

## B. Material und Methoden

### 1. Zeitungsauswahl

Gegenstand dieser Arbeit ist die Analyse der Darstellung von Beißzwischenfällen speziell in der Berliner Tagespresse. Da nicht alle der in Berlin erscheinenden Tageszeitungen in die Untersuchung einfließen können, wurden fünf der auflagenstärksten Zeitungen ausgewählt.

Für die Analyse herangezogen werden drei sogenannte Abonnement- (Berliner Zeitung, Berliner Morgenpost, Der Tagesspiegel) und zwei Straßenverkaufszeitungen (B.Z., Berliner Kurier).

Im Folgenden aufgeführt sind die in dieser Arbeit verwendeten Abkürzungen:

Berliner Zeitung	BlnZg
Berliner Morgenpost	Mopo
Der Tagesspiegel	Tasp
B.Z.	BZ
Berliner Kurier	Kur

#### 1.1 Berliner Zeitung

Die erste Ausgabe erschien am 21. Mai 1945, zwei Wochen nach Kriegsende, mit der Titelzeile „Berlin lebt auf!“. Damaliger Herausgeber war die sowjetische Militäradministration.

Die Zeitung kostete zehn Pfennig, umfaßte vier Spalten und hatte eine Auflage von 100.000 Exemplaren. Seitdem ist sie ununterbrochen erschienen und darf daher für sich in Anspruch nehmen, die älteste Zeitung der Nachkriegsgeschichte zu sein.

Der Berliner Verlag war bis zum Fall der Mauer Teil der SED-eigenen Zentrag und gehört seit 1992 zu 100 % zum Verlagshaus Gruner und Jahr. Er beschreibt seine Tageszeitungen (Berliner Zeitung, Berliner Kurier) als pluralistisch, liberal und unabhängig, und speziell die Berliner Zeitung als die junge, moderne und dynamische gesamtdeutsche Tageszeitung aus Berlin.<sup>5</sup>

Die Berliner Zeitung ist heute die auflagenstärkste Abonnementzeitung in Berlin und beinhaltet viermal pro Woche eine redaktionelle Beilage („Wissenschaft“, „BerlinBerlin“, „Freizeit“, „Magazin“).

##### 1.1.1 Daten im untersuchten Zeitraum

Verkaufte Auflagen<sup>6</sup>:

I. Quartal 1999	Mo-Fr	203.073
	Sa	238.539
	Mo-Sa	209.140 (Wochendurchschnitt)
II. Quartal 1999	Mo-Fr	204.493
	Sa	235.402
	Mo-Sa	209.574 (Wochendurchschnitt)
III. Quartal 1999	Mo-Fr	201.378
	Sa	236.624
	Mo-Sa	207.178 (Wochendurchschnitt)
IV. Quartal 1999	Mo-Fr	205.651
	Sa	235.416
	Mo-Sa	210.994 (Wochendurchschnitt)

<sup>5</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Unternehmens- und Informationsbroschüre

<sup>6</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Media-Analyse 1999, Berlin/Brandenburg

## 1.2 Berliner Morgenpost

Am 20. September 1898 erschien die erste Ausgabe der Berliner Morgenpost. Ihre höchste Auflage betrug 1930 wochentags 623.000 Exemplare. Gründer war Leopold Ullstein, der 1877 die Berliner Zeitung und wenig später das Neue Berliner Tagesblatt und eine Buchdruckerei kaufte, aus der unter anderem die Berliner Morgenpost und die B.Z. am Mittag entsprangen.

Nachdem die letzte Ausgabe am 21. April 1945 erschienen war, kehrte die Berliner Morgenpost im September 1952 mit einer Auflage von 187.000 Exemplaren wieder auf den Markt zurück.

1956 kaufte Springer erstmals 26 % der Ullstein-Aktien und hielt im Dezember 1959 bereits über 70 % der Ullstein AG. Heutiger Verlagssitz ist die Ullstein GmbH der Axel Springer Verlags AG.<sup>7</sup>

Die Berliner Morgenpost mit dem Untertitel „Berliner allgemeine, unabhängig, Zeitung der deutschen Hauptstadt, unparteilich“ zählt sonntags mit 150-180 Seiten zu den umfangreichsten Zeitungen Deutschlands und ist in Berlin die Zeitung mit dem größten Anzeigenteil.<sup>8</sup>

### 1.2.1 Daten im untersuchten Zeitraum

Verkaufte Auflagen<sup>9</sup>:

I. Quartal 1999	Mo-Sa	166.582
	So	253.861
	Mo-So	179.331 (Wochendurchschnitt)
II. Quartal 1999	Mo-Fr	156.103 (ab II. Quartal neue Belegungseinheiten)
	Sa/So	205.205
	Mo-So	170.949 (Wochendurchschnitt)
III. Quartal 1999	Mo-Fr	152.519
	Sa/So	200.304
	Mo-So	166.023 (Wochendurchschnitt)
IV. Quartal 1999	Mo-Fr	164.778
	Sa/So	210.338
	Mo-So	177.295 (Wochendurchschnitt)

## 1.3 Der Tagesspiegel

Gegründet wurde der Tagesspiegel nach Ende des Zweiten Weltkrieges 1945 von Erik Reger, Walther Karsch und Edwin Redslob, erstmals erschienen ist die Zeitung am 27. September 1945.

Das Blatt war in Berlin und Brandenburg verbreitet, bis 1948 die Blockade den Vertrieb auf West-Berlin beschränkte.

Am Tagesspiegel ist zu 74,8 % die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH beteiligt, die nach Übernahme von beziehungsweise Beteiligung an verschiedenen Verlagen 1971 gegründet wurde.

Der lateinische Leitsatz des Tagesspiegel „Rerum Cognoscere Causas“ (Den Dingen auf den Grund gehen) soll die Wächterfunktion ausdrücken, die sie ausüben möchte, und zugleich die unabhängige und liberale Stellung der Zeitung betonen.<sup>10</sup>

Der Tagesspiegel ist die einzige der drei Abonnementzeitungen, die seit 1992 ihre Auflage im Wochenschnitt steigerte.

<sup>7</sup> Axel Springer Verlag AG, Berlin 2000, Unternehmens- und Informationsbroschüre

<sup>8</sup> B. Held 1994, Die zweite Stunde Null. Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994), S. 38

<sup>9</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Media-Analyse 1999, Berlin/Brandenburg

<sup>10</sup> Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart 2000, Unternehmens- und Informationsbroschüre

### 1.3.1 Daten im untersuchten Zeitraum

Verkaufte Auflagen<sup>11</sup>:

I. Quartal 1999	Mo-Sa	130.970
	So	148.372
	Mo-So	133.515 (Wochendurchschnitt)
II. Quartal 1999	Mo-Fr	129.885 (ab II. Quartal neue Belegungseinheit)
	Sa/So	139.800
	Mo-So	132.832 (Wochendurchschnitt)
III. Quartal 1999	Mo-Fr	127.155
	Sa/So	137.622
	Mo-So	130.128 (Wochendurchschnitt)
IV. Quartal 1999	Mo-Fr	131.477
	Sa/So	139.424
	Mo-So	133.827 (Wochendurchschnitt)

## 1.4 B.Z.

Die erste B.Z. am Mittag erschien am 22. Oktober 1904 als Mittagsausgabe der Berliner Zeitung und wurde im Zweiten Weltkrieg am 28. Februar 1943 eingestellt. Die höchste Auflage lag 1928 bei 208.000 Exemplaren. Am 19. November 1953 kam die Straßenzeitung mit 150.000 Exemplaren wieder auf den Markt.<sup>12</sup>

Seither hat sie sich zur auflagenstärksten Straßenverkaufszeitung unter den Berliner Tageszeitungen entwickelt und ist die erfolgreichste Berliner Zeitung des Springer Verlages.<sup>13</sup>

Die B.Z. erscheint von Montag bis Samstag und seit dem 02. Februar 1972 auch sonntags als B.Z. am Sonntag. Verlagssitz ist für die B.Z., ebenso wie für die Berliner Morgenpost, die Ullstein GmbH in der Axel Springer Straße in Berlin.

### 1.4.1 Daten im untersuchten Zeitraum

Verkaufte Auflagen<sup>14</sup>:

I. Quartal 1999	Mo-Fr	288.210
	Sa	255.940
	So	152.255
II. Quartal 1999	Mo-Fr	279.342
	Sa	249.734
	So	152.679
III. Quartal 1999	Mo-Fr	269.133
	Sa	236.714
	So	151.522
IV. Quartal 1999	Mo-Fr	275.428
	Sa	242.983
	So	146.525

<sup>11</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Media-Analyse 1999, Berlin/Brandenburg

<sup>12</sup> Axel Springer Verlag AG, Berlin 2000, Unternehmens- und Informationsbroschüre

<sup>13</sup> B. Held 1994, a.a.O., S. 38

<sup>14</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Media-Analyse 1999, Berlin/Brandenburg

## 1.5 Berliner Kurier

Der Berliner Kurier erschien erstmals am 02. Dezember 1990 mit dem Titel „B.Z. am Abend“, deren erste Ausgabe am 15. Juli 1949 erschienen war. Sie kostete damals zehn Pfennig in Berlin, startete mit einer Auflage von 200.000 Exemplaren und galt als das „Herzblatt der Ost-Berliner“.

Nach Übernahme der Berliner Verlags GmbH durch das Verlagshaus Gruner und Jahr wurde der Name geändert in „Berliner Kurier“. Aus dem beliebten und vielgelesenen alten Blatt sollte eine neue Zeitung für ein neues Berlin entstehen.

Laut Verlag zeichnet der „Berliner Kurier“ sich durch eine kritische, aber faire, aktuelle und zuverlässige Berichterstattung aus.<sup>15</sup> Neben täglichen Nachrichten bietet er ein umfangreiches Serviceangebot, wie Fernseh-/Kinoprogramm, Szenetipps, große Gewinnspiele und dreimal pro Woche redaktionelle Beilagen („Kino, Theater, Schlemmen“, Fernsehbeilage für die Woche, „Auto, Reise, Freizeit“). Der Berliner Kurier ist heute die drittgrößte Zeitung der Hauptstadt.

### 1.5.1 Daten im untersuchten Zeitraum

Verkaufte Auflagen<sup>16</sup>:

I. Quartal 1999	Mo-Fr	172.962
	Sa+So	262.237
II. Quartal 1999	Mo-Fr	171.249
	Sa+So	258.659
III. Quartal 1999	Mo-Fr	170.041
	Sa+So	264.409
IV. Quartal 1999	Mo-Fr	169.638
	Sa+So	247.625

## 2. Untersuchungszeitraum

Die ausgewählten Zeitungen wurden über den Zeitraum von einem Jahr (01. Januar 1999 – 31. Dezember 1999) kontinuierlich untersucht. Für die Analyse waren alle in diesem Zeitraum erschienenen Berliner Ausgaben der jeweiligen Zeitung relevant.

Anzahl der Ausgaben:

Berliner Zeitung	306
Berliner Morgenpost	358
Der Tagesspiegel	358
B.Z.	306
Berliner Kurier	358

## 3. Auswahl des Untersuchungsmaterials

Die zu analysierenden Beiträge einer Zeitung wurden nach bestimmten Kriterien ausgewählt.

Diese im Folgenden als UE (Untersuchungseinheit) bezeichneten Beiträge beschäftigen sich direkt oder indirekt mit dem Thema „Beißzwischenfälle/Angriffe durch Hunde“ und/oder „Gefährliche Hunde“. So gehen zum Beispiel auch politische und rechtliche Diskussionen zur Hundeverordnung und zur Problematik der Beißzwischenfälle mit in die Bewertung ein.

<sup>15</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Unternehmens- und Informationsbroschüre

<sup>16</sup> G+J Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin 2000, Media-Analyse 1999, Berlin/Brandenburg

Beitragsarten, die als UE in die Untersuchung eingehen:

Texte

Fotos, Solobilder

Tabellen, Statistiken, Graphiken

### 3.1 Datenerhebung

Die Beiträge wurden mittels einer Datenbank nach folgenden ausgewählten Kriterien archiviert:

1. Zeitung (BlnZg, Mopo, Tasp, BZ, Kur)
2. Erscheinungsdatum
3. Artikelkategorie (Beißzwischenfälle/Angriffe, politische Diskussion, rechtliche Diskussion, sonstiges)
4. Journalistische Darstellungsform
5. Autor (Autorenzeile, Autorenkürzel, Agenturbericht)
6. Platzierung in der Zeitung/Seitenangabe
7. Artikelhinweis auf der Titelseite (ja, nein)
8. Rubrik
9. Platzierung auf der Seite (sehr gut, gut, mäßig, schlecht/unauffällig)
10. Länge des Artikels (kurz, mittellang, lang, halbseitig, ganzseitig)
11. Fotoanzahl
12. Fotogröße (klein, mittel, groß, Titelfoto)
13. Überschrift
14. Aufmachung und Größe der Überschrift
15. Untertitel/Dachzeile
16. Inhalt
17. Hunderasse
18. Halter (männlich, weiblich, unbekannt)
19. Alter des Halters (0-8, 9-18, Erwachsen, unbekannt)
20. Betroffene (männlich, weiblich, andere Hunde/Tiere, sonstiges)
21. Alter des Betroffenen (0-8, 9-18, Erwachsen, unbekannt)
22. Ort des Vorfalls (eigene/s Wohnung/Gelände, fremde/s Wohnung/Gelände, Straße/Park, sonstiges)
23. Auslöser des Unglücks
24. Schwere der Verletzung (leicht, schwer, lebensgefährlich, tödlich)
25. Anmerkungen
26. Parallelveröffentlichungen

zu 3.: Unter den Punkt der politischen Diskussion fallen auch Beiträge von Lobbyisten und Interessenverbänden.

zu 4.: Eine Meldung ist definiert als ein Text mit bis zu 20 Zeilen. 21 oder mehr Zeilen werden hier als Bericht gezählt.

zu 5.: Eine Autorenzeile macht deutlich, daß der betreffende Artikel vom Autor selbst recherchiert und geschrieben ist.

Zu 7.: Mit einem sogenannten Anreißer wird auf der ersten Seite der Zeitung auf einen später folgenden Artikel hingewiesen.

zu 9.: Untersuchungen haben ergeben, daß eine Zeitungsseite gelesen wird wie der Verlauf eines Fragezeichens (von oben links nach unten rechts). Es ist also für die Auffälligkeit eines Beitrags ganz entscheidend, wo er auf der Seite platziert wird. Besonders ins Auge fallen vor allem die Aufmacher, Bild- und Unteraufmacher sowie Farbbilder in sonst schwarz-weiß gedruckten Zeitungen. Auch

weniger gut platzierte Beiträge können durch hervorhebende Elemente wie zum Beispiel Rahmen, Kästen oder besondere Formate und Überschriften besonders auffällig gestaltet werden.

Zu 10.: Ein als kurz bezeichneter Text entspricht einer Länge von bis zu 50 Zeilen, ein mittellanger einer Länge von 51-100 Zeilen. Ein langer Artikel hat mehr als 100 Zeilen, liegt jedoch vom Umfang her unter einer halben Seite.

Zu 12.: Ein als klein bezeichnetes Foto entspricht der Größe eines Paß- beziehungsweise Bewerbungsfotos, ein mittelgroßes beansprucht bis zu einem Viertel einer Seite. Als Titelfoto werden ausschließlich Fotos auf der ersten Seite einer Zeitung bezeichnet.

Zu 14.: Der Überschrift kommt eine besondere Bedeutung zu, da sie Aufmerksamkeit beim Leser wecken soll. Bei Straßenverkaufszeitungen ist sie deshalb im Verhältnis zu den Abonnementzeitungen in der Regel wesentlich größer und auffälliger.

Die Größe der Überschriften wird wie folgt definiert:

- Größe 1 = 1 mm - 3,9 mm Buchstabenhöhe
- Größe 2 = 4 mm - 6,9 mm Buchstabenhöhe
- Größe 3 = 7 mm - 9,9 mm Buchstabenhöhe
- Größe 4 = 10 mm - 12,9 mm Buchstabenhöhe
- Größe 5 = 13 mm - 15,9 mm Buchstabenhöhe
- Größe 6 = 16 mm - 18,9 mm Buchstabenhöhe
- Größe 7 = 19 mm - 22,0 mm Buchstabenhöhe
- Größe 8 = 24 mm - 26,0 mm Buchstabenhöhe

Zu 15.: Das Größenverhältnis zwischen Untertitel(U) beziehungsweise Dachzeile(D) und Überschrift ist üblicherweise festgelegt und wird deshalb nicht näher definiert.

Zu 24.: Die Schwere der Verletzung wird nach Art der polizeilichen Einteilung festgelegt. Demnach bedeutet leicht verletzt, daß es nur einer ambulanten Behandlung bedarf. Eine schwere Verletzung erfordert eine stationäre Behandlung.

---