

# FUNKE IST SPITZENREITER

**N**eugigkeiten und Exklusivität sind immer noch Garanten für Aufmerksamkeit in Tageszeitungen. Nicht nur bei Lesern, sondern auch bei Journalisten anderer Blätter. Letztere zitieren häufig aus fremden Zeitungen, wenn die Themen stark, aktuell und vor allem exklusiv sind.

An die Spitze des Zitate-Rankings rücken zunehmend die regionalen Tageszeitungen wie Rheinische Post, Neue Osnabrücker Zeitung und Tagesspiegel. Aber auch die großen Zentralredaktionen von Verlagen wie die Funke-Mediengruppe oder das Redaktionsnetzwerk Deutschland RND Madsack spielen vorn mit. Sie zeigen, wie man überregionale Resonanz erzielt: mit exklusiven Interviews mit namhaften Politikern und Experten, bevölkerungsnahen Themen, Events und Umfragen.

Überregionale Zeitungen sind die großen Verlierer in der Langzeitauswertung (2015 bis 2017). Insgesamt lässt sich in diesem Zeitraum ein Rückgang der Zitierhäufigkeit um 18,5 Prozent feststellen. Die Welt-Gruppe beispielsweise wurde 2017 im Vergleich zu 2015 um 33 Prozent, die Bild um 20 Prozent weniger zitiert. Die regionalen Tageszeitungen legten dagegen im selben Zeitraum um 48,8 Prozent oder 9.700 Zitate zu. Dem trägt das geänderte Studiendesign Rechnung: Ab 2018 wurde ausschließlich die Zitierhäufigkeit von regionalen Tageszeitungen analysiert (mehr als 20.000 Zitate bis einschließlich 10. Dezember).

**Zitate wie „Es kann die Situation entstehen, in der Deutschland der Türkei helfen muss“,** sagte Nahles den Zeitungen der Funke Mediengruppe“ (sueddeutsche.de, 21. August) waren vor allem im August 2018 beim Ranking-Spitzenreiter Funke zu finden. Der Satz stammt aus einem Exklusivinterview mit der SPD-Chefin. Funke zog 2018 mit insgesamt 3.222 Zitaten erstmals an der Rheinischen Post vorbei, die in den drei Vorjahren Platz eins bei den regionalen Tageszeitungen belegt hatte. >

---

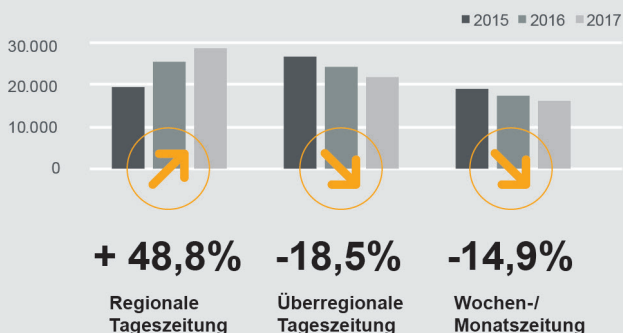
*Die Auflagen sinken, aber redaktionelle Arbeit zahlt sich für **Tageszeitungen** weiter aus. Gemessen an der Zitierhäufigkeit tragen vor allem die Regionalzeitungen zunehmend zur Meinungsbildung bei. pressrelations hat für das prmagazin 290.000 erfasste Zitate ausgewertet. Es handelt sich um die **umfangreichste Analyse zur Zitierhäufigkeit in Medien.***

**Gewinner im Zitate-Ranking sind die regionalen Tageszeitungen, allen voran die Funke-Mediengruppe. Die Chefredakteure, deren Medien im Zitate-Ranking glänzen, erzielen auch im Twitter-Vergleich die größte Relevanz und Interaktion.**

## REGIONALE TAGESZEITUNGEN

TROTZ SINKENDER AUFLAGENZAHLEN STEIGT DIE EXKLUSIVITÄT DER REDAKTIONELLEN ARBEIT

### ENTWICKLUNG DER ZITIERHÄUFIGKEIT NACH MEDIENART (2015 – 2017)



### TOP TEN TAGESZEITUNGEN NACH ANZAHL DER ZITATE (2018)

- »Funke Mediengruppe« 3.238
- »Rheinische Post« 3.032
- »RND Madsack« 2.048
- »Neue Osnabrücker Zeitung« 1.551
- »Der Tagesspiegel« 1.476
- »Passauer Neue Presse« 1.182
- »Augsburger Allgemeine« 975
- »Stuttgarter Zeitung« 824
- »Berliner Zeitung« 707
- »Stuttgarter Nachrichten« 688

### CHEFREDAKTEURE AUF TWITTER NACH REICHWEITE

#### Wolfgang Büchner

Chefredakteur RND

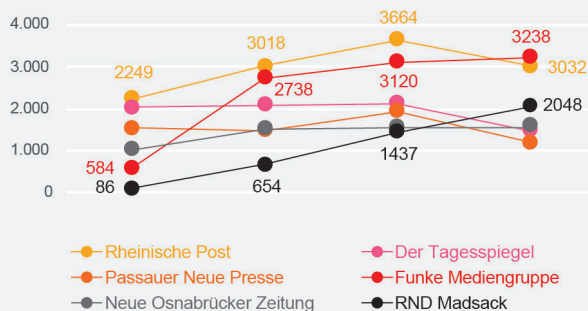
**67.035 Follower**

@wbuechner



- Lorenz Maroldt – 28.436 Follower (Der Tagesspiegel)
- Mathias Blumencron – 26.441 Follower (Der Tagesspiegel)
- Michael Bröcker – 3.916 Follower (Rheinische Post)
- Jan Hollitzer – 2.424 Follower (Thüringer Allgemeine)
- Peter Stefan Herbst – 2.172 Follower (Saarbrücker Zeitung)
- Hendrik Brandt – 2.164 Follower (Hannoversche Allgemeine Zeitung)
- Carsten Fiedler – 1.715 Follower (Kölner Stadtanzeiger)

### ENTWICKLUNG DER ZITIERHÄUFIGKEIT WICHTIGER MEDIENTITEL (2015 – 2018)



Erarbeitet und zur Verfügung gestellt von:

**pressrelations**

Zeitraum: 01.01.2015 bis 10.12.2018 | Medienset: 20 Printmedien, 8 Onlinemedien sowie 9 TV-Nachrichtenformate und ein Radiosender (Nachrichten)

Themen wie die von Nahles in Aussicht gestellte Hilfe für die Türkei in der Währungskrise oder die Forderung der SPD-Chefin nach Abschaffung der Sanktionen für jüngere Hartz-IV-Empfänger wurden im August 202-mal aufgegriffen. Die fünf großen, besonders häufig zitierten Themenkomplexe sind Flüchtlinge/Asylrecht, der Dieselskandal mit den drohenden Fahrverboten, die Koalitionsgespräche zwischen CDU und SPD, die Regierungsbildung sowie der Rücktritt von Martin Schulz als SPD-Chef im ersten Quartal 2018.

Später im Jahr spielten dann die Ausschreitungen in Chemnitz und deren Untersuchung, insbesondere durch den damaligen Verfassungsschutzchef Hans-Georg Maaßen, eine Rolle. Gegen Jahresende bestimmten der Rücktritt Angela Merkels vom CDU-Parteivorsitz und ihre Nachfolge die Berichte. Insgesamt wurden sechs regionale Zeitungsredaktionen im Jahr 2018 mehr als 1.000-mal zitiert.

Besonders medienwirksam sind nationale Themen in Zusammenhang mit Spitzenpolitikern. Gibt es ein exklusives Statement zu einem bundesweiten Reizthema, greifen wichtige Radio- und Fernsehstationen es auf. Die Funke-Mediengruppe schaffte es besonders häufig, im Rundfunk zitiert zu wer-

**FUNKE**  
»»» MEDIEN  
GRUPPE

## Funke zog im Jahr 2018 mit insgesamt 3.222 Zitaten erstmals an der Rheinischen Post vorbei.

den, unter anderem mit der Warnung von Bundestagspräsident Wolfgang Schäuble vor wachsendem Antisemitismus in Deutschland. Insgesamt wurde Funke 262-mal in Radio und TV zitiert. Am häufigsten (230-mal) erwähnte der Deutschlandfunk die Blätter der Gruppe. Das Erste zitiert Funke neunmal in der „Tagesschau“, dreimal in den „Tagesthemen“.

Für zitierfähiges Material sorgten insbesondere populistische Themen wie Asylpolitik und der politische Rechtsruck. Die Neue Osnabrücker Zeitung etwa wurde im August zitiert im Zusammenhang mit einer Anfrage der Partei Die Linke und einer Antwort der Bundesregierung zur Zahl der sogenannten Ausweisungsverfügungen für Ausländer.

Publikumswirksam waren auch regionalspezifische Themen, die Medien bundesweit aufgriffen. Die Berliner Morgenpost punktete mit zwei sehr unterschiedlichen Themenfeldern: dem „Hitzefrei“

in mehreren Verwaltungen des Berliner Senats, das im August 2018 viel Kritik an der Arbeitsmoral im öffentlichen Dienst provozierte. Und mit dem neu aufgerollten Fall Anis Amri. So meldete welt.de (30. August): „Die ‚Berliner Morgenpost‘, das ARD-Politikmagazin ‚Kontraste‘ und der Sender RBB berichteten, Verfassungsschutz-Präsident Hans-Georg Maaßen habe offenbar versucht, die Rolle seiner Behörde geheim zu halten.“

**Die Mechanismen von Resonanz und Relevanz machen sich die Kommunikatoren** auch auf höchster Ebene zunutze. Die Bundeskanzlerin und damalige CDU-Parteichefin Angela Merkel besuchte im Bayern-Wahlkampf einen von der Augsburgener Allgemeinen organisierten Event, das „AZ Forum live“. Dort wies sie im Gespräch mit Chefredakteur Gregor Peter Schmitz Mutmaßungen zurück, ihr politischer Abschied stehe bevor: „Ich sitze hier ganz quicklebendig und gedenke, meine Arbeit weiter zu tun“ (zeit.de, 27. September). Nach der Veranstaltung hatte die Augsburgener Allgemeine die Exklusivinformation verbreitet und damit für entsprechende Zitierung gesorgt, etwa auf bild.de (28. September).

Leitmedium in Sachen Zitathäufigkeit zu sein ist das eine. Das andere sind Relevanz und Interaktion im medienrelevanten Social-Media-Kanal Twitter. Erstaunlich: Unter den 29 Chefredakteuren der 25 untersuchten Tageszeitungen (einige haben eine Doppelspitze) sind immer noch acht ohne Twitter-Account. Wenig wundert dagegen, dass die Chefredakteure, deren Medien im Zitate-Ranking oben stehen, auch im Twitter-Vergleich führen.

Die Schere zwischen den ersten und den letzten im Twitter-Account-Vergleich ist groß. Wolfgang Büchner, Noch-Chefredakteur von RND, ist mit 67.035 Followern bei seinem Account @wbuechner mit Abstand Spitzenreiter. Acht Chefredakteure haben jeweils weniger als 1.000 Follower. Jan Emenhöfer von der Leipziger Volkszeitung ist mit 126 Followern das Schlusslicht. Im Schnitt haben die 21 twitternden Chefredakteure 1.712 Follower. Nur acht Accounts sind verifiziert.

**Das Social-Media-Engagement ist mit Raten im meist einstelligen Bereich bescheiden.** Oft produzieren Chefredakteure keinen eigenen Content, sondern retweeten bloß. Nur Michael Bröcker von der Rheinischen Post hat im Auswertungszeitraum zu seinem eigenen Artikel getwittert. Aktive Verzahnung von klassischen und sozialen Medien? Damit ist es bislang nicht weit her. ◀