.....	69
4.4.6	Codierung und Auswertung.....	71
<b>5.</b>	<b>Ergebnisse der Inhaltsanalyse.....</b>	<b>72</b>
5.1	Organisationsdaten.....	72
5.1.1	Anzahl der von der Pressestelle ausgesendeten Meldungen pro Tag.....	72
5.1.2	Anzahl der von LVZ und BILD veröffentlichten Mitteilungen pro Tag.....	73
5.1.3	Veröffentlichung der Pressemitteilungen in LVZ und BILD.....	74
5.1.4	Zeitpunkt der Veröffentlichung der Pressemeldungen in LVZ und BILD.....	75
5.2	Formale Ebene.....	76
5.2.1	Umfang der Überschriften der Pressemitteilungen und der Artikel in LVZ und BILD.....	76
5.2.2	Anzahl bzw. Art der Überschriften der Artikel in LVZ und BILD.....	78
5.2.3	Umfang der Texte der Pressemeldungen und der Artikel in LVZ und BILD.....	79
5.2.4	Form der Presseinformationen und der Artikel in LVZ und BILD.....	81
5.2.5	Redaktionelle Gewichtung der Artikel in LVZ und BILD.....	83



---

5.2.6	Darstellungsformen der Hauptbeiträge in LVZ und BILD.....	84
5.2.7	Typografische Hervorhebungen der Artikel in LVZ und BILD.....	86
5.2.8	Verhältnis von Text und Bild der Artikel in LVZ und BILD.....	87
5.2.9	Größe der Überschriften der Artikel in LVZ und BILD.....	88
5.3	Inhaltliche Ebene .....	89
5.3.1	Themen der Pressemeldungen und der Artikel in LVZ und BILD.....	89
5.3.2	Häufigkeit der Beantwortung der „W-Fragen“ in den Polizeipressemeldungen und in den Artikeln von LVZ und BILD .....	94
5.3.2.1	Beantwortung der „W-Fragen“ in den Artikeln im Vergleich zu den Pressemeldungen .....	96
5.3.2.2	Reihenfolge der „W-Fragen“ in den Artikeln im Vergleich zu den Pressemeldungen .....	97
5.3.3	Handelnde, die in den Pressemeldungen und in den Artikeln von LVZ und BILD genannt werden.....	98
5.3.3.1	Nennung der Handelnden in den Artikeln der LVZ und BILD im Vergleich zu den Pressemeldungen.....	102
5.3.3.2	Reihenfolge der Handelnden in den LVZ- und BILD- Artikeln im Vergleich zu den Polizeipressemeldungen.....	103
5.3.4	Nähere Angaben zum Täter/Tatverdächtigen in den Pressemeldungen und in den Beiträgen von LVZ und BILD.....	104
5.3.5	Nähere Angaben zum Opfer in der Pressemeldung und in der LVZ sowie in der BILD.....	112
5.3.6	Zitate in den Pressemitteilungen, in den Artikeln der LVZ und denen der BILD.....	118
5.3.6.1	Veränderungen der Zitate in den Artikeln der LVZ und der BILD im Vergleich zur Pressemitteilung.....	120
5.3.6.2	Anzahl der Zitate in den Artikeln der LVZ und der BILD im Vergleich zur Pressemeldung .....	120
5.3.6.3	Reihenfolge der Zitate in der LVZ und BILD im Vergleich zur Pressemeldung .....	121
5.3.7	Zusatzinformationen der Journalisten in den Artikeln von LVZ und BILD .....	121
5.3.8	Schwere des Deliktes in der Pressemitteilung und im Zeitungsbeitrag von LVZ und BILD .....	125
5.3.9	Quellennennung in den Artikeln von LVZ und BILD.....	126
5.3.10	Emotionalisierung in der Pressemitteilung und in der LVZ und BILD.....	128
5.3.10.1	Details der Emotionalisierung der Artikel in LVZ und BILD .....	130
5.3.11	Quantität der Übernahme durch die Journalisten .....	131
5.3.12	Qualität der Übernahme durch die Journalisten .....	132
5.3.13	Journalistische Standardisierung der Pressemitteilungen und der Zeitungsartikel .....	133
<b>6.</b>	<b>Zusammenfassung und Überprüfung der Fragestellungen.....</b>	<b>138</b>

---

<b>7.</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>159</b>
7.1	Transkripte der Leitfadeninterviews.....	159
7.1.1	Leitfadengespräch mit Birgit Schlegel, amtierende Leiterin der Pressestelle der Polizei (vom 13. Juli 2004, gekürzt).....	159
7.1.2	Leitfadengespräch mit Saskia Grätz, Redakteurin bei der <i>Leipziger Volkszeitung</i> und verantwortlich für die Polizeiberichterstattung (vom 17. August 2004, gekürzt).....	166
7.1.3	Leitfadengespräch mit Angela Wittig, Redakteurin bei der <i>BILD- Zeitung</i> und verantwortlich für die Polizeiberichterstattung (vom 15. September 2004, gekürzt).....	174
7.2	Das Codebuch.....	181
7.2.1	Codeplan für die Pressemitteilungen.....	181
7.2.2	Codeplan für die Artikel in LVZ und BILD.....	193
7.2.3	Kommentar zu den Codeplänen.....	209
7.3	Gesetzestexte.....	239
7.3.1	Auszug der Grundrechte aus dem Grundgesetz.....	239
7.3.2	Auszug aus dem Sächsisches Gesetz über die Presse (SächsPresseG).....	240
7.4	Übersicht zur Struktur der Polizeidirektion Leipzig.....	242
<b>8.</b>	<b>Literatur- und Quellenverzeichnis.....</b>	<b>243</b>
8.1	Primärquellen.....	243
8.2	Sekundärliteratur.....	243
8.3	Aufsätze aus Zeitschriften.....	250
8.4	Weitere Quellen.....	252
8.5	Internetadressen.....	253

## I. Abkürzungsverzeichnis

<b>Symbol</b>	<b>Zeichenbedeutung</b>
[...]	Eigene Auslassungen bzw. nachträgliche Kürzungen eines Zitats oder Weglassungen vollständiger Worte, Wortgruppen oder Sätze. <sup>1</sup>
[Einfügung]	Einfügungen, Zusätze oder Ergänzungen in ein Zitat zur näheren Erläuterung bzw. Vervollständigung des Satzbaus werden ebenfalls in eckige Klammern gesetzt
§	Paragraph
[sic!]	[lat.]: wirklich so; erkannte Fehler im Original
<b>Abkürzung</b>	<b>Erklärung</b>
Abo	Abonnement
Abk.	Abkürzung
Abs.	Absatz
and.	andere
Ankünd.	Ankündigung
Anz.	Anzahl
Anz. Ü	Anzahl der Überschriften

---

<sup>1</sup> Tobias Liebert weist in seinem Heft zum Zitieren und Belegen von Quelle auf Seite 8 darauf hin, dass es in der Literatur zwei verschiedene Empfehlungen für die Benutzung der Ausklammerungen „[...]“ bzw. „(...)“ gibt. In dieser Arbeit werden eckige Klammern „[...]“ sowohl für Zitat Kürzungen von Worten als auch für Auslassungen ganzer Sätze verwendet.

---

Anz. Z	Anzahl der Zitate
Art.	Artikel
Auff.	Aufforderung
Aufl.	Auflage
ausgeschr.	ausgeschrieben
beantw.	beantwortet
Betäubungsmittelkrim.	Betäubungsmittelkriminalität
BILD	<i>BILD-Zeitung</i>
Bildu	Bildunterschrift
bspw.	beispielsweise
BtmG	Betäubungsmittelgesetz
B. W	Beantwortung der „W-Fragen“
Darst	Darstellungsform
D.bes	Darstellungsbesonderheiten
dt.	deutsch
Emo	Emotionalisierung
emo/emotional.	emotionalisiert
Emo spr	sprachliche Emotionalisierung
Emo bild	bildliche Emotionalisierung
Emo gra	grafische Emotionalisierung
FLZ	Führungs- und Lagezentrum
gen.	genannt
Gesch.	Geschädigter
Geschl	Geschlecht

---

Gewicht	Gewichtung
Größe Ü	Größe der Überschriften
Hand	Handelnde(r)
Hauptüberschr.	Hauptüberschrift
IPÖ	Inspektion Prävention/Öffentlichkeitsarbeit
IVW	Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern
LNr	laufende Nummer
LPG	Landespressegesetz
LVZ	<i>Leipziger Volkszeitung</i>
Nation	Nationalität
Nenn. H	Nennung der Handelnden
Nicht-Emo	Nicht-Emotionalisierung
ÖA	Öffentlichkeitsarbeit
öff.	öffentlich(e)
PD	Polizeidirektion
PK	Pressekonferenz
PM	Pressemitteilung(en)
PR	Public Relations
Präv.	Prävention
pyramidenf.	pyramidenförmig
Quali	Qualität
Quanti	Quantität
relev.	relevant
R. H	Reihenfolge der Handelnden

---

R. W	Reihenfolge der „W-Fragen“
R. Z	Reihenfolge der Zitate
SächsDSG	Gesetz zum Schutz der informationellen Selbstbestimmung im Freistaat Sachsen (Sächsisches Datenschutzgesetz)
Schild.	Schilderung
Servicehinw.	Servicehinweis
sex. Selbstbest.	sexuelle Selbstbestimmung
StGB	Strafgesetzbuch
Straft.	Straftat(en)
Tatv./Tatverd.	Tatverdächtige(r)
<i>tz</i>	Boulevardzeitung aus München
Ü.	Überschrift
übern.	übernehmen/übernommen
Umf. Ü	Umfang Überschrift
Umf. T	Umfang Text
umf.	umformuliert
Unf.	Unfall/Unfälle
unterstr.	unterstreichen/unterstrichen
Unterüber.	Unterüberschrift
UO	Unfallopfer
v.	von/vom
Veränd.	Veränderung(en)
V. T/B	Verhältnis von Text und Bild
V. Z	Veränderungen der Zitate

---

Veröff	Veröffentlichung
VO	Verbrechensopfer
Waffenanw.	Waffenanwendung
weggel.	weggelassen
ZA	Zeugenaufruf
Z.	Zitat
Zeit	Zeitpunkt
Zusatz	Zusatzinformationen

## II. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b>	Das Intereffikationsmodell von Bentele/Liebert/Seeling.....	45
<b>Tabelle 1:</b>	Induktions- und Adaptionsbeziehungen zwischen PR und Journalismus in Anlehnung an Bentele/Liebert/Seeling.....	44
<b>Tabelle 2:</b>	Anzahl der von der Pressestelle ausgesendeten Meldungen pro Tag .....	73
<b>Tabelle 3:</b>	Häufigkeitsverteilung der von der Pressestelle ausgesendeten Meldungen pro Tag.....	73
<b>Tabelle 4:</b>	Anzahl der von LVZ und BILD- <i>Zeitung</i> veröffentlichten Pressemeldungen pro Tag .....	74
<b>Tabelle 5:</b>	Häufigkeitsverteilung der von LVZ und BILD- <i>Zeitung</i> veröffentlichten Meldungen pro Tag .....	74
<b>Tabelle 6:</b>	Veröffentlichung der Pressemitteilungen in LVZ und BILD- <i>Zeitung</i> .....	75
<b>Tabelle 7:</b>	Zeitpunkt der Veröffentlichung von Pressemeldungen in LVZ und BILD .....	75
<b>Tabelle 8:</b>	Umfang der Überschriften der Pressemitteilungen in Wörtern .....	77
<b>Tabelle 9:</b>	Häufigkeitsverteilung der Umfänge der Überschriften der Pressemitteilungen .....	77
<b>Tabelle 10:</b>	Umfang der Überschriften der Artikel in LVZ und BILD in Wörtern .....	78
<b>Tabelle 11:</b>	Häufigkeitsverteilung der Umfänge der Überschriften der Artikel in LVZ und BILD .....	78
<b>Tabelle 12:</b>	Anzahl bzw. Art der Überschriften der Artikel in LVZ und BILD .....	78
<b>Tabelle 13:</b>	Häufigkeitsverteilung der Textumfänge der Pressemeldungen und der Artikel von LVZ und BILD .....	79
<b>Tabelle 14:</b>	Umfang der Texte der Pressemeldungen und der Artikel von LVZ und BILD in Wörtern.....	80
<b>Tabelle 15:</b>	Form der Presseinformationen.....	82
<b>Tabelle 16:</b>	Form der Artikel in LVZ und BILD .....	83



---

<b>Tabelle 17:</b>	Redaktionelle Gewichtung der Artikel in LVZ und BILD .....	84
<b>Tabelle 18:</b>	Darstellungsformen der Hauptbeiträge in LVZ und BILD.....	85
<b>Tabelle 19:</b>	Typografische Hervorhebungen der Artikel in LVZ und BILD.....	86
<b>Tabelle 20:</b>	Typografische Hervorhebungen der Artikel in LVZ und BILD.....	87
<b>Tabelle 21:</b>	Verhältnis von Text und Bild der Artikel in LVZ und BILD .....	87
<b>Tabelle 22:</b>	Größe der Überschriften der Artikel in LVZ und BILD.....	88
<b>Tabelle 23:</b>	Themen der Pressemeldungen .....	91
<b>Tabelle 24:</b>	Themen der Artikel in LVZ und BILD.....	93
<b>Tabelle 25:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in der Polizeipressemeldung .....	95
<b>Tabelle 26:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in den Artikeln der LVZ .....	95
<b>Tabelle 27:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in den Artikeln der BILD.....	95
<b>Tabelle 28:</b>	Beantwortung der „W-Fragen“ in den Artikeln im Vergleich zur Pressemeldung .....	97
<b>Tabelle 29:</b>	Reihenfolge der „W-Fragen“ in den Artikeln im Vergleich zu den Pressemeldungen.....	97
<b>Tabelle 30:</b>	Zahl der Handelnden, die in den Pressemeldungen genannt werden.....	98
<b>Tabelle 31:</b>	Handelnde, die in den Pressemeldungen genannt werden.....	99
<b>Tabelle 32:</b>	Zahl der Handelnden, die in den LVZ-Artikeln genannt werden .....	100
<b>Tabelle 33:</b>	Zahl der Handelnden, die in den BILD-Artikeln genannt werden.....	100
<b>Tabelle 34:</b>	Handelnde, die im LVZ-Artikel genannt werden .....	101
<b>Tabelle 35:</b>	Handelnde, die im BILD-Artikel genannt werden.....	102
<b>Tabelle 36:</b>	Nennung der Handelnden in den Artikeln der LVZ im Vergleich zu den Polizeimeldungen.....	102
<b>Tabelle 37:</b>	Nennung der Handelnden in den Artikeln der BILD im Vergleich zu den Pressemitteilungen.....	102
<b>Tabelle 38:</b>	Reihenfolge der Handelnden in den LVZ-Artikeln im Vergleich zu den Polizeimeldungen.....	103

---

<b>Tabelle 39:</b>	Reihenfolge der Handelnden in den BILD-Artikeln im Vergleich zu den Pressemeldungen.....	103
<b>Tabelle 40:</b>	Zahl der Täter/Tatverdächtigen in der Pressemeldung .....	104
<b>Tabelle 41:</b>	Geschlecht der Täter/Tatverdächtigen in der Pressemeldung.....	105
<b>Tabelle 42:</b>	Nationalität der Täter/Tatverdächtigen in der Pressemeldung.....	105
<b>Tabelle 43:</b>	Alter der Täter/Tatverdächtigen in der Pressemeldung .....	106
<b>Tabelle 44:</b>	Zahl der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der LVZ .....	107
<b>Tabelle 45:</b>	Geschlecht der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der LVZ.....	108
<b>Tabelle 46:</b>	Nationalität der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der LVZ.....	108
<b>Tabelle 47:</b>	Alter der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der LVZ.....	109
<b>Tabelle 48:</b>	Zahl der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der BILD.....	109
<b>Tabelle 49:</b>	Geschlecht der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der BILD .....	110
<b>Tabelle 50:</b>	Nationalität der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der BILD .....	111
<b>Tabelle 51:</b>	Alter der Täter/Tatverdächtigen in den Artikeln der BILD.....	111
<b>Tabelle 52:</b>	Zahl der Opfer in den Polizeipressemeldungen.....	112
<b>Tabelle 53:</b>	Geschlecht der Opfer in den Polizeipressemeldungen.....	112
<b>Tabelle 54:</b>	Nationalität der Opfer in den Polizeipressemeldungen .....	113
<b>Tabelle 55:</b>	Alter der Opfer in den Polizeipressemeldungen .....	113
<b>Tabelle 56:</b>	Zahl der Opfer in den Artikeln der LVZ.....	114
<b>Tabelle 57:</b>	Geschlecht der Opfer in den Artikeln der LVZ .....	114
<b>Tabelle 58:</b>	Nationalität der Opfer in den Artikeln der LVZ .....	115
<b>Tabelle 59:</b>	Alter der Opfer in den Artikeln der LVZ.....	116
<b>Tabelle 60:</b>	Zahl der Opfer in den Artikeln der BILD .....	116
<b>Tabelle 61:</b>	Geschlecht der Opfer in den Artikeln der BILD.....	117
<b>Tabelle 62:</b>	Nationalität der Opfer in den Artikeln der BILD.....	117
<b>Tabelle 63:</b>	Alter der Opfer in den Artikeln der BILD .....	118

---

<b>Tabelle 64:</b>	Zitate in der Pressemitteilung .....	118
<b>Tabelle 65:</b>	Zitate in den Artikeln der LVZ .....	119
<b>Tabelle 66:</b>	Zitate in den Artikeln der BILD.....	119
<b>Tabelle 67:</b>	Veränderungen der Zitate in den Artikeln der LVZ im Vergleich zur Pressemitteilung.....	120
<b>Tabelle 68:</b>	Veränderungen der Zitate in den Artikeln der BILD im Vergleich zur Pressemitteilung.....	120
<b>Tabelle 69:</b>	Anzahl der Zitate in den Artikeln der LVZ und der BILD im Vergleich zur Pressemitteilung .....	121
<b>Tabelle 70:</b>	Reihenfolge der Zitate in den Artikeln der LVZ und der BILD im Vergleich zur Pressemitteilung .....	121
<b>Tabelle 71:</b>	Zusatzinformationen der Journalisten in den Artikeln von LVZ und BILD .....	122
<b>Tabelle 72:</b>	Schwere des Delikts in der Pressemitteilung und in den Artikeln von LVZ und BILD .....	125
<b>Tabelle 73:</b>	Quellennennung in den Artikeln von LVZ und BILD.....	126
<b>Tabelle 74:</b>	Emotionalisierung in der Pressemitteilung .....	128
<b>Tabelle 75:</b>	Emotionalisierung in den Artikeln der LVZ und BILD.....	129
<b>Tabelle 76:</b>	Details der Emotionalisierung in den Artikeln der LVZ und BILD .....	131
<b>Tabelle 77:</b>	Details der Emotionalisierung in den Artikeln der LVZ und BILD .....	131
<b>Tabelle 78:</b>	Details der Emotionalisierung in den Artikeln der LVZ und BILD .....	131
<b>Tabelle 79:</b>	Quantität der Übernahme durch die Journalisten.....	132
<b>Tabelle 80:</b>	Qualität der Übernahme durch die Journalisten.....	133
<b>Tabelle 81:</b>	Journalistische Standardisierung der Pressemitteilungen .....	134
<b>Tabelle 82:</b>	Journalistische Standardisierung der Artikel in LVZ und BILD.....	134
<b>Tabelle 83:</b>	Journalistische Standardisierung der Pressemitteilungen .....	134
<b>Tabelle 84:</b>	Journalistische Standardisierung der Artikel in LVZ und BILD.....	135
<b>Tabelle 85:</b>	Journalistische Standardisierung der Pressemitteilungen .....	136
<b>Tabelle 86:</b>	Journalistische Standardisierung Artikel in LVZ und BILD .....	137

---

<b>Tabelle 87:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in den 95 von der LVZ übernommenen Polizeipressemeldungen .....	141
<b>Tabelle 88:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in den 95 von der LVZ publizierten Artikeln .....	141
<b>Tabelle 89:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in den 74 von der BILD übernommenen Polizeipressemeldungen .....	142
<b>Tabelle 90:</b>	Häufigkeitsverteilung der beantworteten „W-Fragen“ in den 74 von der BILD publizierten Artikeln.....	142
<b>Tabelle 91:</b>	Häufigkeit der Nennung der Handelnden in den 95 von der LVZ übernommenen Pressemeldungen und in den 95 abgedruckten Artikeln .....	148
<b>Tabelle 92:</b>	Häufigkeit der Nennung der Handelnden in den 74 von der BILD übernommenen Pressemeldungen und in den 74 darauf basierenden Artikeln .....	148

## III. Allgemeine Vorbemerkung

### **Grammatikalisch maskuline Form**

Wird in dieser Diplomarbeit die grammatikalisch maskuline Form verwendet, gilt die Bezeichnung gleichermaßen für natürliche Personen des männlichen und weiblichen Geschlechts.

### **Hinweise zu Zitaten, Abbildungen und Buchtiteln**

Alle besonderen Schreibweisen in Zitaten, Abbildungen und Buchtiteln (fett gedruckt, kursiv, falsche Orthographie oder Grammatik, alte Rechtschreibung) wurden vom Original unverändert übernommen und sind daher im Text nicht noch einmal gesondert ausgewiesen.

### **Rundungsdifferenzen**

Alle Prozentzahlen in den Tabellen dieser Arbeit weisen den Wert der berechneten Ergebnisse bis maximal eine Stelle nach dem Komma aus. Durch mathematische Rundungen können daher geringe Abweichungen von dem Wert 100,0 Prozent auftreten. Auch die Angaben zum Durchschnitt, zur Standardabweichung und Häufigkeitsverteilung sind gerundet und ohne Nachkommastelle ausgewiesen.

### **Synonyme Begriffe**

Die Wörter „Öffentlichkeitsarbeit“ und „Public Relations“ sind in dieser Arbeit gleichbedeutend und werden synonym verwendet. Auch die Wörter „publizieren“ und „veröffentlichen“ sind sinnverwandt und werden grundsätzlich nur im Zusammenhang mit den Zeitungsartikeln und nicht in Verbindung mit den Pressemitteilungen verwendet. In der Literatur liest und in der Praxis hört man verschiedene Bezeichnungen für die verschiedenen Überschriften eines Zeitungsartikels. Hier werden die Begriffe „Dachzeile“, „Hauptüberschrift“ (anstatt „Hauptzeile“) und „Unterüberschrift“ (anstatt „Unterzeile“) verwendet.

## **IV. Danksagung**

Die vorliegende Untersuchung wäre ohne die tatkräftige Unterstützung von Barbara Schunke, Mitarbeiterin der Öffentlichkeitsarbeit, Präsidium der Bereitschaftspolizei Sachsen, nicht möglich gewesen. Mit ihrer fachlichen Kompetenz hat sie mir in vielen Gesprächen geduldig Rede und Antwort gestanden. Mein weiterer Dank gilt auch den Mitarbeitern der Pressestelle der Polizeidirektion Leipzig und der Polizei-Fachhochschule Rothenburg, aber vor allem meiner Freundin Annika.

# 1. Einleitung

## 1.1 Gegenstand der Arbeit

Nachrichtenagenturen, Public-Relations-Verlautbarungen beziehungsweise Pressemitteilungen<sup>2</sup> und eigene Recherchen stellen jene Informationsquellen dar, derer sich Journalisten hauptsächlich bedienen. Nutzungsanteil und Nutzungsgrad sind dabei von Medium zu Medium und auch von Ressort zu Ressort meist sehr unterschiedlich. Der Mangel an finanziellen und redaktionellen Ressourcen, aber auch der Mangel an Zeit durch zusätzlich zu erledigende Aufgaben<sup>3</sup> und das enorm gestiegene Informationsangebot schränken die Journalisten häufig ein. So bleibt ihnen weniger Zeit selbst zu recherchieren oder eigenständige Beiträge zu verfassen. Stattdessen greifen sie verstärkt auf die von außen angebotenen Texte zurück, selektieren, passen sie – entsprechend dem Zeitungstyp – inhaltlich, formal und stilistisch an, fassen zusammen und kürzen. Aus diesem Grund ist der Bereich der Öffentlichkeitsarbeit von Behörden für den Journalismus sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht sehr wichtig. Die Zulieferung großer Mengen copyrightfreien Materials entlastet die Journalisten in ihrer täglichen Informationsbeschaffung und ist in einigen Ressorts sogar die Voraussetzung zur Aufrechterhaltung des journalistischen Betriebs geworden. Die Texte werden nicht nur von kommerziellen Unternehmen, Verbänden und Kulturbetrieben herausgegeben, sondern auch von Behörden, wie beispielsweise der Polizei.

In der Polizeidirektion Leipzig beschäftigen sich derzeit drei Mitarbeiter mit der Öffentlichkeits- bzw. Pressearbeit. Täglich geben sie zwischen drei und fünf Pressemeldungen an die Medien heraus, zahlreiche weitere Informationen werden telefonisch oder persönlich von Redakteuren und Mitarbeitern der Zeitungen sowie von Radio- und Fernsehsendern erfragt und später vorwiegend zu Meldungen, Nachrichten und Berichten

---

<sup>2</sup> Die Pressemitteilung ist die universellste Form der Weitergabe von Informationen an die Presse. Sie bezeichnet alle umfangreicheren Äußerungen, Erklärungen, Stellungnahmen, Mitteilungen und Hintergrundnachrichten aus dem Unternehmen/der Behörde an die Presse und Öffentlichkeit. Neben den Hauptkriterien der Aktualität, Verständlichkeit, Wahrheit und Zuverlässigkeit und der Beantwortung der „W-Fragen“ hat die Presseinformation immer einen konkreten Hintergrund und Anlass, den sie zu erklären, zu beantworten oder zu beschreiben sucht. Werden Daten und Zahlen angegeben und verwendet, müssen diese belegt sein.

<sup>3</sup> Seitenplanung, Layoutgestaltung oder Korrekturlesen

verarbeitet. Was die Journalisten und ihre Leser, Hörer und Zuschauer vor allem interessiert, sind die schlechten Nachrichten, nach dem Motto: „Bad news are good news“. Ein Handtaschenraub hier, ein Wohnungseinbruch da, Zeugen hierfür gesucht, Hinweise dafür erbeten. Darauf, dass die Polizei mit solchen Pressemeldungen bzw. die Medien als deren Transporteur das subjektive Sicherheitsgefühl der Bürger beeinflussen, sei hier nur am Rande hingewiesen.

Pressemitteilungen der Polizei sind eine wichtige Informationsquelle auch für die Journalisten von *Leipziger Volkszeitung* und *BILD-Zeitung*, den einzigen in der Stadt Leipzig ansässigen Tageszeitungen.<sup>4</sup> Sie dienen einerseits als Informationsquelle, andererseits der Überprüfung der Relevanz vieler Ereignisse sowie der Überprüfung von Informationen auf deren Richtigkeit. Das bedeutet, dass die Journalisten in quantitativer und qualitativer Hinsicht auf die Arbeit der Pressestelle angewiesen sind, denn das Interesse an polizeilichen Themen ist groß. Die Abhängigkeit beruht jedoch auf Gegenseitigkeit: Karl Beele sagt, dass sich die Pressearbeit der Polizei an den gestiegenen Bedürfnissen dieser Mediengesellschaft orientieren müsse, wenn die Polizei mit ihrer Arbeit in der Gesellschaft richtig wahrgenommen werden wolle.<sup>5</sup>

Die hier beschriebene gegenseitige Abhängigkeit führt zu einer wechselseitigen Beeinflussung.<sup>6</sup> Die Öffentlichkeitsarbeiter verändern und beeinflussen auf der einen Seite die Berichterstattung, indem sie Journalisten gezielt informieren und so versuchen, sie zu einer bestimmten Themenselektion anzuregen. Eine Vielzahl empirischer Studien konstatiert z. B. die Bestimmung journalistischer Themen und ihrer Veröffentlichungszeitpunkte durch die PR.<sup>7</sup> Auf der anderen Seite müssen sich Öffentlichkeitsarbeiter an den journalistischen Standards und Produktionsroutinen orientieren, um PR-Themen gezielt

---

<sup>4</sup> LVZ-Polizeireporterin Saskia Grätz erklärt im Leitfadeninterview (S. 167), dass sie stark auf die Polizeipressemeldungen angewiesen ist. BILD-Reporterin Angela Wittig misst den Presseinformationen eine nicht so große Bedeutung bei (S. 175).

<sup>5</sup> Vgl. Beele, Karl: *Pressearbeit der Polizei: Ein Leitfaden für die Praxis*. 1. Auflage. Hilden/Rhdl.: Verlag Deutsche Polizeiliteratur, 1999, S. 6.

<sup>6</sup> Bentele/Liebert/Seeling nennen diese gegenseitige Abhängigkeit auch „Intereffikation“ (siehe Kapitel 2.1.3.1 auf S. 43 dieser Diplomarbeit). Vgl. Bentele, Günter/Liebert/Thomas/Seeling, Stefan: *Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus*. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen*. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Band 24. Konstanz: UVK Medien, 1997, S. 240ff.

<sup>7</sup> Siehe Kapitel 2.1.1 (S. 23), 2.1.2.2 (S. 29) oder 2.1.2.3 (S. 32).



in der Berichterstattung zu platzieren. Diese Anpassung kommt einer Simulation der journalistischen Arbeitsweise gleich, und infolgedessen übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit in einem gewissen Rahmen die Funktion des Journalismus. Die journalistische Berichterstattung wiederum hat einen großen Einfluss auf die Öffentlichkeitsarbeit. Diese Wechselbeziehungen zwischen PR und Journalismus stehen im Mittelpunkt des Interesses dieser Diplomarbeit. Sie werden am Beispiel der Pressearbeit der Polizeidirektion Leipzig und der Berichterstattung von LVZ und BILD untersucht. Eine ähnlich umfassende Untersuchung von Polizeipresseinformationen und den darauf basierenden Zeitungsartikeln wurde bisher – soweit es die Literaturrecherche ergab – für den lokalen Raum noch nicht durchgeführt.

## 1.2 Forschungsfrage und Zielsetzung

Den Ausgangspunkt für die wissenschaftliche Erforschung der Wechselbeziehungen bildet die Frage, in welcher Weise die Pressemitteilungen der Polizeidirektion Leipzig von den Mitarbeitern der LVZ und der *BILD-Zeitung* (zwei Medien mit unterschiedlichem Leserkreis und unterschiedlichem Informationsanspruch) behandelt werden. Das heißt, es muss zunächst herausgearbeitet werden, wie viele der angebotenen Texte überhaupt im Blatt veröffentlicht werden. Anschließend kann untersucht werden, welche Transformations- oder Zusatzleistungen die Journalisten erbracht, ob sie ihre Quellen genannt haben etc., um dann daraus schließen zu können, in welchem Umfang die von der Pressestelle ausgesendeten Informationen Einfluss auf die Berichterstattung über die Arbeit der Polizei haben. Über die Analyse der Induktionen hinaus, also den gerichteten Kommunikationsanregungen oder -einflüssen, interessieren auch die Adaptionen, das organisatorische Anpassungshandeln, auf beiden Seiten. Damit bezieht sich das Erkenntnisinteresse auf ein ganz bestimmtes Wissensdefizit. Auch das Entdeckungspotenzial, wie Früh es nennt, wäre damit bereits vordefiniert und kann so in einzelne prüfbare Behauptungen übersetzt werden (vgl. Kapitel 2.2, Seite 47f.).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Vgl. Früh, Werner: *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 5. überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2001, S. 76.

---

Die Ergebnisse der Analyse der Pressemitteilungen und der darauf basierenden Zeitungsartikel werden nicht nur einzeln vorgestellt, sondern auch miteinander verglichen und ihre Unterschiede und Gemeinsamkeiten deutlich gemacht. Die Diplomarbeit soll dazu beitragen, einen Einblick in die Arbeitsweisen der Pressestelle und der Redaktionen zu erhalten, Verständnis für die jeweils andere Seite zu wecken und die Zusammenarbeit zu verbessern.

### **1.3 Aufbau der Arbeit**

Die Arbeit ist in sechs Teile gegliedert. An den Einleitungsteil schließt sich die Darlegung der theoretischen Grundlagen zum Thema an. In diesem zweiten Teil wird das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus betrachtet, indem zunächst verschiedene Studien vorgestellt und diskutiert werden. Anschließend werden die entwickelten Fragestellungen dargelegt, die mittels Inhaltsanalyse geklärt werden und zur Beantwortung der Forschungsfrage beitragen sollen. Der dritte Teil der Arbeit beschäftigt sich allgemein mit der Öffentlichkeitsarbeit der Leipziger Polizeidirektion und bringt dem Leser danach speziell die Pressearbeit dieser Dienststelle näher. Die in dieser Diplomarbeit angewandte Methodik, Inhaltsanalyse und Leitfadenterview, wird im vierten Teil erläutert. Des Weiteren werden hier die beiden Leipziger Tageszeitungen, *Leipziger Volkszeitung* und *BILD-Zeitung*, porträtiert und die methodische Planung und Durchführung der Studie erklärt. Im fünften Teil werden die Ergebnisse der Inhaltsanalyse der Pressemitteilungen und der daraufhin publizierten Artikel vorgestellt, miteinander verglichen und interpretiert. Im letzten Teil der Diplomarbeit werden zum einen die Ergebnisse zusammengefasst und zum anderen die in Kapitel 2.2 genannten Fragestellungen bestätigt oder widerlegt.

## **2. Das Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus**

Zahlreiche Studien haben sich in den vergangenen Jahrzehnten mit dem Thema „Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus“ beschäftigt. Frühere Arbeiten und theoretische Ansätze sind geprägt von der Darlegung eines Konflikts zwischen Öffentlichkeitsarbeit auf der einen und Journalismus auf der anderen Seite. Die diesbezügliche Auseinandersetzung ist dadurch gekennzeichnet, jeweils einer der beiden Seiten Dominanz über die andere zuzuschreiben. Unter die theoretischen Ansichten, die eine Dominanz von Öffentlichkeitsarbeit über Journalismus postulieren, lässt sich die auf Baerns<sup>9</sup> zurückgehende Determinierungshypothese oder auch die im Bereich politischer Kommunikation so genannte Instrumentalisierungsthese subsumieren. Demgegenüber stehen solche Ansätze, die das Einflussverhältnis umgekehrt sehen. Die Macht der Medien über den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit beschreibt die Mediatisierungs- bzw. Dependenzthese.<sup>10</sup> Erst später wurden Untersuchungen durchgeführt, die nicht die Dominanz einer Seite darstellen, sondern die Möglichkeit zur Kooperation zum gegenseitigen Nutzen und auch gegenseitigen Einfluss anerkennen.

In diesem Kapitel sollen einige der Untersuchungen mit ihren wichtigsten Forschungsergebnissen und den eventuell dazu geführten kontroversen Diskussionen vorgestellt werden. Gleichzeitig geben die ausgewählten Analysen einerseits einen Überblick über die einzelnen Etappen der Erforschung des Verhältnisses zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalistik, andererseits bilden sie auch den Ausgangspunkt für einige der Forschungsfragen zur Analyse der Polizeipressemeldungen und der darauf folgenden Berichterstattung, die am Schluss dieses Kapitels vorgestellt werden sollen.

---

<sup>9</sup> Vgl. Baerns, Barbara (2): Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischeren Beschreibung von Medieninhalten. In: *Publizistik*. 24. Jg. 1979, S. 301-316 und Baerns, Barbara (1): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik, 1991.

<sup>10</sup> Vgl. Donsbach, Wolfgang: Legitimität und Effizienz von Public Relations. In: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): *Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen*. München: Fischer, 1996, S. 11.