Katholische Universität Eichstätt
Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät
Journalistik II

Medienlehre Zeitung und Zeitschrift
Dipl.-Journ. Christoph Neuberger

Seminararbeit:

Definitionen, Typologien von Zeitung, Zeitschrift

vorgelegt von:
Peter Mösgen
Eichstätt

Wintersemester 1990/91

Inhaltsverzeichnis

Einleitung **2**

1 Definitionen des Begriffs Zeitung **3**

1.1 Nach Emil Dovifat . . . 3

1.1.1 Jüngstes Gegenwartsgeschehen . . . 3

1.1.2 Kürzeste, regelmäßige Folge . . . 4

1.1.3 Breiteste Öffentlichkeit . . . 4

1.2 Kritik an Dovifats Zeitungsdefinition . . . 5

1.2.1 Michael Schmolke zum Aktualitätsbegriff . . . 5

1.2.2 Klaus Merten zu den Begriffen Aktualität und Publizität . . . 6

1.2.3 Uwe Magnus zu den Begriffen Periodizität, Aktualität und Universalität . . . 6

1.2.4 Übernahmen von Dovifats Definition . . . 7

1.3 Nach Walter Hagemann . . . 7

1.4 Nach Nabor Urbain A. de Volder . . . 9

2 Definition nach der Postzeitungsordnung **10**

3 Definitionen des Begriffs Zeitschrift **12**

3.1 Nach Emil Dovifat . . . 12

3.2 Kritik nach Günter Kieslich . . . 13

3.3 Definition und Typologie nach Joachim Kirchner . . . 14

4 Typologien von Zeitung **15**

5 Typologien von Zeitschrift **16**

5.1 Im Brockhaus, bei Hagemann sowie im Stamm . . . 16

5.2 In der IVW-Liste und der amtlichen Statistik . . . 18

Schluß **19**

Literatur **20**

Einleitung

„Es gibt mehr als hundert Begriffsbestimmungen der Zeitung“[1] schreibt der Berliner Zeitungswissenschaftler Emil Dovifat. Einige der Definitionsansätze vorzustellen, ist Ziel dieser Arbeit. Da sich die Zeitung ebenso wie die Zeitschrift im Verlauf der Geschichte ständig gewandelt hat, ergeben sich für die einzelnen Epochen teilweise recht unterschiedliche Definitionen, deren Darstellung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Sie beschränkt sich daher auf Definitionen und Typologien von Zeitung und Zeitschrift, die dem heutigen Erscheinungsbild entsprechen.[2]

Im Mittelpunkt der angeführten Definitionen steht die deskriptive von Dovifat. Ihr werden einige empirische Ansätze gegenübergestellt. Der Postzeitungsordnung ist ein eigenes Kapitel gewidmet. Da sie nicht zwischen Zeitung und Zeitschrift unterscheidet, hat die Zeitungsdefinition der Postzeitungsordnung eine Sonderstellung. Wegen der grundlegenden Bedeutung der Post für die Zeitung und der differenzierten Beschreibung von dem, was bei der Post als Zeitung gilt, sollte nicht auf die Postzeitungsordnung verzichtet werden.

Das Kapitel Zeitungsdefinitionen behandelt die klassischen Merkmale, die auch zur Zeitschriftendefinition benutzt werden. Sie werden dort nicht mehr gesondert aufgeführt. Die Kapitel über die Typologien von Zeitung und Zeitschrift enthalten spezielle Definitionen einzelner Erscheinungsformen von Zeitung oder Zeitschrift. Von den verschiedenen Typologien, die je nach dem Anlaß ihrer Erstellung mehr oder weniger differenziert sind, werden beispielhaft mögliche Einteilungen der verschiedenen Spielarten von Zeitung und Zeitschrift vorgestellt, auf ausführliche Typologien wird verwiesen.

Durch die Darstellung verschiedener Ansätze sollen die Probleme deutlich werden, die sich ergeben, wenn man das, was gemeinhin selbstverständlich Zeitung oder Zeitschrift genannt wird, näher definieren und typologisieren will.

Eichstätt, im November 1990 Peter Mösgen

[1] Dovifat S. 16.
[2] Vgl. de Volder S. 50.

1 Definitionen des Begriffs Zeitung

„Die Zeitung ist ein Kommunikationsmittel mit den Merkmalen der fortgesetzten Erscheinungsweise *(Periodizität)* und der öffentlichen Zugänglichkeit *(Publizität)*, das der Verbreitung vielfältigen Wissens *(Universalität)* mit Gegenwartsbezug *(Aktualität)* zur Umweltorientierung und Lebensdeutung *(Soziabilität)* dient.“[3] Die Begriffe der Periodizität, Publizität und Aktualität aus der allgemeinen, beschreibenden Definition des Brockhaus erscheinen auch bei Emil Dovifat. Die Universalität hat er der Aktualität und der Publizität als Unterpunkt zugeordnet. Der Begriff Soziabilität taucht bei Dovifat nicht auf. Er nennt das damit bezeichnete Merkmal der Zeitung ‚öffentliche Aufgabe. Dovifats Definitionsansatz und die Kritik daran soll im folgenden umrissen werden. Walter Hagemann differenziert die einzelnen Merkmale der Zeitung stärker als Dovifat. De Volder und Uenk versuchen eine Wertung der einzelnen Definitionsansätze und Kritiken.

1.1 Nach Emil Dovifat

„Die Zeitung vermittelt jüngstes Gegenwartsgeschehen in kürzester regelmäßiger Folge der breitesten Öffentlichkeit.“[4] faßt Emil Dovifat verschiedene herkömmliche Definitionsversuche von ‚Zeitung zusammen. Die genannten Merkmale haben bei den tatsächlichen Zeitungstypen ein unterschiedliches Gewicht, sind aber grundsätzlich wesentlich für eine Zeitung. Die Definition beinhaltet drei elementare Aufgaben der Zeitung: Aktualität, Periodizität und Öffentlichkeit.[5]

1.1.1 Jüngstes Gegenwartsgeschehen

Die Aufgabe der Vermittlung aktueller Inhalte kennzeichnet bereits das Wort ‚Zeitung. Etymologisch betrachtet stammt es von dem erstmals um 1300 im Raum Köln bezeugten Wort zīdunge, das soviel wie ‚Nachricht oder ‚Botschaft bedeutet. Das Wort ist vom mitteldeutschen beziehungsweise mittelniederdeutschen Begriff tīdinge für ‚Nachricht abgeleitet. Tīdinge kommt vom Verb tīden, das in der Bedeutung ‚vor sich gehen, sich ereignen benutzt wurde. Im altenglischen entstand aus dem

[3] Art. Zeitung in: Brockhaus Enzyklopädie, Band 20, Wiesbaden, 17. Auflage, 1974, S. 616. Im Art. Zeitung in: Meyers enzyklopädisches Lexikon, Band 25, Mannheim - Wien - Zürich, 9. Auflage, 1979, S. 642, steht etwas kürzer definiert: „Druckmedium, das sich durch vier Eigenschaften von anderen Druckerzeugnissen unterscheidet: öffentl. Zugänglichkeit (↑ Publizität), Zeitnähe (↑ Aktualität), regelmäßiges, mindestens zweimal wöchentl. Erscheinen (↑ Periodizität) und inhaltl. Vielfalt (Universalität).“.

[4] Dovifat S. 16.

[5] Vgl. ebd.

Verb tīdan der Begriff tīdung ‚Nachricht, Ereignis.[6] Das Wort Zeitung beschreibt die erste Aufgabe der Zeitung, die Vermittlung von Nachrichten, vom jüngsten Gegenwartsgeschehen. Dem entspricht auch der englische Begriff ‚newspaper.[7]

Hörfunk und Fernsehen besitzen aufgrund der schnelleren Übermittlungstechnik naturgemäß eine höhere Aktualität als die Zeitung. Daher hat die Zeitung zusätzlich zur Nachrichtenvermittlung die Aufgabe, Hintergrundmaterial zum aktuellen Stoff zu liefern. Im Unterschied zu den elektronischen Medien können Zeitungen auch eine „Archiv-Funktion“[8] haben.[9]

Die Zeitung berichtet vom *„allgemeinen* Zeitgeschehen“[10]. Ihr universeller Inhalt ist ein wesentlicher Unterschied zur Zeitschrift.

1.1.2 Kürzeste, regelmäßige Folge

Das Erscheinungsintervall einer Zeitung kann aufgrund der Abhängigkeit von den jeweiligen technischen, wirtschaftlichen und geistigen Voraussetzungen nicht beliebig kurz sein. Kennzeichnend für die Zeitung ist heute eine meist tägliche Erscheinungsweise, wobei einzelne Zeitungsausgaben aus besonderem Anlaß während des Drucks aktualisiert werden können.

Wichtig ist die regelmäßige Erscheinungsweise, zum einen im Hinblick auf den Leser, der durch die Gewöhnung an einen Informationsrhythmus leichteren Zugang zum Zeitungsinhalt bekommt, zum anderen im Hinblick auf die Werbung, die auf Erfolg durch regelmäßige Wiederholung setzt und damit gleichzeitig die wirtschaftliche Grundlage des Zeitungsunternehmens sichert.[11]

1.1.3 Breiteste Öffentlichkeit

Grundsätzlich ist die Zeitung jedermann zugänglich. Tatsächlich ist die Breite der Öffentlichkeit durch die jeweilige Leserschaft, den Preis und die Darbietung des Stoffes eines Blattes variabel. Durch die prinzipielle *„Universalität des Inhalts“*[12] wird immer eine breite Leserschaft angesprochen, während sich die Zeitschrift auf ein Stoffgebiet beschränkt.[13]

[6] Vgl. Art. Zeitung in: Der Große Duden, Band 7, Duden. Etymologie. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache, bearb. von der Dudenredaktion unter Leitung von Paul Grebe, Mannheim 1963, S. 778; vgl. auch Dovifat S. 17; vgl. auch Brand/Schulze S. 13.
[7] Vgl. Dovifat S. 17 f.
[8] Ebd. S. 19.
[9] Vgl. ebd. S. 18 f.
[10] Ebd. S. 19.
[11] Vgl. ebd. S. 20 ff.
[12] Ebd. S. 23.
[13] Vgl. ebd.

Als zusätzliches Merkmal für die Zeitung gilt ihre *„gewerbsmäßige Herstellung "*[14].

Dovifat betont schließlich die öffentliche Aufgabe der Zeitung und erweitert seine erste Definition: *„Die Zeitung vermittelt im Dienste des Tages, aber verantwortlich, in freier öffentlicher Verpflichtung jüngstes Gegenwartsgeschehen in kürzester regelmäßiger Folge der breitesten Öffentlichkeit."*[15]

1.2 Kritik an Dovifats Zeitungsdefinition

Mehrere Autoren haben die Definition Dovifats als Grundlage für einen eigenen Definitionsversuch von Zeitung gemacht. Dabei haben sie die Dovifatsche Begriffsumschreibung teilweise erweitert und modifiziert oder Teile der Definition besonders gewichtet.

1.2.1 Michael Schmolke zum Aktualitätsbegriff

Schmolke führt mehrere Thesen zum Aktualitätsbegriff an, die die Dovifatsche Definition erweitern und erläutern sollen.

Der Inhalt einer Nachricht ist um so aktueller, je schneller er mitgeteilt wird. Es besteht ein Zusammenhang zwischen den Eigenschaften der Aktualität und der Nachrichtenübermittlung in kürzester Folge.[16]

Auch an sich nicht aktuelle Aussagen zu einem oder über einen aktuellen Stoff haben einen aktuellen Charakter. Dovifats Begriff „jüngstes Gegenwartsgeschehen" erfaßt nicht den gesamten aktuellen Inhalt einer Zeitung, da er nur das Geschehen, nicht aber die Hintergrundinformationen mit einbezieht, die aufgrund eines Geschehens aktuell geworden sind. Extrem könnte gesagt werden, daß alles aktuell genannt werden darf, das aus irgendeinem Grund im Augenblick für den Leser interessant ist. Zum Entstehen von Aktualität ist entgegen Dovifat nicht nur eine objektive Geschehens-Aktualität notwendig, sondern auch ein individuelles, subjektives Aktualitätsempfinden seitens des Lesers erforderlich.[17]

---

[14] Ebd. S. 24.
Vgl. ebd. Anm. 6: *„Bücher, Karl:* Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde. Tübingen 1926, S. 377. Danach ist, in einer freilich polemischen Definition, ‚die Zeitung ein Erwerbsunternehmen, das Annoncenraum als Ware erzeugt, die nur durch einen redaktionellen Teil verkäuflich wird."

[15] Ebd. S. 74.

[16] Vgl. Schmolke S. 119 f.

[17] Vgl. ebd. S. 120 ff., bes. S. 124.

1.2.2 Klaus Merten zu den Begriffen Aktualität und Publizität

Bereits Schmolke verweist auf einen Zusammenhang zwischen Aktualität und Publizität.[18] Merten stellt fest, daß die Aktualität eines Inhalts die Voraussetzung dafür ist, daß er Publizität erlangt. Eine unaktuelle Nachricht kann zwar publiziert werden, wird aber nur eine geringe Öffentlichkeit erreichen. Dabei betont Merten die Abhängigkeit des Aktualitätsgrades vom Interesse des Lesers. In einer kommunikationswissenschaftlichen Definition von Zeitung müßten die beschreibenden Ausdrücke ‚jüngstes Gegenwartsgeschehen und ‚breiteste Öffentlichkeit durch differenzierte Aussagen über die „kommunikative Wirklichkeit“[19] ersetzt werden. Die Begriffe Aktualität und Publizität haben nach Merten in einer empirisch vorgehenden Kommunikationswissenschaft „ausgedient“[20].

1.2.3 Uwe Magnus zu den Begriffen Periodizität, Aktualität und Universalität

Wie Schmolke kommt auch Uwe Magnus zu dem Schluß, daß die Begriffe Periodizität, Aktualität und Universalität nur bedingt geeignet sind, den tatsächlichen Kommunikationsprozeß zu erfassen. Nach einem einwöchigen Vergleich zwischen dem Inhalt der Tageszeitung „Die Welt“ und dem Programm der ARD ordnete Magnus die Inhalte der beiden untersuchten Medien in drei Tabellen ein: die erste sollte die Periodizität erfassen — keine Periodizität, zeitweilige Periodizität und ständige Periodizität wurden unterschieden. Zwölf Prozent des Zeitungsinhaltes wiesen keine Periodizität auf. Den Begriff Aktualität splitterte Magnus in totale, höchste, Tages-, sekundäre und keine Aktualität. 74 Prozent des Tageszeitungsinhalts stufte er unter tagesaktuell ein. Universalität versuchte Magnus dadurch zu erfassen, daß er 17 Themenbereiche konstruierte, von denen die Tageszeitung zwölf erfaßte.

Magnus folgert aus seiner Untersuchung, daß die Zeitung zwar periodisch erscheint, der Begriff aber nicht ausreicht, um ihren Inhalt genügend zu kennzeichnen. Da in der Statistik 10,4 Prozent des Tageszeitungsinhalts als unaktuell eingestuft wurden (Fernsehen 44,7 Prozent), sagt Magnus, daß auch der Aktualitätsbegriff differenziert werden müsse, denn auch unaktuelle Inhalte stießen beim Leser oder Zuschauer auf Interesse, was den Inhalten Aktualität, im Sinne von augenblicklicher Bedeutung, verleihe. Aus der Untersuchung geht nach Magnus ebenfalls hervor, daß das Fernsehen in seiner Themenvielfalt universeller sei als die Zeitung, während Dovifat noch behauptet, die Zeitung sei das universellste Medium. Auch hier ist nach Magnus eine Differenzierung des Begriffs nötig.[21]

---

[18] Vgl. ebd. S. 129, Anm. 10.
[19] Merten S. 229.
[20] Ebd; vgl. zum Aktualitätsbegriff ebd. S. 216 ff.; vgl. zum Publizitätsbegriff ebd. S. 223 ff.
[21] Vgl. Magnus S. 170 ff.

1.2.4 Übernahmen von Dovifats Definition

Das Fischer-Lexikon führt vier Merkmale der Zeitung auf: die Publizität als Kennzeichen einer allgemeinen Zugänglichkeit zum Medium, die Aktualität im erweiterten Sinn des äußeren Geschehens sowie des den Leser subjektiv Interessierenden, die Universalität mit der Forderung, daß es keine thematische Beschränkung gibt, sowie die Periodizität. Alle vier Eigenschaften sind in der Zeitung im jeweils realisierbaren Höchstmaß zu beobachten.[22] In Abgrenzung zum Rundfunk ergänzt das Fischer-Lexikon die „Fixierung in Schrift und Druck“ als Wesensmerkmal der Zeitung.[23]

Renate Uenk[24], Wolfgang Riedmann[25], Kurt Koszyk/Karl Hugo Pruys[26], Peter Brummund/Peter Schwindt[27] und Peter Brand/Volker Schulze[28] übernehmen weitgehend die Zeitungsdefinition von Dovifat.

Renate Uenk verweist an anderer Stelle auch auf die Zeitungsdefinition von Walter J. Schütz. Nach Schütz dient die Zeitung der aktuellen und universellen, thematisch unbegrenzten und kontinuierlichen Nachrichtenübermittlung. Die Druckschrift muß mindestens zweimal wöchentlich erscheinen.[29]

Im Medienbericht ’85 der Bundesregierung werden in Anlehnung an die pressestatistische Definition von Walter J. Schütz Periodizität, Aktualität und vielfältige Thematik als Kennzeichen für eine Zeitung angenommen. „Für Zeitungen ist es typisch, daß sie mindestens zweimal wöchentlich erscheinen und stets über einen weiten Themenkreis berichten, der Politik, Wirtschaft, Kultur, Unterhaltung, Sport und sonstiges Zeitgeschehen einschließt.“[30]

1.3 Nach Walter Hagemann

Walter Hagemann bietet keine Definition der Zeitung in einem Satz. Er erläutert vielmehr zehn Wesensmerkmale der Zeitung: Das erste Merkmal ist ihre „Öffentlichkeit (Publizität)“[31]. Die Zeitung muß theoretisch von jedermann gelesen werden

[22] Vgl. Noelle-Neumann S. 287.
[23] Ebd.
[24] Vgl. Uenk, Die deutsche Medienlandschaft, S. 23.
[25] Vgl. Riedmann II. 3) b).
[26] Vgl. Art. Zeitung in: Koszyk/Pruys S. 393; ausführliche Literaturangaben ebd.
[27] Vgl. Brummund/Schwindt S. 11 f.
[28] Vgl. Brand/Schulze S. 11 f.
Brand/Schulze bringen eine eigene Formulierung der Dovifatschen Zeitungsdefinition: „Die Zeitung ist ein in regelmäßiger Folge erscheinendes, grundsätzlich jedermann zugängliches Medium, das aktuelle Informationen aus allen Lebensbereichen verbreitet.“ Ebd. S. 11.
[29] Vgl. Uenk/Laarmann, Medium Zeitung, S. 3.
[30] Medienbericht ’85 S. 51.
Vgl. zum Medienbericht ’78 Uenk/Laarmann, Medium Zeitung, S. 3.
[31] Hagemann S. 16.

können. Entscheidend für das Merkmal der Publizität ist die potentielle Öffentlichkeit. Eine Zeitung mit wenigen tausend Lesern ist genauso publik wie eine Zeitung mit Millionenauflage, da bei beiden der Leserkreis prinzipiell unbeschränkt ist.[32]

„Zeitnähe (Aktualität)“[33] ist das zweite Wesensmerkmal. Aktuell ist nicht ein Ereignis an sich. Aktualität entsteht aus dem Verhältnis, das der Leser zu dem Ereignis hat. Eine Nachricht kann in ihrer Aktualität von verschiedenen Personen vollständig unterschiedlich eingestuft werden. Während die Zeitung dem Leser in der Hauptsache Neuigkeiten bietet, das heißt von primärer Aktualität ist, bietet die Zeitschrift fachliche oder sekundäre Aktualität. Die Wochenzeitung steht zwischen Zeitung und Zeitschrift, da sie zwar weniger um einen tagesaktuellen Nachrichtendienst bemüht ist, wohl aber tagesaktuelle Dinge kommentiert und behandelt.[34]

Merkmal Nummer drei ist „öffentliches Interesse“[35], das bei der qualitativen Auswahl des Zeitungsinhalts eine Rolle spielt. Inhalte von privatem Interesse gehören nicht in die Zeitung. Der Tatsache, daß viele Inhalte nur bei Teilen der Leserschaft auf Interesse stoßen, wird dadurch entgegengewirkt, daß über viele Themenbereiche berichtet wird. „Öffentliches Interesse“ beinhaltet auch, daß die Zeitung im Dienst der Öffentlichkeit steht, das heißt im Rahmen der allgemeinen und politischen Meinungs- und Willensbildung eine verantwortliche Rolle spielt.[36]

„Regelmäßiges Erscheinen (Periodizität)“[37] führt Hagemann als viertes Wesensmerkmal der Zeitung an. Die Publizität einer Zeitung erhöht sich durch ihr regelmäßiges Erscheinen. Ein Gewöhnungseffekt tritt ein, der dem Leser den Zugang zu den Nachrichten leichter macht. Das regelmäßige Erscheinen der Zeitung steht in einem ständigen Spannungsverhältnis zu den willkürlich und unregelmäßig auftretenden Ereignissen, die den Inhalt der Zeitung ausmachen.[38]

Das fünfte Merkmal heißt „Beharrlichkeit von Form und Inhalt“[39]. Sowohl äußerlich als auch vom Inhalt her besitzt jede Zeitung ein kontinuierlich gleiches Erscheinungsbild, das vom Leser erwartet wird. Änderungen, zum Beispiel bei der Übernahme von Zeitungen durch einen anderen Verleger, können nur mit Bedacht ausgeführt werden. Ansonsten läuft der neue Verleger Gefahr, daß Leser und Anzeigenkunden ausbleiben. Verliert eine Zeitung ihren inneren oder äußeren Stil, so ist sie meist nicht mehr lange auf dem Markt.[40] In dieselbe Richtung zielt das sechste Merkmal, die „Gemeinschaftsleistung (Kollektiveinheit)“[41]. Obwohl viele Menschen an der Herstellung der Zeitung beteiligt sind, muß sie für den Leser eine Einheit bilden. Das

[32] Vgl. ebd. S. 16 ff.
[33] Ebd. S. 17.
[34] Vgl. ebd. S. 17 ff.
[35] Ebd. S. 19.
[36] Vgl. ebd. S. 19 ff.
[37] Ebd. S. 22.
[38] Vgl. ebd. S. 22 f.
[39] Ebd. S. 23.
[40] Vgl. ebd. S. 23 ff.
[41] Ebd. S. 26.

heißt, daß es keine tiefgreifenden Unterschiede in der geistigen Haltung der einzelnen Artikel, keine Widersprüche zwischen Inhalt und Aufmachung, zwischen Sprachniveau und optischer Darbietung sowie zwischen der redaktionellen Berichterstattung und dem Anzeigenteil geben darf. Verstöße gegen das Merkmal der Einheitlichkeit werden vom Leser meist nur unbewußt wahrgenommen, führen aber zu einer geringeren Akzeptanz einer Zeitung.[42]

Die „Vielfalt (potentielle Universalität)“[43] führt Hagemann als siebtes Merkmal an. Die Vielfalt der Themen darf weder zu einer oberflächlichen Berichterstattung noch zu einer allzu wissenschaftlichen oder fachspezifischen Darstellung führen. Grundsätzlich gehören in eine Zeitung alle Themen hinein. Die Inhalte der Zeitung stehen oft in der Spannung zwischen Verallgemeinerung beziehungsweise Vereinfachung und einer komplexen Darstellungsweise, zu der viele Leser keinen Zugang finden.[44]

Die „mechanische Vervielfältigung“[45] und die Zeitung als „Betriebsunternehmen“[46] sind das achte und neunte Kennzeichen. Das zehnte Wesensmerkmal überschreibt Hagemann mit „Die Zeitung als Organismus“[47]. Damit verweist er auf die Spannung zwischen der geistigen und der wirtschaftlichen Seite der Zeitung. Wirtschaftlichkeit und die Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe bilden bei der Zeitung im Idealfall eine Einheit.[48]

1.4 Nach Nabor Urbain A. de Volder

De Volder weist darauf hin, daß im Volksmund mit Zeitung nicht nur das Produkt selbst, sondern auch der ganze Verlag, die Mitarbeiter, die Einrichtung, das Gebäude und so weiter bezeichnet werden. Daraus schließt er, daß zu einer umfassenden Zeitungsdefinition nicht nur die Analyse des Produktes Zeitung gehört, sondern auch die Betrachtung des gesamten Verlages. Wichtig erscheint de Volder zunächst, daß jede Zeitung eine Art „Kollektivpersönlichkeit“[49] besitzt. Weiterhin führt er die vier klassischen Merkmale der Zeitung an: Aktualität, Periodizität, Publizität und Universalität, wobei de Volder sich auf Dovifat beruft, der die Universalität zwar nicht als eigenen Punkt nennt, sie aber mit einbezieht. Von Dovifat übernimmt de Volder auch die Betonung der „publizistischen Gesamtaufgabe der Zeitung“[50].

[42] Vgl. ebd. S. 26 ff.
[43] Ebd. S. 28.
[44] Vgl. ebd. S. 28 ff.
[45] Ebd. S. 80.
[46] Ebd. S. 81.
[47] Ebd. S. 83.
[48] Vgl. ebd. S. 83 f.
[49] De Volder S. 57.
Vgl. mit Hagemanns fünftem und sechstem Wesensmerkmal einer Zeitung.
[50] Ebd.; vgl. ebd. S. 58 f.

Hagemanns Zehn-Punkte-Katalog wertet de Volder positiv, weil er den Einfluß des Verlages als Wirtschaftsunternehmen auf das Produkt Zeitung beinhaltet.[51] Die Kritik von Schmolke zu Dovifats Aktualitätsbegriff erkennt de Volder als berechtigt an. Allerdings sei auch eine Unterscheidung zwischen primärer und sekundärer Aktualität problematisch. Eine genaue Untersuchung des Begriffs stehe noch aus.[52] Eine endgültige Definition von Zeitung könne es nicht geben, schon allein deswegen, weil die Zeitung sich ständig entwickle und verändere. Trotzdem hätten Definitionsversuche einen Sinn: *„Sie sind gedankliche Mittel zur geistigen Beherrschung der empirisch gegebenen Zeitung“*[53].

2 Definition nach der Postzeitungsordnung

Dovifat betont die Bedeutung der Post als Voraussetzung für das Entstehen von Zeitung im heutigen Sinn. Erst seit dem Beginn eines regelmäßigen Postdienstes konnte die Zeitung in kürzester, regelmäßiger Folge erscheinen. „In diesem Sinne heißt die Post mit Recht die ‚Mutter der Zeitung.“[54] Die Post beschränkt sich bis heute nicht nur auf die Beförderung der Zeitungen, sondern vermittelt auch Abonnenten. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts mußte in den deutschen Ländern für die Zustellung der Zeitung die Post in Anspruch genommen werden — der sogenannte Postzwang trat in Kraft. Als Unterstützung der Presse in ihrer öffentlichen Aufgabe im Dienst der Information und Meinungsbildung bietet die Post heute günstige Gebühren für die Zeitungsbeförderung und die Abonnentenvermittlung an.[55] In § 5 der Postzeitungsordnung (PostZtgO) wird Zeitung ausführlich definiert:

Es wird nicht zwischen Zeitung und Zeitschrift unterschieden. Beide umfaßt der Begriff Zeitung.

Druckschriften, die periodisch erscheinen und über Tagesereignisse, Zeit- oder Fachfragen berichten, gelten als Zeitungen. Der Herausgabezweck muß die Information einer weiten Öffentlichkeit über die oben genannten Bereiche sein. Eine Werkszeitschrift gilt im Sinne der PostZtgO nicht als Zeitung. Beim Inhalt der Druckschrift

[51] Vgl. ebd. S. 58.

[52] Vgl. ebd. S. 61.

[53] Ebd. S. 62; vgl. ebd.
Renate Uenk und Susanne Laarmann stellen fest, daß allein durch die Beschreibungen von Zweck und Aufgabe, von technischen und ökonomischen Gegebenheiten, von formalen und inhaltlichen Eigenschaften, von Verbreitungsraum und Zielgruppe keine umfassende Zeitungs- oder Zeitschriftendefinition gefunden werden kann. Zwei Konsequenzen können nach Uenk/Laarmann daraus gezogen werden: erstens, man gibt sich mit den deskriptiven Definitionen zufrieden im Bewußtsein ihrer Unvollkommenheit; zweitens, man verzichtet auf die herkömmlichen Definitionen und versucht dem Phänomen Zeitung durch umfassende empirische Untersuchungen nahezukommen. Vgl. Uenk/Laarmann, Pressemedien, S. 383 f.

[54] Dovifat S. 21; vgl. auch ebd. S. 29 „So wie die Post an der Wiege der Zeitung stand...“

[55] Vgl. Riedmann III. 3) d) Der Postzeitungsdienst.

muß es sich um presseübliche Berichterstattung handeln. Einseitige Darstellungen im Auftrag oder Interesse eines Unternehmens gelten nicht als Zeitung.

Zeitungen „müssen nach Art, Form, Umfang und Verbreitungsweise der im Verkehr üblichen Auffassung von einer Zeitung entsprechen.“[56] Die Bedingung, daß die Zeitung der Art nach der üblichen Auffassung von Zeitung entsprechen soll, ist dann gegeben, wenn die Beiträge Aktualität, Publizität, Kontinuität (Periodizität) und Mannigfaltigkeit (Universalität) aufweisen.

Der Form nach darf es sich nicht um Loseblattsammlungen oder einseitig bedruckte Blätter handeln. Wenn Zeitungen geheftet sind, müssen die Außenblätter die Innenblätter vollständig umschließen. Der Mindestumfang einer Zeitung ist ein einmal gefaltetes Blatt.

Die Druckschrift muß prinzipiell von jedermann bezogen werden können. Druckschriften, die nur an bestimmte Leser abgegeben werden, sind keine Zeitungen.

Die Druckschrift muß, um als Zeitung zu gelten, mindestens einmal jährlich erscheinen. Es wird unterschieden zwischen Zeitungen, die sechsmal wöchentlich erscheinen (Postvertriebskennzeichen A), Zeitungen, die zwei- bis fünfmal wöchentlich erscheinen (B), einmal wöchentlich (C), zwei- bis dreimal monatlich (D), einmal monatlich (E) und Zeitungen, die seltener als einmal monatlich erscheinen.

Druckschriften, die ideelle Ziele von Vereinen oder Verbänden fördern, gelten ebenso wie amtliche Druckschriften — soweit es Gesetzes-, Verordnungs- oder Amtsblätter sind — als Zeitungen.

Als Zeitungen gelten nur Druckschriften, die im Hoch-, Tief- oder Flachdruckverfahren hergestellt werden. Es darf sich nicht um die Wiedergabe von Vorlagen handeln, die von Hand oder mit einer Schreibmaschine geschrieben sind. Ausnahmen wie Faksimiles von Handschriften und ähnliches sind möglich.[57]

In § 7 der PostZtgO werden Zeitungsbestandteile bestimmt, § 8 beschäftigt sich mit Verlegerbeilagen, § 9 mit Fremdbeilagen. § 10 führt die wesentlichen Zeitungsangaben auf. Auf der Titelseite einer Zeitung muß zusätzlich zum Titel die Zeitungsnummer oder die Bezeichnung Sondernummer sowie der Erscheinungstag oder eine Angabe, die über die periodische Erscheinungsweise Auskunft gibt, stehen.[58]

[56] Postzeitungsordnung (PostZtgO) S. 2338, § 5, Abs. 1
[57] Vgl. ebd. S. 2338 f.
[58] Vgl. ebd. S. 2340 ff.

3 Definitionen des Begriffs Zeitschrift

3.1 Nach Emil Dovifat

Dovifat definiert die Zeitschrift folgendermaßen: „Die Zeitschrift ist ein fortlaufend und in regelmäßiger Folge erscheinendes Druckwerk, das einem umgrenzten Aufgabenbereich oder einer gesonderten Stoffdarbietung (Bild, Unterhaltung) dient. Danach bestimmt sich ihre Öffentlichkeit, ihre Tagesbindung, ihr Standort, die Mannigfaltigkeit ihres Inhalts und die Häufigkeit ihres Erscheinens.“[59] Im Unterschied zur Zeitung fehlt der Zeitschrift der universelle Charakter ihres Inhalts. Die Aktualität der Zeitschrift ist eine fachliche, nicht aber eine Aktualität im Sinne von allgemein interessierender Tagesneuigkeit.[60]

Das Fischer-Lexikon nennt die Merkmale Publizität und Periodizität als übereinstimmend bei Zeitung und Zeitschrift; Aktualität und Universalität seien bei der Zeitschrift dagegen nur eingeschränkt oder auch gar nicht vorhanden.[61]

Dieselbe Beschreibung von dem, was Zeitschrift ist, findet sich auch bei Brummund/Schwindt. Sie verweisen zusätzlich auf die Problematik, ob Wochenzeitungen dem Bereich Zeitung oder Zeitschrift angehören. Inhaltlich seien sie oft zeitschriftenartig, formal seien es Zeitungen.[62]

Die Zeitschriftendefinition im Medienbericht ’85 stimmt mit der des Fischer-Lexikons überein. Zusätzlich wird von einem Druckwerk mindestens viermal jährliches Erscheinen gefordert, damit es als Zeitschrift gelten kann.[63]

Diese Forderung erhebt auch Meyers Realenzyklopädie. Dort steht kurz: **„Zeitschrift**, period. Druckwerk, das mit der Absicht eines unbegrenzten Erscheinens mindestens viermal jährl. zwecks kontinuierl. Stoffdarbietung herausgegeben wird, soweit es keine ↑ Zeitung ist.“[64]

Derselbe Ansatz ist auch bei Walter Hagemann zu finden, der negativ definiert, die Zeitschrift sei ein periodisch erscheinendes Druckwerk, dessen Schwerpunkt nicht auf der aktuellen und universellen Nachrichtenvermittlung liege.[65]

Koszyk/Pruys übernehmen die Dovifatsche Definition, üben aber gleichzeitig Kritik daran. Die Definition habe zwar den Vorteil, in ihrer Allgemeinheit die Zeitschrift weitgehend zu erfassen, sie sei aber unscharf und zu wenig konkret. Koszyk/Pruys schließen sich weitgehend Otto Groth an, der festgestellt hat, daß zwar das Print-

[59] Dovifat S. 23, Anm. 5.
[60] Vgl. ebd. S. 23.
[61] Vgl. Noelle-Neumann S. 294.
[62] Vgl. Brummund/Schwindt S. 14.
[63] Vgl. Medienbericht ’85 S. 53.
[64] Vgl. Art. Zeitschrift in: Meyers enzyklopädisches Lexikon, a. a. O. S. 642.
[65] Vgl. Kieslich S. 374.

medium Zeitung separat definiert werden kann, der Bereich der Zeitschriften aber zu komplex für eine treffende Definition sei.[66]

Auch Riedmann verweist auf die Definition von Dovifat. Riedmann kritisiert sie als unscharf, verzichtet aber auf eine eigene Definition, sondern stellt vielmehr einen Katalog von möglichen Unterscheidungsmerkmalen zwischen Zeitung und Zeitschrift auf. Nach inhaltlichen Aspekten sei die „Themenvielfalt bei Zeitungen eher größer“, die „Darstellungsweise eher kurz und auf Fakten beschränkt“, die Zeitung enthalte „eher weniger Illustrationen“. Unter dem Aspekt der Erscheinungsweise komme die Zeitung „eher in kürzeren Intervallen“ heraus als die Zeitschrift. Unter formalem Aspekt ließe sich feststellen, daß die „Zeitungen eher ein größere Format“ aufweisen, daß Zeitungen „eher aus losen gefalzten Doppelseiten bestehen“, während „Zeitschriften eher geheftet oder geleimt sind, daß Zeitungen eher aus maschinenglattem Papier, Zeitschriften eher aus satiniertem oder gestrichenen Papier hergestellt werden, daß Zeitungen üblicherweise Text auf der Titelseite enthalten, Zeitschriften eher ein gestaltetes Titelblatt besitzen, daß Zeitungen eher scharz/weiß, Zeitschriften eher bunt gedruckt sind“.[67]

3.2 Kritik nach Günter Kieslich

Günter Kieslich beobachtet, daß alle herkömmlichen Zeitschriftendefinitionen versuchen, das Phänomen Zeitschrift dadurch zu erfassen, daß ihm typische Merkmale als Druckwerk in Abgrenzung zur Zeitung, zum Buch et cetera zugewiesen werden. Dabei gelten auch periodische Druckschriften, die in Universalität und Aktualität eingeschränkt sind, als Zeitschriften. Es handelt sich um eine begrenzende Definition. Kieslich stimmt im weiteren Kirchner zu, der die herkömmlichen Zeitungsdefinitionen als zu weit empfindet, und beispielsweise Amtsblätter und Kundenzeitschriften ‚unechte Zeitschriften nennt[68]. Kieslich sieht als Lösung der Unzulänglichkeit der alten Definition vier Wege.

Erstens könnte eine genetische Zeitschriftendefinition zu klaren Aussagen über die Wesensmerkmale der Zeitschrift führen. Dabei wird der Weg ihrer Entstehung bis zu ihrer augenblicklichen Erscheinungsform betrachtet.

Zweitens könnte man dem Problem einer unscharfen Definition dadurch entgehen, daß man Zeitschrift allgemein überhaupt nicht gesondert definiert, sondern nur einzelne Typen charakterisiert, wie Fach-, Unterhaltungs-, Verbandszeitschriften und so weiter. Die Summe der Definitionen würde dann das sein, was man Zeitschrift nennt.

[66] Vgl. Art. Zeitschrift in: Koszyk/Pruys S. 391. Zahlreiche Literaturangaben zur Zeitschrift ebd. S. 392 f.
[67] Riedmann II. 9) b); vgl. ebd.
[68] Vgl. mit Kapitel 3.3 dieser Arbeit.

Eine dritte Möglichkeit liegt nach Kieslich darin, daß man die Zeitschrift nicht dadurch definiert, daß man die Kriterien der Zeitung auf sie anwendet, sondern die Funktionen der Zeitschrift in der Gesellschaft untersucht.

Viertens bleibt der Weg, lediglich den publizistischen Prozeß, den die Zeitschriften durch ihr Dasein bewirken, genau zu betrachten. Eine Definition der Zeitschrift wäre in diesem Fall nur von sekundärer Bedeutung.[69]

Renate Uenk stimmt der Problemanalyse von Kieslich zu. Sie begnügt sich in Ermanglung einer treffenden Beschreibung von Zeitschrift mit der Zeitschriftendefinition aus den Media-Daten, die zwar wissenschaftlich ungenügend, dafür aber praktikabel sei. „»Zeitschriften sind regelmäßig erscheinende Medien, deren redaktioneller Inhalt wohl aktuell sein kann (und meist ist), aber nicht an das Tagesgeschehen gebunden ist, und die Informationen aus verschiedenen oder nur einigen, eventuell auch nur einem Sachgebiet vermitteln«“.[70]

3.3 Definition und Typologie nach Joachim Kirchner

Ihrer Zahl nach stellen die wissenschaftlichen Zeitschriften die größte Gruppe unter den Zeitschriften dar. Historisch betrachtet sind die wissenschaftlichen Zeitschriften die ursprünglicheren. Das primäre Merkmal der Zeitschrift ist deshalb ihr „Zweck, geistiges Verbindungsmittel und Diskussionsforum zu sein“[71]. Neben den Fachzeitschriften stehen heute die Publikumszeitschriften als zweiter Hauptzweig der Zeitschriften. Dadurch kommt der Zweck der Unterhaltung und der Bildung hinzu.

Amtliche Mitteilungsblätter, Vereinsblätter, Kundenzeitschriften und ähnliches zählen nach Kirchner nicht zu den Zeitschriften, weil sie weder der wissenschaftlichen Information noch der Unterhaltung dienen. Teilweise wurden Druckschriften lediglich zeitschriftenähnlich gestaltet, um den preiswerten Postzeitungsdienst für ihre Verbreitung nutzen zu können.

Mit der Zeitung hat die Zeitschrift mehrere Eigenschaften gemeinsam: die Periodizität, die Publizität, die Einheitlichkeit des Unternehmens und die Kollektivität des Inhalts. Allgemeines Interesse liegt insbesondere bei den Fachzeitschriften nicht vor. Sekundäre Aktualität in Fachfragen ist ebenfalls ein Merkmal für eine Fachzeitschrift. Von der Zeitung unterscheidet sich die Zeitschrift dadurch, daß im Mittelpunkt ihres Inhalts keine Tagesneuigkeiten stehen.[72]

[69] Vgl. Kieslich S. 370 ff.; vgl. zu den Ansätzen für neue Definitionswege bes. S. 381 f. Günter Kieslichs älterer Aufsatz „Zur Definition der Zeitschrift“ in: Publizistik 10 (1965) 3, S. 314 ff., war die Grundlage für seinen Beitrag in dem von Dovifat herausgegebenen „Handbuch der Publizistik“. Weite Passagen hat Kieslich wörtlich übernommen, die Anmerkungen hat er erweitert.

[70] Uenk, Die deutsche Medienlandschaft, S. 51; vgl. ebd.

[71] Kirchner S. 14.

[72] Vgl. ebd. S. 14 ff., vgl. bes. die Zusammenfassung S. 19 f.

4 Typologien von Zeitung

Brand/Schulze führen drei Ordnungskriterien für eine Zeitungstypologie an: die Unterscheidungen nach der Erscheinungsweise (Tages-, Wochen-[73] und Sonntagszeitung[74]), nach der Vertriebsart (Abonnement- und Straßenverkaufszeitung[75]) und nach dem Verbreitungsgebiet (lokal[76], regional[77], überregional[78]). Nach Brand/Schulze gilt eine Zeitung als überregional, wenn ständig mehr als zwanzig Prozent ihrer Auflage außerhalb des Kernverbreitungsgebietes bezogen werden. Straßenverkaufszeitungen sind nur unter Ausnahmebedingungen im Abonnement zu beziehen, Abonnementzeitungen werden überwiegend an feste Abonnenten, zum Teil aber auch im Einzelverkauf vertrieben.[79]

Das Fischer-Lexikon kombiniert die Merkmale der Vertriebsart und des Verbreitungsgebietes und unterscheidet zum Beispiel zwischen der Bildzeitung als überregional und dem Kölner Express als regional verbreiteter Straßenverkaufszeitung.[80] Die Wochenzeitungen rechnet das Fischer-Lexikon aufgrund der fehlenden Tagesaktualität zu den Zeitschriften.[81]

Bei Uenk/Laarmann finden sich dieselben Unterscheidungskriterien wie bei Brand/Schulze. Wie das Fischer-Lexikon verweisen sie darauf, daß sich die einzelnen Merkmale jeweils verknüpfen lassen, zum Beispiel: überregionale wöchentlich erscheinende Abonnementzeitung. Als äußere Kennzeichen der Kauf- oder Boulevardzeitungen führt Uenk an: auffällige Aufmachung, leichte Lesbarkeit, viele Fotos, Tagessensationen.[82] Uenk faßt Anzeigenblätter als Zeitungen auf, „obwohl ihnen die wesentlichen Elemente einer Tageszeitung fehlen“[83].

---

[73] Z. B. Die Zeit, Hamburg; Bayernkurier, München.

[74] Z. B. Bild am Sonntag, Hamburg; Welt am Sonntag, Hamburg.

[75] Z. B. Bild, Hamburg; Express, Köln.

[76] Z. B. Oldenburgische Volkszeitung, Vechta; Solinger Tagesblatt, Solingen.
Laut Uenk/Laarmann, Medium Zeitung, S. 11, kann die Lokal- von der Regionalzeitung unter anderem dadurch unterschieden werden, daß die Lokalzeitung meist nur eine Ausgabe, die Regionalzeitung mehrere lokalbezogene Unter-, Bezirks- oder Nebenausgaben mit einem gemeinsamen Mantel herausgibt.

[77] Z. B. Kölnische Rundschau, Köln; Rheinische Post, Düsseldorf.

[78] Z. B. Süddeutsche Zeitung, München; Frankfurter Allgemeine, Frankfurt.
Brummund/Schwindt konstruieren zusätzlich den Typus der Großstadtzeitung, die zwischen der regionalen und der überregionalen Zeitung anzusiedeln ist. Dazu zählen sie die Süddeutsche Zeitung ebenso wie die Kölnische Rundschau oder die Rheinische Post. Vgl. Brummund/Schwindt S. 63.

[79] Vgl. Brand/Schulze S. 34 ff.
Nach Brummund/Schwindt, S. 62, gilt eine Zeitung als Abonnementzeitung, wenn mehr als fünfzig Prozent der Auflage an feste Bezieher gehen.

[80] Vgl. Noelle-Neumann S. 274.

[81] Vgl. ebd. S. 277.

[82] Vgl. Uenk/Laarmann, Medium Zeitung, S. 7 ff.

[83] Uenk, Die deutsche Medienlandschaft, S. 39; vgl. ebd.

Als eigenen Zeitungstyp führt Meyn die Alternativ- oder Initiativ-Zeitungen an. Sie sind meist nur lokal verbreitet und berichten beispielsweise über Aktivitäten von Bürgerinitiativen in Wohn-, Miet- oder Umweltfragen. Ihre Lebensdauer ist kurz. Sie wollen die Berichterstattung der regionalen Tageszeitung ergänzen. Die Amtsblätter als *„Sprachrohr der Bürgermeister und Behörden“*[84] lassen sich nach Meyn schlecht in die übliche Zeitungstypologie einordnen. Sie bilden eine eigene Art.[85]

5 Typologien von Zeitschrift

5.1 Im Brockhaus, bei Hagemann sowie im Stamm

Der Brockhaus bietet eine Typologie der Zeitschrift, die „nach den kommunikationswirtschaftl. Zielen des Herausgebers“[86] zwischen Publikums- und Fachzeitschriften unterscheidet. Auf eine mögliche Gliederung unter wissenschaftlichem Aspekt nach dem Kriterium einer aktiven oder passiven publizistischen Funktion (Gruppen- und Freizeitzeitschrift) wird verwiesen. Die Publikumszeitschriften werden untergliedert in Illustrierten-, Programm-, Familien-, Frauen- und Mode-, Motor- und Sport-, politische, wirtschaftliche, kulturelle sowie Kundenzeitschriften. Der Gruppe der Fachzeitschriften ordnet der Brockhaus Standes-, Berufs- und Verbands-, Partei-, Institutions-, Konfessions-, Haus- sowie Werkzeitschriften zu.

Publikumszeitschriften haben im Gegensatz zu den Fachzeitschriften hohe Auflagen und mittlere bis geringe Reichweiten. Herausgeber von Publikumszeitschriften sind meist privatwirtschaftliche Verlage. Die Kosten werden größtenteils durch den Anzeigenerlös gedeckt. Fachzeitschriften werden oft von Institutionen, Organisationen, Behörden oder Verwaltungen herausgegeben. Sie finanzieren sich größtenteils aus dem Vertriebserlös.[87]

---

[84] Vgl. Meyn S. 47.

[85] Vgl. ebd. S. 46 f.
Kieslich war in seiner Zeitungsdefinition diesem Problem aus dem Weg gegangen, indem er die Amtsblätter nicht zu den Zeitungen rechnete. Vgl. Kapitel 3.2 dieser Arbeit.

[86] Art. Zeitschrift in: Brockhaus a. a. O. S. 613.

[87] Vgl. ebd.
Riedmann führt als weiteres Unterscheidungsmerkmal zwischen Publikums- und Fachzeitschrift die Art der Anzeigen im jeweiligen Medium an. In Fachzeitschriften wird überwiegend sachlich-informativ Investitionsgüterwerbung betrieben, während in Publikumszeitschriften vorwiegend für Massenkonsumartikel geworben wird. Vgl. Riedmann V. 4) fba) und fbb).
Riedmann führt bei den Publikumszeitschriften gesondert die Special-Interest-Zeitschriften an, die sich inhaltlich mit einem umgrenzten Stoffgebiet in allgemeiner Form beschäftigen und im Gegensatz zur Fachzeitschrift hohe Auflagezahlen haben. Vgl. ebd. fba).

Fischer führt zwei Zeitschriftentypologien an. Zunächst zitiert er das „Grobraster“[88] von Walter Hagemann[89], der inhaltlich zwischen Fachpresse, Standes- und Verbandspresse sowie Freizeitzeitschriften unterscheidet. Als vierte beziehungsweise fünfte Gruppe zählt Hagemann noch Werk- und Kundenzeitschriften sowie Wochenblätter auf. Hagemann kritisiert seine Ordnung selbst als zu unpräzise und in der Praxis nur eingeschränkt anwendbar.

Eine sehr differenzierte Zeitschriftentypologie bietet nach Fischer der Stamm. Seine Gliederung mit jeweils verschiedenen Unter- und bisweilen Unteruntergruppen unterscheidet meist nach inhaltlichen Kriterien und erfaßt — das ist der Charakter eines Nachschlagewerkes — nahezu alle in Deutschland erscheinenden Zeitschriften. Fischer betont, daß die Typologie des Stamms nur eine unzureichende und zu weite Gliederung des Zeitschriftenmarktes sei. Als Beispiel führt er die Gruppe 16 an, die allgemeininteressierende Zeitschriften enthält. Die sind wiederum in 16 Untergruppen eingeteilt: allgemeininteressierende Illustrierte, Frauen- und Modezeitschriften, Männerzeitschriften, Programmzeitschriften und so weiter. Die Eindeutigkeit der Zuordnung einer Zeitschrift zu einer der Untergruppen könne im Einzelfall immer wieder hinterfragt und kritisiert werden.[90]

Am Beispiel der Publikumszeitschrift zeigt Renate Uenk anhand von zwei differenzierten Typologien, wie schwierig genaue Zuordnungen sind. Zunächst zitiert sie die Unterteilung von Kühne[91], der zwischen zwölf Arten der allgemeinen Publikumszeitschriften, zwölf Arten spezieller Publikumszeitschriften[92], die wiederum untergliedert sind in Frauen-, Männer- und gemeinsame Interessenschwerpunkte, sowie fünf weiteren speziellen Publikumszeitschriftengruppen unterscheidet. Uenk verweist außerdem auf das Media-Handbuch „Media-Daten“, das 84 Obergruppen von Zeitschriften bildet, die teilweise bis zu zwanzig Untergruppen beinhalten.[93]

---

[88] Fischer S. 20.

[89] Ebd. S. 19, Anm. 14: „Walter Hagemann (Hrsg.): Die deutsche Zeitschrift der Gegenwart. Eine Untersuchung des Instituts für Publizistik der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Münster i. W. 1957, S. 9.“.

[90] Vgl. ebd. S. 19 ff.; vgl. mit der Gliederung des Stamms im Anhang dieser Arbeit.

[91] Vgl. Uenk, Die deutsche Medienlandschaft, S. 149, Anm. 28: „Dr. R. M. Kühne, »Zeitschriftenmarkt«, 2 – 75“.

[92] Riedmann nennt den englischen Begriff Special-Interest. Vgl. weiter oben in diesem Kapitel.

[93] Vgl. ebd. S. 59 ff.
In ihren weiteren Ausführungen beschränkt sich Uenk auf die Definition und Typologisierung von Publikums-, Fach- und Kundenzeitschriften. Vgl. ebd. S. 7.

5.2 In der IVW-Liste und der amtlichen Statistik

Riedmann führt in Anlehnung an die Einteilung der IVW-Auflagenliste[94] die Kundenzeitschriften gesondert neben den Publikums- und Fachzeitschriften auf. Als typische Merkmale für die Kundenzeitschrift führt er an: kostenlose Abgabe, branchenspezifische Themen, vertrieben durch die Dienstleistungsbetriebe oder Einzelhändler an ihre Kunden.[95]

Anzeigenblätter und Supplements rechnet Riedmann der IVW-Liste entsprechend weder zu den Zeitschriften noch zu den Zeitungen. „Anzeigenblätter sind periodisch erscheinende zeitungsähnliche Druckschriften, die innerhalb eines engeren Raumes **(lokale Verbreitung) unentgeltlich** an alle Haushalte **(totale Haushaltsabdeckung)** abgegeben werden“[96]. Sie finanzieren sich aus dem Anzeigenerlös. Inserenten sind vorwiegend lokale Einzelhändler. Eventuelle redaktionelle Berichterstattung beschränkt sich meist auf regionale Ereignisse.[97] Riedmann erwähnt außerdem die Kaufanzeigen- oder Inseratenblätter, die sich von den Anzeigenblättern dadurch unterscheiden, daß Privatanzeigen kostenlos veröffentlicht werden. Die Blätter finanzieren sich durch den Vertriebserlös und die gewerblichen Anzeigen.[98]

Unter Supplements versteht Riedmann **„Nebenblätter von Zeitungen, die neben redaktionellen Beiträgen auch Anzeigen enthalten.“**[99] Supplements (wörtlich: Ergänzungen) wie zum Beispiel Prisma, FAZ-Magazin oder Zeit-Magazin werden in einem bestimmten Rhythmus (meist wöchentlich, zweiwöchentlich oder monatlich) Zeitungen beigelegt.[100]

Uenk/Laarmann weisen darauf hin, daß die Programm-Supplements (Prisma, rtv etc.) ihrem Inhalt nach zu den Programmzeitschriften — einer Untergruppe der Publikumszeitschriften — zu zählen sind. De facto stellen die Programm-Supplements eine starke Konkurrenz für die Programmzeitschriften dar. Da sie aber nur als Verlegerbeilage (Ausdruck aus der PostZtgO), das heißt als Nebenblatt einer Tageszeitung, und nicht einzeln und ohne direktes Entgelt erhältlich sind, können sie nicht eigentlich den Zeitschriften zugerechnet werden.[101]

Die amtliche Statistik[102] unterscheidet: Politische Wochenblätter, konfessionelle Zeitschriften, Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt, andere Fachzeitschriften, Kundenzeitschriften, amtliche Blätter, Anzeigenblätter, kostenlos verteilte kommunale Amtsblätter, sonstige Zeitschriften, Zeitschriften der Verbände.

---

[94] IVW: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., Bonn.
[95] Vgl. Riedmann II. 9) b).
[96] Ebd.
[97] Vgl. ebd.
[98] Vgl. Riedmann V. 4) fe).
[99] Ebd.
[100] Vgl. ebd.
[101] Vgl. Uenk/Laarmann S. 14.
[102] Zitiert bei: Noelle-Neumann S. 280.

Schluß

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß die deskriptive Zeitungsdefinition nach den Merkmalen Universalität, Publizität, Periodizität und Aktualität einsichtig und praktikabel ist. Die Kritik von Schmolke, Merten und Magnus in Bezug auf die Unschärfe und gegenseitige Abhängigkeit der Merkmale ist berechtigt. Die Vorschläge für neue Wege einer Definition von Kieslich könnten zu einer Zeitungsdefinition führen, die kommunikationswissenschaftlich treffender das Wesen der Zeitung erfassen, als es durch die vier genannten Merkmale möglich ist.

Eine anwendbare Typologisierung der Zeitungen läßt sich durch die Kombination der Unterscheidung nach Erscheinungsweise, Verbreitungsgebiet und Vertriebsart verhältnismäßig unproblematisch erstellen.

Der Begriff Zeitschrift ist im Gegensatz zu Zeitung so allgemein, daß jede Definition zwangsläufig über konkret vorliegende Zeitschriften wenig aussagt. Nur Definitionen einzelner, schon sehr differenzierter Zeitschriftenarten stellen ein Werkzeug für eine praktische Einordnung von Zeitschriften dar.

Eine Typologisierung der vorhandenen Zeitschriften ist möglich. Allerdings ist eine einfache Unterteilung wie bei der Zeitung aufgrund der fast unübersehbaren Anzahl von Zeitschriftenausprägungen nicht sinnvoll. Eine Typologisierung, die praktisch anwendbar und wissenschaftlich stichhaltig sein will, muß sehr differenziert sein. Trotzdem wird es auch bei einer feinen Gliederung immer wieder Zwischenformen geben, die mehreren Typen von Zeitschrift zuzuordnen sind. Hinzu kommt das Problem, daß sich der Zeitschriftenmarkt ständig ändert. Das bedeutet, daß eine Typologisierung schnell von der Wirklichkeit überholt werden kann.

Das Wesen von Zeitung und Zeitschrift ist so komplex, daß jede Definition und jede Typologisierung sinnvollerweise nur Teilaspekte berücksichtigen kann, je nach ihrem Zweck. Für die schematische Erfassung der Zeitschriften im Stamm sind andere Kriterien notwendig als für eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung. Die amtliche Pressestatistik beruht auf anderen Merkmalsunterscheidungen als eine Typologie der Werbewirtschaft. Diese Arbeit hat versucht, die Schwierigkeiten einer allgemeinverbindlichen Definition und Typologisierung von Zeitung beziehungsweise Zeitschrift darzustellen, indem beispielhaft unterschiedliche Ansätze vorgestellt wurden. Eine Schematisierung der verschiedenen Ansätze, eine Untersuchung ihrer Absichten oder ein Vergleich ihrer Methoden und Grundlagen wären Bestandteil einer weiterführenden Arbeit.

Literatur

Brand, Peter; Schulze, Volker (Hg.): Medienkundliches Handbuch. Die Zeitung. Zeitungssystematischer Teil, Aachen-Hahn, 4. Auflage, 1987.

Brummund, Peter; Schwindt, Peter: Der Pressemarkt in der Bundesrepublik Deutschland. Öffentliche Aufgabe und privatwirtschaftliche Organisation der Presse, Köln 1982.

Dovifat, Emil; Wilke, Jürgen: Zeitungslehre I. Theoretische und rechtliche Grundlagen. Nachricht und Meinung. Sprache und Form, Berlin - New York, 6. Auflage, 1976.

Fischer, Heinz-Dietrich: Publikumszeitschriften — ein Lehr- und Forschungsdefizit, in: Heinz-Dietrich Fischer (Hg.), Publikumszeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Palette — Probleme — Perspektiven, Konstanz 1985, S. 15 ff.

Hagemann, Walter: Die Zeitung als Organismus. Ein Leitfaden, Heidelberg 1950.

Kieslich, Günter: Die Zeitschrift. Begriff, in: Emil Dovifat (Hg.), Handbuch der Publizistik, Band 3, Berlin 1969, S. 370 ff.

Kirchner, Joachim: Gedanken zur Definition der Zeitschrift, in: Publizistik 5 (1960) 1, S. 14 ff.

Koszyk, Kurt; Pruys, Karl Hugo: dtv-Wörterbuch zur Publizistik, München 1969, S. 391 ff.

Medienbericht '85: Bericht der Bundesregierung über die Lage der Medien in der Bundesrepublik Deutschland 1985, Drucksache 10/5663 des Deutschen Bundestages, 10. Wahlperiode, vom 16. Juni 1986, hg. vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Bonn 1986.

Merten, Klaus: Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft, in: Publizistik 18 (1973) 3, S. 216 ff.

Meyn, Hermann: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin, 4. Auflage, 1979.

Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hg.): Publizistik. Massenkommunikation, Frankfurt am Main 1989 (Fischer-Lexikon), S. 287 ff.

Postzeitungsordnung (PostZtgO: vom 9. September 1981, in: Amtsblatt des Bundesministers für das Post- und Fernmeldewesen, 142 (1987), Bonn, 14. Dezember 1987, S. 2338 ff.

Riedmann, Wolfgang: ohne Titel, II. Grundlagen des Verlagswesens 9) Publizistische und werbliche Medien b) Periodika; III. Vertrieb im Zeitungs- und Zeitschriftenverlag 3) Einzel(nummern)verkauf d) Der Postzeitungsdienst; V. Anzeigenwesen 4) Die Anzeige f) Die Anzeige in verschiedenen Printmedien, teilw. masch., unveröff., Bonn, 2. Auflage, 1988.

Schmolke, Michael: Thesen zum Aktualitätsbegriff, in: Winfried B. Lerg; Michael Schmolke; Gerhard E. Stoll (Hg.), Publizistik im Dialog, Festausgabe für Henk Prakke, Münster 1965.

Stamm 1988: Presse- und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung, Essen, 41. Ausgabe, 1988.

Uenk, Renate: Die deutsche Medienlandschaft, München 1977.

Uenk, Renate; Laarmann, Susanne: Medium Zeitung, Handbuch für den Werbeträger Zeitung, Frankfurt, 2. Auflage, 1980.

Uenk, Renate; Laarmann, Susanne: Pressemedien: Definitionen, Abgrenzungen und ihre kommunikationspolitische Notwendigkeit, November 1974, in: Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung. Eine Übersicht über wichtige Ergebnisse. 1974 – 1978, bearb. von Walter J. Schütz, hg. vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Bonn 1978, S. 377 ff.

Volder de, Nabor Urbain A.: Die Zeitung. Definitionen und Begriffe, in: Emil Dovifat (Hg.), Handbuch der Publizistik, Band 3, Berlin 1969, S. 49 ff.