

Masterarbeit

Das Spannungsfeld Satire:
Von der Online-Zeitung
ins öffentlich-rechtliche
Fernsehen:
Die Tagespresse //
Tagespresse aktuell

von:
Moritz Maliers
mm161838

Begutachter:
FH-Prof. Dr. Jan Krone

Zweitbegutachter:
FH-Prof. Mag. Dr. Tassilo Pellegrini

St. Pölten, August 2018

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Masterarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

- ich dieses Masterarbeitsthema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter/von der Begutachterin beurteilten Arbeit überein.

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift

Danksagung

Zunächst möchte ich meinem Freund Marinus danken. Mit viel Geduld und Ausdauer hat er in dieser Arbeitsphase meine Launen ertragen und mir dabei stets Kraft gegeben.

Dann danke ich meiner Schwester Katrin für ihre Unterstützung beim Korrektur lesen.

Meinen Eltern danke ich von ganzem Herzen mir diese Zeit ermöglicht zu haben.

Und besonderer Dank gilt meiner guten Studienfreundin Lisa Dreischer, denn auch sie hatte immer ein offenes Ohr für mich und guten Rat.

Das Spannungsfeld Satire: Von der Online-Zeitung ins öffentlich-rechtliche Fernsehen: Die Tagespresse // Tagespresse aktuell

Die satirische Schreibweise erfährt in sämtlichen Mediengattungen in den letzten 15 Jahren ein Comeback. Besonders im Fernsehen und im Internet werden gesellschaftliche und politische Ereignisse auf satirische Weise dargestellt und persifliert. Über soziale Medien finden die verschiedenen Beiträge ein großes Publikum, sodass selbst kleinere Portale an hoher Popularität gewinnen, so zum Beispiel auch das Online-Portal *Die Tagespresse*.

Aufgrund des Erfolgs des Portal *Die Tagespresse* entschied sich der ORF 2017 mit den Autoren der Webseite eine Satire-Nachrichten-Sendung zu produzieren. Im September 2017 ging somit *Tagespresse aktuell* auf Sendung. Die vorliegende Arbeit untersucht nun, wie das Konzept des Online-Portals in eine Fernsehsendung übertragen wurde. Dabei wird genau betrachtet, welche satirischen Stilmittel sich in beiden Medienformaten wiederfinden. Um dies heraus zu finden, werden zwei Artikel des Online-Portals analysiert. Damit festgestellt werden kann, wie genau *Die Tagespresse* arbeitet, wird ihr das Online-Portal *Der Postillon* gegen über gestellt. In Folge dessen werden zwei Beiträge der Sendung *Tagespresse aktuell* analysiert und ebenfalls einer anderen Satire-Nachrichten-Sendung gegen über gestellt, nämlich die *heute show*.

Anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse werden Hypothesen generiert, die zeigen, dass das Konzept der *Tagespresse* relativ exakt in die Sendung *Tagespresse aktuell* übertragen wurde.

Satire – an Area of Conflict: From an Online-Newspaper to a Public Television Broadcaster: Die Tagespresse // Tagespresse aktuell

The last 15 years showed us a comeback of satire in all genres of media. Especially on TV and on the internet, social and political events are displayed in a satirical form. Via social media, the satirical content is spread among the users. Due to this development, even small websites are becoming famous like the Austrian portal *Die Tagespresse*.

In 2017 the Austrian public broadcaster ORF decided to produce a satire news show in cooperation with the founders of *Die Tagespresse*. This master thesis examines the transfer from the online magazine to a news show. Therefore the satirical stylistic devices are analysed in both media genres. To identify the concept, two articles of *Die Tagespresse* are compared to the established German online magazine *Der Postillon*. Afterwards two programmes of *Tagespresse aktuell* are analysed and compared to two programmes of the well-established German satire news show, *heute show*.

With a qualitative content analysis, the thesis was able to generate the hypothesis that the concept of *Die Tagespresse* is exactly transferred into the news show *Tagespresse aktuell*.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Kontext	1
1.2	Problemstellung	3
1.3	Vorgehensweise	5
1.4	Quellen- & Methodenkritik	7
1.4.1	Quellenkritik	7
1.4.2	Methodenkritik	9
2	Satire	10
2.1	Ursprung und Entwicklung	11
2.2	Merkmale, Funktionen und Inhalt	15
2.2.1	Stilmittel & Methodiken der Satire	18
2.2.2	Satire & Komik	23
2.3	Satire im aktuellen Medienkontext	24
2.3.1	Satire & Journalismus	25
2.3.2	Exkurs: Die Glosse	26
2.3.3	Satire in den Medien	27
2.4	Zwischenergebnis	29
3	Strategien in der TV-Unterhaltungsproduktion	31
3.1	Begriffsdefinitionen	31
3.1.1	Unterhaltung und Unterhaltungsangebote	31
3.1.2	Fiktion und Nonfiktion	32
3.2	Contentbeschaffung & -produktion im TV-Unterhaltungssektor	33
3.3	Strategien in der TV-Unterhaltung	37
3.3.1	Strategien der Produktionsgestaltung	38

3.3.2 Strategien der Unternehmensplanung	41
3.3.2.1 Diversifikation	41
3.3.2.2 Mehrfachnutzung von Content	42
3.4 Zwischenergebnis	43
4 Darstellung der untersuchten Medienformate	45
4.1 Der Postillon	45
4.2 Die Tagespresse	47
4.3 Tagespresse aktuell	49
4.4 heute show	51
4.5 Zwischenergebnis	53
5 Empirischer Teil	55
5.1 Empirischer Teil I: Untersuchung der Text-Formate	55
5.1.1 Methode	55
5.1.2 Operationalisierung	57
5.1.3 Untersuchungsinstrument	60
5.1.4 Erhebung	63
5.1.4.1 Die Tagespresse	63
5.1.4.2 Der Postillon	67
5.1.5 Auswertung und Vergleich	71
5.1.6 Zwischenergebnis	74
5.2 Empirischer Teil II: Untersuchung der TV-Formate	75
5.2.1 Methode	75
5.2.2 Operationalisierung	76
5.2.3 Untersuchungsinstrument	78
5.2.4 Erhebung	81
5.2.4.1 Das Untersuchungsmaterial: Tagespresse aktuell	82
5.2.4.1.1 „SMS-Verkehr“	82
5.2.4.1.2 „Ö-Faktor“	86

5.2.4.2 Das Untersuchungsmaterial: heute show	89
5.2.4.2.1 „AfD-Sammelalbum“	89
5.2.4.2.1 „Wischmeyers Logbuch“	92
5.2.5 Auswertung und Vergleich	95
5.2.6 Zwischenergebnis	98
5.3 Zusammenführung der Ergebnisse und Hypothesengenerierung	100
6 Fazit	104
7 Literaturverzeichnis	106
8 Anhang	116
Kategoriensystem Text-Formate	116
Kategoriensystem Die Tagespresse I	118
Kategoriensystem Die Tagespresse II	122
Kategoriensystem Der Postillon I	125
Kategoriensystem Der Postillon II	129
Kategoriensystem TV-Beiträge	132
Einstellungsprotokoll „SMS-Verkehr“	135
Kategoriensystem „SMS-Verkehr“	138
Einstellungsprotokoll „Ö-Faktor“	142
Kategoriensystem „Ö-Faktor“	149
Einstellungsprotokoll „AfD-Sammelalbum“	154
Kategoriensystem „AfD-Sammelalbum“	160
Einstellungsprotokoll „Wischmeyers Logbuch“	165
Kategoriensystem „Wischmeyers Logbuch“	171

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kategoriensystem Text-Formate	61
Abbildung 2: Kategoriensystem TV-Beiträge	78

1 Einleitung

1.1 Kontext

Die Medienlandschaft bezüglich der fiktiven Unterhaltungsformate ist in einem stetigen Wandel. Während mit dem Aufkommen des Privatfernsehens Ende der 1980er sich das Format Comedy im deutschsprachigen Fernsehen etablierte, ist diese Entwicklung seit Mitte der 2000er rückläufig (vgl. Kleinen-Von Königslöw & Keel 2012, S.69-70). Stattdessen erlebt das Satirische seither ein Comeback (vgl. Gäbler 2016, S.5).

Zu Beginn der 1990er nahmen Privatsender, wie RTL und Sat.1, Stand-Up-Comedy inspiriert von US-amerikanischen Formaten in ihr Programm auf. Es folgten Comedy-Sendungen, wie *RTL Samstag Nacht* (1993-1998), *Freitag Nacht News* (1996-2006, ebenfalls RTL), die *Wochenschow* (1996-2002, Sat.1) und *Switch* (ProSieben, 1997-2000) (vgl. Kleinen-Von Königslöw & Keel 2012, S.69). All diese Sendungen stellten zwar parodistische Aufbereitungen von Nachrichtensendungen oder anderen Shows dar, sie nutzten Einspieler in ihren Sketchen, persiflierten Politiker oder andere Personen des öffentlichen Interesses, jedoch lag das Hauptaugenmerk der Sendungen dabei stets auf unterhaltenden Faktoren. Es ging um Gags und darum, möglichst witzig zu sein, nicht aber um politische Information (vgl. Kleinen-Von Königslöw & Keel 2012, S.69). Als einzige Ausnahme ist hier die erste erfolgreiche deutsche Late-Night-Show mit Harald Schmidt zu nennen. Die Sendung arbeitete mit satirischen Mitteln das politische und gesellschaftliche Geschehen auf und bot dabei ausreichend Hintergrundinformation (vgl. Gäbler 2016, S.11-12).

Der Comedyboom mit diversen Stand-Up-Comedians hielt bis Mitte der 2000er an. Comedians, wie Mario Barth, füllten mit plakativen Witzen und Fäkalhumor ganze Stadien (vgl. Gäbler 2016, S.5). Seit 2007 ist jedoch eine Rückkehr zu anderen Unterhaltungsformaten, welche ihre Witze mit mehr Informationsgehalt füttern, zu erkennen. In Deutschland leitete das ZDF mit *Neues aus der Anstalt* das

Comeback der Satire ein. In Österreich zog der ORF im selben Jahr mit der Late-Night-Show *Willkommen Österreich* und der Satire-Sendung *Wir sind Kaiser* nach (vgl. Dörner 2013, S.171). Im Jahr 2009 folgte auf dem ZDF die *heute show*. Seit jeher schaffen es vermehrt Satire-Sendungen ins Fernsehen.

Allerdings sind es nicht nur Satire-Fernsehsendungen, die sich über dieses Comeback freuen. Auch in anderen Medien ist diese Rückkehr der Satire zu beobachten, so zum Beispiel mit dem vermehrten Aufkommen von Online-Satire-Nachrichten-Portalen. 2008 startete Stefan Sichermann mit *Der Postillon* ein Online-Satire-Magazin, welches so erfolgreich anlief, dass er sich 2011 damit selbstständig machen konnte (vgl. Brinkmann 2013). 2013 folgte in Österreich Fritz Jergitsch diesem Trend und ging mit dem Satire-Portal *Die Tagespresse* online (vgl. Seidl 2014, S.84).

Wie so viele Trends, ist auch das Comeback der Satire auf US-amerikanische Einflüsse zurückzuführen. So ist das Online-Portal *Der Postillon* in Anlehnung an das US-Satire-Magazin *The Onion* entstanden. Auch die *heute show* ist in ihrer Konzeption eine Adaption der US-Sendung *The Daily Show with Jon Stewart* (vgl. Kleinen-Von Königslöw & Keel 2012). In Deutschland werden mittlerweile sogar auch US-Satire-Sendungen eingekauft und finden im Spätprogramm ihren Platz (vgl. Dörner 2013, S.169; Gäbler 2016, S.12).

Im Sommer 2017 kündigte dann der ORF an, mit den Machern der *Tagespresse* zu kooperieren, um eine Satire-Nachrichten-Sendung in das Programm aufnehmen zu können (vgl. ORF 2017). Im September 2017 ging *Tagespresse aktuell* auf Sendung. Allerdings wurde die Show nach einer Staffel wieder abgesetzt (vgl. Mark 2018).

Aus diesem Kontext heraus wuchs das Interesse daran, wie genau manche Medienformate mit den Mitteln des Satirischen umgehen. Das folgende Kapitel geht darauf genauer ein und stellt somit die Problemstellung dar.

1.2 Problemstellung

Satire ist aufgrund ihrer Charakteristik an keine spezifische Darstellung gebunden (vgl. Kapitel 2). Es handelt sich dabei viel mehr um eine Schreibweise, sodass das Satirische in sämtlichen Kunstformen auf unterschiedliche Weise Verwendung findet. Da Satire in der Literatur ihre Ursprünge hat, ist es einleuchtend, dass die Literaturwissenschaft die meisten Erkenntnisse bezüglich der satirischen Machart liefert. Wie aber das Satirische in anderen Medien Einzug findet und umgesetzt wird, sodass es seine Wirkung entfalten kann, ist noch nicht ausreichend erforscht.

Durch ihr Comeback im Verlauf der letzten 15 Jahre findet das Satirische in sämtlichen Medien Verwendung. Dabei stellt das Online-Satire-Portal *Die Tagespresse* ein populäres Phänomen in Österreich dar. Das Portal bearbeitet das politische und gesellschaftliche Geschehen Österreichs auf satirische Weise. Dabei erfreut sich *Die Tagespresse* großer Beliebtheit (vgl. Seidl 2014, S.86). Mit der Bekanntgabe des ORFs, in Zusammenarbeit mit den Machern des Online-Portals eine Fernsehsendung zu entwickeln, kam die Frage auf, wie die Sendung aussehen würde. Würde sich der ORF dazu entscheiden, das Konzept des Online-Portals zu übertragen, oder aber würde man eine neue Gestaltungsweise für die Sendung entwickeln? Hierin liegt bereits eine Problemstellung für das Forschungsvorhaben.

Nachdem sich die Sendung zunächst relativ guter Einschaltquoten erfreute, ließ dieser Erfolg im Verlauf der ersten Staffel etwas nach, die Quoten blieben dabei jedoch immer noch zufriedenstellend (vgl. Mark 2018). Schließlich wurde *Tagespresse aktuell* dennoch nach nur einer Staffel abgesetzt. Allerdings gab der Gründer des Portals *Die Tagespresse* an, dass dies am zeitlichen Aufwand liegen würde und man sich dazu entschlossen hätte, sich wieder verstärkt auf das Online-Portal zu konzentrieren (vgl. Mark 2018).

Nun wuchs das Interesse daran, wie genau die Übertragung vom Online-Portal zur Satire-Nachrichten-Sendung funktionierte. Aus diesem Interesse heraus entstand das Forschungsvorhaben. In erster Linie sollte heraus gearbeitet werden, wie das Konzept der Satire-Nachrichten ins Fernsehen übertragen wird. Dabei lag der große Anreiz darin, festzustellen, welche satirische Mittel sowohl im Online-Artikel als auch in der TV-Sendung Verwendung finden.

Aus dieser Problemstellung ergaben sich folgende Forschungsfragen:

Forschungsfrage 1: Auf welche Weise wird das Konzept des Online-Satire-Portals *Die Tagespresse* in die TV-Satire-Nachrichten-Sendung *Tagespresse aktuell* übertragen?

Forschungsfrage 2: Welche satirischen Mittel finden sich in beiden Formaten wieder? Und wie werden sie eingesetzt?

Das Ziel des Forschungsvorhabens ist es also, Hypothesen aufzustellen, wie das Konzept übertragen wird. In Folge dessen gilt es herauszuarbeiten, welche satirischen Mittel in beiden Formaten auftreten, und wie diese dort eingesetzt werden. Damit dies gelingen kann, werden beide Formate mit bereits etablierten Satire-Medien verglichen und gegenübergestellt. Die Empirie wird daher gedoppelt: Im ersten Teil werden Artikel der *Tagespresse* analysiert, sowie Artikel des Online-Portals *Der Postillon*. Die Ergebnisse der Analysen werden im Anschluss miteinander verglichen, um herauszufinden auf welche Weise das Satirische im Online-Portal *Die Tagespresse* funktioniert.

Ebenso wird im zweiten Teil der Empirie vorgegangen: Zunächst werden zwei Beiträge der Sendung *Tagespresse aktuell* untersucht. Im Anschluss folgt eine Analyse von zwei Beiträgen der erfolgreichen Satire-Nachrichten-Sendung *heute show* (ZDF). Die Ergebnisse werden wieder miteinander verglichen. Im Anschluss werden die Erkenntnisse aus beiden Teilen der Empirie zusammengeführt.

Um dieses Ziel erreichen zu können und den Weg dorthin nachvollziehbar zu machen, wird die Vorgehensweise im folgenden Kapitel beschrieben.

1.3 Vorgehensweise

Um das Forschungsvorhaben durchzuführen, muss zunächst definiert werden, was genau Satire eigentlich ist. Aufgründessen wird sich ausführlich mit literaturwissenschaftlichen Ausführungen bezüglich der Entstehung, der Definition, ihren Funktionen und Merkmalen des Satirischen auseinandergesetzt. Es wird also zunächst Theorie geliefert, welche das Verständnis des Forschungsvorhabens legitimiert. Im zweiten Teil der Arbeit (Kapitel 5) folgt schließlich die Empirie.

Das Kapitel 2 beschäftigt sich mit der Darstellung des Satirischen. Damit das Forschungsziel erreicht werden kann, untersucht Kapitel 2.1 zuerst den Ursprung des Satirischen, um im Verlauf des Kapitels die Entwicklung der Satire skizzieren zu können. In Kapitel 2.2 werden die charakteristischen Merkmale des Satirischen definiert. Damit zusammenhängend, werden unterschiedliche Funktionen der Satire, sowie gängige Inhalte, welche häufig satirisch dargestellt werden, vorgestellt. Das Unterkapitel 2.2.1 beschäftigt sich mit unterschiedlichen Methodiken des Satirischen, rhetorische Stilmittel werden aus der Forschungsliteratur herausgearbeitet und für das Verständnis der Arbeit definiert. Dies ist insbesondere für die anschließende Analyse von großer Bedeutung. Im Anschluss daran folgt eine Abgrenzung der Satire zur Komik. Da das Satirische mit Mitteln der Komik arbeitet, und diese somit einsetzt, um ihre Wirkungskraft zu entfalten, ist diese Abgrenzung nicht irrelevant. Das Kapitel 2.3 beschäftigt sich mit dem Satirischen im aktuellen Medienkontext. Hier soll die gesellschaftliche Bedeutung dargestellt werden. Im Zuge dessen wird das Wechselspiel zwischen Journalismus und Satire in Kapitel 2.3.1 beleuchtet. Das Kapitel 2.3.2 stellt einen Exkurs dar und widmet sich der journalistischen Form der Glosse, da diese als der

Ursprung des satirischen Journalismus zu sehen ist. Kapitel 2.3.3 greift die bisherigen Ergebnisse auf, um auf den aktuellen Medienkontext Rückschlüsse zu ziehen. Das zweite Kapitel endet mit einer Zusammenfassung der Erkenntnisse (Kapitel 2.4).

Um medienwirtschaftliche Aspekte nicht außer Acht zu lassen, beschäftigt sich Kapitel 3 mit Strategien in der TV-Unterhaltungsproduktion. Hierfür liefert das Kapitel 3.1 zunächst Definitionen für das Verständnis der Arbeit. Das Kapitel 3.2 beschäftigt sich mit Methoden der Contentbeschaffung sowie der Contentproduktion im TV-Unterhaltungssektor. Darauf folgt eine Darstellung von Strategien in der TV-Unterhaltung in Kapitel 3.3. Dieses betrachtet zunächst Strategien der Produktionsgestaltung (3.3.1), um in Anschluss daran Strategien der Unternehmensplanung zu erläutern (3.3.2). Auch dieses Kapitel endet mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse (3.4)

In Kapitel 4 werden die untersuchten Medienformate dargestellt. Dabei wird zunächst das Portal *Der Postillon* (4.1) betrachtet. Darauf folgt die Vorstellung von *Die Tagespresse* (4.2). Kapitel 4.3 stellt im Anschluss die Satire-Nachrichtensendung *Tagespresse aktuell* vor. Die *heute show* wird in Kapitel 4.4 betrachtet. Kapitel 4.5 fasst die Ergebnisse zusammen.

Mit Kapitel 5 beginnt der empirische Teil der Arbeit. Dabei widmet sich Kapitel 5.1 der Untersuchung der beiden Online-Portale. In Folge dessen wird die Forschungsmethode erklärt (5.1.1), die Operationalisierung vorgenommen (5.1.2) und das Untersuchungsinstrument vorgestellt (5.1.3). Im Anschluss daran folgt die Erhebung (5.1.4) sowie die Auswertung (5.1.5). Kapitel 5.1.6 fasst die Ergebnisse des ersten Teils der Empirie zusammen. Kapitel 5.2 beschäftigt sich mit der Untersuchung der TV-Beiträge. Die Vorgehensweise ist hier dieselbe wie in Kapitel 5.1 und muss daher nicht noch einmal ausgeführt werden. Die Ergebnisse der beiden empirischen Untersuchungen werden in Kapitel 5.3 zusammengeführt, um schließlich Hypothesen zur Beantwortung der Forschungsfrage generieren zu können.

Abschließend wird in Kapitel 6 eine Evaluierung des Forschungsvorhabens vorgenommen, um letztlich ein Fazit zu ziehen.

1.4 Quellen- und Methodenkritik

1.4.1 Quellenkritik

Wie bereits erwähnt, bietet die Literaturwissenschaft ein großes Repertoire an Literatur über Satire. Dies allerdings entstand auch erst ab 1940 im angelsächsischen und ab 1960 im deutschsprachigen Raum, da die Satireforschung lange Zeit eher vernachlässigt wurde. Allerdings sind seither zahlreiche Publikationen erschienen, die für das Verständnis von Satire sehr hilfreich sind.

Maßgeblich für die vorliegende Arbeit waren dabei vor allem Jürgen Brummacks (1971) Aufsatz „Zu Begriff und Theorie der Satire“, Sven Behrmanns (2002) Studie „Politische Satire im deutschen und französischen Rundfunk“ sowie die Dissertation von Mischa C. Senn (1998) „Satire und Persönlichkeitsschutz“. Während Brummack zum Verständnis der Entstehung und Entwicklung des Satirischen umfangreiche Erkenntnisse liefert und dabei die Satire als Schreibweise definiert, schafft Senn es, Brummacks Ausführungen aus dem Kontext der Antike loszulösen und sie vereinfacht darzustellen. Behrmann hingegen findet neue Ansätze, um die satirische Schreibweise in neuen Medien zu verstehen. Für das Verständnis von satirischen Stilmitteln liefern Kurt Schwind (1988), Rolf. A. Müller (1973) und Norbert Feinäugle (1976) genügend Material. Mithilfe dieser Literatur konnten Definitionen wiedergegeben werden, die für das Verständnis der Arbeit unabdingbar sind.

In Bezug auf das Satirische in Unterhaltungssendungen verhielt es sich jedoch anders. Außerhalb des angelsächsischen Raums findet sich dies bezüglich kaum wissenschaftliche Theorie. Zwar fängt der Forschungszweig hinsichtlich der TV-

Satire in den letzten Jahren an zu wachsen, doch bisher ist der Forschungsstand zu Satire in Fernsehsendungen im deutschsprachigen Raum eher als mäßig zu bezeichnen. Es lassen sich zwar zum Teil studentische Abschlussarbeiten finden, insbesondere bezüglich der *heute show*, doch ist hier noch einiges an Forschungspotenzial zu erkennen. Online-Portale wie *Der Postillon* und *Die Tagespresse* sind bis dato in der Wissenschaft noch nicht ausreichend erforscht.

Behrmanns (2002) Ausführungen bilden einen Grundstein und waren durchaus mehr als hilfreich für diese Arbeit. Hinzu kommt Barbara Peters (2015) Dissertation „Satire in journalistischer Mission“, welche ebenfalls großen Einfluss auf diese Arbeit hatte. In Bezug auf die *heute show* waren zusätzlich Katharina Kleinen von Königslöw (2012) sowie die im Auftrag der Otto-Brenner-Stiftung entstandene Studie von Bernd Gäbler (2016) hilfreich. Während Kleinen von Königslöw die *heute show* in der deutschen Medienlandschaft verortet, liefert Gäblers Studie aufschlussreiche Erkenntnisse zur Machart der Sendung. Diese Erkenntnisse waren auch hilfreich für die Analyse der *Tagespresse aktuell*. Aufgrund der Tatsache, dass die Sendung erst 2017/2018 ausgestrahlt wurde, ist sie völlig unerforscht.

Betrachtet man den Forschungsstand zur strategischen Gestaltung von Unterhaltungssendungen, lässt sich feststellen, dass dieser ausreichend Erkenntnisse liefert. So waren für die Arbeit Katja Lantzsch (2008) Ausführungen zum Formathandel maßgeblich, sowie das von ihr herausgegebene Handbuch zur Unterhaltungsproduktion (2010). Allerdings bleibt hier festzuhalten, dass eigentlich vorgesehen war, Kapitel 3 auf Strategien bezüglich Satire-Sendungen auszurichten. Jedoch ist in der Forschungsliteratur dieses Feld bisher weitestgehend unbeachtet. Wie eben schon angedeutet, finden sich vereinzelt Studien. Diese stellen aber meist Einzelfälle dar und erheben nicht den Anspruch, Strategien der Gestaltung von Satire-Sendungen zu liefern. Aufgrund dessen konzentriert sich das Kapitel nun auf allgemeine Strategien bei der Produktion von Unterhaltungssendungen.

1.4.2 Methodenkritik

Da das Forschungsvorhaben zwei unterschiedliche Mediengattungen miteinander vergleicht, war es durchaus schwierig, eine passende Forschungsmethode zu wählen. Hinzu kommt, dass die Forschungsfragen auf semiotische Erkenntnisse abzielen, sodass es umso komplizierter wurde, aus den Methoden der Sozial- und Kommunikationsforschung eine Forschungsmethode auszuwählen.

Mit der Entscheidung, das Untersuchungsmaterial anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse zu untersuchen, wurde die Auswahl letztlich vereinfacht. Es blieb dennoch ein schwieriges Unterfangen. Schließlich wurde sich entschieden, verschiedene Ansätze miteinander zu kombinieren. Ausgangspunkt stellte dabei die qualitative Inhaltsanalyse anhand eines Framing-Konzepts dar (vgl. Meyen et al. 2011). Anhand der Ausführungen von Rolf Müller (1973), Feinäugle (1976), Kurt Schwind (1988) und Mischa Senn (1973) konnten semiotische Frames (Deutungsmuster) gebildet werden. Diese wurden im zweiten Teil der Empirie anhand von Lothar Mikos (2015) Ansätzen zur Film- und Fernsehanalyse erweitert, sodass ein Untersuchungsinstrument entstanden ist, welches sich zwar an kommunikationswissenschaftlichen Methoden orientiert und auf dieselbe Weise arbeitet, jedoch auch semiotische Aspekte nicht außer Acht lässt. Mikos war insofern hilfreich, dass er einen interdisziplinären Zugang findet, Filme und Fernsehsendungen zu analysieren. Dies ist besonders wichtig gewesen, da das Satirische künstlerisch vorgeht, dabei aber seine Wirkungskraft im gesellschaftlichen, politischen Diskurs entfaltet.

Nachdem der Kontext der Arbeit, sowie die Problemstellung und die Vorgehensweise beschrieben wurden, folgt nun der Theorieteil dieser Arbeit.

2 Satire

Die Satire wurde in der (Literatur-)Wissenschaft lange Zeit vernachlässigt, erst um etwa 1940 begann zunächst im angelsächsischen, und seit 1960 auch im deutschsprachigen Raum die Satireforschung wieder aufzukeimen (vgl. Müller 1973, S.7). Die Gründe hierfür sind vielfältig. Zum Teil liegt es am Phänomen selbst. Für längere Zeit wurde die Satire als literarische Gattung als „undichterisch“ (Müller 1973, S.7) wahrgenommen. Andererseits wurde die Satire mit Beginn der Romantik durch das wachsende Interesse an ähnlichen Erscheinungen, wie zum Beispiel Komik, in den Hintergrund gedrängt (vgl. Müller 1973, S.7).

Jürgen Brummack unterscheidet den Begriff in seiner Forschungsarbeit „Zu Begriff und Theorie der Satire“ (1971) zunächst in fünf verschiedenen Typen: zum einen nennt er Satire als historische Gattung (die lucilische und die menippeische Satire), anschließend bestimmt Brummack Satire als einen Ethos, eine Empfindungsweise und ihre dementsprechende Äußerung. Weiter benennt er das Satyrspiel als Identifikation der Satire. Als vierte Unterscheidung stellt er Satire als Mischgedicht vor, welches ebenfalls von dem bekannten polemischen Charakter des Satirischen zu unterscheiden ist, sondern der Etymologie wegen den Namen trägt (vgl. Brummack 1971 S.276-277). „Satura“ ist lateinisch und bedeutet so viel wie „Gemischtes, Gemenge“ (vgl. Behrmann 2002, S.8 und 12; Sachsse 2006, S.313), bezeichnet aber auch eine mit verschiedenen Früchten gefüllte Obstschale (vgl. Senn 1998, S.15; Zymner 2017, S.23). Auch Brummacks fünfte Unterscheidung, Satire als Zwischengattung (vgl. Brummack 1971, S.277), soll an dieser Stelle nur kurz erwähnt sein, um zu verdeutlichen, welche Komplexität dem Begriff der Satire inne wohnt. Die hier relevanten Bezüge sind die der historischen Gattung, sowie die des Ethos, also Satire als Schreibweise.

Da Satire auch außerhalb der Literatur in vielen Kunstgattungen erscheint und sie in ihrer bestimmten Ausdrucksmöglichkeit gattungsbedingt unterschiedlich auftritt,

fällt eine eindeutige Definition bis heute schwer (vgl. Brummack 1971, S.275; Müller 1973, S.7; Senn 1998, S.14). Dem ist nicht minder zuträglich, dass die Satire selten als ein geschlossenes Werk erscheint, sondern Kunstwerke allgemein oft satirische Elemente aufweisen (vgl. Senn 1998, S.14). Senn stellt in seiner Arbeit „Satire und Persönlichkeitsschutz“ (1998) jedoch fest, dass allen Erscheinungsformen der Satire eins gemeinsam ist: das Satirische, „welches sich im Wesen, seiner Funktion sowie teils in den verwendeten Stilmitteln äussert“ (Senn 1998, S.14). Daher lässt sich festhalten, dass das Satirische als gattungsübergreifendes Kunstprinzip zu verstehen ist.

Um für den Fortlauf der Arbeit nun nichtsdestotrotz ein umfassendes Verständnis zu ermöglichen, wird in diesem Kapitel der Begriff „Satire“ als Darstellungsform definiert. Hierfür wird ihre Entstehung betrachtet, so wie auch andere aktuelle Kontexte, welche Satire berührt.

2.1 Ursprung und Entwicklung

Der römische Dichter Ennius nannte im 3. Jh. v. Chr. eine seiner Gedichtsammlungen Satura; somit wird er als Begründer des Begriffs Satire angeführt (vgl. Müller 1973, S.69; Senn 1998, S.15). Die etymologische Bedeutung weist also bereits daraufhin, dass Satire in diversen „gemischten/befüllten“ Kunstformen möglich ist.

Der bewusste gattungsbezogene Ursprung der Satire liegt ebenfalls in der römischen Antike. Autoren wie Lucilius, Horaz, Persius und Juvenal traten mit ihren satirischen Werken hervor, wobei Lucilius als „ihr eigentlicher 'Erfinder' gilt“ (Senn 1998, S.15), allerdings bedienten sich bereits Autoren der griechischen Antike, wie Aristophanes und Menippos, satirischer Elemente (vgl. Müller 1973, S.69-71; Senn 1998, S.15; Zymner 2017, S.24). Allen gemein war, dass sie in ihren lyrischen Werken den moralischen Unwillen über diverse Laster darstellten (vgl. Senn 1998, S.15), zumal „obszöne und blasphemische Elemente [...] überhaupt kennzeichnend für die griechischen Formen des Satirischen [...] [sind]“ (Müller 1973, S.71).

Versucht man eine Definition der römischen Satire zu erarbeiten, wird schnell deutlich, dass sich auch dies als schwierig herausstellt. Die drei großen Dichter, Horaz, Persius und Juvenal bilden zwar das „satirische Dreigestirn“ und werden auch die „Kanonisierten“ (Brummack 1971, S.313) genannt, ihre satirischen Werke sind jedoch in Stil, Thematik und Kritiklust derart verschieden, als dass man sie vereinheitlichen könnte (vgl. Müller 1973, S:70-71; Zymner 2017, S.24).

Obwohl Brummack (1971) bereits deutlich unterscheidet, wird dennoch auch heute noch die Satire mit dem Satyrspiel in Verbindung gebracht. Dieses hat in der griechischen Antike ihren Ursprung und bildet den Abschluss einer typischen Tetralogie. Dieser Schlussteil travestiert die vorangegangenen drei Tragödien in humorvollen und teils aggressiven Texten (vgl. Senn 1998, S.15-16), womit die länger vorherrschende Unsicherheit der Begriffsherkunft erklärt werden kann. Heute ist man sich in der Forschung dennoch einig, dass die Herkunft des Begriffs in der römischen Dichtung liegt (vgl. Müller 1973, S.69-70; Senn 1998, S.15; Zymner 2017, S.23).

Innerhalb der historischen Gattung gibt es aufgrund unterschiedlicher Formen, aber auch Stile verschiedene Unterscheidungen. Einerseits unterscheidet man die lucilische – in ihrer Form geschlossen – von der mennipeischen Satire, welche weniger geschlossen ist (vgl. Brummack 1971, S.276). Andererseits wird in zwei Strömungen unterteilt, welche nach ihren Begründern benannt sind: die Satire nach Juvenal ist eine strafende, meist aggressivere, wohingegen die Satire nach Horaz eine humoristische und mildere ist (vgl. Brummack 1971, S.311; Behrmann 2002, S.12-13; Sachsse 2006, S.313; Zymner 2017, S.24).

Während man im Mittelalter zwar den Hofnarren als Satiriker verstehen kann, der von Herrschern geduldet wurde und als Sprachrohr des Volkes galt (vgl. Behrmann 2002, S.13-14), gibt es aus Sicht der forschenden Literaturwissenschaft zu dieser Zeit keine weiteren bedeutsamen Erkenntnisse. Erst Schiller, Jean Paul und Hobbes beschäftigten sich wieder eingehender mit der Theorie der Satire (vgl. Brummack 1971, S.278; Senn 1998, S.16; Zymner 2017, S.24). So unterschied Schiller innerhalb der

„sentimentalischen Dichtung nach dem Verhältnis von Idee und Wirklichkeit. Den Widerspruch zwischen der Wirklichkeit und dem Ideale mache sich der Satiriker zum Gegenstand. Wenn er dies ernsthaft und mit Affekt tue, geschehe das durch die strafende Satire, wenn er es scherzhaft und mit Heiterkeit mache, dann liege scherzhafte Satire vor.“ (Senn 1998, S.16)

Hier spiegelt sich die Unterscheidung nach Juvenal und Horaz wieder, jedoch mit dem Zusatz der Abgrenzung zwischen Wirklichkeit und Ideal (als dem Möglichen), welche als Position für das Verständnis des Satirischen von wichtiger Bedeutung ist (vgl. Senn 1998, S.16).

Auch der Gegenstand der Satire hat sich im Lauf der Geschichte erweitert. Waren es in der Antike noch hauptsächlich (herrschende) Personen oder Personengruppen, die Ziel der satirischen Aggression wurden, wurde seit der Renaissance die Literatur selbst zum Angriffsziel. Zur Zeit der Aufklärung kam die Wissenschaft hinzu und seit dem 19. Jahrhundert auch Politik und Gesellschaft (vgl. Sachsse 2006, S.313; Zymner 2017, S.24). Abseits dieser literaturwissenschaftlichen Sicht trat die Satire auch zur Zeit der französischen Revolution in Form von Karikaturen auf (vgl. Behrmann 2002, S. 13-14). Im ausgehenden 18. und im frühen 19. Jahrhundert begann der Karneval an Beliebtheit zu gewinnen und mit ihm zog politische Satire durch die Straßen Europas.

Politische Satire trat vor allem in Zeitungen des 19. Jahrhunderts auf. Zum einen fand die Glosse als satirische-journalistische Gattung ihren Weg in die Presse und zum anderen entstanden Zeitschriften, die sich gänzlich aus satirischen Texten speisten. Wochenschriften wie die *Fliegenden Blätter*, *Kladderadatsch* oder der *Simplicissimus* gewannen in Deutschland an Popularität; in Österreich waren es Karl Kraus' *Die Fackel*, die Zeitschrift *Kikeriki* so wie der *Figaro* (vgl. Behrmann 2002, S.17; Peter 2015, S.24-30). Im Übergang zum 20. Jahrhundert wurde das Kabarett als performative Kunstform populär (vgl. Dörner & Vogt 2016, S.196).

Zunächst war das Kabarett literarisch, künstlerisch und artistisch, erst nach Ende des 1. Weltkrieges begann es politisch zu werden, was vor allem an der vorherigen Polizeivorzensur lag (vgl. Peter 2015, S.24-30). Zunächst war die meist linksoppositionelle Haltung der KabarettistInnen noch verhalten; im Vordergrund stand immer mehr die Unterhaltung, nach einiger Zeit jedoch wurde die satirische Kritik am politischen Geschehen präsenter (vgl. Peter 2015, S.27-30). Die Machtergreifung Hitlers 1933 läutete das Ende des zeitkritischen Kabarets ein; viele KabarettistInnen flohen ins Exil. Das deutschsprachige Publikum konnte politische Satire allenfalls über den Radiosender des BBC rezipieren; zu Beginn sendete der BBC nur Nachrichten und Kommentare in deutscher Sprache, später jedoch wurden Sendungen entwickelt, welche das Zeitgeschehen satirisch kommentierten (vgl. Peter 2015, S.28,95).

Nach Ende des 2. Weltkrieges erlebte das Kabarett eine Art Renaissance und war politisch-satirisch wie nie zuvor. Der Unterhaltungsfaktor trat zwar nicht in den Hintergrund, jedoch wurde das Programm an sich stetig politischer und verlangte dem Publikum Vorwissen und gedankliche Mitarbeit ab. Es wurde unterhaltend informiert bzw. kritisiert (vgl. Peter 2015, S.33-35).

Auch im Hörfunk gewann politische Satire an Popularität. Mit *Der Club der Insulaner* startete der Berliner Radiosender RIAS 1948 ein Kabarettprogramm, welches 20 Jahre auf Sendung blieb. In Österreich begann der Erfolg des Radiokabarets erst etwas später (vgl. Peter 2015, S.95). Ab 1954 lief auf dem US-amerikanischen Wiener Sender Rot-Weiß-Rot *Der Watschenmann*, ein Kabarettprogramm, welches kein Blatt vor den Mund nahm und sich satirisch mit der Besatzungsmacht, Kommunisten und alt eingesessenen Nazis auseinandersetzte (vgl. Peter 2015, S.96).

Da die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten begannen Kabarettprogramme aufzunehmen und im Fernsehen auszustrahlen, erfreute sich das Kabarett ab den 1950er Jahren großer Bekanntheit (vgl. Peter 2015, S.30, 95-97). Seither ist Satire in Form von Kabarett ein fester Bestandteil des Fernsehprogramms und auch im Radio zählen satirische Beiträge zum gängigen Repertoire. Mittlerweile ist das

klassische Satire-Kabarett in der Fernsehlandschaft zwar ein Nischenprodukt, zu Beginn des Mediums allerdings war es ein Massenprodukt und mitunter eins der wenigen wenn nicht gar einzigen Unterhaltungsformate (vgl. Peter 2015, S.39,40,96).

Mittlerweile sind durch das Hinzukommen neuer Medien und den damit einhergehenden Entwicklungen bezüglich Materialien und Techniken neue satirische Formen entstanden (vgl. Behrmann 2002, S.12).

2.2 Merkmale, Funktion und Inhalt

Bereits in der Antike galt der Satiriker als Tugendlehrer, ihm wurde eine sittenrichterliche Funktion zugeschrieben. Während diese Auffassung bis ins 18. Jahrhundert vorherrschte (vgl. Senn 1998, S.22), wirkt sie heute überholt. Ist Satire doch heute weitaus mehr (vgl. Sachsse 2006, S.313) und ein/e Satiriker/in eher als ein/e Gesellschaftskritiker/in zu verstehen (vgl. Zymner 2017, S.22-23). So ist aber auch heute noch eine der Hauptfunktionen das Aufdecken von widersprüchlichen Sachverhalten, sowie das Aufzeigen von autoritären Paralysen in der Gesellschaft (vgl. Senn 1998, S.22; Feinäugle 1976, S.38) oder wie es Zymner (2017) formuliert, „ist die prototypische Satire stets Ausdruck, Darstellung und Appell in eins“ (S.21), um Missstände aufzudecken und abzustellen.

Wie bereits erwähnt, ist der Gegenstand der Satire mittlerweile weitaus umfangreicher. So zählt Senn (1998) als „typische[] satirische[] Angriffs-Objekte“ (S.21) menschliche Schwächen und Laster, Fehlverhalten, diverse Institutionen (Kirche, Staat, Wirtschaft, Militär etc.) so wie Tagespolitik, Gerichte und diverse stereotypische Vorstellungen, aber auch Personen und Personengruppen (z.B. Politiker). Dabei kann die Satire nur das kritisieren, was erklärt werden kann. Sofern die RezipientInnen den Inhalt der Satire nicht nachvollziehen können, bleibt ihnen die satirische Intention des Autors/der Autorin unverständlich. Um dies zu verhindern, muss sich der/die Satiriker/In auch weitestgehend nach den Regeln des allgemeinen Geschmacks, sowie nach Ethik und Moral richten, um seine

RezipientInnen erreichen zu können. Schließlich versucht „der der Satire zugrundeliegende rhetorische Ansatz [...] den Rezipienten in seiner Haltung und Meinung zu beeinflussen oder einen Erkenntnisprozess bei ihm auszulösen (bewusstseins- und meinungsbildende, aufklärende Funktion)“ (Senn 1998, S.44). Und dies kann nur funktionieren, wenn den RezipientInnen der behandelte Sachverhalt bekannt ist.

In der Satireforschung wurden drei konstitutive Merkmale des Satirischen hervorgehoben, wobei man sich nicht auf „eine historische Gattung, sondern auf eine immer mögliche Form der [Kunst]“ (Müller 1973, S.77) bezieht. Brummack (1971) formulierte anhand dieser Merkmale eine Definition, die „fast ungewöhnlich einhellige Unterstützung erfahren [hat] und 'bis heute weitgehend Bestand' [hält]“ (Senn 1998, S.23):

„Satire ist ästhetisch sozialisierte Aggression“
(Brummack 1971, S.282).

Die Aggression bildet also eines der konstitutiven Merkmale nach Brummack (1971). Das Angriffsobjekt ist meist Repräsentant eines Verhaltens und nicht eine bestimmte Person. Der satirische Angriff hat auf diese Weise so gut wie immer einen gesellschaftlichen oder politischen Kontext im Visier. Die Aggression tritt durch Zeichen oder verbale Attacken auf. Als Nebeneffekt des aggressiven Angriffs der Satire gilt das Verlachen bzw. das Lächerlichmachen eines Objekts. Es ist aber nur ein Medium der satirischen Aggression und keineswegs ein Merkmal der Satire (vgl. Senn 1998, S.25).

Das zweite Merkmal ist das Soziale, hiermit ist das oben erwähnte Aufdecken und Aufzeigen, bzw. die Kritik an etwas Normwidrigen gemeint. Es bezweckt das Aufeinanderprallen von Realität und dem, wie es besser sein könnte, ergo dem gewünschten Ideal (vgl. Brummack 1971, S.329; Senn 1998, S.27). „Satire unterliegt somit einer Zweckgebundenheit, welche in ihrer sozialen Absicht liegt und darin auch einen Diskurs der Gesellschaft begründen vermag“ (Senn 1998, S.28).

So ist die Satire sehr zeit- und sprachabhängig, insbesondere in ihrer Form und Wirkung, schließlich darf der Inhalt auch nicht allzu stark verzeichnet werden, um auf Seiten der RezipientInnen noch verstanden werden zu können (vgl. Sachsse 2006, S.313; vgl. Müller 1973, S.82). Jedoch ist diese Verzeichnung, auf welche Art und Weise sie auch vorliegen mag, das dritte Hauptmerkmale der Satire. Spricht Brummack (1971) von der „ästhetischen Dimension“ bzw. vom „ästhetischen Element“, heißt es später bei Senn (1998) das „ästhetische“ Merkmal“, welches die Satire auf die literarische Ebene hebt (vgl. S.29). Diese Ästhetisierung der Wirklichkeit, also die Verzeichnung der Realität dient zur Eröffnung von Erkenntnissen, zur Kenntlichmachung der kritisierten Sachverhalte. Objekt (Gegenstand oder Individuum), Thematik und Inhalt des Angriff werden nur indirekt dargestellt, um die RezipientInnen zur Reflexion anzuregen. Der Angriff darf nicht nur kunstvoll, also ästhetisch sein, sondern muss indirekt erfolgen, sodass der Aggression ein spielerischer Charakter innewohnt (vgl. Müller 1973, S.79-80).

Senn (1998) fasst Brummacks Rahmendefinition folgendermaßen zusammen:

„Das aggressive Merkmal richtet sich gegen ein Objekt oder eine Autorität. Dieser Angriff verfolgt den sozialen Zweck, die Wirklichkeit mit einer übergeordneten Norm zu konfrontieren resp. einen Widerspruch aufzudecken. Dies ist auf der Ebene der ästhetischen Darstellung zu vollziehen, welche sich verschiedener Verfahrensweisen, Stilmittel sowie Formen und Prinzipien (wie des Komischen oder des Humors) bedient.“ (S.29)

Behrmann (2002) bezeichnet in seiner Studie zum Vergleich politischer Satire im deutschen und französischen Rundfunk die drei Merkmale folgendermaßen: „Satire umfasst die drei Komponenten *Angriff, Indirektheit und Normrückbindung*“ (S.9). Er übersetzt Brummacks Definition, welche sich schließlich aus der Literaturwissenschaft speist, für das gattungsübergreifende Formprinzip des

Satirischen und hebt dabei hervor, dass dieses sich in nahezu allen darstellerischen Formen wiederfinden kann (vgl. Behrmann 2002, S.8-10).

2.2.1 Stilmittel und Methodiken der Satire

„Satire ist indirekt, weil die Kritik ästhetisch vermittelt wird und mit den Mitteln der Verformung (als Oberbegriff für die Übertreibung und Verfremdung; Brummack spricht von 'verzerrender Indirektheit') und mit Komik arbeitet“ (Behrmann 2002, S.9). Dabei bedient sich die Satire verschiedener rhetorischer Techniken und Methoden, so wie unterschiedlicher Stilmittel, welche in diesem Kapitel genauer betrachtet werden sollen, um später anhand dieser die ausgewählten Medienformate untersuchen zu können.

Die am häufigsten auftretende Methodik der Satire ist die **Verformung**. Hierunter versteht man die Verfremdung und die Verzerrung eines Sachverhalts oder einer Eigenschaft eines angesprochenen Objekts. Verformung dient hier als Oberbegriff (vgl. Senn 1998, S.19). Durch die Verfremdung oder aber auch durch die Verzerrung wird ein essenzielles Merkmal der angesprochenen Thematik hervorgehoben, wesentliche Charakteristika werden typisiert dargestellt. Dabei bedienen sich Verfremdung sowie auch die Verzerrung meist der Unter- oder Übertreibung (**Hyperbel**), aber auch der Auslassung (vgl. Schalkowski 1998, S.302; Senn 1998, S:19; Feinäugle 1976, S.44). „Die Verfremdung soll in satirischen Texten zweckbestimmt und zielgerichtet im Dienste der satirischen Tendenz wirken, indem sie durch verformende sprachliche Operationen für einen Rezipienten Beziehungen zur 'Wirklichkeit' vor dem Hintergrund der Relation Normwidriges vs. Norm herstellbar macht“ (Schwind 1988, S.96). Denn wenn der/die RezipientIn im Satirischen etwas als verformt gegenüber der Realität wahrnimmt, verbinden sich für ihn/sie aufgrund dieser Verformung „äquivalente und oppositionelle Bedeutungsanteile“ (Schwind 1988, S.93) des verformten Sachverhalts oder Objekts miteinander, sodass der/die RezipientIn sie bzw. es auf neue Art und Weise betrachten kann (vgl. Schwind 1988, S.93).

Um Kritik versteckt anzubringen, bedient sich die Satire der Verfahrensart der **Indirektheit**. Mittels **Periphrase**, also einer erweiternden Umschreibung des eigentlich Gemeinten, wird die Thematik nur indirekt angesprochen (vgl. Brummack 1971, S.288; Senn 1998, S:20; Pötttschke 2010, S:276). Man unterscheidet zwischen Gegenstand und Inhalt der Satire (vgl. Senn 1998, S.20). Zur Periphrase werden die bereits erwähnte Hyperbel (Übertreibung) und auch die Litotes (griech. Schlichtheit) gezählt. Unter Litotes versteht man die Umschreibung mittels Verneinung (vgl. Pötttschke 2010, S.276). Eine Periphrase wird satirisch funktionalisiert, „indem die Umschreibung nicht bloß zur Verlebendigung der Bezeichnungsfunktion dient, sondern Wertungen heraufbeschwört, beispielsweise indem man einer Person eine ungünstige Eigenschaft zuschreibt, welche dann stets für diese Person eingesetzt wird“(Schwind 1988, S.88; Feinäugle 1976, S.51).

Die zeitliche oder räumliche **Verschiebung** ist eine weitere Methodik der Satire. Der kritisierte Sachverhalt wird aus dem realen Kontext genommen und in eine zeitlich oder räumlich andere Situation verschoben. Auf diese Weise deutet die dargestellte Wirklichkeit nur indirekt auf den realen Sachverhalt hin (vgl. Senn 1998, S.19).

Der/die SatirikerIn bedient sich mittels Paradoxon, Montage, Antithese, Vergleichen oder auch der Auslassung an der Methodik der **Gegenüberstellung**. Die intendierte Aussage wird somit kontrastiert und aufgrund dessen für die RezipientInnen sichtbar (vgl. Senn 1998, S.19; Pötttschke 2010, S.273).

Die **Antithese** ist eine rhetorische Figur und bezeichnet die Kombination von im Gegensatz/ Widerspruch stehenden Wörtern, ganzen Wortgruppen, aber auch Sätzen und sogar Absätzen (vgl. Pötttschke 2010, S.273; Schalkowski 1998, 301-302). Es wird zwischen logischer und schiefer Antithese unterschieden. Während die logische Antithese sich widersprechende Wörter oder Sätze auf einer sinnvollen Bedeutungsebene kombiniert, stellt die schiefe Antithese Wörter oder Sätze gegenüber, die keine gemeinsame Bedeutungsebene haben (vgl. Pötttschke

2010, S.273).

Das **Paradoxon** lässt sich ebenfalls unterteilen: Durch unlogische Verbindungen treffen Wörter unterschiedlicher Bedeutung unerwartet aufeinander, hierdurch entstehen komische Assoziationen. Diese Form wird als **logisches Paradoxon** bezeichnet; diese treten als Zeugma auf, „d.h. als Koppelung zweier Substantive durch ein gemeinsames Verb oder Adjektiv, und auch als unlogische Zusammenstellung oder Aufzählung gleichartiger Satzglieder“ (Pötttschke 2010, S.274-275). Das **Oxymoron** zählt zu den gängigsten logischen Paradoxa und bezeichnet die widersinnige Kombination gegenteiliger Wörter (Schalkowski 1998, S.302; Pötttschke 2010, S.275).

Stilistische Paradoxa können nur in Satzzusammenhängen auftreten. Auf der einen Seite durch die bewusste Verbindung von Sprachelementen unterschiedlicher Stilbereiche; es geht hier also um die Kombination verschiedener Sprachstile, wie zum Beispiel zweier Dialekte. Andererseits entstehen stilistische Paradoxa durch die Kombination aus verschiedenen Stilebenen, wie zum Beispiel das gelegentliche Einwerfen von umgangssprachlichen Wörtern oder aber auch Anglizismen in einem Fachtext, aber auch die Mischung von poetischen Ausdrücken mit zum Beispiel plumpen Redewendungen (vgl. Pötttschke 2010, S.275-276).

Die **Symbolik** ist ebenfalls ein Stilmittel der Satire. Personen, Objekte oder Institutionen werden auf diese Weise oft negativ dargestellt. Ebenfalls möglich ist jedoch auch eine positive Symbolik, die dann meist ironisch zu interpretieren ist (vgl. Senn 1998, S.20).

Ein weiteres Stilmittel ist die **Vertauschung/Metonymie**. Anhand von Wortspielen werden die RezipientInnen zum Beispiel dazu angeregt, etwas Selbstverständliches mit dem von der/dem AutorIn angestrebten Ideal zu vergleichen. Die Vertauschung ermöglicht dadurch die Darstellung einer verdrehten Welt, sie präsentiert eine Scheinlogik (vgl. Senn 1998, S.19; Pötttschke 2010, S.277). Bei der Metonymie wird ein sprachlicher Ausdruck nicht in der wahrhaftigen Bedeutung genutzt, sondern in einem übertragenen Sinn gebraucht

(vgl. Pötschke 2010, S.277). Das Pars pro toto (ein Teil für das Ganze) wird zu den Metonymien gezählt.

Metaphern, Anspielungen, aber auch Ironie oder eine unausgesprochene Gleichsetzung sind Mittel der **Ersetzung**. Diese Methode ist „im Grunde genommen eine Gegenüberstellung von Beabsichtigtem und Gesagtem“ (Senn 1998, S.19). Die intendierte Botschaft ist hier allerdings nur durch textexterne Information rezipierbar, die Methode der Ersetzung fordert also kognitive Mitarbeit der RezipientInnen.

Metaphern und Personifikationen sind ebenfalls häufig verwendete Mittel der Bildlichkeit, denen in der Satire eine wichtige Aufgabe zukommt. „Sie dienen nicht nur der anschaulicheren Darstellung des Ideengehalts, sondern offenbaren auch die Einstellung des Autors zur Wirklichkeit, sind also Ausdruck einer Bewertung“ (Pötschke 2010, S.277). Denn eine Metapher impliziert stets, dass das Ersetzte (das eigentlich Gemeinte) im Auge des/der SatirikerIn mit dem eigentlich Gesagtem (das Ersetzende) in seinen Bedeutungsanteilen vergleichbar ist (vgl. Schwind 1988, S.100).

Die bereits erwähnte **Ironie** lässt sich in verschiedene Bedeutungen unterteilen: Sie ist ebenfalls eine rhetorische Figur und stellt auf diese Weise eine Redeweise dar. Sie bedient sich dem Mittel der Verkehrung, wodurch sie das Gegenteil, oder einfach etwas anderes, meint, als was gesagt wird. „Ironie entsteht aber nicht nur durch Inversionen, sondern auch durch Auslassungen und Anspielungen, die einen Adressaten dazu aktivieren wollen, den implizierten Sachverhalt zu vervollständigen (Schwind 1988, S.105). Wichtig ist die Tatsache, dass das eigentlich Gemeinte den RezipientInnen bekannt sein muss, um die Ironie zu verstehen. Oder der/die SatirikerIn gibt den RezipientInnen genügend „Signale“ (Schwind 1988, S.104) oder Hinweise, damit diese die Ironie verstehen können. Als wesentliche Funktion der Ironie im Satirischen führt Schwind die Steuerung der Wahrnehmungsperspektive der RezipientInnen an (vgl. Schwind 1988, S.105): den RezipientInnen wird eine „Aufgabe mit Rätselcharakter“ (Schwind 1988,

S.105) gestellt, welche er oder sie zunächst erkennen und sie dann auch lösen wollen muss. Im Anschluss erst erfolgt, so Schwind, die Decodierung des intendierten Satirischen, woraufhin der/die InterpretIn zustimmend oder ablehnend reagieren kann (vgl. Schwind 1988, S.105).

Ironie kann aber auch als Bewusstseinshaltung oder als Kommunikationsmittel auftreten (vgl. Senn 1998, S.32-33). Schwind spricht hier von einem „übergreifend strukturierende[m] Mittel, indem sie [die Ironie] quasi implizit durch Rück- und Vorverweise einen Text zusammenhält“ (Schwind 1988, S.105). Häufig sei die Ironie erst nach dem Rezipieren erkennbar.

Weitere Methoden der Satire sind die **Parodie** und die **Travestie**. Diese rhetorischen Techniken sind ebenfalls Mittel des Komischen, bzw. der Komik. Während der Ironie verschiedene Bedeutungen zukommen (vgl. Senn 1998, S.32), treten Parodie und Travestie auch als eigenständige Kunstgattungen auf (vgl. Senn 1998, S. 36).

Unter **Parodie** versteht man die Nachahmung bestehender Werke. Während die äußere Form des parodierten Werks unverändert bleibt, wird der Inhalt verändert. „Aus der so entstandenen Diskrepanz zwischen Inhalt und Form resultiert der komische Effekt“ (Senn 1998, S.36). Für die satirische Intention ist die Parodie eines der wirkungsvollsten Darstellungs- und Wirkungsmittel (vgl. Schalkowski 1998, S.302).

Konträr zur Parodie hält die **Travestie** am Inhalt der Vorlage fest, präsentiert sich aber in anderer Form bzw. in anderem Stil. Das Sujet der Vorlage wird bei der Travestie nachgeahmt und oft auf übertriebene Art und Weise dargestellt. Ähnlich wie bei der Parodie liegt ihr Wesen „im nachahmenden Erzeugen einer komischen Spannung zwischen der Gestaltung und dem Gestalteten“ (Senn 1998, S.36).

„Nach allgemeinem Sprachgebrauch ist das **Groteske** durch die 'Verzerrung der 'natürlichen' 'Proportionen' – 'Disproportionen' und 'Deformation' – oder die in sich heterogen bleibende Verbindung von Einheiten aus ansonsten als unvereinbar und wesensfremd erachteten Bereichen [...] gekennzeichnet“ (Schwind 1988, S.106,107). Aufgrund dieser Eigenschaft ist das Groteske für die satirische

Schreibweise ein weiteres probates Mittel, denn es fordert die RezipientInnen ebenfalls auf, neue Deutungsweisen zu erstellen. Schließlich stellt die verzerrte Struktur des satirischen Subjekts/ Objekts neue oder andersartige Interpretationsmöglichkeiten bereit (vgl. Schwind 1988, S.106,107).

Alle erwähnten Stilmittel oder Methoden sind keinesfalls per se satirisch. Sie finden in unterschiedlichsten literarischen wie anderen kunstvollen Werken Verwendung. Sie sind Mittel oder Methoden, um die satirische Funktion zu verstärken. Diese Funktion wird aber erst erfüllt, „wenn der dargestellte Widerspruch einen erkennbaren Bezug zur aussersprachlichen (nichtfiktiven) Wirklichkeit hat. Das Verhältnis zwischen dem (angegriffenen) Objekt/Gegenstand und der (satirischen) Fiktion muss somit offenkundig sein“ (Senn, 1998, S.21). Ebenso ist es möglich, dass andere Stilmittel oder Methodiken, die hier nun nicht angeführt sind, in der Satire vorkommen können, hier aber keine Erwähnung finden, da diese für das Satirische nicht als typisch gelten bzw. die satirische Schreibweise nicht verstärken.

2.2.2 Satire und Komik

Die Beziehung beziehungsweise Einordnung von Komik und Satire scheint ambivalent. So kommt Müller (1973) anhand von Brummacks Rahmendefinition zu der Erkenntnis, dass Satire „(gehobener) Spott“ (S.80) sei: die Kombination von „artifizierlicher und unfreiwilliger Komik“ (S.80). Weiter stellt Müller (1973) fest, dass Spott formal mit Ironie identisch sei und es sich bei beiden um „gerichtete Komik“ (S.85) handele. Demzufolge ist Satire eindeutig der Komik zuzuordnen und weist Parallelen zu Ironie auf, sie nutzt auf jeden Fall diese als Methode, um ihre Wirkung zu entfalten (vgl. Senn 1998, S.20). Sven Behrmann hingegen hebt hervor, dass das Satirische sich den Mitteln der Komik bedient: „Komik ist ein Wesensmerkmal von Satire, auch wenn satirische Äußerungen nicht immer zum Lachen bringen“ (Behrmann 2002, S.11). Komik als Gattung ist jedoch ein übergeordneter Begriff zu der satirischen Schreibweise. Hier bezeichnet sie jede

Form der übertriebenen Offenlegung von „Konflikten einander widersprechender Prinzipien [...]. Komik entsteht, wenn eine Sache in einen unerwarteten Zusammenhang gebracht wird“ (Behrmann 2002, S.10). Oder mit anderen Worten: die RezipientInnen werden durch etwas Unerwartetes, Widersprüchliches zum Lachen gebracht (vgl. Behrmann 2002, S.17).

Meist will Satire die RezipientInnen durch das übertriebene Aufzeigen der Normabweichung unterhalten und zum Lachen bringen. Dreh- und Angelpunkt ist also die Diskrepanz zwischen Realität und dem Ideal. Im Gegensatz zu anderen Darstellungsformen der Komik ist das Lachen des Publikums aber keineswegs Ziel der Satire, vielmehr ist sie auf das Lachen der RezipientInnen angewiesen, da diese die Kritik der Satire erst lachend annehmen können (vgl. Senn 1998, S.30; Behrmann 2002, S.9). Das komische Moment der Satire bringt also die RezipientInnen dazu, die oft unangenehmen oder unbequemen Inhalte bereitwilliger zu rezipieren. Aufgrund des Humors des Publikums kann die Diskrepanz zwischen (gezeigter) Realität und Ideal positiver aufgenommen werden (vgl. Senn 1998, S.32). Dementsprechend hilft also das Lachen dabei, dass sich RezipientInnen auf die Kritik der Satire einlassen können. Die Satire benutzt in diesem Sinne die Komik als Vermittler, um die eigentliche satirische Intention – das Aufdecken eines Widerspruchs – rezipierbar zu machen (vgl. Behrmann 2002, S.11, 30-31), bzw. ergibt sich das Komische in der Satire aus der Relation von „faktischer zu ästhetisch dargestellter Wirklichkeit“ (Senn 1998, S.31). Daraus lässt sich abschließend folgern, dass Komik einerseits Komponente der Satire ist, andererseits Satire eine Form des Komischen darstellt.

2.3 Satire im aktuellen Medienkontext

Satire und Journalismus stehen seit jeher in einer Wechselbeziehung. SatirikerInnen üben in ihrer Recherche journalistische Tätigkeiten aus und mit ihren Arbeiten beeinflussen sie nur allzu oft Journalisten, indem sie ihnen neue Anstöße liefern. Auf der anderen Seiten gehen Journalisten von Zeit zu Zeit

satirischen Tätigkeiten nach und verfassen satirische, kritische Texte. So finden sich satirische Arbeiten in verschiedenen Medien auf unterschiedliche Weise wieder. Die aktuelle Forschung zeigt, dass diese Wechselbeziehung in der Medienlandschaft in vielerlei Hinsicht diskutiert wird, daher soll sie hier genauer betrachtet werden.

2.3.1 Satire und Journalismus

Wie bei der Satire, geht es im Journalismus häufig darum, Missstände in der Gesellschaft aufzudecken, oder aber auch das Verhalten von Personen öffentlichen Interesses (z.B. Politikern) kritisch zu betrachten. Dieser Aspekt des Journalismus entspricht dementsprechend dem sozialen Merkmal der Satire. Allerdings hat der Journalismus „aufgrund des Sorgfaltspflichten-Gebotes die Prinzipien der Faktentreue, Zitattreue, Achtung der Persönlichkeitsrechte, Fairness und der Unschuldsvermutung einzuhalten“ (Senn 1998, S.40). Es liegt also im besten Falle eine verifizierbare Darstellung der Wirklichkeit vor. Im Gegensatz dazu zeichnet sich die Satire, wie oben erläutert, mitunter durch das ästhetische (fiktive) Merkmal aus. Schaut man auf die Funktionen der Massenmedien in der Journalismus-Theorie, so lassen sich dennoch auch hier deutliche Parallelen zur Satire ziehen: „die Vermittlung von Information, eine konstruktive Mitwirkung an der politischen Meinungsbildung und die Leistung von Kontrolle und Kritik“ (Peter 2015, S.100-103; vgl. Meyn & Chill 1999, S.31,32). So spiegeln sich in diesen Funktionen doch auch Eigenschaften der Satire wider. Diese will schließlich kritisch informieren, in ihrer Kritik übt sie sogleich auch Kontrolle aus und trägt mit ihrer Intention zur Meinungsbildung bei.

Betrachtet man die derzeitige politische Satire, wird schnell deutlich, dass dieser immer eine Form des investigativen Journalismus vorausgeht, mehr noch vorausgehen muss. Was kritisiert werden will, muss vorher eingehend recherchiert werden. Um mit einer fiktiven „Wirklichkeit“ Kritik üben zu können, müssen Satiriker sich im Vorhinein ausgiebig über die Sachverhalte informieren. Nur so

können sie die Realität auf ihre Weise kritisierend humorvoll darstellen (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S.73-76; Gäbler 2016, S.78-81). Manche Stimmen beschreiben das Verhältnis mittlerweile als ein Wechselspiel: die (politische) Satire basiert auf einem investigativen Journalismus. Sie zieht ihre Inhalte aus diesem und gibt so in der Wechselwirkung anderen Journalisten neue Anstöße. Gäbler (2016) stellt sogar fest, dass sich „aktuell [...] die Debatten darüber [häufen], ob am Ende die Satiriker nicht sogar die besseren Journalisten seien“ (S.78). Dementsprechend beschäftigt sich Barbara Peters Studie (2015) mit den journalistischen Qualitäten von SatirikerInnen bei Interviews.

2.3.2 Exkurs: Die Glosse

Wie oben erwähnt, treten innerhalb der journalistischen Gattungen auch satirische Formen auf, und genießen aufgrund ihrer Eigenschaft die größten Freiheiten. Ein typisches Beispiel journalistischer Satire ist die Glosse. Die Glosse wie auch andere satirische Formen des Journalismus weisen bestimmte dramaturgische Mittel auf und durch ein hohes Maß von Inszeniertheit heben sie sich von anderen journalistischen Texten ab. Oft ist der Inhalt journalistischer Satire durch etwas Spezielles, meist Privates gekennzeichnet, was jedoch stellvertretend für einen anderen (allgemeinen) Sachverhalt steht. Durch die Behandlung von etwas Unwichtigem verweisen sie indirekt auf etwas von Bedeutung, und thematisieren dies versteckt (vgl. Pöttker & Rager 2004, S.57-61). Auch bei journalistischer Satire wird also mit Verfremdungen und Übertreibungen gearbeitet, um den tatsächlichen Inhalt unkenntlich zu machen. Mehr noch, eine Glosse muss Gestaltungsmittel der Satire aufweisen, denn ansonsten entfällt ihr die Freiheit der Kunst (vgl. Pöttker & Rager 2004, S.58), sodass der Journalist sich eventuell eines Vergehens schuldig machen würde.

Da also die Satire keinen Anspruch auf Wahrheit erhebt, darf sie bewusst verfremden, fokussieren und übertreiben. Die dadurch enthaltene Komik sowie der abweichende dramaturgische Aufbau, aber auch humoristische und scharfzüngige Formulierungen stimulieren beim Publikum die Rezeptionsbereitschaft. Der/die

SatirikerIn erreicht auf diese Weise die RezipientInnen emotional, anstatt sie, wie bei anderen journalistischen Genres, durch eine logische Argumentation zu überzeugen. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass der/die SatirikerIn sein/ihr Publikum unterhält und über verschiedene Stilmittel und Methoden Bilder in den Köpfen erzeugt, was die RezipientInnen überrascht, denn die „Unvorhersehbarkeit ist ihr eigentlicher gestalterischer Kern“ (Pöttker & Rager 2004, S.60). Hier wird deutlich, dass die Botschaft beziehungsweise die Thematik des Satirischen oft nicht auf den ersten Blick zu erkennen ist. Dem Publikum wird eine weiterführende Beschäftigung abverlangt, damit der tatsächlich intendierte Inhalt (die satirische Intention) sich offenbaren kann (vgl. Pöttker & Rager 2004, S.57-61).

2.3.3 Satire in den Medien

Während zu Beginn der 2000er die Satire in den deutschsprachigen Medien ein Nischenprodukt war, erlebt sie seit dem Ende des besagten Jahrzehnts wieder ein Comeback (vgl. Dörner 2013, S.171; Gäbler 2016, S.84-86), welches bis heute andauert. Dies zeigen nicht zuletzt die Skandale, die Jan Böhmermann 2015 mit seinem Varoufakis-Mittelfinger-Coup und 2016 mit dem Erdogan-Schmähgedicht auslöste. Besonders im Fernsehen und im Internet genießt die Satire hohe Popularität. Dies lässt sich durch eine Art „Amerikanisierungsprozess“ (Dörner 2013, S.170) der deutschsprachige Medienlandschaft hinsichtlich der Unterhaltungsformate erklären (vgl. Dörner 2013, S.170). Zwar gehören Satire-Magazine wie *Titanic* und besonders Kabarettssendungen im Allgemeinen seit Jahrzehnten zur deutschsprachigen Medienkultur, allerdings sind ihre RezipientInnen nur ein Bruchteil der breiten Masse, setzt die Rezeption doch meist ein großes Vorwissen voraus (vgl. Lichtenstein & Nitsch 2018, S.7).

Die derzeit stattfindende Euphorie um Satire-Formate ist also mit den Einflüssen aus den Vereinigten Staaten Amerikas zu erklären, beziehungsweise mit der Erkenntnis deutschsprachiger Medienproduzenten, dass die Vorlagen aus den USA ein breites – auch jüngeres - Publikum erreichen. So wird bei genauerer

Betrachtung auch schnell deutlich, dass Online-Formate wie das deutsche Satire-Magazin *Der Postillon* oder die österreichische Variante *Die Tagespresse* ganz offensichtlich vom US-Vorbild *The Onion* inspiriert sind (vgl. Jochheim 2013). Ebenso verhält es sich mit der ZDF-Sendung *heute show*, die nicht nur namentlich von der Satire-Nachrichten-Show *The Daily Show with Jon Stewart* (mittlerweile *The Daily Show*; moderiert von Trevor Noah) beeinflusst wurde, sondern auch dramaturgisch ganz deutlich Parallelen aufweist (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S.66-79; Gäbler 2016, S.81-83). Mit US-Vorbildern lässt sich zwar das Comeback an sich erklären, der anhaltende Boom im deutschsprachigen Raum erklärt sich aber mehr am jüngeren Publikum und deren Aktivität im Internet. Hier werden die Inhalte der Satire-Formate in sozialen Netzwerken geliked und geteilt, sodass sie sich schnell verbreiten und ihr Publikum an Masse gewinnt (vgl. Gäbler 2016, S:85). Dementsprechend wachsen dann auch die Besucherzahlen der eigentlichen Website. Ähnlich verhält es sich mit der *heute show*, die Sendung hat zwar gute Einschaltquoten, doch ein Großteil der Rezeption findet online über die ZDF-Mediathek statt, oder aber über den YouTube-Kanal (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S.77; Lichtenstein & Nitsch 2018, S:5).

Aber warum genau erfreuen sich die US-Vorlagen, Late-Night-Shows wie *The Daily Show* und *The Colbert Report*, aber auch Online-Formate wie *The Onion*, solch hoher Beliebtheit? Nach genauerer Betrachtung erscheint die Antwort simpel: diese Vorlagen überwinden formale Grenzziehungen von Kabarett, Comedy und Politinformation; sie sind informativ, aber auch unterhaltsam, kombinieren das Unterhaltungsvermögen der Comedy-Formate mit den Bildungsaspekten der Satire und des Kabarett (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S.70; Dörner 2013, S.171). Auf diese Weise werden sie massentauglich und für manch einen US-Amerikaner sogar mitunter einzige Informationsquelle, da ihnen die Berichterstattung der eigentlichen Nachrichtensendungen nicht informativ genug erscheint (vgl. Dörner 2013, S.168-170; Gäbler 2016, S.82; Lichtenstein & Nitsch 2018, S.5-9). Sie bestechen durch die humorvolle Darstellung des Politikgeschehens und liefern dabei auch gut recherchiertes Hintergrundmaterial. Und ebenda versuchen die deutschsprachigen

Satire-Formate anzuknüpfen. In dieser Kombination offenbart sich dann auch die oben zitierte Frage, ob Satiriker die besseren Journalisten seien. Allerdings zeigt sich hierin auch die weiterführende Debatte, ob diese Kombination von Comedy und Kabarett und Satire im deutschsprachigen Raum derart aufgeht. So wird das Comeback der Satire auch kritisch betrachtet. Werfen doch mittlerweile immer mehr Stimmen den derzeitigen Satire-Erscheinungen vor, dass sie weniger Politik und Gesellschaftsgeschehen informativ kritisieren, als dass sie durch Quoten- und Auflagedruck rein unterhaltend bleiben und auf diesem Wege ihre RezipientInnen zu Sensationslust, Politikverdrossenheit und Misstrauen führen (vgl. Hamann 2015 (26); Dörner & Vogt 2016, S.201-203; Lichtenstein & Nitsch 2018, S.).

2.4 Zwischenergebnis

Satire ist an keine Gattung oder Form gebunden, viel mehr versteht sie sich als eine gattungsübergreifende Schreibweise, die in verschiedenen literarischen, journalistischen und anderen künstlerischen Darstellungsformen auftreten kann. Sie hat drei wesentliche konstitutive Merkmale: einmal das aggressive Merkmal (Angriff, Kritik), zweitens das ästhetische (oder auch indirekte) und drittens das soziale Merkmal (Normrückbindung, Normwidriges vs. Norm). Es handelt sich um eine übertriebene, verfremdete Darstellung von Sachverhalten, Ereignissen, Dingen oder Personen(-gruppen) mit denen das Bestehende kritisiert beziehungsweise angeprangert werden soll. Meist wird diese Kritik humorvoll aufbereitet, um die RezipientInnen auch zu unterhalten, damit diese sich besser auf die unangenehmeren Inhalte einlassen können. Grundlegend liegt der Satire zwar ein didaktischer Aspekt inne, generell will die Satire jedoch nur Negatives aufzeigen und nicht unbedingt Lösungen anbieten. Sie erhebt keinen Anspruch auf eine Darstellung der Wirklichkeit, sondern will die Wirklichkeit so verfremdet präsentieren, dass sich nach ihrer Rezeption die Leserschaft mit der Thematik auseinandersetzt.

Die RezipientInnen benötigen bestimmte Grundkenntnisse, beziehungsweise müssen sie gewisse Kompetenzen oder Vorwissen aufweisen, um satirische

Äußerungen als solche zu erkennen und wahrzunehmen. Dem liegt auch zu Grunde, dass Satire mit Komik sowie verschiedenen Stilmitteln, rhetorischen Figuren und Methodiken arbeitet, was das ästhetische Merkmal verstärkt und bedingt.

Satire genießt gewisse künstlerische-rechtliche Freiheiten, und steht in Wechselbeziehung mit journalistischer Arbeit. Im aktuellen Medienkontext befruchtet sie politische Diskussionen, löst diese zum Teil auch aus, oder diskutiert sie auf ihre eigenen Art und Weise. Aufgrund ihres Informationsgehalt wird politische Satire in vielerlei Hinsicht mittlerweile auch als Nachrichtenquelle rezipiert, was in verschiedenen Debatten kritisiert beziehungsweise medienkritisch hinterfragt wird.

3 Strategien in der TV-Unterhaltungsproduktion

Um im Folgenden für diese Arbeit relevante Strategien der Contentbeschaffung und -produktion im Bereich der TV-Unterhaltung vorzustellen, werden zunächst Begriffsdefinitionen geliefert. Infolgedessen wird auf die Contentbeschaffung und -produktion im Unterhaltungssektor eingegangen, um letztlich für diese Arbeit zielführende Strategien herauszuarbeiten.

3.1 Begriffsdefinitionen

3.1.1 Unterhaltung und Unterhaltungsangebote

Katja Lantzsch (2008) stellt in ihrer Abhandlung zum internationalen Fernsehformathandel verschiedene Ansätze und Definitionen des Begriffs Unterhaltung in Bezug auf das Fernsehen vor (vgl. S.104-107). „Unterhaltung ist jedoch, wie Information auch, nicht nur ein Fernsehangebot, sondern auch eine Rezeptionskategorie“ (Lantzsch 2008, S.104). Bereits hier wird deutlich, dass eine Definition des Begriffs schwer fällt, und demnach zwischen einem objekt- und einem subjektbezogenen Begriff unterschieden werden muss. Weiter konstatiert die Autorin, dass Unterhaltung ein multidimensionales Phänomen sei, welches „einerseits als Handlung, als Rezeptionsprozess und als emotionales Erleben und andererseits als Angebot definiert werden“ (Lantzsch 2008, S:106,107) kann. Für die vorliegende Arbeit gilt ein objektbezogenes Verständnis des Begriffs, welches sich auf das Angebot unterhaltender Inhalte des Fernsehens bezieht. Nach Krüger und Zapf-Schramm (2003) sind unterhaltende Inhalte in erster Linie Fernsehsendungen, die in die Sparten nonfiktionale Unterhaltung, darunter auch Sport und Musik, sowie Fiktion und Kindersendungen fallen (vgl. S.102; vgl. Lantzsch 2008, S.104,105). Hier ist allerdings festzuhalten, dass Abgrenzungen dieser Sparten zunehmend verschwimmen. Bestimmte Sendungen sind durchaus mehreren Sparten zuzuordnen. Mit dem Aufkommen neuer Unterhaltungsformate verwischen insbesondere die Grenzen zwischen Information und Unterhaltung.

„Schließlich kann auch eine informative Sendung unterhalten und ein Unterhaltungsangebot informieren“ (Lantzsch 2008, S.105). Die intendierte Wirkung der Produzenten muss also nicht mit der Rezeption der Zuschauer deckungsgleich sein. Dieses Zusammenspiel von Information und Unterhaltung brachte den Begriff „Infotainment“ hervor, welcher in letzter Zeit häufiger in der Beschreibung von Sendungsformaten Verwendung findet.

Abschließend lässt sich konstatieren, dass Unterhaltung dann stattfindet, wenn der Zuschauer eine Sendung als Unterhaltungserlebnis wahrnimmt (vgl. Lantzsch 2008, S.105)

3.1.2 Fiktion und Nonfiktion

Unter Fiktion versteht man in Bezug auf Unterhaltungsangebote hauptsächlich Filme und Serien, denen eine ausgedachte Handlung zu Grunde liegt. Die fiktive Handlung kann zwar an der Wirklichkeit anlehnen, der Film oder die Serie zeigt jedoch keine Ausschnitte aus der Wirklichkeit. Der Handlung liegt ein Drehbuch zu Grunde, welches durch den Regisseur mittels Schauspielern, Drehorten, Kamerateam etc. inszeniert wird (vgl. Kartens & Schütte 2013, S.148).

Nonfiktion hingegen beschreibt all jene Sendungen, welche den Anspruch erheben, Ausschnitte der Wirklichkeit zu zeigen. In journalistischen Sendungen galt es als untersagt, dass die Filmemacher in das abgebildete Geschehen der Wirklichkeit eingreifen, und in Bezug auf Unterhaltungsshow's galt die Prämisse, dass SendungsmacherInnen sich an die Spielregeln zu halten haben (vgl. Karstens & Schütte 2013, S.148). „Manipulation galt in nonfiktionalen Formaten als verboten, in fiktionalen Sendungen war und ist sie das grundlegende Gestaltungsmittel“ (Karstens & Schütte 2013, S.148). Zu den nonfiktionalen Sendeangeboten zählen vor allem Nachrichtensendungen, Magazine, Dokumentationen, Spiel- und Quizshows, sowie Talkshows und Sportsendungen (vgl. Karstens & Schütte 2013, S.148-181).

In jüngster Zeit jedoch verschwimmen auch die Grenzen zwischen Fiktion und Nonfiktion in Sendungsangeboten. Während fiktionale Filme und Serien häufiger

Bezug auf Ereignisse der Wirklichkeit nehmen, und so Dokudramen und Geschichtsinszenierungen entstehen, findet in nonfiktionalen Angeboten verstärkt ein Eingreifen der Produzenten statt (vgl. Karstens & Schütte 2013, S.148,149). Für bestimmte Dokumentationen werden vereinzelt Szenen der Wirklichkeit neu inszeniert, aber auch ganze Sendungsformate stellen Fiktion auf nonfiktionaler Art dar (vgl. Karstens & Schütte 2013, S.149). Für das Verständnis der vorliegenden Arbeit sei darauf hingewiesen, dass speziell nonfiktionaler Unterhaltungsangebote vermehrt mit einer sich auflösenden Grenze von Fiktion und Wirklichkeit spielen, insbesondere das Format der Satire-Nachrichtensendung arbeitet mit diesem Prinzip aufgrund der in Kapitel 2 angeführten Eigenschaften von Satire.

3.2 Contentbeschaffung und -produktion im TV-Unterhaltungssektor

Um Programme zu beziehen, stehen einem Fernsehsender mehrere Optionen zur Verfügung. Prinzipiell kann ein Sender fertige Unterhaltungsinhalte per Programmimport beschaffen. Hier wird lediglich die Lizenz erworben, „d.h. das Recht, ein bestimmtes Produkt in einem definierten geografischen Raum und während einer festgesetzten Dauer in einer bestimmten Weise zu nutzen bzw. wirtschaftlich zu verwerten“ (Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.7). Der Programmveranstalter kauft also das Nutzungsrecht eines Unterhaltungsangebots für einen bestimmten Zeitraum und für ein definiertes Gebiet, ebenso legt er sich auf eine bestimmte Anzahl von „runs“ fest, also wie oft der Sender das Angebot ausstrahlen darf (vgl. Lantzsich 2008, S.110). Vor allem Spielfilme, fiktionale Serien oder Dokumentationen werden am Contentmarkt über Nutzungsrechte erworben (vgl. Lantzsich 2008, S.110; Karstens & Schütte 2013, S.181). Gebesmair und Nölleke-Przybylski (2018) gehen davon aus, dass der Lizenzerwerb wohl die am kostengünstigste Variante ist, um Unterhaltungsangebote zu beziehen; sie halten fest, dass der Preis abhängig von der Größe des Ausstrahlungsgebiets sowie der Größe der Kaufkraft in dem entsprechenden Gebiet sei (vgl. S.8; Lantzsich 2008, S.110,111).

Ein Sender kann sich aber auch dazu entscheiden, Unterhaltungsformate selbst zu entwickeln. So gut wieder jeder Sender hat für die Entwicklung von Unterhaltungsformaten eigene Abteilungen, jedoch kann ein Sender die Entwicklung eines Programms auch per Auftrag an externe Produktionsunternehmen weiter geben (vgl. Karstens & Schütte 2013, S.94; Lantzsch 2008, S.107). Die entwickelten Formate werden im Anschluss entweder als Eigenproduktion vom Sender erstellt, oder aber als Auftragsproduktion über wirtschaftlich unabhängige Produzenten. Koproduktionen stellen eine Sonderform dar (vgl. Lantzsch 2008, S.107). Eine weitere Möglichkeit ist die kombinierte Form von Beschaffung und Produktion von Unterhaltungsangeboten, nämlich der Formathandel. Hier kauft der Sender Lizenzrechte und Wissen in Form einer sogenannten Format-Bibel über ein bestehendes Format ein und entschließt sich im Anschluss für eine Eigen- oder Auftragsproduktion (vgl. Lantzsch 2008, S.107; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.14).

Im Fall der Eigenproduktion wird der Unterhaltungsinhalt vom Sender selbst produziert. „Er nutzt eigene sachliche, personelle und finanzielle Ressourcen für die Contentproduktion“ (Lantzsch 2008, S.108). Die gesamte Finanzierung der Produktion übernimmt der Sender selbst, wodurch er auch das komplette Risiko trägt, allerdings liegen auf diese Weise sämtliche Rechte der Produktion beim Sender, sodass er diese infolgedessen am Inholdemerket verwerten kann (vgl. Lantzsch 2008, S.108; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.7). Mittels der Eigenproduktion ist der Programmveranstalter zusätzlich unabhängig(er) vom Contentmarkt. Des Weiteren bietet sich dem Sender so die Möglichkeit, „Inhalte optimal auf ihr Programmprofil zuzuschneiden und somit einen wichtigen Beitrag zum Markenimage zu leisten“ (Lantzsch 2008, S.108). Wie bereits erwähnt, wohnen der Eigenproduktion aber auch Nachteile inne: der Sender trägt das alleinige Risiko der Umsetzung. Hinzu kommt, dass bei einem Sender auch Probleme bei der Ressourcenausstattung auftreten können, schließlich muss er eigene Produktionskapazitäten aufbringen, dies ist verbunden mit einem Zwang zur Auslastung sowie Fixkosten (vgl. Lantzsch 2008, S.108). Gebesmair und Nölleke-Przybylski (2018) sehen allerdings aus einer ressourcenbasierten

Managementperspektive hierin auch Vorteile: Da TV-Sender spezifische Produktionstechnologien sowie einen umfangreichen Rechkatalog besitzen, ihre Mitarbeiter über „gattungs- und genrespezifische Kompetenzen“ (S.8) verfügen, liegen beim Sender Vermögenswerte vor, wodurch das Unternehmen einen deutlichen Wettbewerbsvorteil nutzen könnte (vgl. S.8).

Im Falle einer Auftragsproduktion vergibt der Programmveranstalter einen Produktionsauftrag an ein rechtlich unabhängiges oder abhängiges Produktionsunternehmen. Das externe Unternehmen übernimmt somit die organisatorische, wirtschaftliche und künstlerische Verantwortung für die Produktion (vgl. Lantzsch 2008, S.108,109; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.7,8). Die Ausstrahlungs- und Nebenrechte liegen im Regelfall beim Sender, da dieser sich die Rechte über einen 'total buy out' sichert. Um Einfluss auf die Produktion nehmen zu können, sichert sich der Sender per Vertrag die Möglichkeit ab, Inhalte bezüglich des Programmprofils zu prägen (vgl. Lantzsch 2008, S.109). Die Kooperationen mit externen Unternehmen eröffnen den Zugang zu innovativen Konzepten und Kompetenzen außerhalb des Senders, ergo komplementären Ressourcen (vgl. Lantzsch 2008, S.109; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.8,9). „Nachteilig kann sich auswirken, dass es im Falle einer Dominanz von Auftragsproduktionen zu Abhängigkeiten kommen kann“ (Lantzsch 2008, S.109). Des Weiteren entstehen Transaktionskosten: der Sender muss zunächst einen Auftragnehmer finden, ein Vertragswerk aufsetzen etc., außerdem besteht die Gefahr, nicht genügend Einfluss nehmen zu können, oder aber auch sind die Eigentumsrechte gegebenenfalls eingeschränkt (vgl. Lantzsch 2008 S.109; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.8).

Insbesondere bei größeren, vor allem kostenaufwendigen Projekten kommt die Koproduktion zum Tragen. Verschiedene Produktionsfirmen befassen sich mit der Produktion eines Sendeangebots. Die vorherige Festlegung an Erlösen und Nutzungsrechten sichert die unterschiedlichen Vertragspartner ab. Durch die Aufgabenteilung werden Kosten und Risiken für die jeweiligen Produktionsfirmen reduziert sowie das Produkt meist optimiert (vgl. Lantzsch 2008, S.110; Röpcke

2010, S.244-258; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.8). Die verschiedenen Unternehmen stellen sich gegenseitig Marktkenntnisse und Wettbewerbsvorteile zur Verfügung, es geht also um die Zusammenfügung von Ressourcen zur Produktoptimierung und Risikominimierung (vgl. Lantzsich 2008, S.110).

Da die Produktion von Spielfilmen im Laufe der letzten Jahrzehnte immer teurer geworden ist, lässt sie sich national nur noch in wenigen Fällen betreiben. Des Weiteren stellt sich ein nationaler Markt meist als zu klein dar, als dass die Verwertung ertragreich wäre (vgl. Lantzsich 2008, S.110). Deshalb werden vor allem Fantasy-, Historien- oder Science-Fiction-Filme international koproduziert (vgl. Lantzsich 2008, S.110).

Lantzsich (2008) konstatiert, dass bei Unterhaltungsangeboten meist auf Auftragsproduktionen gesetzt wird, bzw. dass ein zunehmender Trend zum kollektiven Handeln festzustellen sei (vgl. 113). Dieses kollektive Handeln ergibt sich durch das Ausbauen eines intensiven Netzwerks von Sendern und Produktionsfirmen, die sich durch langjährige Zusammenarbeit das Vertrauen aufgebaut haben, gemeinsam gute Produktionen zu erstellen. „Der Trend zum kollektiven Handeln erklärt sich aus der Transaktionskostenökonomie; aus der Ressourcenspezifität sowie der Unsicherheit, der strategischen Bedeutung und der Häufigkeit der Transaktion. Aus Marktsicht sprechen zusätzlich die Lieferantenmacht, die gestiegene Rivalität und die Kostenreduktion für kooperative Beziehungen“ (Lantzsich 2008, S.113). Gebesmair und Nölleke-Przybylski (2018) erkennen diesen Trend zu Projektnetzwerken im Bereich der Unterhaltungsangebote ebenfalls: Projektnetzwerke vereinen die Vorteile der Auftragsproduktion (wie bereits erwähnt: Risikominimierung und Kostenreduktion) mit den Vorteilen der Eigenproduktion (Kontrolle und Verlässlichkeit) (vgl. S.9-12). Das Ausbauen von vertrauensvollen Projektnetzwerken für die Produktion von Unterhaltungsangeboten lässt sich insofern bereits als Strategie bezeichnen, da auf diese Weise Produktionsrisiken möglichst klein gehalten werden (vgl. Lantzsich 2008, S.17-20; Röpcke 2010, S.244-258). Die Zusammenarbeit mit Personen, die man kennt und denen man aufgrund vorheriger Zusammenarbeit vertraut, dass sie fristgerecht und qualitätsbewusst am Projekt mitarbeiten, minimiert so die Gefahr

von hohen Mehrkosten, die durch Nichteinhaltung des Zeitplans entstehen können (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.9-12, 24,26-27).

Der Entschluss also, auf welche Art und Weise (Auftrag-, Eigen-, Ko- oder Netzwerkproduktion) ein Unterhaltungsangebot produziert wird, kann bereits als strategische Maßnahme des Senders gewertet werden. Weitere strategische Vorgehensweisen werden im folgenden Kapitel genauer betrachtet.

3.3 Strategien in der TV-Unterhaltung

Da TV-Unterhaltungsangebote zu den Vertrauens- bzw. Erfahrungsgütern zählen - die Qualität des Produkts erschließt sich den KonsumentInnen erst nach der Rezeption beziehungsweise des Konsums (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.27) – bestehen für TV-Sender hohe Unsicherheiten und Risiken, ob die Produktion vom Publikum positiv aufgenommen wird (vgl. Lantsch 2008, S.116; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.24-26). Aufgrund dessen haben sich seitens der ProduzentInnen verschiedene Strategien entwickelt, um diese Risiken und Unsicherheiten zu minimieren. Einige dieser Strategien sollen im Folgenden genauer betrachtet werden.

Zunächst einmal muss festgehalten werden, dass zwischen Strategien der Verwertung und Strategien vor bzw. während der Produktion unterschieden wird (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.25). Strategien der Verwertung fallen in den Bereich des Marketings und zählen damit nicht direkt zur Medienproduktion, daher sollen diese hier nur kurz Erwähnung finden. Zu diesen Strategien zählen zum Beispiel die Preisdifferenzierung (in Form sukzessiver Verwertung – Windowing genannt; oder in Form von Produktbündelung – Versionierung genannt; wird in Kapitel 3.3.2.2 genauer betrachtet), generell Werbung als Werkzeug der Verkaufsförderung sowie „die vertikale Integration in nachgelagerte Industrien, mit der sich Produktionsfirmen Ausspielkanäle in Form von z.B. Kinos, Fernsehsendern oder Video-On-Demand-Plattformen sichern“ (Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.25).

3.3.1 Strategien der Produktionsgestaltung

Auf Ebene der Produktionsgestaltung stellen Gebesmair und Nölleke-Przybylski (2018) vier verschiedene Arten von Strategie fest, um Risiken zu mindern: den Rückgriff auf Spezifizierung hinsichtlich Genre und Gattung, die Imitation bestehender Formate, Serialität sowie den Einsatz von bekannten Persönlichkeiten (vgl. S.27).

Medieninhalte, in diesem Falle Unterhaltungssendungen im Fernsehen, werden durch Genres und Gattungen kategorisiert. Dies ermöglicht einerseits dem Publikum sich eine Vorstellung zu bilden, was er oder sie von dem Angebot zu erwarten hat. Andererseits moderieren Genres und Gattungen auch die Erwartungen vom Sender an die Produzenten. Auf diese Weise werden Unsicherheiten im Produktions- und Rezeptionsprozess verkleinert. Genreeinteilungen differenzieren Medieninhalte untereinander. Mit dem Begriff werden „narrative Grundmuster“ (Hickethier 2007, S.203) benannt, er findet meist Verwendung für fiktionale Inhalte. Die Genrebezeichnung dient dazu, gewisse Themen oder Motive, aber auch Handlungsstränge einer Geschichte anzudeuten (vgl. Hickethier 2007, S.203). Im Laufe ihres Lebens haben RezipientInnen über ihre Mediensozialisation gelernt, diese Strukturen zu erkennen. Aufgrund dessen können sie sich anhand einer Genrebezeichnung ein Bild davon machen, was sie zu erwarten haben, und ob das Angebot ihnen gefallen könnte (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.28). Im Gegensatz zu der Genrebezeichnung, die also auf inhaltlicher Ebene kategorisiert (z.B. Krimi oder Romanze), verweist die Gattungsbezeichnung auf formale Prinzipien (z.B. Quizshow oder Spielfilm).

Hier ist festzuhalten, dass weder Genre- noch Gattungsbezeichnungen immer trennscharf zu bestimmen sind, sie sind in ihrem historischen Kontext zu betrachten und daher dynamischer Natur (vgl. Hickethier 2007, S.206). Für das Publikum ist es nur wichtig, dass es zumindest ansatzweise das bekommt, was ihm versprochen wird. Oft sind Unterhaltungsangebote, bzw. Medieninhalte allgemein, mehreren Genres oder Gattungen zuzuordnen. Die Vagheit der Begriffe

reduziert das Risiko des Missverständnisses zwischen ProduzentIn und RezipientIn, da in den unspezifischen Bezeichnungen jede/r RezipientIn seine/ihre eigenen Medienerfahrungen hinein impliziert (vgl. Mikos 2015, S.264).

Wie bereits erwähnt, vereinfachen Genre- und Gattungsbezeichnung auch die Verständigung innerhalb des Teams, welches das Unterhaltungsangebot produziert. „[E]in Produzent [zum Beispiel] vermittelt, wenn er dem Sender ein Sendungskonzept als Quiz-, Spiel- oder Datingshow präsentiert, bereits Bilder vom Setting und Vorstellungen vom Produktionsaufwand“ (Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.28). Die Bezeichnungen stehen also auch für Produktionsmuster und simplifizieren auf diese Weise Redaktionsabläufe.

Die Imitation von bestehenden, erfolgreichen Formaten reduziert auf ähnliche Weise Unsicherheiten. Gebesmair und Nölleke-Przybylski (2018) konstatieren, dass Imitationsstrategien besonders häufig in der TV-Unterhaltungsbranche auftreten (vgl. S.29; Foag 2010, S.138-140). Da Formate nur schwer rechtlich zu schützen sind, fällt es Fernsehsendern durchaus leicht, eine Idee, ein Thema oder auch eine Gestaltungsweise eines Unterhaltungsangebots zu kopieren (vgl. Foag 2010, S.138-140; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.29). Wie oben bereits erläutert, kann sich ein Sender, auch um rechtlich abgesichert zu sein, die Rechte für ein bestimmtes Format kaufen. Hiermit erhält er dementsprechend die Lizenz und das KnowHow, ein Unterhaltungsformat zu produzieren oder in Auftrag zu geben. Allerdings stellt Foag (2010) fest, dass nur allzu häufig eben keine Lizenzen erworben werden, sondern Formate lediglich minimal abgeändert werden, um rechtlichen Konsequenzen zu entgehen (vgl. S.135-140). Die Imitation von Formaten verringert die Entwicklungskosten der Medienproduzenten, denn Neuentwicklungen sind teuer und erhöhen das Risiko seitens der Publikumsresonanz (vgl. Foag 2010, S.135; Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.29). Das heißt, dass TV-Sender mit Blick auf die Erfolgsquoten des Originalformats besser abschätzen können, wie das Angebot angenommen wird, dadurch wird das Verwertungsrisiko verkleinert. Deshalb setzen TV-Sender „heute überwiegend auf bereits mehrfach erprobtes, einfacher kalkulierbares Programm ohne großes Risiko“ (Foag 2010, S.135).

Des Weiteren leisten Formate aufgrund der Serialität einen weiteren Beitrag zur Minderung der Unsicherheit, ganz unabhängig davon, ob es sich um eine Eigenentwicklung, einen Formaterwerb oder einen Formatdiebstahl handelt (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.29). Der Fakt, dass Formate als Serien konstruiert werden, steigert beim Publikum die Erwartungshaltung und vereinfacht auf Seiten des TV-Senders die Planung. RezipientInnen wird folglich durch Serialität noch deutlicher vermittelt, was sie zu erwarten haben und auf welchem Sendeplatz sie es erwarten können. Zeitgleich macht sie es den Produzenten möglich, eine „dauerhafte fixkostenreduzierende Auslastung der Produktionskapazitäten“ (Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018 S.29) zu planen.

Die Einbindung von berühmten Persönlichkeiten oder etablierten Marken in die Produktionsgestaltung kann als weiteres Werkzeug zur Erhöhung der Erwartbarkeit in der Unterhaltungsproduktion verstanden werden (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S:29-30). Der Rückgriff auf bestimmte berühmte Persönlichkeiten löst bei vielen RezipientInnen bestimmte Erwartungshaltungen bezüglich Qualität und Inhalt aus, oder weckt lediglich das Interesse. Durch den Einsatz von Stars wird nicht nur auf Seiten der Rezeption Risikominimierung betrieben, sondern auch auf Seiten der Produktion. Schließlich können Medienproduzenten davon ausgehen, dass gewisse erfolgreiche Stars die Attraktivität des Angebots steigern, und so die Chance erhöht wird, dass das große Interesse der Masse an der Person sich auf das Produkt überträgt (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.29). Ähnlich verhält es sich unter den Medienschaffenden: die Zusage eines anerkannten Stars bei einer Produktion kann das Interesse anderer renommierter Medienschaffender wecken, sodass diese sich dem Projekt anschließen, was mögliche Geldgeber dazu veranlassen könnte, mehr Input zu generieren (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018, S.30).

Abgesehen von Genre- und Gattungsbezeichnungen, der Einbindung von berühmten Persönlichkeiten, der Imitation erfolgreicher Formate und der Serialisierung, bedienen sich TV-Sender der Marktforschung, um zusätzliche

Informationen über den Unterhaltungsmarkt und das Interesse des Publikums zu erhalten. Insbesondere beim Einkauf von Lizenzware stützen Programmierer ihre Entscheidungen auf Daten der Testmärkte im Ausland (vgl. Gebesmair & Nölleke-Przybylski 2018 S.30.).

3.3.2 Strategien der Unternehmensplanung

Nachdem Strategien der Produktionsgestaltung vorgestellt wurden, sollen nun auf Ebene der Unternehmensplanung zwei Strategien der Contentnutzung kurz betrachtet werden. Auf der einen Seite geht es um die Mehrfachnutzung von Content, auf der anderen Seite um die cross-mediale Strategie der Diversifikation.

3.3.2.1 Diversifikation

Sjurts (2002) versteht unter Cross-Media-Strategien Diversifikationsentscheidungen von Medienunternehmen. Mittels Produktdiversifikation visieren Unternehmen neue Zielbranchen anderer Medienteilmärkte an, diese Medienteilmärkte liegen außerhalb des derzeitigen Produktportfolios, daher der Begriff cross-mediär (vgl. S.4-5; Loebbecke 2006, S:357-373). Bei der Beschreibung dieser Strategien stehen zwei wesentliche Unterscheidungsmerkmale im Vordergrund, nämlich zum einen der „Verwandtschaftsgrad von Ressourcen, Technologie und Risiko von Ausgangs- und Zielbranche“ (Sjurts 2002, S.5), und zum anderen das „Verhältnis von Ausgangs- und Zielbranche im Hinblick auf ihre Position in der Wertschöpfungskette“ (Sjurts 2002, S.5). Auf Ebene des Verwandtschaftsgrads wird nach Sjurts (2002) zwischen verwandt (related diversification) und unverwandt (unrelated diversification) unterschieden, je nachdem ob die Diversifikation auf ein Geschäftsfeld der eigenen Wertschöpfungskette zielt, oder ob eine Branche außerhalb anvisiert wird (vgl. S.5; Loebbecke 2006, S:357-373). Des Weiteren hält Sjurts (2002) fest, dass der Verwandtschaftsgrad das zentrale Klassifikationsmerkmal für die Systematisierung von Cross-Media-Strategien ist

(vgl. S.5). Auf Ebene des Verhältnisses von Ausgangs- und Zielbranche wird ferner unterschieden zwischen horizontaler – hier wird die gleiche Wertschöpfungsstufe anvisiert – und vertikaler Diversifikation. Bei der vertikalen Diversifikation wird auf eine vor- oder nachgelagerte Wertschöpfungsstufe abgezielt (vgl. Sjurts 2002, S.5; Loebbecke 2006, S:357-373). Die vertikale Diversifikation wird weiter unterschieden nach der Richtung auf der Ebene der Wertschöpfungskette: Zielt die Diversifikation auf eine vorausgehende Stufe des Prozess der Wertschöpfung ab, ist Diversifikation vertikal rückwärts; zielt sie jedoch auf eine nachgehende Stufe der Wertschöpfungskette ab, ist die Diversifikation vertikal vorwärts gerichtet (vgl. Sjurts 2002, S.5).

Hinsichtlich des Klassifikationsmerkmals der Branchenverwandtschaft kann für Unternehmen in der Medienbranche zwischen drei grundlegenden Versionen der Diversifikation unterschieden werden, dies sind „die intramediäre, die intermediäre und die extramediäre Diversifikation (vgl. Sjurts 2002, S.6-7). Eine intramediäre Diversifikation findet statt, wenn ein Medienunternehmen in einer voraus- oder nachgehenden Branche der brancheninternen Wertschöpfungskette aktiv wird. Von extramediärer Diversifikation spricht man, wenn ein Medienunternehmen außerhalb der Medienbranche aktiv wird. Die intermediäre Diversifikation ist eine cross-mediäre Strategie, denn hier wird das Medienunternehmen in anderen Medienteilbranche aktiv (vgl. Sjurts 2002, S.6-7). Je nach Grad der Verwandtschaft von Ausgangs- und Zielbranche kann hier weiter differenziert werden zwischen verwandt, unverwandt und konvergenzgetrieben (vgl. Sjurts 2002, S.6-7).

3.3.2.2 Mehrfachnutzung von Content

Da attraktive Inhalte zu einem Unterscheidungsmerkmal avanciert sind und aufgrund dessen für Medienunternehmen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenzprodukten bedeuten, liegt es für Medienunternehmen nahe, diese Inhalte mehrfach zu verwenden und zu verwerten (vgl. Hess & Schulze 2004,

S.41-61). Inhalte bzw. Content sind für Medienunternehmen eine „strategisch bedeutsame Ressource“ (Hess & Schulze 2004, S.42), die Nutzung dessen gilt es also möglichst effizient umzusetzen, um daraus die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Die Effizienz der Nutzung wird gesteigert, „wenn der gleiche Output mit einem geringeren Einsatz an Inputfaktoren bzw. wenn mit einem gegebenen Einsatz an Inputfaktoren ein größter Output erzielt werden kann“ (Hess & Schulze 2004, S.42). Die Mehrfachnutzung von Content kann auf zwei unterschiedliche Weisen stattfinden: Zum einen die mehrfache Verwendung innerhalb des Unternehmens und zum anderen die mehrfache Verwertung von Inhalten am Markt. Die mehrfache Verwertung auf Seiten des Markts kann auf der Ebene der Bündelung stattfinden, aber auch auf der Stufe der Distribution, oder beide Ebenen verbindend (vgl. Hess & Schulze 2004, S.42).

Mit Blick auf die unternehmensinterne Mehrfachverwendung von Content lassen sich zwei Bündelungsstrategien differenzieren, sie unterscheiden sich anhand der angebotenen Produktanzahl – Versionierung genannt - „sowie der Spezifität von in den Bündelungsprozess einbezogenen Kundeninformationen“ (Hess & Schulze 2004 S.43) - Individualisierung genannt. In Hinsicht auf die mehrfache Verwertung von Content können unterschiedliche Formen des Vertriebs über unternehmenseigene bzw. fremde Strukturen als Bezugspunkte für Distributionsstrategien festgehalten werden (vgl. Hess & Schulze 2004 S.43).

3.4 Zwischenergebnis

Zusammenfassend lässt sich an dieser Stelle festhalten, dass Medienunternehmen verschiedene Strategien nutzen, um Risiken vor, während und nach der Produktion von Mediengütern zu reduzieren. Auf Ebene der Unternehmensplanung nutzen Unternehmen Strategien, um Wettbewerbsvorteile besser zu nutzen und um weiterhin konkurrenzfähig am Markt agieren zu können. TV-Sender agieren bereits bei der Contentbeschaffung strategisch, um Kosten zu sparen und Unsicherheiten zu vermeiden. Aus diesem Grund haben sich vielfältige

Netzwerkstrukturen innerhalb der Fernsehbranche entwickelt. Mittels Eigen- oder Auftragsproduktion nutzen TV-Sender entweder unternehmenseigene Ressourcen oder aber sie gehen strategische Allianzen mit anderen Unternehmen ein, um unternehmensexterne Ressourcen zu verwenden. Des Weiteren vermeiden TV-Sender Unsicherheiten bei der Produktion von Unterhaltungsangeboten, indem sie durch eine Kategorisierung von Inhalten (Genre und Gattung) die Risiken im Produktions- sowie Rezeptionsprozess minimieren. Mittels Imitation von bereits bestehenden Formaten werden Entwicklungs- sowie Produktionskosten gespart und das Risiko reduziert, dass das Unterhaltungsangebot vom Publikum nicht positiv angenommen wird. Das Konzept der Serialität von Unterhaltungsangeboten unterstützt diese Strategie, indem das Unternehmen effizienter planen kann. Durch den Einsatz von berühmten Persönlichkeiten werden weitere Unsicherheiten beseitigt, sowie die Möglichkeit geschaffen, ein größeres Publikum zu erreichen.

Auf Ebene der Unternehmensplanung nutzen Medienunternehmen durch die Mehrfachnutzung von Content strategische Vorteile, Ressourcen werden hier effizient genutzt, um einen höheren Output generieren zu können. Mittels der Diversifikation erweitern Medienunternehmen, zum Teil cross-mediär, ihr Produktportfolio und treten in andere Medienteilmärkte ein. Die Ausführungen bezüglich Diversifikation (Kap. 3.3.2.1) und Mehrfachnutzung von Content (Kap. 3.3.2.2) sind hier aufgrund des Rahmens der Arbeit sehr knapp gehalten.

4 Darstellung der untersuchten Medienformate

Nachdem die Grundkenntnisse der Satire dargelegt wurden und die Relevanz der satirischen Darstellung von politischem sowie gesellschaftlichem Geschehen im aktuellen Medienkontext erläutert wurde, behandelt das vorliegende Kapitel die untersuchten Medienformate. Zuerst werden die Online-Formate *der-postillon.com* (4.1) und *dietagespresse.com* (4.2) betrachtet. Anschließend werden die TV-Sendungen *Tagespresse aktuell* (4.3) und *heute show* (4.4) vorgestellt.

4.1 *Der Postillon* (www.der-postillon.com)

Das Online-Satireportal *Der Postillon* wurde im Oktober 2008 von Stefan Sichermann gegründet. Inspiriert von dem US-amerikanischen Satireformat *The Onion* schreibt Sichermann satirische Artikel über das aktuelle politische Weltgeschehen. Die Webseite erfuhr schnell eine hohe Resonanz, sodass die Werbeschaltung aufgrund der hohen Besucherzahlen genügend Geld generieren, um davon leben zu können; 2011 machte sich der ehemalige Werbetexter selbstständig (vgl. Brinkmann 2013; Jochheim 2013; Kundinger 2013). Mittlerweile arbeiten vier freie Mitarbeiter für Sichermann, und elf weitere AutorInnen verfassen unregelmäßig Beiträge für das Satireportal (vgl. Sichermann 2018).

Ähnlich wie das US-Vorbild *The Onion* weist der *Postillon* vom Aufbau und Layout der Webseite Parallelen zu einem seriösen Nachrichtenportal auf. Das Satire-Portal bietet zu folgenden Rubriken Artikel an: Politik, Wirtschaft, Sport, Leute, Medien, Wissenschaft, Panorama und Ratgeber (vgl. Sichermann 2018). So ist es nicht unverständlich, dass manche BesucherInnen auf die Seite gelangen und die Inhalte nicht sofort als Satire wahrnehmen, sondern als tatsächliche Nachrichten (vgl. Sichermann 2018; Kundinger 2013). Hinzu kommt, dass Sichermann und sein Team vor jeden Artikel „dpo“ platzieren in Anlehnung an die Abkürzung der Deutschen Presseagentur (dpa) (vgl. Sichermann 2018; Brinkmann 2013;

Kundinger 2013), was die Irritation bei den RezipientInnen verstärkt. Diese Diskrepanz zwischen humoristischen Inhalten und seriöser Aufmachung erzeugt einen für die Satire typischen Widerspruch, was die Komik der Inhalte verstärkt. *Der Postillon* fungiert als Unterhaltungsmedium und macht dabei auf humorvolle Weise auf Missstände aufmerksam.

Neben den Werbeschaltungen auf der Webseite erzielt *Der Postillon* weitere Einnahmen durch mehrere Buchpublikationen, Merchandiseverkauf, Spenden (flattr) und verschiedene Radiosendungen (auf dem deutschen öffentlich-rechtlichen Bayern 3 und dem niedersächsischen Privatsender FFN) (vgl. Jochheim 2013; Brinkmann 2014; Sichermann 2018).

Im Frühjahr 2012 lernten sich Thieß Neubert und Sichermann kennen. Neubert schlug dem Herausgeber vor, aus seinen Artikeln eine satirische Nachrichtensendung zu machen. Im Mai 2012 beauftragte Sichermann eine Produktionsfirma mit den Dreharbeiten zu *Postillon24 Nachrichten*, die zum Teil Artikel der Webseite als Vorlage nimmt, aber auch von Sichermann nur für die Sendung verfasste Beiträge zeigt (Brinkmann 2013). Die Sendung wird auf YouTube veröffentlicht. Anne Rothäuser und Thieß Neubert spielen die Nachrichtensprecher (vgl. Kohlmaier 2014). Zur Bundestagswahl 2013 ging Sichermann eine Kooperation mit Yahoo ein, es wurden weitere Kurzbeiträge gedreht, die auf dem YouTube-Kanal *Postillon24 Nachrichten* zu sehen sind, so wie auf der deutschen Plattform von Yahoo (vgl. Brinkmann 2014). Im Frühjahr 2014 wurde aus den produzierten Beiträgen eine Sendung im NDR (vgl. Kohlmaier 2014), die mittlerweile eingestellt worden ist. Rothäuser und Neubert machten aus der Sendung auch eine Live-Show, die durch Deutschland tourt (vgl. Salon kultur GmbH & Co. KG 2018).

Heute zählt *Der Postillon* zu einem der beliebtesten Satireportale im deutschsprachigen Raum (vgl. Jochheim 2013; Schröder 2014). Mit verschiedenen Preisen wurde Sichermann für seine Arbeit ausgezeichnet, darunter auch der Grimme-Online-Award in der Kategorie „Information“ (vgl. Kundinger 2013). Auf Facebook hat *Der Postillon* 2,7 Millionen Fans und nahezu

genau so viele Abonnenten (Stand April 2018) (vgl. Facebook 2018). Daher ist es nicht verwunderlich, dass die meisten RezipientInnen auch über Facebook auf Sichermanns Webseite gelangen. Dort wurden von Beginn an seine Artikel geliked und geteilt, sodass sie sich schnell verbreiteten und *Der Postillon* an Bekanntheit gewinnen konnte (vgl. Jochheim 2013). Mittlerweile hat die Webseite über 6 Millionen Besucher monatlich (vgl. SimilarWeb 2018).

4.2 Die Tagespresse (www.dietagespresse.com)

Im Mai 2013 gründete der Wiener Fritz Jergitsch das Satire-Nachrichten-Portal *Die Tagespresse* (vgl. Seidl 2014, S.84). Ziel des damaligen Wirtschaftspolitik-Studenten war es, ein Satiremagazin nach ausländischem Vorbild zu schaffen. Inspiriert von Stefan Sichermanns *Der Postillon* und dem US-Magazin *The Onion*, macht *Die Tagespresse* satirisch auf in- und ausländisches Geschehen aufmerksam, dabei legt das Portal besonderen Fokus auf Missstände in der Gesellschaft (vgl. Seidl 2014, S.85). Da Jergitsch von Beginn an die satirischen Inhalte vor allem mithilfe von sozialen Netzwerken wie Facebook verbreitet, generierte das Onlinemagazin bereits in der ersten Woche 30.000 Zugriffe (vgl. Friesenbichler 2015). Nach bereits zwei Jahren kann sich Herausgeber Jergitsch selbstständig machen und von dem Satire-Projekt seinen Lebensunterhalt bestreiten. Mittlerweile arbeiten zwei weitere Autoren, Sebastian Huber und Jürgen Marschal mit ihm, so wie neun freie Mitarbeiter (vgl. Wiener Zeitung Online 2017).

Haupteinnahmequellen sind Banner-Werbung und Native Advertising (Advertorials: als redaktionelle Beiträge erscheinende Werbebeiträge), die bereits 2015 so hoch waren, dass Jergitsch, Huber und Marschal eine GmbH gründeten (vgl. Wiener Zeitung Online 2017). Zusätzliche Profite bereiten Publikationen; 2017 erschien das vierte Buch mit einer Auswahl der besten Artikel (vgl. Mark 2017). Seit September 2016 zeigt das Wiener Theater Rabenhof *Die Tagespresse Show*, eine Art Kabarettshow aus einem Newsroom, die in der Spielzeit 2017/18

aufgrund des Erfolgs wieder in den Spielplan aufgenommen wurde (vgl. Weiss 2016; Kitsch & Kontor Theaterverein Wien 2018).

Die Tagespresse weist von Anfang an deutliche Parallelen zu ihren Vorbildern auf. So erinnerte das Layout der Seite zu Beginn ebenfalls an ein seriöses Nachrichtenmagazin. Mittlerweile wurde die Webseite neugestaltet, ist bildlastiger geworden, was diesen Eindruck abschwächt. Doch noch immer erkennt man nicht auf den ersten Blick, dass es sich um Satire handelt. Die hier entstehende Diskrepanz zwischen Inhalt und Aufmachung verstärkt den satirischen Effekt, sodass zusätzliche Komik entsteht (vgl. Seidl 2014, S.85). Unter den folgenden Themenkomplexen bietet das Satire-Portal Artikel an: Politik, Leben, Welt, Finanzen und Sport, zusätzlich gibt es eine Quiz-Rubrik (vgl. Jergitsch 2018).

Bereits 2015 sagte Jergitsch in einem Interview: „Ich würde mich gerne als eine der kritischen Stimmen im Land etablieren“ (Jergitsch zit. n. Friesenbichler 2015). Kurz darauf gewann er den Sonderpreis des Österreichischen Kabarettpreises (vgl. Weiss & Wurmlitzer 2015). 2017 wurde Jergitsch als Journalist des Jahres in der Kategorie Unterhaltung ausgezeichnet, ebenfalls gewann sein Kollege Huber einen Preis in der Kategorie Aufgefallen (vgl. ORF 2017).

Mittlerweile hat *Die Tagespresse* über 330.000 Facebook-Fans (vgl. Facebook 2018b), durchschnittlich besuchen nach eigenen Angaben über 650.000 User monatlich die Webseite (vgl. Woditschka 2018), mit einer derartigen Reichweite wird die Relevanz des Online-Mediums am österreichischen Medienmarkt besonders deutlich. Dies wurde auch dem ORF bewusst, sodass sie gemeinsam mit dem Team um Jergitsch eine Fernsehsendung entwickelten, welche im nächsten Kapitel vorgestellt wird. Die Resonanz des Unterhaltungsmediums, das satirisch/kritisch das (politische) Weltgeschehen persifliert und dabei auch Medienreflexiv vorgeht – wird seit Beginn 2018 auch international anerkannt: das *Forbes Magazine* führt Fritz Jergitsch in seiner „30 under 30 Europe“-Liste in der Rubrik Medien & Marketing auf (vgl. Woditschka 2018).

4.3 Tagespresse aktuell

Im September 2017 startete *Tagespresse aktuell* im ORF eins. Die Satire-Nachrichten-Sendung ist eine Konzeptübertragung des Online-Portals *Die Tagespresse* (vgl. Al-Youssef 2017; ORF 2017). Gründer und Herausgeber des Online-Satire-Formats, Fritz Jergitsch erarbeitete gemeinsam mit seinem Autorenteam, Sebastian Huber und Jürgen Marschal die Übertragung des Konzepts (vgl. ORF 2017). Das Team der *Tagespresse* fungiert auch hier als Autorenteam und ist gemeinsam mit Regisseur Jan Frankl hauptverantwortlich für die Produktion, wobei der ORF ihnen weitgehend freie Hand lässt (vgl. ORF 2017; Al-Youssef 2017). Die erste Staffel der Sendung wurde dienstags um 22:55 Uhr im Anschluss an die Late-Night-Show *Willkommen Österreich* ausgestrahlt (vgl. ORF 2017).

Die Sendung dauert ca. 20 Minuten und wird in Kooperation mit den Wiener Produktionsfirmen Mutterschiffilm und TV Salon am Naschmarkt produziert (vgl. ORF 2017). *Tagespresse aktuell* ist an eine klassische Nachrichtensendung angelehnt. Kabarettist Joachim Brandl spielt den fiktiven Nachrichtenmoderator Joachim Fuchs, der auf ernste Weise mit Anzug und Krawatte die satirischen Nachrichten präsentiert (vgl. ORF 2017; Al-Youssef 2017). Alle Ausführungen bezüglich des Sendungsverlaufs beziehen sich im Folgenden auf die Sendungen vom 10.10.2017 und 17.10.2017 (Episode 4 und 5 der ersten Staffel). Bereits der Sendungstrailer, der die Verwandlung eines Uhrwerks in den Mond zeigt, parodiert seriöse Nachrichtenformate. Es folgt eine Vorstellung der Nachrichtenauswahl, welche in schneller Montage aneinandergereiht ist. Die Themen werden trotz humoristischer Inhalte seriös aus dem Off angekündigt. Allerdings werden die angekündigten Themen in der Sendung meist nicht aufgegriffen. Mittels Blende wird in das Nachrichtenstudio übergeleitet. Dieses erinnert an das Setting der ORF-Nachrichtensendung *Zeit im Bild* (vgl. ohne Verfasser 2017a). Nach einem Applaus des Studiopublikums begrüßt Moderator Fuchs hinter einem Stehpult die

ZuschauerInnen. Im Anschluss folgt eine knappe Aneinanderreihung von Kurznachrichten, die mittels Fotomontagen illustriert werden. Filmschnipsel aus anderen Sendungen (zum Beispiel Interviewausschnitte) werden zwischengeschnitten. Ein fünfköpfiges Reporterteam (Magda Kropiunig, Antonia Stabinger, David Scheid, Lukas Tagwerker und Berni Wagner) ist abwechselnd in verschiedenen Einspielern zu sehen. Diese zeigen verschiedene Rubriken (z.B. Generation Why; Heimat, Heimat, Heimat) und parodieren zum Teil Formate gängiger Nachrichtensendungen (zum Beispiel Schaltungen zu Auslandskorrespondenten, Experteninterviews oder Meinungsumfragen), aber auch andere bekannte Formate aus dem TV (die Rubrik „Ö-Faktor“ ist eine Parodie der Sendung *X-Faktor*). Dabei persiflieren die Einspieler gesellschaftliche Entwicklungen Österreichs in satirischer Manier oder nehmen Bezug auf politische Ereignisse (wie zum Beispiel den Wahlkampf 2017) (vgl. ORF 2017; Al-Youssef 2017; Mark 2017). Jeder Einspieler aber auch die Vorträge des Nachrichtensprechers Brandl werden von Lachern des Studiopublikums abgerundet.

In der Presseankündigung des ORF (2017) wird Programmchefin Kathrin Zechner bezüglich des Ziels der Sendung folgendermaßen zitiert:

„Die Tagespresse steht für aktuelle, gesellschaftskritische und politische Satire“, (Zechner zit.n. ORF 2017).

Die Programmchefin verwies auf die gesellschaftliche Wichtigkeit der „österreichischen Programmfarbe im ORF“ (ORF 2017) und betont, dass dies bedeute:

„über intelligente Unterhaltung einerseits zu lachen und andererseits aktuelle Ereignisse in einem anderen Blickwinkel zu betrachten – also: Menschen zur aktiven Auseinandersetzung mit politischen und gesellschaftlichen Themen auf einer humoristischen Ebene zu bewegen.[...] Wir verbinden mit dem neuen Format das satirische Talent der Drei mit der Kraft des ORF; ein spannendes und zeitgeistiges Experiment, das wir für unser Publikum entwickelt

haben“ (Zechner zit. nach ORF 2017).

Zum Auftakt der Sendung am 19. September 2017 überzeugte *Tagespresse aktuell* mit einem Marktanteil von 20% in der relevanten Zielgruppe (ab zwölf Jahren), das sind rund 300.000 Zuschauer. Allerdings konnte die Sendung diese Quote nicht halten und lag bereits bei der dritten Sendung bei 13% in der relevanten Zielgruppe (vgl. Mark 2017). Zunächst waren zwölf Folgen der Satire-Nachrichten geplant, doch im Frühjahr 2018 gab das Team rund um Fritz Jergitsch bekannt, dass es vorerst keine zweite Staffel geben werde. Der durchschnittliche Marktanteil in der relevanten Zielgruppe (ab zwölf Jahren) lag bei 19%, das entspricht durchschnittlich ca. 240.000 Zuschauern. Daher hätte der ORF die Sendung gern mit einer zweiten Staffel fortgesetzt, doch das *Tagespresse*-Team hat sich dazu entschieden, sich wieder mehr auf ihre Webpräsenz zu konzentrieren (vgl. Mark 2018).

4.4 heute show

Im Jahr 2009 startete der öffentlich-rechtliche Fernsehsender ZDF mit der Satire-Nachrichtensendung *heute show*. „Das Setting und der Titel der Sendung, der sich an den Nachrichtenformaten des ZDF - *heute und heute journal* – orientiert, signalisieren sogleich deren inhaltlichen Kern: eine parodistische, karikierende, satirische Bearbeitung der aktuellen politischen Ereignisse“ (Gäbler 2017, S.12). Zunächst wurden zwei Pilotfolgen mit knapp einem Monat Abstand im Mai und Juni 2009 ausgestrahlt, im Herbst folgte eine Pilotstaffel, die vom 8. September bis zum 30. Dezember 2009 gesendet wurde (vgl. Gäbler 2016, S.12). Kurz darauf im Januar 2010 zeigte das ZDF die erste reguläre Staffel der *heute show*. Anfangs wurde die Show am Dienstagabend nach der Satire-Sendung *Neues aus der Anstalt* ausgestrahlt, es folgte ein Wechsel des Sendeplatz, erst mittwochs um 22:45 Uhr, und schließlich ab der dritten Staffel, die ab dem 21. Januar 2011 gesendet wurde, bekam die Show ihren regulären Sendeplatz, der bis heute anhält: Freitagabend nach der Nachrichtensendung *heute journal* um 22:30 Uhr

(vgl. Gäbler 2016, S.12). Die Sendung läuft ganzjährig mit einer Sommerpause in den Monaten Juli und August, die *heute show* ist mittlerweile seit neun Jahren im TV zu sehen.

Die Sendung dauert zwischen 30 und 45 Minuten, produziert wird sie in einem Studio der Produktionsfirma brainpool in Köln. Neben den Hauptautoren Morten Kühne und Oliver Welke, der auch den Nachrichtensprecher mimt und somit Gesicht der Sendung ist, zählen Björn Mannel und Markus Schafitel zum Kernteam der Autoren (vgl. Gäbler 2016, S.17-19). Zwar ist der Titel der Sendung eine Anlehnung an die Nachrichtenformate des ZDF, er ist aber ebenfalls eine Bezugnahme zum US-Vorbild *The Daily Show with Jon Stewart*, schließlich weist die *heute show* auch vom formalen Aufbau deutliche Parallelen auf (vgl. Gäbler 2016, S.12; Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S.71). Die Titelmusik („Breakfast Briefing“ von Terry Devine-King) und der Sendungstrailer, in dem eine sich drehende Weltkugel zu sehen ist, unterstreichen den Eindruck einer seriösen Nachrichtensendung, ebenso das zentrale Möbelstück des Studios, ein großer Schreibtisch (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S:72; Gäbler 2016, S.12). Der „Nachrichtensprecher“/ Moderator Oliver Welke sitzt bereits hinter diesem Schreibtisch. Er trägt in der Regel Anzug und Krawatte und wartet als seriöser Nachrichtenjournalist auf. Nach einer kurzen Einführung beginnt Oliver Welke die (meist) fünf ausgewählten Themen der Sendung zu diskutieren. Jedes Thema wird in der Regel mit einem Bild illustriert, oft sind diese grafisch bearbeitet oder mit einem Wortspiel oder Slogan (häufig bekannt aus Sprichwörtern oder Filmtiteln) versehen (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S:72-73; Gäbler 2016, S.12-13). Die Themen werden schließlich in einer Mischung aus tatsächlicher Faktenberichterstattung und satirischen, humorvollen Kommentaren präsentiert. Hinzu kommt ein Mix aus absurden Filmschnipseln und ironischen Einspielern (teils aus seriösen Nachrichtensendungen), wobei die schnelle Montage dieser häufig Aussagen von Politikern oder anderen Personen des öffentlichen Interesses ad absurdum führt (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S:72-73; Gäbler 2016, S.12-13). Des Weiteren präsentiert das restliche Ensemble der *heute show* Sketche beziehungsweise „Zuschaltungen“ von vermeintlichen

Außenreportagen. Dabei werden die Kollegen vom Nachrichtensprecher Welke so adressiert, dass die ZuschauerInnen schnell erkennen, dass die Aufnahmen ebenfalls im Studio vor einem Greenscreen stattfinden, was den absurden Beiträgen zusätzliche Komik verleiht (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S:72; Gäbler 2016, S.12-13). Auf diese Weise werden allseits bekannte Sequenzen gängiger Nachrichtenformate, wie zum Beispiel der Kommentar oder das Expertengespräch, karikiert. Zusätzlich runden tatsächliche Außenreportagen, häufig mit Interview-Collagen, die Sendung ab. Auffällig ist dabei, dass Oliver Welke im Gegensatz zu einem seriösen Nachrichtensprecher die Beiträge mimisch oder verbal mit Humor kommentiert, dabei erinnert er stets an das US-Vorbild Jon Stewart (vgl. Kleinen-von Königslow & Keel 2012, S:72).

Während die ersten zwei Staffeln der *heute show* nur ungefähr 1,6 Millionen ZuschauerInnen im Durchschnitt erreichten, stiegen die Quoten danach kontinuierlich an. Seit Herbst 2013 liegt die durchschnittliche Einschaltquote bei über 3,6 Millionen. Das entspricht einem Marktanteil von ungefähr 15 Prozent. In der relevanten Zielgruppe (ab zwölf Jahren) sind es ca. 1,14 Millionen ZuschauerInnen im Durchschnitt, ein Marktanteil von 12,6 Prozent (vgl. Gäbler 2016, S.19-20; Nunez Sanchez 2017). Am 13. April 2018 sahen über 4,10 Millionen Zuschauern die *heute show*, der Marktanteil in der relevanten Zielgruppe lag ebenfalls sehr hoch bei 15,1 Prozent (vgl. Krei 2018). Aufgrund dieser guten Quoten ist es nicht verwunderlich, dass die Sendung auch beim Sender ZDF als eine Art Aushängeschild für Unterhaltung gilt. Besonders das Erreichen der jüngeren Zielgruppe erfreut die Fernsehmacher sehr, wird das ZDF doch häufig noch als „Kukident-Sender“ verspottet (vgl. Gäbler 2016, S.20).

4.5 Zwischenergebnis

Der Postillon so wie *Die Tagespresse* sind beides Online-Satire-Nachrichten-Magazine, die vom Aufbau und Design her an übliche Nachrichten-Portale erinnern. Hierin besteht bereits eine satirische Aufbereitung. Beide Magazine sind

vom US-Online-Satire-Magazin *The Onion* inspiriert. Ihre Inhalte sind satirische Artikel zum aktuellen politischen und gesellschaftlichen Geschehen.

Die Magazine erreichen eine hohe Leserschaft über die Verbreitung ihres Contents via Social Media, sie genießen jedoch auch hohe Besucherzahlen über die eigenen Webseiten. Sie finanzieren sich beide über Werbeschaltungen auf ihren Webseiten. Mittlerweile haben allerdings beide Portale Bücher mit den erfolgreichsten Artikeln publiziert, außerdem generieren sie zum Teil Einnahmen über Merchandise-Verkauf.

Die *heute show* so wie auch *Tagespresse aktuell* sind Satire-Nachrichtensendungen. Beide Sendungen werden von einem öffentlich-rechtlichen TV-Sender ausgestrahlt; die *heute show* wird auf ZDF in Deutschland seit 2009 gesendet. *Tagespresse aktuell* lief auf dem ORF, wurde jedoch nach einer Staffel bereits wieder eingestellt. Beide Formate orientieren sich an üblichen Nachrichtensendungen, ihre Beiträge jedoch beschäftigen sich mit einer satirischen Aufbereitung des aktuellen politischen bzw. gesellschaftlichen Geschehen. *Tagespresse aktuell* ist eine Konzeptübertragung des Online-Portals *Die Tagespresse*, hinter der Sendung steht das gleiche Autorenteam.

5 Empirischer Teil

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, auf welche Weise die Übertragung vom Online-Satire-Nachrichten-Portal zu einer TV-Satire-Nachrichten-Sendung funktioniert und wichtiger, welche satirischen Stilmittel sich in beiden Medienformaten wiederfinden und wie diese eingesetzt werden, wird die Forschung gedoppelt. Zunächst wird in Kapitel 5.1 das Textformat *Die Tagespresse* untersucht. Damit gängige Stilmittel eines satirischen Nachrichtenportals ermittelt werden können, wird allerdings auch das bereits seit 2008 bestehende Portal *Der Postillon* untersucht und der *Tagespresse* gegenüber gestellt. Um die empirische Forschung nachvollziehbar zu machen, werden zunächst die Forschungsmethode (5.1.1), dann die Operationalisierung (5.1.2) und schließlich das Untersuchungsinstrument (5.1.3) dargestellt. Daraufhin folgen die Erhebung (5.1.4) sowie die anschließende Auswertung und der Vergleich der beiden Textformate (5.1.5). Das Kapitel 5.2 beschäftigt sich mit dem audiovisuellen Format. Hier wird, wie bei den Textformaten auch, eine etablierte TV-Satire-Nachrichten-Sendung herangezogen, um typische Stilmittel eines solchen Formats ermitteln zu können. Der Sendung *Tagespresse aktuell* wird die seit 2009 bestehende Sendung *heute show* gegenüber gestellt. Die Vorgehensweise in Kapitel 5.2 deckt sich mit der in Kapitel 5.1 und muss daher hier nicht noch einmal ausgeführt werden. In Kapitel 5.3 werden die Ergebnisse aus 5.1 und 5.2 zusammengeführt, um Hypothesen zur Beantwortung der gestellten Forschungsfragen generieren zu können.

5.1 Empirischer Teil I: Untersuchung der Textformate

5.1.1 Methode

Im Rahmen des Forschungsvorhabens werden Artikel der Satire-Nachrichten-Portale *Die Tagespresse* (www.dietagespresse.com) und *Der Postillon* (www.der-postillon.com) auf ihre satirischen Stilmittel hin untersucht. Als

Forschungsmethode wurde sich für eine qualitative Inhaltsanalyse entschieden. In Anlehnung an Meyen et al (2011) wurde ein Kategoriensystem entworfen, welches sich am Framing-Konzept orientiert (vgl. S.154-165). Sogenannte Frames stellen Deutungsmuster dar. Sie verdichten das Spektrum an Alternativen und bilden auf diese Weise mögliche Interpretationen einer Fragestellung (vgl. Meyen et al 2011, S.33-52 S.154-162). Da die „vier Elemente [des Konzepts] (Problemdefinition, Ursachenzuschreibung Bewertung und Handlungsempfehlung) [...] eine Operationalisierungsmöglichkeit für qualitative Inhaltsanalysen [bieten], die auf Deutungsmuster zielen“ (Meyen et al. 2011, S.156), wurden die Frames im Sinne des Forschungsvorhabens modifiziert, um die satirischen Aspekte der Artikel ermitteln zu können. Die Modifizierung orientiert sich dabei an den konstitutiven Merkmalen der Satire (vgl. Brummack 1971; Senn 1998; Behrmann 2002). Die Frame-Elemente bilden zugleich auch die inhaltlichen Kategorien der Analyse. Sie wurden vorab aus der Forschungsliteratur deduktiv abgeleitet und bilden so einen Rahmen, um die Analyse nachvollziehbar zu gestalten. Die Operationalisierung sowie die jeweiligen Kategorien werden im Genauerem in Kapitel 5.1.2 und 5.1.3 erläutert.

Um aus der Fülle der Artikel eine Auswahl treffen zu können, wurden jeweils lediglich zwei Artikel untersucht, die sich thematisch ähneln. Da im Jahr 2017 in Deutschland (24.09.2017) sowie auch in Österreich (15.10.2017) ein neues Parlament gewählt wurde, lag die Entscheidung nahe, sich thematisch an den jeweiligen Wahlen zu orientieren. Aufgrund dessen wurden als Untersuchungsmaterial jeweils zwei Artikel ausgewählt, die sich mit den Ergebnissen der Wahlen beschäftigen. Für das Portal *Die Tagespresse* wurden die Artikel „Regierungsbildung: Van der Bellen beauftragt Kurz mit Fertigstellung des Jus-Studiums“ (erschieden am 15.10.2017) sowie der Artikel „Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ; Neos und Pilz aus“ (erschieden am 17.10.2017) ausgewählt. Die Artikel „Fünf-Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in den Bundestag ein“ und „SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück“ (beide am 25.09.2017 erschienen) bilden das Untersuchungsmaterial des Portals *Der Postillon*.

5.1.2 Operationalisierung

Um im nächsten Schritt das Untersuchungsinstrument, also das Kategoriensystem der Analyse vorstellen zu können, muss zunächst erläutert werden, wie diese Kategorien zustande gekommen sind und auf welche Weise sie empirisch nachvollziehbar gestaltet wurden. Da die Funktionslogik der Satire im Imperativ der Indirektheit liegt (vgl. Kapitel 2), also die intendierte Botschaft in den Artikeln versteckt liegt, muss zuerst ein Verfahren zur Analyse entwickelt werden, welches es ermöglicht, die inhärente codierte Botschaft methodisch zu dechiffrieren. Damit dies gelingen kann, wurde sich an bereits bestehenden wissenschaftlichen Ansätzen und Ergebnissen orientiert. Unter Berücksichtigung von Norbert Feinäugles (1976) Darstellung zur Gestaltung, Absicht und Wirkung von Satire, Kurt Schwinds (1988) Ausführungen zu einer semiotisch orientierten Textanalyse, Mischa Senns (1998) Definitionen von Stilmitteln und Methodiken der Satire, so wie Sven Behrmanns (2002) Überlegungen zur politischen Satire und Barbara Peters (2015) Ansätzen zur Satire in journalistischer Mission wurde anhand von eigenen Überlegungen ein Framing-Konzept entworfen, welches sich an den drei konstitutiven Merkmalen der Satire orientiert (vgl. Kapitel 2). Diese drei Merkmale - das Aggressive, das Soziale und das Ästhetische - bilden die drei Hauptkategorien der inhaltlichen Analyse.

Dem aggressiven Merkmal der Satire liegt stets ein Angriff zugrunde. Als Indikatoren zur Identifizierung des Merkmals wird daher zunächst danach gefragt, auf wen oder was der Angriff abzielt. Es stellt sich die Frage nach der Identifizierung des satirischen Objekts: Zielt der Angriff auf eine Person, eine Institution oder auf ein allgemeines Verhalten ab? Im nächsten Schritt muss identifiziert werden, warum der Angriff vorgenommen wird. Hier können ebenfalls allgemeines Verhalten, Personen und Institutionen oder allgemeine Nachrichtenfaktoren - Aktualität, Frequenz, Schwellenfaktor, Eindeutigkeit, Bedeutsamkeit, Konsonanz, Überraschung, Kontinuität, Variation, Bezug zu Elite-

Nation/Person, Personalisierung und Negativität (vgl. Eilders 1997, S.35) als Indikatoren identifiziert werden. Es dreht sich hierbei also um den Anlass der satirischen Attacke. Um ferner verstehen zu können, ob der Angriff auf einer persönlichen, inhaltlichen oder thematischen Ebene funktioniert, wird nach der Stoßrichtung der Attacke gefragt. Die Identifizierung dieser Indikatoren geht auf Sven Behrmanns (2002) Ausführungen zurück (vgl. S.48): Ein persönlicher Angriff richtet sich demzufolge in erster Linie auf rein äußerliche Merkmale, wie Aussehen, Charakter, Mimik und Gestik, sowie Auftreten einer Person oder Personengruppe; ein inhaltlicher Angriff hingegen bezieht sich auf einen (politischen) Standpunkt, eine Haltung. Die Absicht des Angriffs liegt in der Offenbarung von Schwachstellen dieser Haltung oder des Standpunkts, sodass der Angriff rein inhaltlich bleibt. Um den inhaltlichen Angriff zu verstärken, wird er häufig mit einem persönlichen kombiniert (vgl. Behrmann 2002, S.48). Der thematische Angriff ist in seiner Identifizierung weitaus komplizierter, da er nach Behrmann auf einer Meta-Ebene funktioniert. Richtungsweisend hierbei ist zum Beispiel, ob eine gewisse Thematik aufgrund einer anderen untergeht, oder aber, dass im Rahmen eines Themenkomplexes falsche inhaltliche Schwerpunkte gesetzt werden; außerdem spielt eine Rolle, ob der Angriff unabhängig von der Stoßrichtung seiner Kritik über den Inhalt hinausweist (vgl. Behrmann 2002, S.48).

Um das soziale Merkmal operationalisierbar zu machen, muss identifiziert werden, welcher Missstand beziehungsweise welches Fehlverhalten angeprangert wird und warum. Als Indikator hierfür dient die Normrückbindung (vgl. Behrmann 2002, S.9-11). Die Identifizierung dieses Indikators stellt den eigentlich Angelpunkt des satirischen Angriffs dar. Es stellt sich die Frage, was genau von dem/der SatirikerIn kritisiert wird und wie es seiner/ihrer Meinung nach hätte besser laufen müssen. Auch wenn in Kapitel 2 dargelegt wurde, dass Satire nur auf Missstände aufmerksam machen will und keine Lösungsansätze liefern möchte, stellt sich dennoch die Frage nach der Position der/des SatirikerIn. Damit dies gelingen kann, wird ferner nach der Ebene der Normrückbindung gefragt. Es gilt zu identifizieren, wer mit der satirischen Botschaft erreicht werden soll: Handelt es sich um das satirische Objekt oder die RezipientInnen, oder aber fallen satirisches

Objekt und RezipientInnen zusammen, da das Angriffsziel ein allgemeines Verhalten darstellt. Weiter soll identifiziert werden, ob der Normrückbindung eine Wirkungsabsicht inne liegt. Daher wird danach untersucht, ob zum Beispiel eine Handlungsaufforderung vorliegt oder aber Einsicht beziehungsweise Erkenntnis intendiert wird.

Das dritte konstitutive Merkmal der Satire bildet die Indirektheit, es handelt sich also um das ästhetische Merkmal. Für die Operationalisierung stellt sich die Frage, ob der satirische Beitrag einen Sachverhalt ästhetisiert beziehungsweise, ob anhand einer fiktiven Thematik ein Sachverhalt indirekt thematisiert wird. Indikator hierfür ist die Frage danach, welche Art von Witz einem Artikel zugrunde liegt. Auch hier wird wieder Bezug auf Behrmanns (2002) Ausführungen genommen (vgl. S.23): handelt es sich um einen Wortwitz, also dreht es sich um Polysemie – die Mehrdeutigkeit von Worten und Wendungen oder aber um einen Gedankenwitz, der mit Gegensätzlichkeit und Logik gegenüber Unlogik einer Gedankenführung arbeitet. Weiter spricht Behrmann ebenfalls von einem szenischen Witz, der sich auf absurde und groteske Situationen und Ereignisse bezieht. Der szenische Witz findet verständlicherweise in Satire-Nachrichten-Artikeln eher weniger Eingang, da er bildhaft arbeitet. In manchen Fällen allerdings werden auch in schriftlichen Beiträgen Bilder beziehungsweise Szenen über den Text evoziert. Dies ist allerdings besonders im Falle der Berichterstattung eher selten. Als Hauptindikator für das ästhetische Merkmal werden satirische Stilmittel identifiziert (siehe Kapitel 2.2.1). Es handelt sich hierbei klassischerweise um rhetorische Figuren aber auch Methodiken der Komik. Um diese identifizieren zu können, wird sich auf Kurt Schwinds (1988) Ausführungen zur semiotischen Textanalyse sowie Mischa Senns (1998) Definitionen gestützt.

Nachdem die drei konstitutiven Merkmale der Satire operationalisiert wurden, wird im Folgenden das Kategoriensystem als Untersuchungsinstrument genauer vorgestellt.

5.1.3 Untersuchungsinstrument

Wie bereits erwähnt, stellt das Untersuchungsinstrument das Kategoriensystem der Analyse dar. Die Kategorien wurden aus der Forschungsliteratur deduktiv abgeleitet und im Prozess der Analyse fortlaufend anhand des Untersuchungsmaterials erweitert bzw. modifiziert. Mit Bezugnahme auf das Framing-Konzept von Meyen et al. (2011) wurden die vier Elemente - Problemdefinition, Ursachenzuschreibung Bewertung und Handlungsempfehlung – mittels der Operationalisierung in die drei Hauptkategorien (Angriff/ aggressives Merkmal, Normrückbindung/ soziales Merkmal und Indirektheit/ ästhetisches Merkmal) übertragen. Diese drei Hauptkategorien gliedern sich in ihre Ausprägungen, welche im Folgenden genauer vorgestellt werden. Um dem thematischen Inhalt der Artikel gerecht werden zu können, wurde den drei Merkmal-Kategorien eine allgemeine inhaltliche Kategorie mit vier Ausprägungen vorangestellt. Da natürlich formale Kriterien nicht außer Acht gelassen werden sollten, geht der allgemein inhaltlichen Kategorie eine formale Kategorie mit fünf Ausprägungen voran. Abbildung eins zeigt das Kategoriensystem. Die erste, linke Spalte ist den Kategorien vorbehalten, die beiden mittleren Spalten bilden die eigentliche Analyse beziehungsweise die Erhebung und die Interpretation der Merkmale; Erklärungen zur Erhebung finden sich in der rechten Spalte.

Die formale Kategorie bildet also den ersten Teil des Untersuchungsinstruments und gliedert sich wie folgt:

Die erste Ausprägung ist das **Erscheinungsdatum** des Artikels, das **Datum der Untersuchung** schließt daran als zweite Ausprägung an. Es folgt in der dritten Ausprägung die **Zuteilung in ein Ressort**, in welchem der Artikel auf dem Satire-Nachrichten-Portal erschienen ist. Die vierte Ausprägung fragt nach einer **Bebilderung** des Artikels. Hier wird auch danach untersucht, ob das Bild oder die Fotografie im satirischen Sinne bearbeitet wurde. Die **Länge des Artikels** in Wörtern bildet die fünfte und damit letzte formale Ausprägung.

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Erscheinungsdatum			
1.2 Datum der Untersuchung			
1.3 Ressortzuteilung			
1.4 Leseanreiz/ Bebilderung			Satirisch?
1.5 Länge des Artikels			
2 Allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1 Thematik des Artikels			
2.2 Titel des Artikels			Ist der Titel reißerisch? Liegt bereits hier ein satirisches Merkmal vor?
2.3 Aufbau des Artikels			Ähnelt der Aufbau einem seriösen Zeitungsartikel?
2.4 Aktualitätsbezug			Bezieht sich der Artikel auf ein aktuelles Ereignis?
3 Angriff/ aggressives Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht?
3.1 Wer wird angegriffen?			Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass			Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke			Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4 Normrückbindung/ Soziales Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung			Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Leser?
4.2 Wirkungsabsicht			Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5. Indirektheit/ ästhetisches Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt?
5.1 Art des Witzes			Wort- oder Gedankenwitz
5.2 Satirische Mittel			Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung?

Abbildung 1 Kategoriensystem der Text-Formate, Eigene Darstellung

Die zweite Kategorie bildet den Beginn der inhaltlichen Untersuchung und gliedert sich in drei Ausprägungen. Sie werden den drei Hauptkategorien vorangestellt und geben einen thematischen Überblick zum Artikel. Zunächst wird in der Ausprägung 2.1 nach der **Thematik des Artikels** gefragt. Ausprägung 2.2 benennt den **Titel des Artikels** und fragt zugleich nach dessen Aufmachung, also ob bereits im Titel beziehungsweise der Schlagzeile ein satirisches Merkmal vorliegt. Der **Aufbau**, also die Gliederung des Artikels, stellt Ausprägung 2.3 dar. In der Ausprägung 2.4 wird der **Aktualitätsbezug** der Artikel ermittelt.

Mit der dritten Kategorie beginnt nun die Untersuchung der satirischen Merkmale: Zunächst wird das **aggressive Merkmal** identifiziert. Dementsprechend wird der Artikel dahingehend untersucht, ob überhaupt ein **Angriff** vorliegt, dies ist die Kategorie drei. Anschließend daran wird in Ausprägung 3.1 das **satirische Objekt** festgestellt, es wird also danach gefragt, wer oder was angegriffen wird: ist das satirische Objekt eine Person, eine Institution oder aber ein allgemeines Verhalten? Darauffolgend untersucht Ausprägung 3.2 den **Anlass des Angriffs**. Hier können ein Ereignis, lediglich ein gewisses Statement, allgemeine Nachrichtenfaktoren oder aber auch eine Institution oder eine Person, beziehungsweise deren Verhalten ausschlaggebend sein. Die Ausprägung 3.3 ermittelt die **Stoßrichtung** des satirischen Angriffs. Die Untersuchung fragt hier danach, ob die Attacke auf persönlicher, inhaltlicher oder thematischer Ebene verläuft (vgl. Kapitel 5.1.2).

Im Anschluss an das aggressive Merkmal der Satire folgt mit der Kategorie vier das **soziale Merkmal**. Es dreht sich also um die **Normrückbindung**. In diesem Sinne gilt es zu identifizieren, was genau warum angeprangert wird, um die Position beziehungsweise Haltung des/der AutorIn herausfiltern zu können. Im Zuge dessen fragt Ausprägung 4.1 nach der **Ebene der Normrückbindung**: Wer soll mit der inhärenten Botschaft des satirischen Artikels erreicht werden, das satirische Objekt oder die RezipientInnen? Oder aber fallen satirisches Objekt und die Leserschaft zusammen? Anschließend ermittelt Ausprägung 4.2 die **Wirkungsabsicht** des Artikels. Sofern eine vorliegt, wird untersucht, ob der/die

AutorIn zum Beispiel eine Handlungsaufforderung oder ein Umdenken beim satirischen Objekt und bei der Leserschaft beabsichtigt.

Die Kategorie fünf widmet sich dem **ästhetischen Merkmal** des Satirischen, also der **Indirektheit**. Zunächst identifiziert diese Kategorie fünf, ob überhaupt ästhetisiert wurde, beziehungsweise ein Sachverhalt mittels Indirektheit thematisiert wird. In Folge dessen eruiert die Ausprägung 5.1 die **Art des Witzes** – liegt dem Artikel ein Gedankenwitz zu Grunde, arbeitet er mit Wortwitzen oder evoziert er gar einen szenischen Witz (vgl. Kapitel 5.1.2)? Die Ausprägung 5.2 beschäftigt sich mit den **satirischen Stilmitteln** und Methodiken, die im Artikel Verwendung finden und dadurch die satirische Intention verstärken oder untermalen. Ganz klassisch handelt es sich hierbei um die rhetorischen Figuren und satirischen Methodiken der Literaturwissenschaft. Diese wurden in Kapitel 2.2.1 genau vorgestellt und definiert, damit sie nun in den Artikeln erkannt und benannt werden können, beispielhaft seien an dieser Stelle Ironie, Verformung (mittels Verzerrung oder Verfremdung) und Parodie aufgeführt.

5.1.4 Erhebung

Im Folgenden wird die Erhebung des Untersuchungsmaterials beschrieben. Zunächst wird die Erhebung der Artikel des Online-Satire-Nachrichten-Portal *Die Tagespresse* beschrieben und anschließend die des Portals *Der Postillon*. Die untersuchten Artikel sind im Anhang wieder zu finden, sowie auch die Kategoriensysteme mit Erhebung und Interpretation.

5.1.4.1 Das Untersuchungsmaterial der *Tagespresse*

Wie bereits im Kapitel 5.1.1 erläutert wurde, bilden zwei Artikel der *Tagespresse* den ersten Teil des Untersuchungsmaterials. Beide Artikel sind dem Ressort „Politik“ entnommen (Ausprägung 1.3) und befassen sich mit den Ergebnissen der Nationalratswahl 2017 in Österreich.

Der erste untersuchte Artikel trägt die Schlagzeile „Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus“ (Die Tagespresse 2017a) (Ausprägung 2.2) und ist am 17.10.2017 (Ausprägung 1.1) erschienen. Bereits dieser Titel beinhaltet eine satirische Verfremdung, da hier auf groteske Weise verzerrt wird (Ausprägung 5.2: Entschluss der Grünen keine Koalition eingehen zu wollen, obwohl sie nicht mehr im Parlament vertreten sind). Der Artikel setzt sich aus 217 Wörtern zusammen (Ausprägung 1.5) und gliedert sich in sechs Absätze (Kategorie 6.2). Auf die Schlagzeile folgt ein Leseanreiz, der Artikel ist also mit einem Foto versehen (Ausprägung 1.4). Das Foto zeigt die damalige Spitzenkandidatin der Grünen Ulrike Lunacek. Links neben ihr ist auf dem Foto eine andere Frau zu sehen, Ulrike Lunacek werden Mikrofone von österreichischen TV-Anstalten (oe24.TV und ORF) entgegen gehalten und im linken Bildrand ist eine Kamera zu sehen. Die beiden Frauen stehen vor einer Glastür, an der ein Plakat mit der Aufschrift „Kundmachung“ hängt. Das Bild wurde nicht bearbeitet und die Tagespresse hat es der Bildagentur picturedesk.com entnommen.

Der Artikel handelt vom schlechten Abschneiden der Grünen bei der Nationalratswahl 2017 und der Reaktion der Partei auf das Ergebnis (Ausprägung 2.1), da der Artikel drei Tage nach der Wahl erschienen ist, ist somit ein deutlicher Aktualitätsbezug gegeben (Ausprägung 2.4). Der erste Absatz konstatiert den Grünen eine gefasste Haltung als Reaktion auf das Wahlergebnis und nimmt im folgenden Bezug zur Schlagzeile, in der festgehalten wird, dass die Partei eine Koalition mit anderen österreichischen Parteien ausschließt. Bereits hier zeichnet sich der satirische Angriff (Kategorie 3) ab. Er zielt auf die Partei ab (Ausprägung 3.1), der Anlass ist ihre Reaktion auf das Wahlergebnis beziehungsweise ihr vorheriges Auftreten im Wahlkampf (Ausprägung 3.2). Der Angriff erfolgt auf inhaltlicher Ebene (Ausprägung 3.3), da das Verhalten der Partei kritisiert wird. Somit wird zugleich die Normrückbindung (Kategorie 4) erkennbar, die *Tagespresse* zielt mit diesem humoristischen Beitrag auf die Grünen ab (Ausprägung 4.1) und wirft ihr einen schlechten Wahlkampf mit einer falsch besetzten Spitzenkandidatin vor. Ulrike Lunacek wird im Verlauf des Artikels auch

persönlich angegriffen (Ausprägung 3.3).

Der nächste Absatz wartet mit einem Zitat der Spitzenkandidatin auf, in dem sie behauptet, dass nicht ihre Partei aus dem Nationalrat votiert wurde, sondern die anderen Parteien auf Distanz zu ihnen gehen würden. Im Anschluss daran hält die *Tagespresse* fest, dass Lunacek das Wahlergebnis analysieren lassen möchte, danach folgt ein weiteres Zitat der Spitzenkandidatin, in welchem Lunacek dem ehemaligen Parteimitglied Peter Pilz für das schlechte Abschneiden verantwortlich macht. An dieser Stelle sollte der Leserschaft deutlich geworden sein, dass es sich bei dem Artikel um Satire handelt, die Zitate sind natürlich frei erfunden, so wie der gesamte, vorgestellte Sachverhalt. Es liegt also Indirektheit vor und somit kann das ästhetische Merkmal (Kategorie 5) bestätigt werden. Hinter dem Artikel steckt ein Gedankenwitz (Ausprägung 5.1), welcher über eine angedeutete Hybris der Partei funktioniert. Dieser Witz wird mittels verschiedener satirischer Stilmittel (Ausprägung 5.2) verstärkt. So steckt hinter dem eben angesprochenen Zitat eine Gegenüberstellung, genauer gesagt, liegt dem Zitat eine Antithese zugrunde.

Im vierten Absatz lässt das Portal den Politikexperten Peter Filzmaier zu Wort kommen, der Lunacek als die richtige Person zur Spitzenkandidatur bezeichnet. Darauf folgt eine Empfehlung zur Wahlanfechtung des Politikexperten. Dem eingebauten Zitat Filzmaiers, welches im Sinne des Satirischen erfunden wurde (Kategorie 5), liegt Spott gegenüber Lunacek verborgen (Ausprägung 5.2). Im letzten Absatz nimmt das Satire-Portal Bezug zum Bundespräsidenten Alexander van der Bellen, es sei nämlich die Hoffnung der Partei, dass dieser sie nun noch mit der Bildung einer Minderheitsregierung beauftragen würde. An dieser Stelle arbeitet der Artikel mit einer grotesken Verzerrung (Ausprägung 5.2).

Dem gesamten Artikel liegt ein ironischer Unterton inne, dieser entsteht aufgrund der verzerrten Darstellung der Reaktion der Partei (Ausprägung 5.2).

Wie bereits erwähnt, ist auch der zweite Artikel der *Tagespresse* aus dem Ressort Politik entnommen (Ausprägung 1.3). Der Artikel trägt den Titel

„Regierungsbildung: Van der Bellen beauftragt Kurz mit Fertigstellung des Jura-Studiums“ (Die Tagespresse 2017b) (Ausprägung 2.2) und wurde am 15.10.2017 veröffentlicht (Ausprägung 1.1). Da die Wahl am selben Tag stattfand, ist auch hier ein deutlicher Aktualitätsbezug gegeben (Ausprägung 2.4). Der Artikel kommt also einer Prognose gleich, da das Wahlergebnis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch nicht feststand. Bereits die Schlagzeile offenbart das Satirische: Sie verzerrt bereits die Wirklichkeit (Kategorie 5) und indirekt (Ausprägung 5.2) wird der ÖVP-Spitzenkandidat Sebastian Kurz für seinen Bildungsgrad angegriffen (Kategorie 3, Ausprägung 3.1), da dieser sein Jura-Studium unterbrochen hatte, um in der Politik Karriere machen zu können. Des Weiteren liegt der Schlagzeile ein Wortwitz zugrunde (Ausprägung 5.1): Regierungsbildung vs. Bildung(sgrad) der Regierung.

Der Artikel ist mit 114 Wörtern relativ knapp gehalten (Ausprägung 1.5). Er gliedert sich in drei Absätze (Ausprägung 2.3) und ist wie der vorherige Artikel mit einem Foto versehen (Ausprägung 1.4). Auf dem Foto sind der österreichische Bundespräsident Alexander van der Bellen und der damalige Wahlsieger (und jetzige Bundeskanzler) Sebastian Kurz zu sehen. Sie schütteln Hände und blicken beide in verschiedene Richtungen. Auch diese Fotografie ist der Bildagentur picturedesk.com entnommen und wurde vom Satire-Portal nicht bearbeitet.

Im ersten Absatz wird der Wortwitz der Schlagzeile erneut aufgegriffen und genauer erläutert: Autor und Gründer der *Tagespresse* Fritz Jergitsch konstatiert, dass der Bundespräsident den Wahlsieger mit der Bildung einer Regierung beauftragen würde: Van der Bellen käme dieser Pflicht nach, indem er den Kanzlerkandidaten dazu aufrufe, sein Studium fertig zu stellen. Somit macht der Satiriker auf die Polysemie des Worts „Regierungsbildung“ aufmerksam und greift zugleich Sebastian Kurz für sein unvollendetes Jura-Studium an. Der Anlass der Attacke ist also eine Person und ihr Bildungsabschluss (Ausprägung 3.2). Stoßrichtung des Angriffs ist daher in erster Linie persönlich, funktioniert jedoch auch auf thematischer Ebene, da die Frage aufgeworfen wird, welchen akademischen Grad ein Bundeskanzler haben sollte. Diese thematische

Stoßrichtung, also die eben genannte Frage, offenbart unmittelbar die Normrückbindung (Kategorie 4). Sie zielt ganz konkret auf das satirische Objekt, Sebastian Kurz (Ausprägung 4.1). Ferner weist die Kritik über den Vorwurf eines abgebrochenen Studiums hinaus und stellt die Frage in den Raum, wie jung ein Kanzler sein sollte. Dies wird im folgenden zweiten Absatz umso deutlicher. Denn dieser Absatz besteht aus einem fiktiven Zitat des Bundespräsidenten. Das Zitat dient zuerst der Umschreibung und Verdeutlichung des Wortwitzes, evoziert allerdings zugleich eine Szenerie in der Vorstellung der Leserschaft: „sagt er [van der Bellen] und überreicht einem verwunderten Kurz einen Studentenausweis sowie eine Uni-Wien-Umhängetasche“ (Ausprägung 5.1). Durch das Zitat wird das Alter Sebastian Kurz versinnbildlicht und die Normrückbindung offensichtlicher.

Im dritten und letzten Absatz wird der Spitzenkandidat der FPÖ, H.C. Strache (Ausprägung 3.1) auf persönlicher und inhaltlicher Ebene (Ausprägung 3.3) angegriffen. Auch Strache wird ein niedriger Bildungsstand vorgeworfen. Auf inhaltlicher Ebene bezieht sich der Autor auf die politische, rechte Haltung des Politikers: „Van der Bellen fordert hier 'rasche und zufriedenstellende Ergebnisse', vor allem im Geschichtsunterricht“.

Wie der erste untersuchte Artikel, arbeitet auch dieser mit einem ironischen Unterton, der durch fiktive Zitate und eine verzerrte Darstellung der Geschehnisse etabliert wird (Kategorie 5, Ausprägung 5.2).

5.1.4.2 Das Untersuchungsmaterial des *Postillon*

Der erste untersuchte Artikel des Satire-Portals *Der Postillon* trägt den Titel „SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück“ (Ausprägung 2.2) (Der Postillon 2017a). Der Artikel ist am 25.09.2017 (Ausprägung 1.1) im Ressort „Politik“ (Ausprägung 1.3) erschienen. 344 Wörter (Ausprägung 1.5) gliedern sich durch ein Foto (Ausprägung 1.4: Leseanreiz ist durch Bebilderung gegeben), eine Kurzzusammenfassung, darauf folgen zwei

Absätze, eine Grafik, welche der ARD-Nachrichtensendung *Tagesschau* entnommen wurde und die schlechtesten SPD-Bundestags-Wahlergebnisse zeigt, sowie vier weitere Absätze (Ausprägung 2.3). Die erste Fotografie zeigt die Führungsspitze der SPD (T. Oppermann, M. Schulz, A. Nahles, S. Gabriel) an einem Pult mit Mikrofonen und ist der Deutschen Presseagentur entnommen. Die Kurzzusammenfassung imitiert mit dem Vorsatz „Berlin (dpo)“ seriöse Zeitungsartikel. Das Kürzel „dpo“ ist eine Parodie der Abkürzung der Deutschen Presseagentur (dpa) und offenbart bereits hier den Einsatz satirischer Stilmittel (Ausprägung 5.2).

Wie die Schlagzeile vermuten lässt, handelt der Artikel vom schlechten Abschneiden der SPD bei der deutschen Bundestagswahl 2017 (Ausprägung 2.1). Da der Artikel einen Tag nach der Wahl veröffentlicht wurde, lässt sich der Aktualitätsbezug in Ausprägung 2.4 bestätigen. Mit der Behauptung, dass die Führungsspitze der SPD zurücktreten würde – was in Wahrheit nicht der Fall war – werden zugleich alle drei konstitutiven Merkmale der Satire deutlich. Denn darin verborgen, liegt der indirekte (Kategorie 5) Angriff (Kategorie 3) auf die SPD, nicht die vollständigen Konsequenzen aus dem Wahlergebnis zu ziehen. Dieser Vorwurf ist als die Normrückbindung zu identifizieren (Kategorie 4). Der satirische Angriff richtet sich also gegen die Führungsspitze der SPD (Ausprägung 3.1).

Im Verlauf des Artikels lässt der *Postillon* Martin Schulz, Sigmar Gabriel und Thomas Oppermann zu Wort kommen. Inhaltlich bescheinigen die Zitate den Politikern Einsicht, sodass jeder einzelne bekräftigt Verantwortung übernehmen zu wollen und daher zurücktrete („Ich übernehme Verantwortung für den trostlosen Wahlkampf“ - M. Schulz, „Jetzt müssen junge Leute her“ - S. Gabriel). Die Zitate sind im satirischen Sinne erfunden und verdeutlichen die Normrückbindung (Kategorie 4). Der *Postillon* fordert die SPD indirekt auf, ihre Führungsspitze neu zu gestalten (Ausprägung 4.2). Die Normrückbindung bezieht sich also direkt auf das satirische Objekt, die SPD-Führung (Ausprägung 4.1).

Als Anlass des Angriffs ist das Ereignis der Wahl festzuhalten, sowie die Reaktion

der SPD auf das Wahlergebnis (Ausprägung 3.2). Die Stoßrichtung der Attacke verläuft auf inhaltlicher Ebene (Ausprägung 3.3), da die SPD-Führung in ihrem Handeln bezüglich des Wahlergebnisses angegriffen wird. Allerdings erfolgt auch ein persönlicher Angriff auf Thomas Oppermann: „Ich bin sowieso nur ein seltsamer blasser Typ mit äußerst flexibler Meinung, von dem keiner weiß, wie er in die Parteispitze geraten ist“. Dieser persönliche Angriff lässt sich jedoch auch als Metapher für die gesamte Führungsspitze interpretieren.

Die sich ähnelnden Zitate, welche der *Postillon* den Politikern in den Mund legt, verstärken den Vorwurf, der im Satirischen verborgen liegt. Mit einer sich wiederholenden Wortwahl („Funken Anstand“) zeichnet sich weiter das ästhetische Merkmal ab (Kategorie 5). Durch das Aufgreifen der Abkürzung „dpa“ und der Veränderung hin zu „dpo“ wird der parodistische Charakter des Artikels einmal mehr deutlich. Seriosität wird erweckt, was den Gedankenwitz (Ausprägung 5.1) verstärkt. Der Witz arbeitet mittels einer Übertreibung, schließlich beschloss die SPD-Spitze nicht ihren Rücktritt, sondern den Werdegang in die Opposition.

Im letzten Absatz zeigt sich schließlich ganz offensichtlich die Haltung des *Postillon*: Es herrsche Einigkeit unter den führenden Politikern, dass die neue Spitze von der Parteibasis demokratisch neu aufgestellt und gewählt werden würde. Die Satire-Zeitung fordert hier indirekt dazu auf, dass sich die Partei neu aufzustellen habe und dabei basisdemokratisch vorgehen sollte, um zu ihren ursprünglichen Werten zurückkehren zu können (Kategorie 4). Spätestens an dieser Stelle offenbart sich der ironische Unterton des Artikels (Ausprägung 5.2).

Auch der zweite untersuchte Artikel des *Postillon* ist am 25.09.2017 (Ausprägung 1.1) erschienen und dem Ressort „Politik“ entnommen (Ausprägung 1.3). Thematik des Artikels (Ausprägung 2.1) ist abermals das Wahlergebnis der Bundestagswahl 2017, daher ist auch hier ein deutlicher Aktualitätsbezug gegeben (Ausprägung 2.4). Auch hier ist via Bebilderung ein Leseanreiz gegeben (Ausprägung 1.4). Das Bild zeigt eine Säulengrafik zum Wahlergebnis und wurde vom *Postillon* bearbeitet: ein roter Pfeil zeigt auf den Balken, welcher die Prozente aller sonstigen Parteien darstellt. Da der Artikel vom Abschneiden des angeblichen

Parteienbündnis der Grauen handelt (Ausprägung 2.1), stellt der Pfeil eine passende Bearbeitung dar und untermauert den Titel des Artikels: „Fünf-Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in den Bundestag“ (Ausprägung 2.2) (Der Postillon 2017b).

Der Artikel besteht aus 244 Wörtern (Ausprägung 1.5). Eine Kurzzusammenfassung leitet in den Artikel ein, dieser gliedert sich in drei weitere Absätze (Ausprägung 2.3). Wie beim vorherigen Untersuchungsgegenstand wird auch hier mit dem Vorsatz „Berlin (dpo)“ gearbeitet, wodurch der Eindruck eines seriösen Zeitungsartikels erzeugt wird. Der Artikel stellt die Behauptung auf, dass die sonstigen Parteien (alle Kleinparteien) mit einem Bündnis in den Bundestag einziehen würden, da sie gemeinsam über die Fünf-Prozent-Hürde gekommen seien. Im Verlauf des Artikels macht der *Postillon* die unterschiedlichen Positionen der Parteien deutlich und weist daraufhin, dass es das Bündnis aufgrund dessen nicht einfach hatte, die Hürde zu überwinden (vgl. Absatz 2). Der letzte Absatz gibt die voraussichtlichen Sitze im Bundestag bekannt und listet die Namen der Parteien, welche unter Sonstige fallen, auf.

Die benannte Schlagzeile offenbart abermals die Indirektheit des Satirischen (Kategorie 5): Es gibt kein Bündnis der sonstigen Parteien und diese ziehen auch nicht in den Bundestag ein. Der Artikel verformt im Sinne des Satirischen die Tatsachen des Wahlergebnisses und arbeitet dabei mit einem Gedankenwitz: Was wäre wenn. Mittels Ironie werden gesellschaftliche Verhältnisse (Fünf-Prozent-Hürde, Parteienbündnis) ad absurdum geführt: Es wird auf groteske Weise verformt (Ausprägung 5.2). Dies wird mittels der Parodie eines seriösen Zeitungsartikels („Berlin (dpo)“) verstärkt. Das ästhetische Merkmal kann also bestätigt werden. Die Frage danach, ob und wer hier eigentlich angegriffen wird (Kategorie 3) sowie die Frage nach der Normrückbindung (Kategorie 4) lassen sich weitaus schwieriger beantworten. Die eigentliche Kritik liegt im Artikel verborgen, sodass er zunächst lediglich unterhaltend wirkt. Auf den ersten Blick möchte man meinen, richte sich der Angriff gegen die Kleinparteien (Kategorie 3, Ausprägung 3.1), als Anlass wäre das Ereignis der Wahl zu identifizieren

(Ausprägung 3.2). So ist dies auch der Anlass der Attacke, jedoch richtet sie sich bei genauerer Untersuchung nicht gegen die Kleinparteien. So offenbart das Zitat „Offenbar haben die Wähler es belohnt, dass wir ihnen nach vier weiteren Jahren der großen Koalition eine – entschuldigen Sie, ich meine fünfunddreißig klare Alternativen zur Regierungspolitik angeboten haben“ den eigentlichen Knackpunkt des Artikels. *Der Postillon* richtet sich hier ganz deutlich an die Leserschaft beziehungsweise an die Wähler und wirft die Frage auf, warum deutsche BürgerInnen die Kleinparteien wählen. Der Angriff richtet sich also gegen die Wählerstimmen, die aus Protest eine der sonstigen Parteien gewählt haben. Der/die Wähler/in beziehungsweise das Wahlverhalten kann also als satirisches Objekt identifiziert werden (Ausprägung 3.1). Daher ist die Stoßrichtung der Attacke auch auf thematischer Ebene einzuordnen (Ausprägung 3.3). Schließlich bezieht sich die Normrückbindung (Kategorie 4), ergo der Vorwurf gegenüber dem Wählerverhalten auf eine Thematik, die über den Artikel hinausweist. Auf der Ebene der Normrückbindung bilden satirisches Objekt und die Leserschaft eine Einheit. Der Artikel kritisiert also ProtestwählerInnen und liefert indirekt einen Denkanstoß zum Wahlverhalten (Ausprägung 4.2).

Somit arbeitet der Artikel weitaus subversiver als das vorherige Untersuchungsmaterial. Das Satirische ist zwar offenkundig, die eigentliche Intention jedoch zeigt sich erst bei genauerer Betrachtung.

5.1.5 Auswertung und Vergleich

Wie die Erhebung gezeigt hat, sind alle Artikel des Untersuchungsmaterials dem Satirischen zuzuordnen. Die *Tagespresse* sowie der *Postillon* werden mit ihren unterschiedlichen Beiträgen zu den jeweiligen Wahlergebnissen ihrem Anspruch, ein Satire-Nachrichten-Portal zu sein, gerecht. Beide Portale greifen aktuelle Ereignisse auf und verarbeiten diese auf satirische Weise. Dabei beziehen sie sich auf Themen des politischen Geschehens und verarbeiten diese auf indirekte Weise. Anhand von rhetorischen Stilmittel wird ästhetisiert.

Auf formaler Ebene (Kategorie 1) unterscheiden sich die Artikel lediglich durch ihre Länge (Ausprägung 1.5). Während die *Tagespresse* mit kurzen Artikeln ihre satirischen Nachrichten knapp gestaltet, wartet der *Postillon* mit einem größerem Umfang an Information auf. Ebenfalls zu erwähnen ist, dass beide Artikel des *Postillon* bereits einen Tag nach der Wahl veröffentlicht wurden. Die *Tagespresse* hingegen veröffentlichte einen Artikel am Tag der Wahl und den zweiten drei Tage später. Die formale Parodie, die vom *Postillon* vorgenommen wird, mittels des Vorsatzes „Berlin (dpo)“, welcher für seriöse Zeitungsartikel gängig ist, lässt die *Tagespresse* aus, was hier den Eindruck an Seriosität abschwächt.

Alle vier Artikel funktionieren über eine verformende Darstellung (Ausprägung 5.2): Um die Intention des Satirischen zu verdeutlichen, werden Tatsachen verfremdet oder verzerrt. Dabei ist Ironie das tragende Stilmittel. Die Artikel arbeiten hauptsächlich über Gedankenwitze, um die Leserschaft zum Lachen anzuregen. Auffällig ist, dass in beiden Beiträgen der *Tagespresse* mit Spott auf persönlicher Ebene angegriffen wird (1. Artikel: Lunacek wird als unsichtbar bezeichnet; 2. Artikel Kurz & Strache werden für Bildungsgrad kritisiert). Während die Artikel des *Postillon* ihre satirischen Angriffe inhaltlich und auch thematisch gestalten, arbeitet die *Tagespresse* hingegen auf persönlicher Ebene. Zwar dienen diese persönlichen Angriffe dem Zweck eines inhaltlichen Angriffs, ihre verspottende Qualität verliert dadurch jedoch nicht an Wirkung.

Die Formulierungen der Schlagzeilen weisen in allen vier Artikeln bereits auf das Satirische hin (Kombination der Ausprägung 2.2 und 5.2): Sie verzerren Tatsachen und implizieren indirekt einen Angriff. Dabei sind sie so gestaltet, dass die RezipientInnen zum Lesen angeregt werden. Im Falle des Artikels des *Postillon* zum Abschneiden der SPD geschieht dies über eine Übertreibung und im zweiten Artikel des *Postillon* mittels einer grotesken Verfremdung. Die *Tagespresse* nutzt bei dem Artikel zum Abschneiden der Grünen eine ähnlich groteske Verformung. Die Schlagzeile des Artikels zur Regierungsbildung geht ähnlich vor, benutzt jedoch für die Verformung einen Wortwitz als Aufhänger. Hier muss noch erwähnt

werden, dass die *Tagespresse* bei den Formulierungen ihrer beiden Schlagzeilen extremer vorgeht als der *Postillon*. Dies soll heißen, dass die Schlagzeilen der *Tagespresse* so formuliert sind, dass die RezipientInnen beim ersten Lesen bereits erahnen können, dass es sich hier um Satire handelt. Dies ist auch zutreffend bei dem *Postillon*-Artikel „Fünf-Prozent-Hürde geschafft:..“.

Am auffälligsten sind allerdings die Unterschiede hinsichtlich der vierten Kategorie, also die Differenzen bezüglich der Normrückbindung. Während in beiden Artikeln des *Postillon* eine Wirkungsabsicht zu erkennen ist, wodurch eine klare Haltung des Satire-Magazins deutlich wird, ist dies allenfalls beim Artikel der *Tagespresse* über das Abschneiden der Grünen der Fall. Allerdings bleibt auch hier lediglich der Vorwurf bestehen, die Partei hätte schlechten Wahlkampf betrieben und keine wählbare Position bezogen. Es besteht keine Aufforderung gegenüber der Partei. Im Artikel des *Postillon* zum Wahlergebnis der SPD hingegen liegt die offenkundige Aufforderung zum Rücktritt der Parteispitze.

Der Artikel „Regierungsbildung...“ der *Tagespresse* wirft zwar die Frage auf, was für einen Bildungsgrad ein zukünftiger Kanzler haben sollte, jedoch wird darauf nicht genauer eingegangen. Der im Artikel verborgene Angriff bleibt in erster Linie unterhaltend und oberflächlich, da die Position nicht weiter erläutert wird. Ganz anders verhält es sich mit dem Artikel des *Postillon* zum Abschneiden der sonstigen Parteien. Auch wenn der Artikel bei der ersten Betrachtung zunächst nur rein unterhaltend wirkt, verbirgt sich in dem Angriff ein Anstoß zu einer weiterführenden Diskussion, nämlich die Diskussion über ProtestwählerInnen beziehungsweise das allgemeine Wahlverhalten der deutschen BürgerInnen. Somit wird auch eine Position des Magazins deutlich.

Nachdem die Artikel ausgewertet und miteinander verglichen wurden, folgt ein Zwischenergebnis, welches die Erkenntnisse zusammenfasst.

5.1.6 Zwischenergebnis

Die qualitative Inhaltsanalyse des ersten Untersuchungsmaterials hat gezeigt, dass viele Gemeinsamkeiten zwischen den Artikeln der *Tagespresse* und des *Postillon* bestehen. In ihrer satirischen Schreibweise ähneln sich die Arbeiten der beiden Magazine. Erst bei genauerer Untersuchung wird offenkundig, dass der *Postillon* bezüglich der Normrückbindung expliziter vorgeht. Das Satirische entfaltet hier eine Wirkungsabsicht in Form von Aufforderungen. Bei der *Tagespresse* ist keine genauere Wirkungsabsicht zu erkennen.

Auch in der dritten Kategorie (das aggressive Merkmal) bestehen Unterschiede: Während die *Tagespresse* mit persönlichen Angriffen die inhaltliche Attacke verstärken möchte, nutzt der *Postillon* dieses Vorgehen lediglich einmal (Angriff auf T. Oppermann) und auch hier deutet der Angriff über das Persönliche hinaus.

Hervorzuheben ist der Artikel des *Postillon* über den Einzug der sonstigen Parteien ins Parlament, da hier Leserschaft und satirisches Objekt gewissermaßen eine Einheit bilden. Die Kritik am Wahlverhalten stößt eine weiterführende Diskussion an. Zwar könnte man diesen Anstoß zu einer Diskussion auch dem Artikel der *Tagespresse* zur Regierungsbildung zugestehen, jedoch fehlt hier eine explizite Position.

Im Gebrauch von satirischen Stilmitteln weisen alle vier Artikel Ähnlichkeiten auf. Mittels Ironie, verzerrender und verformender Darstellungen werden Sachverhalte ad absurdum geführt. Wie in der Auswertung bereits dargestellt, findet bei der *Tagespresse* auch Spott Verwendung. Der *Postillon* arbeitet auch offenkundig mit Parodie. Diese Imitation eines seriösen Zeitungsartikels verleiht den Artikeln eine andere Wirkungsqualität, welche den Artikeln der *Tagespresse* fehlt.

Die festgehaltenen Erkenntnisse werden in Kapitel 5.3 mit den Ergebnissen aus

der folgenden Untersuchung der TV-Beiträge zusammengeführt.

5.2 Empirischer Teil II: Untersuchung der TV-Beiträge

5.2.1 Methode

Im Rahmen des Forschungsvorhabens werden Beiträge der Satire-Nachrichtensendungen *Tagespresse aktuell* (ORF 1) und *heute show* (ZDF) auf ihre satirischen Stilmittel hin untersucht. Als Forschungsmethode wurde sich für eine qualitative Inhaltsanalyse entschieden. Das Untersuchungsinstrument der Text-Formate (siehe Kapitel 5.1.3) wurde für die Analyse der TV-Beiträge in Anlehnung an Lothar Mikos (2015) Ausführungen zur Film- und Fernsehanalyse modifiziert. Ausgangspunkt dieser Modifizierung ist Lothar Mikos' Auffassung, dass „Filme und Fernsehsendungen als Kommunikationsmittel zu begreifen sind: Sie kommunizieren mit dem Publikum, wobei ihre Gestaltungsmittel und Techniken die kognitiven und emotionalen Aktivitäten der Zuschauer vorstrukturieren“ (Mikos 2003, S.12). Maßgeblich für die Inhaltsanalyse ist jedoch die Identifizierung der satirischen Merkmale sowie die damit zusammenhängende Identifizierung der verwendeten satirischen Stilmittel geblieben. Dementsprechend bilden die drei konstitutiven Merkmale des Satirischen auch weiterhin die drei Hauptkategorien des Untersuchungsinstruments. Diese Hauptkategorien sind auch als Frames zu verstehen, welche die satirischen Merkmale widerspiegeln. Um dem Medium TV gerecht werden zu können, wurden allerdings die Kategorien „Formales“ und „allgemein Inhaltliches“ anhand von Lothar Mikos (2015) erweitert. Diese Erweiterungen werden in Kapitel 5.2.3 genauer beschrieben. Die genaue Vorgehensweise der Analyse wird mit der Operationalisierung in Kapitel 5.2.2 erläutert.

Wie bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials der Text-Formate, wurde sich auch bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials der TV-Beiträge an den Wahlen 2017 zum Nationalrat in Österreich und zum Bundestag in Deutschland orientiert. Dementsprechend wird je ein Beitrag einer Sendung vor der Wahl und je

ein Beitrag einer Sendung nach der Wahl untersucht. Das Untersuchungsmaterial für *Tagespresse aktuell* speist sich somit aus der Sendung vom 10.10.2017 und der Sendung vom 17.10.2017. Um für den Fortlauf der Untersuchungsbeschreibung das Verständnis zu vereinfachen, werden die Beiträge wie folgt betitelt: Der Beitrag vom 10.10.2017 trägt den Titel „SMS-Verkehr“ und der Beitrag vom 17.10.2017 trägt den Titel „Ö-Faktor“, der letztere Titel ist auch der Name der Rubrik, welche regelmäßig in der Sendung vorkommt. Das Untersuchungsmaterial für die Sendung *heute show* besteht aus Beiträgen aus den Sendungen vom 22.09.2017 und vom 29.09.2017. Auch diese Beiträge werden für das Verständnis der Beschreibung betitelt: der Beitrag aus der Sendung vom 22.09.2017 trägt den Titel „AfD-Sammelalbum“ und der Beitrag vom 29.09.2017 wird mit „Wischmeyers Logbuch“ betitelt.

5.2.2 Operationalisierung

Da die drei konstitutiven Merkmale des Satirischen bereits operationalisiert wurden (siehe Kapitel 5.1.2), stellt das vorliegende Kapitel eine Beschreibung der Vorgehensweise bei der Analyse dar.

Im ersten Schritt wurde sich entschieden, die Auswahl der jeweiligen Beiträge auf die Sendungen, welche jeweils in der Woche vor der Wahl und in der Woche nach der Wahl ausgestrahlt wurden, einzugrenzen. Wie bereits erwähnt, wurden also für *Tagespresse aktuell* die Sendungen vom 10.10.2017 und vom 17.10.2017 ausgesucht; für die *heute show* waren es die Sendungen vom 22.09.2017 und die Sendung vom 29.09.2017. Die Sendungen wurden daraufhin mehrmals angesehen. Um nun im nächsten Schritt aus der Fülle der Sendungsbeiträge eine Auswahl zu treffen, wurde versucht, sich thematisch an den untersuchten Beiträgen der Text-Formate zu orientieren. Dies war jedoch nur bedingt möglich. Dementsprechend wurde sich für den Beitrag „Ö-Faktor“ aus der Sendung *Tagespresse aktuell* entschieden, da dieser, wie der Artikel „Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus“ (*Die Tagespresse*), vom

schlechten Abschneiden der Grünen bei den Nationalratswahlen in Österreich handelt. Da der Artikel „Regierungsbildung: Van der Bellen beauftragt Kurz mit Fertigstellung des Jus-Studiums“ eine Prognose darstellt, wurde sich für den Beitrag „Wischmeyers Logbuch“ aus der *heute show* entschieden, denn auch dieser ist eine Prognose. Hier war also die Stilistik für die Entscheidung maßgeblich. Die Beiträge „AfD-Sammelalbum“ (*heute show*) und „SMS-Verkehr“ (*Tagespresse aktuell*) wurden ausgewählt, da sich beide Beiträge formal ähneln: Sie werden vom jeweiligen Moderator vorgetragen und sind direkt im Studio aufgenommen.

Daraufhin wurden die Kategorien, welche zunächst deduktiv aus der Forschungsliteratur abgeleitet wurden, anhand des ausgesuchten Untersuchungsmaterial überprüft. In Anlehnung an Lothar Mikos' „Film- und Fernsehanalyse“ (2015) wurde, wie bereits erwähnt, das Untersuchungsinstrument anschließend erweitert und nach erneuter Sichtung des Untersuchungsmaterials wieder überprüft und überarbeitet (siehe Kapitel 5.2.3). Danach erfolgte wieder eine Sichtung der zu untersuchenden Beiträge. Im Zuge dessen wurden Einstellungsprotokolle der Beiträge erstellt. Um die Untersuchung nachvollziehbar zu machen, sind die Einstellungsprotokolle im Anhang wiederzufinden.

Ein Einstellungsprotokoll gliedert sich folgendermaßen: Die erste Spalte nummeriert die jeweilige Einstellung, Spalte zwei hält die Einstellungsdauer in Minuten im Verlauf der Sendung fest. Während die dritte Spalte das Bildgeschehen dokumentiert, zeigt Spalte vier die Kameraeinstellung sowie den Schnitt. Die fünfte Spalte hält den Ton fest. Spalte sechs dokumentiert die Textebene der Beiträge. Hier wurde weitestgehend versucht, den gesamten gesprochenen Text festzuhalten.

Mittels der Einstellungsprotokolle wurden anschließend die Beiträge anhand des Kategoriensystems untersucht. Dabei erfolgte eine stetige Sichtung des Untersuchungsmaterials. Im Anschluss daran wurden die Ergebnisse der

jeweiligen Untersuchung ausgewertet, verglichen und gegenübergestellt (siehe Kapitel 5.2.5).

5.2.3 Untersuchungsinstrument

Wie auch in Kapitel 5.1.3 beschrieben, stellt das Untersuchungsinstrument das Kategoriensystem der Analyse dar. Erneut bilden die drei konstitutiven Merkmale des Satirischen (Angriff/ aggressives Merkmal, Normrückbindung/ soziales Merkmal und Indirektheit/ ästhetisches Merkmal) die drei Hauptkategorien der Untersuchung. Sie gliedern sich in ihre jeweiligen Ausprägungen, die im Folgenden genauer vorgestellt werden. In Bezug auf Lothar Mikos (2015) „Film- und Fernsehanalyse“ wurden die Kategorien „Formales“ und „allgemein Inhaltliches“ hinsichtlich des Formats der TV-Beiträge mit verschiedenen Ausprägungen erweitert. Diese Erweiterung wird im Verlauf des Kapitels genauer beschrieben.

Abbildung 2 zeigt zunächst exemplarisch das Kategoriensystem der TV-Beiträge. Die erste linke Spalte ist den Kategorien mit ihren Ausprägungen vorbehalten, die beiden mittleren Spalten bilden die eigentliche Analyse beziehungsweise die Erhebung und die Interpretation der Merkmale ab; Erklärungen zur Erhebung finden sich in der rechten Spalte.

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Ausstrahlungsdatum			
1.2 Datum der Untersuchung			
1.3 Staffel + Episode			
1.4 Länge des Betrags			Angabe in Minuten
1.5 Einbettung in der Sendung			
1.6 Kameraeinstellung			

n			
1.7 Schnitt			
1.8 Bildmaterial			Ist der Beitrag direkt aus dem Studio? Wird Archivmaterial verwendet? Etc.
1.9 Musik			
2 allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1. Thematik des Beitrags			Wovon handelt der Beitrag?
2.2 Inhaltsangabe			Kurzzusammenfassung des Beitrags
2.3 Aktualitätsbezug			Bezieht sich der Beitrag auf ein aktuelles Ereignis?
2.4 Szenische Umsetzung			Monolog, Interview (mit Studiogast, Außenkorrespondent etc.), Einspieler, etc.
2.5 Akteure			Welche Personen spielen eine Rolle? Im Bild, aber auch als Thema
2.6 Darstellung der Akteure			Wie werden die gezeigten oder erwähnten Akteure dargestellt?
2.7 Rolle des Moderators der Sendung			Nimmt der Moderator Bezug zum Beitrag, kommentiert er?
2.8 vorheriger Beitrag			
2.9 anschließender Beitrag			
3 Angriff/ aggressives Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht?
3.1 Wer wird angegriffen?			Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass			Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke			Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4. Normrückbindung/ Soziales			Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?

Merkmal			
4.1 Ebene der Normrückbindung			Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Rezipient?
4.2 Wirkungsabsicht			Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5 Indirektheit/ ästhetisches Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes			Wort-, Gedanken-, oder Szenischer Witz
5.2 Satirische Mittel			Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung? In welchem Umfang?

Abbildung 2 Kategoriensystem der TV-Beiträge, Eigene Darstellung

Die formale Kategorie bildet also den ersten Teil des Untersuchungsinstrumentes und gliedert sich wie folgt:

Die erste Ausprägung (1.1) ist das **Ausstrahlungsdatum** der Sendung, das **Datum der Untersuchung** schließt daran als zweite Ausprägung (1.2) an. Es folgt in der dritten Ausprägung (1.3) die **Einordnung des Beitrags in Staffel und Episode**. Die vierte Ausprägung (1.4) fragt nach der **Länge des Beitrags** in Minuten. Ausprägung 1.5 stellt die **zeitliche Einbettung im Sendungsverlauf** dar. Darauf folgt mit der Identifizierung der **Kameraeinstellungen** die sechste Ausprägung der formalen Kategorie (1.6). Ausprägung 1.7 dokumentiert den **Schnitt**. Daran schließt das **Bildmaterial** in Ausprägung 1.8 an. Hier wird untersucht, ob Archivmaterial verwendet wurde, ob Fotomontagen im Beitrag Verwendung finden oder aber der Beitrag in der Studiosituation entstanden ist. Ausprägung 1.9 bildet den Abschluss der formalen Kategorie und fragt nach der Verwendung von **Musik** im untersuchten Beitrag.

Die zweite Kategorie fragt nach **allgemein Inhaltlichem**:

In Ausprägung 2.1 wird die **Thematik des Beitrags** kurz genannt, um in Ausprägung 2.2 eine knappe **Inhaltsangabe** des Beitrags zu geben.

Darauffolgend wird nach dem **Aktualitätsbezug** des Beitrags gefragt (Ausprägung 2.3). Ausprägung 2.4 dokumentiert die **szenische Umsetzung** des jeweiligen Beitrags. In diesem Fall wird auf Ausprägung 1.8 Bezug genommen und genauer untersucht, wie der Beitrag dargeboten ist: Ist es zum Beispiel ein Interview oder ein Monolog des Moderators, handelt es sich um eine vermeintliche Live-Schaltung oder eine bestimmte Rubrik der Sendung? Im Anschluss daran fragt Ausprägung 2.5 nach den **Akteuren**, die im Bild aber auch über den gesprochenen Text in Erscheinung treten. Ausprägung 2.6 hält die **Darstellung der Akteure** fest. Es wird also danach gefragt, wie die vorkommenden Akteure präsentiert werden: Welche Zuschreibungen machen die jeweiligen Sendungen den Akteuren? Anschließend wird die **Rolle des Moderators** (der Sendung) für den Beitrag festgehalten (Ausprägung 2.7). Die beiden letzten Ausprägungen der allgemeinen inhaltlichen Kategorie fragen nach dem **vorherigen (Ausprägung 2.8) und dem anschließenden Beitrag (Ausprägung 2.9)**. Hiermit wird Bezug genommen zu Ausprägung 1.5, um den untersuchten Beitrag im Sendungsverlauf einordnen zu können. Die Ausprägungen 2.8. und 2.9 liefern hierfür stichpunktartig einen thematischen Überblick.

Da die Kategorien drei (aggressives Merkmal/ Angriff), vier (soziales Merkmal/ Normrückbindung) und Kategorie fünf (ästhetisches Merkmal/ Indirektheit) im Untersuchungsinstrument nicht verändert wurden, wird an dieser Stelle auf das Untersuchungsinstrument der Text-Formate (Kapitel 5.1.3) verwiesen (siehe S.60).

5.2.4 Erhebung

Im Folgenden wird die Erhebung des Untersuchungsmaterials beschrieben. Zunächst wird die Erhebung der Beiträge der *Tagespresse aktuell* dokumentiert, anschließend folgt die Erhebung der Beiträge der *heute show*. Die Sendungen, welche die Beiträge enthalten, sind auf YouTube wiederzufinden, die Kategoriensysteme wurden dem Anhang beigefügt. Um die Erhebungen nachvollziehbar zu gestalten, wird im Verlauf der Dokumentationen Bezug auf die

Einstellungsprotokolle genommen, welche sich ebenfalls im Anhang befinden.

5.2.4.1 Das Untersuchungsmaterial: *Tagespresse aktuell*

5.2.4.1.1 „SMS-Verkehr“

Der erste untersuchte Beitrag der Satire-Nachrichten-Sendung *Tagespresse aktuell* ist Teil der vierten Episode der ersten Staffel (Ausprägung 1.3) und wurde am 10.10.2017 ausgestrahlt (Ausprägung 1.1). Der Beitrag wurde, wie bereits erwähnt, im Rahmen der Untersuchung folgendermaßen betitelt: „SMS-Verkehr“. Die Dauer des Beitrags beträgt 02:07 Minuten (Ausprägung 1.4). Im Sendungsverlauf ist der Beitrag zwischen Minute 04:56 bis 07:03 wiederzufinden (Ausprägung 1.5). Thematisch handelt der Beitrag von vier vermeintlichen SMS-Verläufen zwischen bekannten österreichischen Politikern. Die inhaltliche Klammer der vier SMS-Unterhaltungen ist die von Medien und Politikern viel verachtete Wahlkampfstrategie des „Dirty Campaigning“ (Ausprägung 2.1). Der Begriff wurde zum Synonym für negative Wahlkampfkampagnen und entstand, als öffentlich wurde, dass einer der Wahlkampfbeauftragten der SPÖ, Tal Silberstein anscheinend im Auftrag der SPÖ negative Facebook-Seiten über Sebastian Kurz und die ÖVP unterhielt (vgl. Ohne Verfasser 2017b). Auf diese Vorkommnisse im Wahlkampf 2017 bezieht sich der Beitrag, daher ist auch ein aktueller Bezug zu politischen Ereignissen gegeben (Ausprägung 2.3).

Der Beitrag ist in neun Einstellungen gedreht, wobei sich Studioaufnahmen in einer halbnahen Einstellung, welche den Nachrichtensprecher Joachim Fuchs am Pult stehend zeigen, mit Detailaufnahmen eines Smartphones abwechseln. Die Detailaufnahmen zeigen den SMS-Verkehr der Politiker (Ausprägung 1.6, 1.8). Der Beitrag verläuft ohne musikalische Untermalung (Ausprägung 1.9). Die SMS-Unterhaltungen der Politiker werden von Joachim Fuchs vorgelesen, die Standbilder des SMS-Verkehrs werden einfach gegen geschnitten (Ausprägung 1.7; 2.4). Der Satire-Nachrichtensprecher kommentiert die Unterhaltungen dabei nicht, nur ab und an ist ihm ein Schmunzeln zu entnehmen (Ausprägung 2.7). Der

Beitrag schließt an eine Kurzreportage über die vermeintliche Quelle des „Dirty Campaigning“ an, in dem Bericht wird die Frage beantwortet, wer hinter den Hass-Postings auf Facebook stecke (Ausprägung 2.8). Auf den Beitrag „SMS-Verkehr“ folgt die Rubrik „Ö-Faktor – Das Unpackbare“. Diese Rubrik wirft in der Sendung vom 10.10.2017 die Frage auf, ob es den „echten Sozialdemokrat[en] Christian Kern“ geben würde (Ausprägung 2.9). Neben Anchorman Joachim Fuchs treten Tal Silberstein, Christian Kern, Wolfgang Sobokta, Sebastian Kurz, Johanna Mikl-Leitner und Hans-Peter Doskozil als Akteure auf (Ausprägung 2.5).

Der erste SMS-Verkehr (Einstellung 2) findet zwischen Tal Silberstein und Christian Kern statt. Der damals amtierende Bundeskanzler fragt Silberstein, wie die „Operation 'Umfragen analysieren'“ laufe. Silberstein beantwortet dies mit: „Sehr gut, wir sind nur noch drei antisemitische Postings vom Wahlsieg entfernt. 88“. Daraufhin zeigt sich Kern überrascht, als ob er nicht wüsste, wovon die Rede sei. Silberstein entschuldigt sich daraufhin und entgegnet, dass die Umfragen schon genau analysiert worden seien. Christian Kurz wird durch die Verwendung von Umgangssprache („what de fuck“) jugendlich/ lässig dargestellt; bezüglich des „Dirty Campaigning“ verhält er sich unwissend beziehungsweise ironisch. Tal Silberstein hingegen wird als selbstironisch („88“ stellt ein chiffriertes „Heil Hitler“ dar) und bezüglich des Wahlsiegs zuversichtlich präsentiert (Ausprägung 2.6).

In Einstellung vier wird eine Unterhaltung zwischen Sebastian Kurz (Kanzlerkandidat der ÖVP) und Wolfgang Sobotka (ÖVP-Politiker, zum Zeitpunkt der Ausstrahlung Innenminister Österreichs) gezeigt. In dem SMS-Verkehr teilt Sobotka mit, dass er betrunken und aufregt sei und vorhabe, vor die Wiener-SPÖ-Zentrale zu koten. Sebastian Kurz versucht ihn davon abzuhalten. Sobotka verwendet in seinen Nachrichten Umgangssprache. Sebastian Kurz wird hier als anständiger, ordnungsbewusster Mann präsentiert. Dem gegenüber steht die Darstellung Sobotkas, welcher als trinkfreudiger, unvernünftiger Lebemann mit provokantem Blödsinn im Kopf gezeigt wird (Ausprägung 2.6).

Darauf folgt eine Unterhaltung zwischen Sebastian Kurz und der

Niederösterreichischen Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner. Während der Unterhaltung bittet Kurz Mikl-Leitner um Hilfe. Diese fühlt sich jedoch vom Kanzlerkandidaten gestört und versucht eine Unterlassung des SMS-Verkehrs zu bewirken. Dabei verschickt sie aus Versehen eine Nachricht an Kurz, die eigentlich an den ehemaligen Landeshauptmann Niederösterreichs Erwin Pröll gerichtet ist. (Einstellung 6). Mikl-Leitner schreibt dabei durchgängig im Dialekt. Ihre Wortwahl sowie der Inhalt der Nachrichten deuten an, dass sie trinkfreudig und herrisch sei. Sebastian Kurz hingegen beendet jede Nachricht mit einem „Bussi Basti“, was ihn kindlich, niedlich wirken lässt (Ausprägung 2.6).

Die letzte SMS-Unterhaltung des Beitrags wird in Einstellung acht präsentiert und findet zwischen Sebastian Kurz und Hans-Peter Doskozil (SPÖ-Politiker, zum Zeitpunkt der Ausstrahlung Minister für Landesverteidigung und Sport) statt. Doskozil berichtet Kurz davon, dass vor die SPÖ-Zentrale in Wien „defäkiert“ wurde und fragt den Kanzlerkandidaten, ob er wisse, wer es gewesen sein könnte. Kurz verneint: „Hans-Peter, klingt nach Dirty Campaigning sowas machen wir nicht LieGrü Basti“. Doskozil verwendet in seiner Nachricht anstelle einer korrekten Punktsetzung „Stopp“. Dies erweckt den Eindruck eines Telegramms, was einerseits als Bezugnahme zum damaligen Amt des Politikers verstanden werden kann oder aber ihn als unmodern, veraltet darstellen soll (Ausprägung 2.6).

In den Einstellungen eins, drei, fünf, sieben und neun ist Joachim Fuchs zu sehen, welcher die unterschiedlichen Unterhaltungen vorträgt und zwischen ihnen Einleitungen und Übergänge schafft. Er kommentiert jedoch lediglich zum Ende des Beitrags (in Einstellung 9): „Es sind verstörende Einblicke in eine verstörende Subkultur“.

Wie nicht anders zu erwarten, sind die SMS-Unterhaltungen natürlich im Sinne des Satirischen frei erfunden. Es liegt also Indirektheit vor (Kategorie 5). Obwohl die Unterhaltungen vom Nachrichtensprecher Fuchs lediglich vorgetragen werden, evozieren die Nachrichtenverläufe bei den RezipientInnen verschiedene Szenerien im Kopf. Diese Szenerien erzeugen Komik und bringen die

ZuschauerInnen zum Lachen (Ausprägung 5.1). In den vermeintlichen SMS von Sobotka finden Periphrasen Verwendung („Hab solche Kabeln“, „heut fliegen die Fetzen“ - Einstellung 4). Und der Wechsel zwischen den SMS Mikl-Leitners, welche in niederösterreichischem Dialekt verfasst sind, und Kurz stellen ein stilistisches Paradoxon dar. Diese Stilmittel verstärken die Komik (Ausprägung 5.2). Die *Tagespresse aktuell* arbeitet hier insgesamt mit dem Stilmittel der Verformung. Die SMS-Unterhaltungen sind im Rahmen der Sendung so ironisch gestaltet, dass die ZuschauerInnen verstehen, dass es sich hier um Fiktion handelt. Die Chatverläufe sind so konzipiert, dass sie in der Gesamtheit als Metapher für das Verhalten der jeweiligen Parteien bezüglich des Skandals um die Wahlkampfkampagnen funktionieren. Die Identifizierung dieser Metapher stellt zugleich auch die Normrückbindung dar (Kategorie 4). Der Beitrag wirft die Frage auf, wie Parteien miteinander im Wahlkampf umgehen sollten. Die negativen Wahlkampfagnen werden somit stark verurteilt. Auf der einen Seite wird Christian Kerns vehementes Abstreiten (Einstellung 2: „What de fuck redest du. Davon weiß ich doch nichts“) kritisiert. Und auf der anderen Seite wird das Bild des Saubermanns, welches Sebastian Kurz stets bemüht war zu suggerieren, in Frage gestellt („ich bügel noch meine Hemden“, „klingt nach Dirty-Campaigning sowas machen wir nicht“). Da es während des Skandals auf Seiten der SPÖ als auch auf Seiten der ÖVP zur Offenbarung von moralisch verwerflichen Vorkommnissen kam (vgl. Ohne Verfasser 2017b), richtet sich die Normrückbindung gegen die Führung der SPÖ als auch die der ÖVP (Ausprägung 4.1). Dementsprechend verläuft auch der satirische Angriff (Kategorie 3). Er richtet sich gleichermaßen gegen Christian Kern sowie auch Sebastian Kurz, beziehungsweise gegen das Verhalten der Führungsspitzen beider Parteien (Ausprägung 3.1). Als Anlass des Angriffs (Ausprägung 3.2) ist der Skandal um das „Dirty Campaigning“ und die Reaktionen beziehungsweise die Vertuschungsversuche der Parteispitzen festzuhalten. Der Angriff verläuft in erster Linie auf inhaltlicher Ebene (Ausprägung 3.3). In der Darstellung der Akteure liegen jedoch auch zum Teil persönliche Angriffe verborgen, diese dienen jedoch nur in erster Linie der Komik und nicht der satirischen Stoßrichtung.

5.2.4.1.2 „Ö-Faktor“

Dem zweiten Beitrag, der im Rahmen des Forschungsvorhaben bezüglich der Sendung *Tagespresse aktuell* untersucht wurde, wurde „Ö-Faktor“ als Titel gegeben. Der Beitrag lief in der Sendung vom 17.10.2017 (Ausprägung 1.1), welche die fünfte Episode der ersten Staffel ist (Ausprägung 1.3). „Ö-Faktor“ dauert 02:02 Minuten (Ausprägung 1.4), und findet im Sendungsverlauf zwischen Minute 02:35 und Minute 04:37 statt (Ausprägung 1.5). Der vorherige Beitrag zeigt Moderator Fuchs am Pult. Er berichtet über das Wahlergebnis und daraus resultierende Folgen für damalige ÖVP-Minister (Ausprägung 2.8). Nach „Ö-Faktor“ zeigt *Tagespresse aktuell* wieder Fuchs am Pult mit einem allgemeinen Bericht zum Abschneiden der Kleinparteien (Ausprägung 2.9).

Der Titel „Ö-Faktor“ ist auch der Name der Rubrik („Ö-Faktor: Das Unpackbare“), unter welcher der Beitrag ausgestrahlt wurde. Diese Rubrik stellt eine Parodie der Fernsehsendung „*X-Faktor: Das Unfassbare*“ dar. „*X-Faktor: Das Unfassbare*“ ist eine US-Mysteryserie, die das Urteilsvermögen der Zuschauer testet: Unterschiedliche kurze Filme über mysteriöse Vorkommnisse werden nacheinander gezeigt, am Ende der Serie löst der Moderator auf, welche Geschichte so wirklich stattgefunden hat und welche frei erfunden ist (vgl. Ohne Verfasser 2018). Ebenso verhält es sich hier mit der Rubrik „Ö-Faktor: Das Unpackbare“ der *Tagespresse aktuell*. Der Beitrag schildert die Entwicklungen der Grünen in Österreich: Nach dem Wahlsieg Alexander van der Bellen 2016 erhoffte sich die Partei auch ein gutes Ergebnis bei den Nationalratswahlen 2017. Jedoch überwogen parteiinterne Streitigkeiten den Wahlkampf, sodass verschiedene Parteimitglieder austraten. Die österreichischen Wähler strafte die Partei ab, wodurch sie nun heute nicht mehr im Parlament vertreten ist (Ausprägung 2.1. und 2.2). Am Ende des Beitrags wird die Frage gestellt, ob dies nur ein Schauermärchen gewesen sei oder nicht (vgl. Einstellung 27). Da der Beitrag nur zwei Tage nach der Wahl ausgestrahlt wurde, ist die Ausprägung 2.3

„Aktualitätsbezug“ zu bestätigen. Joachim Fuchs, Moderator von *Tagespresse aktuell* hat in dem Beitrag keine Funktion (Ausprägung 2.7).

Dem gesamten Beitrag liegt also Parodie zugrunde (Kategorie 5, Ausprägung 5.2), womit das ästhetische Merkmal bestätigt werden kann. Mittels der Parodie entsteht der Gedankenwitz, dass die Parteigeschichte der Grünen eventuell nur erfunden sei (Ausprägung 5.1). Dieser Gedankenwitz speist sich aus einem „als ob“-Moment, welche dem gesamten Beitrag einen ironischen Unterton verleiht. Ein biblischer Vergleich (vgl. Einstellung 10-12), eine Gegenüberstellung (vgl. Einstellungen 7-9) sowie eine Übertreibung (vgl. Einstellung 23) verstärken hierbei den Gedankenwitz und erzeugen Komik (Ausprägung 5.2). In der Auflösung des Beitrags – *Tagespresse aktuell* wertet die Geschichte der Grünen als „wurscht“ (vgl. Einstellung 27), da es das österreichische Volk nun nicht mehr interessiere, was mit der Partei geschehen ist – stellt auch eine Übertreibung dar.

Der Beitrag besteht aus 27 verschiedenen Einstellungen (Ausprägung 1.6), welche sich hauptsächlich aus Archivmaterial von der Bundespräsidentenwahl 2016 und von der Nationalratswahl 2017 speisen (Ausprägung 1.8). Diese Archivaufnahmen werden im Sinne des Beitrags einfach aneinander geschnitten. Dabei wird der sinnstiftende Text des Beitrags aus dem Off gesprochen (Ausprägung 2.4). Ausnahmen sind Einstellungen eins, zwei und 27. Sie bilden die Einleitung beziehungsweise das Ende des Beitrags. Hier wird ein Mann in einem dunklen, geheimnisvollen Raum gezeigt. Der Mann stellt den Moderator der Rubrik „Ö-Faktor“ dar und dient dem Stilmittel der Parodie. Er leitet formal in die Geschichte ein und löst am Ende des Beitrags auf, ob die gezeigten Handlungen so stattgefunden haben. Einstellung 2 ist als Vorspann der Rubrik gestaltet. Der gesamte Beitrag ist mit einer spannungserzeugenden Musik hinterlegt, welche an die Originalserie „*X-Faktor*“ erinnert (Ausprägung 1.9).

Namentlich wird keines der Parteimitglieder genannt. Als Akteure (Ausprägung 2.5) treten allerdings auf: Norbert Hofer (FPÖ), Alexander van der Bellen, Ulrike Lunacek, Maria Vassilakou, Peter Pilz, Eva Glawischnig, Flora Petrik und diverse

andere Parteimitglieder sowie Wahlkampfhelfer, die nicht identifiziert wurden. Als weitere Akteure sind das Volk Österreich und die Grünen als Institution zu nennen. Insgesamt stellt der Beitrag die Partei Grüne als unbeholfen und dumm dar (vgl. Einstellung 17 bis 26). In Einstellung 7 wird Norbert Hofer als „anständiger Österreicher“ genannt. Alexander van der Bellen hingegen wird in Einstellung 8 als „drogensüchtiger Kommunist“ betitelt, hierin liegt ein persönlicher Angriff (Ausprägung 3.3). Ferner wird Hofer stellvertretend für die FPÖ als „Goliath“ bezeichnet und Ulrike Lunacek stellvertretend für die Grünen als „David“ (vgl. Einstellung 11 und 12). Des Weiteren wird Flora Petrik stellvertretend für die Jungen Grünen als kritisch bezeichnet (vgl. Einstellung 19), Eva Glawischnig auf der anderen Seite als „unkritische Chefin“ (vgl. Einstellung 20).

Wie die inhaltliche Zusammenfassung bereits andeutet, richtet sich der satirische Angriff gegen die Grünen und ihre Führungsspitze (Kategorie 3, Ausprägung 3.1). Als Anlass des Angriffs ist das schlechte Wahlergebnis der Partei festzuhalten (Ausprägung 3.2). Die Stoßrichtung der satirischen Attacke verläuft auf inhaltlicher Ebene (Ausprägung 3.2), da sie sich auf das Verhalten der Grünen im Wahlkampf bezieht. Der persönliche Angriff gegen Bundespräsident Alexander van der Bellen ist hier Mittel zum Zweck und dient der Verdeutlichung der inhaltlichen Attacke. Die Stoßrichtung der Attacke offenbart nun auch die Normrückbindung (Kategorie 4). *Tagespresse aktuell* wirft die Frage auf, warum sich eine Partei während des laufenden Wahlkampfes derart verhält und parteiinterne Probleme so hochkochen lässt, dass verschiedene Mitglieder aus der Partei austreten oder ihr Amt niederlegen (vgl. Einstellungen 19, 20 und 21). Der Beitrag richtet sich direkt an das satirische Objekt: die Grünen (Ausprägung 4.1). Mittels der Parodie verbünden sich RezipientInnen und Sendungsmacher und verlachen die Partei. Dies wird besonders deutlich in der Auflösung von „Ö-Faktor“: *Tagespresse aktuell* stellt die Behauptung auf, dass die Grünen Österreich nach der Wahl „wurscht“ seien (vgl. Einstellung 27).

5.2.4.2 Das Untersuchungsmaterial: *heute show*

5.2.4.2.1 „AfD-Sammelalbum“

Der erste untersuchte Beitrag der Satire-Nachrichten-Sendung *heute show* wurde im Rahmen des Forschungsvorhabens „AfD-Sammelalbum“ genannt. Der Beitrag ist aus der 21.Folge der Staffel 2017 (Ausprägung 1.3) und wurde am 22.09.2017 ausgestrahlt (Ausprägung 1.1). Die Dauer des „AfD-Sammelalbums“ beträgt 05:19 Minuten und findet im Sendungsverlauf zwischen Minute 03:06 und 08:25 statt (Ausprägung 1.5). Der Beitrag besteht aus insgesamt 15 Einstellungen (Ausprägung 1.5), sieben Einstellungen davon sind jedoch dieselben: Sie zeigen den Anchorman der Sendung, Oliver Welke, im Studio am Tisch sitzend in einer Halbnahen, dabei sind in der linken Bildhälfte Fotomontagen zu sehen. Diese Fotomontagen sind humoristische Bearbeitungen von Fotos der AfD-Mitglieder. Die anderen acht Einstellungen sind Einspieler und setzen sich aus Archivmaterial des ZDF und der ARD sowie YouTube-Material zusammen (Ausprägung 1.8). Die Einspieler zeigen AfD-Politiker zum Beispiel bei Wahlkampfauftritten, Parteiversammlungen und Pressekonferenzen (vgl. Einstellung 2, 4, 8, 12, 14). Im Beitrag findet Musik keine Verwendung (Ausprägung 1.9).

Thematisch handelt der Beitrag von möglichen AfD-Abgeordneten (Ausprägung 2.1), die durch die Wahl ins Parlament einziehen könnten. Da der Beitrag am Freitag vor der Bundestagswahl 2017 ausgestrahlt wurde, ist ein deutlicher Aktualitätsbezug gegeben (Ausprägung 2.3). Der Anchorman Welke stellt anhand von „Fußballsammelkarten“, welche für ein Stickeralbum vorgesehen sind, Politiker der AfD vor, welche eventuell ins Parlament einziehen könnten (Ausprägung 2.2). Die Fotosammelkarten werden als Fotomontage in das Bewegtbild geschnitten. Dabei macht der Moderator auf die rechte Gesinnung dieser Politiker aufmerksam und betont verstärkt, dass man die AfD nicht wählen sollte. Oliver Welke führt anhand der Sammelkarten einen Monolog über die verschiedenen Politiker, dabei kommentiert er die unterschiedlichen Einspieler, so

wie auch die Fotomontagen. Er macht dabei unterhaltsame Kommentare, ist aber zugleich informierend. Welke wertet jedoch auch und fordert die ZuschauerInnen dazu auf, die AfD nicht zu wählen (Ausprägung 2.7). Vor dem „AfD-Sammelalbum“ zeigt die *heute show* eine „Werbung“ für eine „Wahlreminder-App“ (Ausprägung 2.8). Im Anschluss an den untersuchten Beitrag findet ein Interview via „Live-Schaltung“ nach Berlin statt: es geht um die mögliche neue Sitzverteilung im zukünftigen Bundestag (Ausprägung 2.9).

Neben dem Moderator treten folgende AfD-Politiker als Akteure auf (Ausprägung 2.5): Alexander Gauland, Alice Weidel, Petr Bystron, Corinna Miazga, Jens Maier, Frauke Petry, Markus Frohnmaier, AfD-Anhänger beziehungsweise Wähler allgemein, sowie die Figur eines gemäßigten AfD-Mitglieds. Im Folgenden wird die Darstellung der Akteure festgehalten (Ausprägung 2.6): Die *heute show* stellt die AfD-Mitglieder in ihrer Gesamtheit als nicht wählbar dar (vgl. Einstellung 1). Im Verlauf des Beitrags wird Alexander Gauland zunächst als veraltet und faschistisch dargestellt (vgl. Einstellung 2 und 3). In Einstellung 3 wird eine Fotomontage ins Bild geschnitten, welche Gauland in einem „Darth Vader“-Kostüm zeigt, dadurch wird Gauland als etwas Böses personifiziert. Petr Bystron wird in Einstellung drei, vier und fünf als ebenfalls faschistisch dargestellt, dabei wird er außerdem als ungebildet und jüngeres Gesicht der Partei skizziert. Die Reaktion Welkes auf den Einspieler, welcher Corinna Miazga zeigt, stellt die Politikerin als unwürdig dar, denn Welke weigert sich die Sammelkarte einzukleben (vgl. Einstellung 8 und 9). Der Politiker Jens Maier wird als „AfD-Joker“ bezeichnet, hiermit wird ihm funktionelle Vielfältigkeit zugesprochen. Im Verlauf des Beitrags hebt die *heute show* seine faschistische, rechte Gesinnung hervor (vgl. Einstellung 10 und 11), dabei wird seine Berufswahl (Maier ist Richter) in Frage gestellt. Frauke Petry ist im Beitrag zwar nicht zu sehen, jedoch wirft Welke ihr vor, dass sie sich selbst widerspreche. Einstellung 12 und 13 stellen den Politiker Frohnmaier als vorlaut, größenwahnsinnig und besonders rechts dar. Darauf folgt im Beitrag die Darstellung eines gemäßigten AfD-Politikers als Mythos (vgl. Einstellung 13). Im Anschluss daran kommentiert der Beitrag die persönliche Auffassung Alice Weidels, die „Frontfrau der Gemäßigten“ zu sein. Dabei deutet

der Beitrag an, dass Weidel in dieser eigenen Auffassung falsch liege und stellt sie als unehrlich dar. Zum Ende des Beitrags hebt Anchorman Welke hervor, dass alle AfD-Anhänger und Wähler zu Deutschland dazu gehören (vgl. Einstellung 15: „So sprechen wir es aus: In Deutschland gibt es einen Markt für völkisches Denken Punkt. [...] Das ist ein Teil von uns, ja?!“). Welke vergleicht diesen Teil Deutschlands jedoch zugleich mit einer „nässenden Stelle an [s]einem linken...“, der Moderator unterbricht sich an dieser Stelle selbst und leitet zum nächsten Beitrag der Sendung über. In diesem Vergleich offenbart sich eine deutliche Wertung gegenüber dem angesprochenen Teil Deutschlands. Zugleich lässt sich hier eine Handlungsaufforderung erkennen, schließlich möchte man auch eine „nässende Stelle“ behandeln lassen.

Wie die Darstellung der Akteure sowie die inhaltliche Beschreibung bereits gezeigt hat, liegt ein satirischer Angriff (Kategorie 3) vor. Dieser richtet sich gegen die AfD allgemein und explizit gegen bestimmte Mitglieder (siehe Darstellung der Akteure) (Ausprägung 3.1). Als Anlass des Angriffs ist das Ereignis der Bundestagswahl 2017 zu identifizieren (Ausprägung 3.2). Die Stoßrichtung der satirischen Attacke (Ausprägung 3.3) verläuft in erster Linie inhaltlich, da sie sich auf die politische Position der AfD bezieht. Die *heute show* verstärkt diese inhaltliche Attacke, indem zum Teil auch auf persönlicher Ebene angegriffen wird (vgl. Einstellung 13: „Allmachtsfantasien eines 1,12m großen Hobbits“). Des Weiteren stößt die Attacke auch über die Thematik hinaus, da im weiteren Sinn die Frage aufgeworfen wird, warum die Partei in Deutschland so erfolgreich werden könnte. Mit der Aussage „in Deutschland gibt es einen Markt für völkisches Denken [...] Das ist ein Teil von uns“ wird ein thematische Überbau des Angriffs sichtbar. Der inhaltliche Angriff geht also weiter und legt die Problematik offen, dass es in Deutschland viele Menschen gibt, die bereit sind, eine offensichtlich rechte, rassistische Partei zu wählen. Mit der Identifizierung dieser thematischen Stoßrichtung wird zugleich auch die Normrückbindung (Kategorie 4) deutlich. Die *heute show* bezieht demonstrativ Stellung gegen die Partei AfD und gegen die Verharmlosung des 2. Weltkriegs (vgl. Einstellung 3). Die Sendung hebt hervor, dass Menschen, wie die im Beitrag gezeigten Parteimitglieder, in einem demokratischen Parlament

Fehl am Platz sind. Der Beitrag prangert dabei die politische Lage in Deutschland an. Auf Ebene der Normrückbindung (Ausprägung 4.1) wird sichtbar, dass sich die *heute show* mit ihren ZuschauerInnen verbündet und gemeinsam mit ihnen das satirische Objekt, die AfD, verlacht. Als Wirkungsabsicht des Beitrags (Ausprägung 4.2) ist eine klare Handlungsaufforderung zu erkennen: Die AfD nicht zu wählen.

Bezüglich des ästhetischen Merkmals (Kategorie 5) ist zu konstatieren, dass das im Beitrag gezeigte Sammelalbum frei erfunden ist. Die inhaltliche Klammer des „AfD-Sammelalbums“ funktioniert als Gedankenwitz (Ausprägung 5.1). Während des Beitrags kommen verschiedene Wortwitze zum Einsatz (vgl. zum Beispiel Einstellung 3 „Das Erwachen der Wehrmacht“; Einstellung 3 Bildunterschrift „Position rechts außen“). Der inhaltlichen Klammer des „AfD-Sammelalbums“ liegt das Stilmittel der Verformung zu Grunde, da dieses Fotosammelalbum fiktiv ist, wird hier verzerrt. Dabei wird mit Ironie gearbeitet. Sämtliche Fotomontagen, die während des Beitrags zum Einsatz kommen, stellen ebenfalls Verformungen dar. Die humoristische Aufarbeitung der Fotos und ihre Verwendung im Kontext des Beitrags erzeugen Komik. Des Weiteren finden verschiedene Vergleiche (vgl. Einstellung 2/3: „Opa erzählt vom Krieg“, Gauland als „Darth Vader“; Einstellung 13: M. Frohnmaier wird mit Hobbit verglichen; Einstellung 13: „Gemäßigter AfDler“ wird mit dem Mythos des Yeti verglichen) Verwendung. Ebenso werden Metaphern verwendet (vgl. Einstellung 9: Jens Maier = „AfD-Joker“). Diese Stilmittel dienen alle dem Satirischen und erzeugen in ihrem Sinne Komik.

5.2.4.2.2 „Wischmeyers Logbuch“

Der zweite untersuchte Beitrag der *heute show* wurde mit „Wischmeyers Logbuch“ betitelt, da der Beitrag in der Sendung selbst auch als „Wischmeyers Logbuch der Bekloppten und Bescheuerten“ benannt wird (vgl. Einstellung 1). Der Beitrag ist aus der Sendung vom 29.09.2017 (Ausprägung 1.1). Die Sendung ist die 22. Episode der Staffel 2017 (Ausprägung 1.3). 02:26 Minuten dauert der Beitrag (Ausprägung 1.4). Er findet im Verlauf der Sendung zwischen Minute 07:34 und

Minute 10:00 statt (Ausprägung 1.5). Das Einstellungsprotokoll des Beitrags im Anhang (S.165) nummeriert in der ersten Spalte nicht die Einstellungen, sondern die thematischen Übergänge anhand des Wechsels der Fotomontagen. Der Beitrag besteht nämlich nur aus vier Einstellungen, welche mittels einfachem Schnitt miteinander verbunden sind. Das Bildmaterial ist ein extra gedrehter Einspieler, welcher mit diversen Fotomontagen arbeitet (Ausprägung 1.8). Dieser Einspieler erweckt den Eindruck, eine Rubrik der *heute show* zu sein, schließlich geht ihm ein Vorspann voran (vgl. Einstellung 1), welcher musikalisch untermalt ist (Ausprägung 1.9), und er endet mit einem Abspann (vgl. Einstellung 13). Die erwähnten Fotomontagen werden zum gesprochenen Text des Moderators der Rubrik, Dieter Wischmeyer, ins Bild geschnitten und signalisieren thematische Übergänge.

Der Beitrag ist eine Prognose Wischmeyers zur möglichen Jamaika-Koalition. Da die Sendung nur fünf Tage nach der Wahl ausgestrahlt wurde, kann Ausprägung 2.3 bestätigt werden. Die Prognose Wischmeyers wird von ihm als Monolog dargeboten (Ausprägung 2.4). Die Fotomontagen werden von Wischmeyer nicht weiter kommentiert, allerdings kommentieren beziehungsweise bebildern die Montagen Wischmeyers gesprochenen Text. Oliver Welke hat im Beitrag selbst keine Funktion (Ausprägung 2.7). Der vorherige Beitrag zeigt eine satirische Werbung des Erlebnis-Dienstleister Jochen Schweizers (Ausprägung 2.9). Im Anschluss an „Wischmeyers Logbuch“ folgt ein Studiobeitrag zum SPD-Entschluss, in die Opposition zu gehen (Ausprägung 2.9).

Dieter Wischmeyer tritt in seiner Rolle als Moderator dieser Rubrik unterhaltend auf, da er die humoristische Prognose zur Jamaika-Koalition mit einem trockenen, ironischen Unterton vorträgt. In seiner Prognose nennt Wischmeyer zunächst mögliche Programmpunkte (vgl. Einstellung 3) sowie mögliche Kabinettsbesetzungen (Ausprägung 2.1, 2.4). Bei den etwaigen Kabinettsbesetzungen werden folgende Akteure (Ausprägung 2.5) angeführt: Ursula von der Leyen, Angela Merkel, Anton Hofreiter, Wolfgang Kubicki, Karl-Theodor zu Guttenberg, Sophia Thomalla und Cem Özdemir. Als weitere Akteure

können die Parteien CDU/CSU, FDP und Grüne identifiziert werden (Ausprägung 2.5). Dabei wird Ursula von der Leyen als gebärfreudig und in ihrer Position als Verteidigungsministerin fehlbesetzt dargestellt (vgl. Einstellung 4). Die Prognose Wischmeyers sieht Anton Hofreiter als neuen Verteidigungsminister vor, zugleich kommentiert Wischmeyer aber, dass auch Hofreiter eine Fehlbesetzung sei (vgl. Einstellung 5 und 6). Der FDP Politiker Kubicki wird daraufhin als trinkfreudiger Lebemensch dargestellt (vgl. Einstellung 7). Der CSU-Politiker Guttenberg wird als möglicher „Wissenschaftsminister“ genannt, dabei jedoch als unehrlich und unehrenhaft präsentiert (vgl. Einstellung 8 und 9). Sophia Thomalla wird als mögliche Ministerin für „Umwelt und Reaktorsicherheit“ vorgeschlagen, dabei wird sie mittels der Fotomontage in einem attraktiven Outfit gezeigt. Wischmeyers Prognose sieht weiter vor, dass Cem Özdemir Außenminister wird, die Prognose wertet dies positiv (vgl. Einstellung 11).

In der dritten Einstellung präsentiert Wischmeyer mögliche Programmpunkte der Jamaika-Koalition. Diese Vorstellung arbeitet humoristisch die konträr verlaufenen Positionen der vier Parteien heraus. Dabei wird mit Übertreibungen gearbeitet (Ausprägung 5.2). Zugleich offenbart sich das satirische Objekt: der Angriff zielt auf die mögliche Jamaika-Koalition (Ausprägung 3.1), beziehungsweise die unterschiedlichen Positionen der Parteien. Des Weiteren werden Ursula von der Leyen, Anton Hofreiter, Wolfgang Kubicki und Karl-Theodor zu Guttenberg persönlich angegriffen (Ausprägung 3.3). Diese persönlichen Angriffe dienen jedoch der inhaltlichen Stoßrichtung der Attacke (Ausprägung 3.2): Die Prognose kritisiert verschiedene politische Positionen (vgl. Einstellung 3: Einigung zur Obergrenze bei „1,90m pro Flüchtling“; „Außerdem soll die Ehe für alle auf sämtliche Säugetiere erweitert werden“) und offenbart die Diskrepanz zwischen den möglichen Koalitionspartnern. In dieser Diskrepanz liegt zugleich die Normrückbindung verborgen (Kategorie 4). Die Ambiguität der Positionen verurteilt, so die Prognose, die Koalition bereits zum Scheitern. Auf Ebene der Normrückbindung (Ausprägung 4.1) verbünden sich die Moderatoren der *heute show* mit den ZuschauerInnen und verlachen gemeinsam das satirische Objekt.

Da der gesamte Beitrag eine Prognose ist, kann das ästhetische Merkmal (Kategorie 5) bestätigt werden. Die Prognose stellt eine vorausschauende Sicht auf etwas dar, es findet also eine zeitliche Verschiebung statt, der der Gedankenwitz „Was wäre wenn“ zugrunde liegt (Ausprägung 5.1). Der Beitrag arbeitet dabei unter anderem mit Spott gegenüber Wolfgang Kubicki (vgl. Einstellung 7). Des Weiteren wird mehrfach auf groteske Weise übertrieben (vgl. Einstellung 3, 4, 5, 9 und 10).

5.2.5 Auswertung und Vergleich

Wie die Erhebung gezeigt hat, sind alle vier untersuchten Beiträge dem Satirischen zuzuordnen. Sowohl *Tagespresse aktuell* als auch die *heute show* zeigen in ihren Beiträgen satirische Aufbereitungen des politischen Geschehens rund um die jeweiligen Wahlereignisse.

Hinsichtlich des ästhetischen Merkmals der Satire gehen alle vier Beiträge ähnlich vor. Das tragende Mittel des Satirischen stellt die Verformung dar. Jeder der Beiträge benutzt eine fiktive Darstellung, um das Satirische zu produzieren. Dabei finden im Laufe der Beiträge weitere Stilmittel (zum Beispiel Übertreibungen und Vergleiche) Verwendung, sodass die Verformung gestärkt wird. Die verformende Darstellung wird weiter durch die Verwendung von Ironie gestützt. Die Ironie liegt bei den Beiträgen sozusagen im Inneren verborgen, dies begründet sich aus der Tatsache, dass sich die ZuschauerInnen bewusst sind, Satire-Nachrichten zu rezipieren. Aber auch wird dies durch die jeweilige Präsentation deutlich. Auffällig in der Kategorie 5 ist, dass beide Beiträge der *heute show* mit Wort- als auch Gedankenwitzen arbeiten, während die Beiträge der *Tagespresse aktuell* beide mit szenischem Witz arbeiten. „Ö-Faktor“ benutzt szenischen Witz in Kombination von Bild und Text, dabei wird der ironische Unterton verstärkt. Dem Beitrag liegt aufgrund der Parodie jedoch auch ein Gedankenwitz zugrunde. Der Beitrag „SMS-Verkehr“ verwendet die Darstellung der auftretenden Akteure, um Komik zu erzeugen. Dabei werden im Kopf der RezipientInnen Bilder evoziert, sodass hier

von szenischem Witz gesprochen werden kann.

Während beide Beiträge der *Tagespresse aktuell* persönliche Angriffe nutzen, um die inhaltliche Stoßrichtung der Attacke zu verstärken, geht die *heute show* dabei ähnlich vor. Allerdings greift die Stoßrichtung der Attacke in beiden Beiträgen über die inhaltliche Ebene hinaus und stößt auf einer thematischen Ebene fortführende Diskussionen an. Hierin liegt eine besondere Kraft der Beiträge, welche den Beiträgen der *Tagespresse aktuell* fehlen. Dies wird zunehmend deutlich, betrachtet man die Kategorie der Normrückbindung. Zwar ist allen vier Beiträgen gemein, dass sich auf Ebene der Normrückbindung die Sendungen mit den RezipientInnen gemeinsam über das satirische Objekt lustig machen, allerdings fehlt den Beiträgen „Ö-Faktor“ und „SMS-Verkehr“ jegliche Wirkungsabsicht. Die Beiträge bleiben in erster Linie unterhaltend.

Der Beitrag „SMS-Verkehr“ fiktionalisiert Verhältnisse zwischen Politikern und schafft damit eine thematische Metapher. Die thematische Klammer jedoch beruht auf Fäkalhumor, sodass das soziale Merkmal des Satirischen schon schwer zu erkennen ist. Da inhaltlich nur wenig zum Skandal über die Negativ-Kampagnen gesagt wird, bezieht der Beitrag dabei zusätzlich keine erkennbare Position. Es wird zwar das Verhalten der Parteispitzen bezüglich des „Dirty-Campaignings“ kritisiert, allerdings wird dies nicht weiter erklärt. Welches Verhalten genau gemeint ist, bleibt den ZuschauerInnen überlassen, in eigener Denkarbeit zu eruieren, da der Beitrag nicht genügend Information liefert. Auch Moderator Joachim Fuchs (Kabarettist Joachim Brandl) liefert keine Hilfestellung. Im Gegenteil, er kommentiert nicht einmal, sodass auch er keine Stellung bezieht.

Im Falle von „Ö-Faktor“ verläuft dies ähnlich. Die Grünen werden zwar für ihren schlechten Wahlkampf auf unterhaltende Weise angegriffen, tiefergehende Erklärungen versucht der Beitrag allerdings nicht zu liefern. Dies mag an der Kürze des Beitrags liegen. Betrachtet man es jedoch genauer, fällt auf, dass der Beitrag dies gar nicht intendiert. Die Auflösung von „Ö-Faktor“ ist schließlich, dass die Grünen den Österreichern nun „wurscht“ (vgl. Einstellung 27) wären.

Tagespresse aktuell stößt damit zwar auf eine ernstzunehmende Problematik, verfehlt nur leider, dies deutlich genug zu machen. Denn auch Moderator Fuchs kommentiert selbiges lediglich mit: „unpackbar und wahrlich wurscht, was den Grünen passiert ist“. Danach leitet er direkt den nächsten Beitrag ein. Auch hier wird nicht ausreichend Information geliefert und *Tagespresse aktuell* bezieht wieder keine kritische Stellung.

Betrachtet man nun die Beiträge der *heute show*, wird schnell offenkundig, dass hier auf der einen Seite eine Fülle von politischer Information geliefert wird, und auf der anderen Seite die Sendung dabei eine Position bezieht. Besonders deutlich wird dies in „AfD-Sammelalbum“. Immer wieder betont Anchorman Oliver Welke, dass diese Partei im 21. Jahrhundert nicht wählbar sei. Anhand von verschiedenen Einspielern verdeutlicht die *heute show* die rechte Gesinnung der einzelnen Parteimitglieder. Dabei greifen die Produzenten der Sendung auf unterschiedlichstes Bildmaterial zurück, verwenden auch von der AfD produziertes YouTube-Material. Oliver Welke kommentiert dabei und gibt unterhaltende Zusatzinformationen. Manchmal macht er zwar auch einfältige Witze, doch geschieht dies im Sinne der satirischen Intention. Auch die verschiedenen Fotomontagen, die ins Bild geschnitten werden, werden von Welke ebenfalls kommentiert.

In Hinblick auf „Wischmeyers Dialog“ lässt sich konstatieren, dass es sich ähnlich verhält. Nur sind es hier die Fotomontagen, die kommentieren beziehungsweise bebildern, was Dieter Wischmeyer vorträgt. Hinzu kommt die ironische Haltung Dieter Wischmeyers', sie verleiht der übertriebenen Prognose besondere Kraft. Inhaltlich bezieht Wischmeyer sich auf die differenzierten Einstellungen der Parteien (CDU/CSU, Grüne und FDP). Dabei werden die unterschiedlichen Positionen der Jamaika-Parteien besonders deutlich. Und dies führt dazu, dass den RezipientInnen die Haltung der *heute show* deutlich wird: Man sieht Schwierigkeiten bei diesen Koalitionspartnern. Diese Schwierigkeiten werden auf satirische Weise präsentiert.

Dieser Unterschied wird besonders deutlich, betrachtet man das Bildmaterial. Im Falle des Beitrags „SMS-Verkehr“ wird den Studioaufnahmen, welche Fuchs am Pult zeigen, lediglich ein animiertes Smartphone gegengeschnitten. Diese Darbietung wirkt einfallslos und unterstreicht nicht die satirische Wirkung. Die *heute show* allerdings bietet vielfältiges Bildmaterial in beiden Beiträgen mittels der Fotomontagen, die stets im Sinne des Satirischen arbeiten. Zwar verwendet *Tagespresse aktuell* im Beitrag „Ö-Faktor“ auch wesentlich mehr Bildmaterial (24 Einstellungen Archivmaterial), dieses wird jedoch benutzt, um die Handlung zu erzählen und kommentiert dabei nicht.

An dieser Stelle sei Folgendes festgehalten: Der größte Unterschied zwischen den Beiträgen der *heute show* und den Beiträgen der *Tagespresse aktuell* besteht darin, dass in Bezug auf die Normrückbindung (das soziale Merkmal) anders vorgegangen wird. Während *Tagespresse aktuell* keine klare Position bezieht, nimmt *heute show* Stellung zu dem Dargebotenen. Dies geschieht auf gestalterischer Ebene und durch Anchorman Oliver Welke. Jedoch gilt es, dies an weiterführenden Analysen zu überprüfen.

5.2.6 Zwischenergebnis

Die Auswertung hat gezeigt, dass sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten zwischen den Beiträgen der *heute show* und den Beiträgen von *Tagespresse aktuell* bestehen.

Die Gemeinsamkeiten liegen hauptsächlich in der Kategorie des ästhetischen Merkmals. Die Beiträge verwenden alle verformenden Darstellungen und Ironie, um ihre satirische Kraft zu entfalten. Dabei finden andere Stilmittel wie Metaphern, Vergleiche und Gegenüberstellungen statt, um die satirische Kraft unterhaltend zu betonen. Meist wird dabei mit Gedankenwitzen gearbeitet.

In Bezug auf das allgemein Inhaltliche ist zu konstatieren, dass die Beiträge der

heute show mit wesentlich mehr Information aufwarten. Beide Beiträge liefern politische Hintergrundinformation. Dies ist auf der anderen Seite nur im Beitrag „Ö-Faktor“ festzustellen, jedoch bezieht die *Tagespresse aktuell* dabei keine Position. „SMS-Verkehr“ dechiffriert die Information in den einzelnen SMS-Sendungen, sodass sie nur schwer zu identifizieren ist.

Mit Blick auf die Kategorie des aggressiven Merkmals ist an dieser Stelle festzuhalten, dass alle vier Beiträge bezüglich ihrer Stoßrichtung die Angriffe auf inhaltlicher Ebene vollziehen. Dabei nutzen sie alle auch persönliche Angriffe, um die inhaltlichen Attacken unterhaltend zu gestalten. „AfD-Sammelalbum“ sowie „Wischmeyers Logbuch“ gehen jedoch weiter und greifen auch auf thematischer Ebene an. Sie weisen über das eigentliche satirische Objekt hinaus und deuten dabei eine weiterführende Debatte an.

Diese thematische Ebene ist es auch, die bezüglich des sozialen Merkmals zum Tragen kommt. Hier besteht der große Unterschied darin, dass die Beiträge der *heute show* klare Positionen beziehen. Der Moderator sowie die Gestaltung des Beitrags führen dazu, dass die RezipientInnen mit einer Haltung konfrontiert werden. Diese Konfrontation bleibt bei den Beiträgen von *Tagespresse aktuell* aus. Die Beiträge „Ö-Faktor“ und „SMS-Verkehr“ kritisieren zwar und werfen dem satirischen Objekt etwas vor, der Zuschauer muss dies allerdings in Eigenleistung herausfiltern. Und selbst dies stellt sich als schwer heraus, da die Beiträge nicht ausreichend weiterführende Informationen liefern. Dies liegt bei „SMS-Verkehr“ auch an der Rolle des Moderators.

Nachdem die Ergebnisse des Untersuchungsmaterials der TV-Beiträge zusammengefasst wurden, folgt im nächsten Kapitel die Zusammenführung mit den Ergebnissen aus dem ersten Teil der Untersuchung.

5.3 Zusammenführung der Ergebnisse und Hypothesengenerierung

Um die Zusammenführung der Ergebnisse zu vereinfachen, werden an dieser Stelle die Erkenntnisse aus Kapitel 5.1 zusammengefasst: Die Erhebung und Auswertung der Online-Artikel der beiden Satire-Portale (siehe Kapitel 5.1.4 und Kapitel 5.1.5) hat gezeigt, dass sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede in der satirischen Darbietung bestehen. Die Gemeinsamkeiten überwiegen in der Kategorie 5 (das ästhetische Merkmal). Beide Portale nutzen in ihren Artikeln eine verformende Darstellung, welche mit Ironie arbeitet. Dabei verwenden sie Gedankenwitze, um den Artikeln Komik zu verleihen. *Die Tagespresse* arbeitet dabei auch mit Spott.

In Bezug auf das aggressive Merkmal (Kategorie 3) bleibt festzuhalten, dass beide Satire-Portale ihre Angriffe auf inhaltlicher Ebene gestalten. Dabei greift die *Tagespresse* auf Angriffe mit persönlicher Stoßrichtung zurück, einerseits um die inhaltlichen Angriffe zu verstärken und andererseits um den Unterhaltungswert der Artikel zu maximieren.

In der allgemeinen inhaltlichen Kategorie (Kategorie 2) liefert der *Postillon* mehr Information als die *Tagespresse*. Dies führt dazu, dass es in der vierten Kategorie (Normrückbindung) zu erheblichen Unterschieden kommt. Während die Artikel des *Postillon* eine erkennbare Position beziehen, da in ihnen eine Wirkungsabsicht deutlich wird, ist dies bei den Artikeln der *Tagespresse* nicht der Fall. Dadurch verlieren die Artikel der *Tagespresse* an Wirkungskraft und bleiben eher unterhaltend.

Stellt man nun diese Erkenntnisse den Ergebnissen aus dem zweiten Teil der Empirie gegenüber, wird deutlich, dass die Satire-Nachrichten-Sendung *Tagespresse aktuell* in ihrer satirischen Aufbereitung der Beiträge ähnlich vorgeht, wie das Satire-Portal *Die Tagespresse*:

Die beiden Beiträge der Sendung funktionieren wie auch die Artikel des Portals über einer verformende Darstellung der politischen Ereignisse. Dabei wird in den Beiträgen, also in den Artikeln in erster Linie mit Ironie gearbeitet. Andere rhetorische Stilmittel, wie Metapher und Vergleiche, werden genutzt, um die inhaltliche Aufbereitung unterhaltend zu gestalten. Dabei liegen den Artikeln wie auch den TV-Beiträgen Gedankenwitze zugrunde. Nur der Artikel „Regierungsbildung:...“ der *Tagespresse* arbeitet auch mit Wortwitz, dieser wird jedoch im Laufe des Artikels in einen Gedankenwitz erweitert.

Bezüglich des aggressiven Merkmals ist festzustellen, dass die Sendung *Tagespresse aktuell* ihre satirischen Angriffe mit einer inhaltlichen Stoßrichtung gestaltet. Dabei werden persönliche Angriffe genutzt, um Komik zu erzeugen und den inhaltlichen Angriff zu verstärken. Die *Tagespresse* geht in ihren Artikeln ebenso vor. Auch hier wird mittels persönlicher Angriffe, die inhaltliche Stoßrichtung verstärkt.

Die Beiträge „Ö-Faktor“ und „SMS-Verkehr“ liefern im Vergleich zu den Beiträgen der *heute show* weniger Information. Dies ist im Vergleich zwischen den Artikeln des *Postillon* und den Artikeln der *Tagespresse* auch der Fall. In den satirischen Artikeln des *Postillon* ist eine deutliche Normrückbindung zu erkennen. Ihnen liegt eine Wirkungsabsicht inne, was bei den Artikeln der *Tagespresse* nicht festzustellen ist. Dies ist auch auffällig im zweiten Teil der Empirie. Die *heute show* bezieht hier im Gegensatz zu *Tagespresse aktuell* deutlich Position. Besonders hervorzuheben ist, dass dem Beitrag „AfD-Sammelalbum“ ein klarer Appell zu entnehmen ist. „Ö-Faktor“ und „SMS-Verkehr“ bleiben hingegen eher unterhaltend. Die Normrückbindung tritt zwar ans Licht, jedoch bezieht die Sendung *Tagespresse aktuell* dabei keine klare Position, sodass keine Wirkungsabsicht zu identifizieren ist. Dies liegt auch an der Rolle des Moderators. Während Oliver Welke in der *heute show* informierend und unterhaltend zugleich kommentiert, trägt Joachim Fuchs in *Tagespresse aktuell* lediglich vor. Hinzukommt, dass die *heute show* in ihrer Gestaltung des Bildmaterials bereits satirische Elemente einbindet. Es wird hier mit verschiedenen Einspielern und diversen Fotomontagen

gearbeitet, welche stets durch den Moderator kommentiert werden. Dies ist in den Beiträgen von *Tagespresse aktuell* seltener der Fall.

Das Online-Portal *Die Tagespresse* und die Satire-Nachrichten-Sendung *Tagespresse aktuell* gehen also in ihrer satirischen Aufbereitung der Themen auf gleiche Weise vor. In der Kategorie des Angriffs wird in beiden Fällen mit einer inhaltlichen Stoßrichtung gearbeitet, dabei wird auf persönliche Attacken zurückgegriffen. Im Vergleich mit dem *Postillon* und der *heute show* liefern *Tagespresse* und *Tagespresse aktuell* weniger Information. Daraus ergibt sich, dass die Normrückbindung (Kategorie 4) schwerer zu identifizieren ist beziehungsweise, dass keine Wirkungsabsicht zu erkennen ist. In den zwei Artikeln der *Tagespresse* und in den beiden Beiträgen der *Tagespresse aktuell* wird keine Position bezogen. In der Kategorie 5 des ästhetischen Merkmals arbeiten *Die Tagespresse* sowie *Tagespresse aktuell* mit verformenden Darstellungen, die mittels Ironie erzeugt werden und so auch Komik begründen.

Anhand der Gegenüberstellung der beiden Analysen lassen sich bezüglich der Forschungsfragen, folgende Hypothesen aufstellen:

Forschungsfrage 1: Auf welche Weise wird das Konzept des Online-Satire-Portals *Die Tagespresse* in die TV-Satire-Nachrichten-Sendung *Tagespresse aktuell* übertragen?

Hypothese 1a: Das Konzept wird eins zu eins übertragen. Es wird nicht erweitert, sodass Satire-Nachrichten lediglich vorgetragen werden. *Tagespresse aktuell* versucht keine politische Position zu beziehen. Das politische Geschehen wird lediglich satirisch bearbeitet und von den Autoren der Sendung nicht kommentiert.

Forschungsfrage 2: Welche satirischen Mittel finden sich in beiden Formaten wieder? Und wie werden sie eingesetzt?

Hypothese 2: In der *Tagespresse* sowie auch in *Tagespresse aktuell* wird mit

verformenden Darstellungen gearbeitet. Dabei ist Ironie das tragende Stilmittel. Die ironische Verformung wird genutzt, um inhaltlich das satirische Objekt zu attackieren. Dabei wird auf persönliche Angriffe zurückgegriffen.

Daraus ergibt sich eine dritte Hypothese:

Hypothese 3: Dadurch, dass das Konzept eins zu eins übertragen wird, arbeitet *Tagespresse aktuell* in der Aufbereitung des Inhalts (Rolle des Moderators, Fülle an Information) sowie der Gestaltung der szenischen Umsetzung (Verwendung von Bildmaterial, Einsatz von Fotomontagen) weniger qualitativ als die *heute show*.

An dieser Stelle bleibt festzuhalten, dass sich die vorliegenden Ergebnisse lediglich aus der Analyse von jeweils zwei Artikeln und zwei Beiträgen speisen. Somit sind diese Ergebnisse nicht ausreichend aussagekräftig. Alle drei Hypothesen, insbesondere Hypothese 3, verlangen nach einer weiterführenden Inhaltsanalyse. Dies wird im folgenden Kapitel genauer erläutert.

6 Evaluierung und Fazit

Mit der Generierung der Hypothesen konnte zwar das Ziel des Forschungsvorhabens erreicht werden, jedoch sind die Hypothesen anhand von weiterführenden Analysen zu überprüfen. Aufgrund des geringen Umfangs an Untersuchungsmaterial sind die Hypothesen nur bedingt aussagekräftig.

In der Evaluation fällt auf, dass die Entscheidung, nur zwei Beiträge der *Tagespresse aktuell* zu analysieren, empirisch gesehen, falsch war. Um die Forschungsfrage, wie die Konzeptübertragung funktioniert, beantworten zu können, hätten mehrere vollständige Sendungen analysiert werden müssen. Dies hätte zur Folge, dass auch mehrere vollständige Sendungen der *heute show* zu analysieren gewesen wären und dies hätte den zeitlichen Rahmen des Forschungsvorhabens überschritten. Jedoch wäre es mit mehr Untersuchungsmaterial möglich gewesen, aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen.

Weiter fällt in der Evaluation auf, dass das Untersuchungsinstrument in manchen Fällen nicht dem Forschungsvorhaben gerecht werden konnte. In der Analyse deuteten sich Ergebnisse an, die jedoch anhand des Kategoriensystems nicht vollständig erhoben werden konnten, sodass sie in der Auswertung nicht beachtet werden konnten. Das System hätte auf mehr gestalterische Kategorien setzen müssen, als auf die satirischen Merkmale.

Ferner ist festzuhalten, dass die Entscheidung, die *Tagespresse* sowie auch *Tagespresse aktuell* mit anderen etablierten Satire-Formaten, der *Postillon* und die *heute show*, zu vergleichen, richtig war. Auf diese Weise wurden bestimmte Charakteristika bezüglich *Tagespresse* und *Tagespresse aktuell* deutlich.

Das Forschungsziel, also die Generierung von Hypothesen zur Beantwortung der Forschungsfragen, konnte zwar erreicht werden, jedoch sind diese Hypothesen

nur bedingt aussagekräftig. Sie bleiben anhand eines größeren Umfangs an Untersuchungsmaterial zu überprüfen. Es liegt die Empfehlung nahe, das Untersuchungsinstrument weiterzuentwickeln und anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse die Hypothesen zu überprüfen.

Literatur

Al-Youssef, M. (2017). „Tagespresse“ im ORF: Satire mit Blick ins Klo.
<https://derstandard.at/2000063323416/Tagespresse-aktuell-ORF-Satire-mit-Blick-ins-Klo>. Zugegriffen: 17.04.2018.

Behrmann, S. (2002). *Politische Satire im deutschen und französischen Rundfunk*. Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann GmbH

Brinkmann, B. (2013). Sensation: Mann (32) verdient Geld mit Witzen im Internet.
<http://www.sueddeutsche.de/digital/der-postillon-satiriker-stefan-sichermann-sensation-mann-verdient-geld-mit-witzen-im-internet-1.1700290>. Zugegriffen: 16.04.2018

Brinkmann, B. (2014) „Postillon geht auf Sendung“.
<http://www.sueddeutsche.de/digital/videos-fuer-yahoo-postillon-geht-auf-sendung-1.1817113>. Zugegriffen: 17.04.20018

Brummack, J. (1971). Zu Begriff und Theorie der Satire. In *Deutsche Vierteljahresschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte* (Band 45). Sonderheft Forschungsreferate. 1971.

Bucher, H.-J, Gloning, T. & Lehnen, K. (Hrsg.) (2010). *Neue Medien - neue Formate. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation*. Campus.

Bucher, H.-J. (2003). *Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Der Postillon (2017). Fünf-Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in den

Bundestag ein. <https://www.der-postillon.com/2017/09/sonstige.html> Zugegriffen am 31.07.2018.

Der Postillon (2017). SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück. <https://www.der-postillon.com/2017/09/spd-verantwortung.html> Zugegriffen: 30.07.2018.

Dewenter, R. (2015). *Einführung in die neue Ökonomik der Medienmärkte: eine wettbewerbsökonomische Betrachtung aus Sicht der Theorie der zweiseitigen Märkte*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Die Tagespresse (2017). Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus. <https://dietaagespresse.com/gruene-schliessen-koalition-mit-fpoe-oevp-spoe-neos-und-pilz-aus/> Zugegriffen: 31.07.2018

Dress, P (2002): *Vor Drehbeginn. Effektive Planung von Film- und Fernsehproduktionen*. Bergisch Gladbach: Lübbe.

Dörner, A. (2013). „So schmeckt die Zukunft“ Die humorvolle Rahmung politischer Kommunikation in satirischen Talk-Formaten: grundsätzliche Überlegungen und eine Fallanalyse. In Czerwick, E. (Hrsg.) *Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland* (S.165-189). Wiesbaden: Springer VS.

Dörner A. & Vogt L. (2016). Politiker im Satireformat: Aspekte der Selbst- und Fremdinszenierung politischer Akteure in der „heute show“. *ZParl Zeitschrift für Parlamentsfragen* 47(1), 195-211.

Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verbreitung politischer Information*. Opladen.

Facebook (2018) <https://www.facebook.com/DerPostillon/> Zugegriffen: 17.04.2018

Facebook (2018) <https://www.facebook.com/DieTagespresse/> Zugegriffen: 17.04.2018

Feinäugle, N. (1976) *Satirische Texte. Arbeitstexte für den Unterricht*, Stuttgart

Feinberg, L. (1968). *Introduction to Satire*. Ames [Iowa]: Iowa State University Press.

Foag, M. (2010). „More of the same“: Die Kopiermentalität im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Bewertung von Innovation und Imitation im deutschen Unterhaltungsfernsehen. In: K. Lantzsch, K.-D. Altmeyen & A. Will (Hrsg.), *Handbuch Unterhaltungsproduktion: Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung* (S.136-151). Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

[Friesenbichler, Nicole. (2014). Die Tagespresse wird zwei. (30.04.2015). 2014 Verfügbar unter: <http://www.medienmanager.at/details/artikel/die-tagespresse-wird-zwei/>.]

Fromm, A. (2018). „Eine politische Einstiegsdroge“ <http://www.taz.de/!5479494/> Zugegriffen am 26.06.2018.

Gäbler, B. (2016). Quatsch oder Aufklärung? Witz und Politik in heute show und Co. in: Otto Brenner Stiftung Arbeitsheft 88. Frankfurt am Main.

Gebesmair, A. & Nölleke-Prybylski, P. (2018). Schlüsselaspekte der Medienproduktion. In J.Krone & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie*, Springer Reference Sozialwissenschaften, https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_18-1

Gläser, M. (2010): *Medienmanagement*. München: Vahlen.

Hamann, G. (2015) Wer vertraut uns noch? Ein Essay über Fehler von Journalisten, Leser in Lynchstimmung und die Verantwortung des Publikums (25.05.15). In DIE ZEIT, 2015 (26), Online verfügbar unter: <http://www.zeit.de/2015/26/journalismusmedienkritikluegenpresse-vertrauen-ukraine-krise>

Hass, B. H. (2006). Content Management: Inhalte für Neue Medien strategisch nutzen. In: Scholz, Christian (Hrsg.): *Handbuch Medienmanagement*(S.375-391). Berlin: Springer.

Hess, Thomas & Schulze, Bernd (2004): Mehrfachnutzung von Inhalten in der Medienindustrie. Grundlagen, Varianten und Herausforderungen. In:K.-D.

Altmeppen, & M. Karmasin (Hrsg.). *Medien und Ökonomie* (S.41-62), Band 2, Wiesbaden: VS Verlag.

Heinrich. (2002). *Medienökonomie* Bd. 2. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
Hickethier, K. (2007). *Film- und Fernsehanalyse* (4.,ak.u.erw.Aufl.). Stuttgart: Metzler.

Hooffacker, G. (2016). *Online-Journalismus: Texten und Konzipieren für das Internet: ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Wiesbaden: Springer VS.

Hummel, R. (2003). Online-Journalismus in Österreich. In W. Franta (Hrsg.). *Die Informationsgesellschaft*. Wien [u.a.]: Böhlau.

Jergitsch, F. (Hrsg.). 2018 unter: <http://dietagespresse.com/> Zugegriffen am 07.07.18

Jochheim, T. (2013). Geld verdienen mit Galgenhumor. In DIE ZEIT <http://www.zeit.de/digital/internet/2013-04/postillon-stefan-sichermann-portrait>. Zugegriffen: 17.04.2018

Karstens, E. & Schütte, J. (2010) *Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten*. Wiesbaden: VS. Verlag für Sozialwissenschaften.

Kindt, T. (2011). *Literatur und Komik. Zur Theorie literarischer Komik und zur deutschen Komödie im 18. Jahrhundert*. Berlin.

Kitsch & Kontor, Theaterverein Wien (2018).

<https://www.rabenhoftheater.com/saison-2017-18/wiederaufnahmen/die-tagespresse-show/>. Zugegriffen: 17.04.2018.

Kleinen-Von Königslöw, K. & Keel, G. (2012). Localizing The Daily Show: The heute show in Germany. *Popular Communication*, 10 (1-2). S.66-79.

Kohlmaier, M. (2014) Gebührenfinanzierte Satire.

<http://www.sueddeutsche.de/medien/postillon-kooperiert-mit-ndr-gebuehrenfinanzierte-satire-1.1906818>. Zugegriffen: 17.04.2018.

Krei, A. (2018). „Bares für Rares“ und „heute show“ stark wie lange nicht.

https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/66480/bares_fr_rares_und_heuteshow_stark_wie_lange_nicht/. Zugegriffen: 19.04.2018.

Krüger, U. M. & Zapf-Schramm, T. (2003): Programmanalyse 2002/1. Wandel der Unterhaltungsformate im Fernsehen bei robuster Spartenstruktur. In: *Media Perspektiven* (3/2003): 102-114.

Kundinger, S. (2013). „Ich denke hauptberuflich an Schwachsinn“.

<http://www.spiegel.de/karriere/postillon-macher-stefan-sichermann-verdient-mit-satire-geld-a-926119.html>. Zugegriffen: 16.04.2018

Kurz, J., Müller, D., Pötschke, J., Pöttker, H. & Gehr, M. (2010). *Stilistik für Journalisten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Lantzsch, K. (2008). *Der internationale Fernsehformathandel. Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen*. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

Lantzsch, K., Altmeyden, K.-D., & Will, A. (Hrsg) (2010). *Handbuch Unterhaltungsproduktion: Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung*. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

Lichtenstein D. & Nitsch C. (2018). Informativ und kritisch? Die Politikdarstellung in deutschen Satiresendungen. *M&K Medien Kommunikationswissenschaft*, 66 (1), 5-21.

Loebbecke, C. (2006). Digitalisierung – Technologien und Unternehmensstrategien. In: Scholz, Christian (Hrsg.): *Handbuch Medienmanagement*. (S:357-373). Berlin: Springer.

Mark, O. (2017). „Tagespresse“ im ORF: „Viele stören sich an den Lachern“. <https://derstandard.at/2000065377040/Tagespresse-im-ORF-Viele-stoeren-sich-an-den-Lachern>. Zugegriffen: 17.04.2018

Mark, O. (2017). „Gibt Häupl eine Pressekonferenz, haben wir Material für vier Jahre“. <https://derstandard.at/2000068832008/Gibt-Haeupl-eine-Pressekonferenz-haben-wir-Material-fuer-vier-Jahre>. Zugegriffen: 17.04.2018.

Mark, O. (2018). „Tagespresse“ will nicht mehr: keine zweite Staffel im ORF. <https://derstandard.at/2000072928095/Tagespresse-will-nicht-mehr-Keine-zweite-Staffel-im-ORF>. Zugegriffen: 17.04.2018.

Mast, C. (2012) *ABC des Journalismus: ein Handbuch*. Konstanz [u.a.]: UVK-Verl.-Ges.

Meyen, M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S., Riesmeyer, C. (2011). *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Meyn, H & Chill, H. (1999). *Massenmedien in Deutschland*. Konstanz

Mikos, L. (2015) *Film- und Fernsehanalyse*. Konstanz: München: UVK-Verl.-Ges.

Mikos, L. (2005). *Qualitative Medienforschung: ein Handbuch*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.

Müller, R.A. (1973). *Komik und Satire*. Zürich: Juris Druck.

Nowag, W. & Schalkowski, E. (1998). *Kommentar und Glosse*. Konstanz: UVK.

Nunez Sanchez, M. (2017). Quotencheck „heute show“.

<http://www.quotenmeter.de/n/93715/quotencheck-heute-show>. Zugegriffen: 19.04.2018.

Ohne Verfasser (2017a). „Tagespresse aktuell“: Bemüht, aber nicht verloren.

https://diepresse.com/home/kultur/medien/5288438/TVBeobachtungen_Tagespresse-aktuell_Bemueht-aber-nicht-verloren. Zugegriffen: 17.04.2018

Ohne Verfasser (2017b). Schritt für Schritt durch die Dirty-Campaigning-Affäre.

<https://diepresse.com/home/innenpolitik/nationalratswahl/5296832/Schritt-fuer-Schritt-durch-die-DirtyCampaigningAffaere>. Zugegriffen: 21.08.2018.

Ohne Verfasser (2018). X-Faktor: Das Unfassbare.

<https://www.fernsehserien.de/x-factor-das-unfassbare>. Zugegriffen: 21.08.2018.

ORF (2017). „TAGESPRESSE AKTUELL“ - Ab 19. September neu in „DIE NACHT“ auf ORF eins.

http://der.orf.at/unternehmen/aktuell/tagespresse_aktuell100.html. Zugegriffen: 17.04.2018

Peter, B. (2015). *Satire in journalistischer Mission. Studie zu den journalistischen Leistungen von TVKabarettisten als Interviewer*. Freiburg

Porter, M. E. (2009). *Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten*. Frankfurt/Main [u.a.]: Campus

Porter, M. E. (1999). *Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten*. Frankfurt/Main [u.a.]: Campus Verlag

Pöttker, H. & Rager, G. (2004). *Mut zur Meinung. Genres und Selbstsichten von Meinungsjournalisten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

red, ORF-Agenturen (2017). ORF ist Redaktion des Jahres.
<http://orf.at/stories/2419019/> Zugegriffen: 17.04.2018

Röpcke, A. (2010). Reflexive Koordination: Organisation der Content-Produktion als Auftragsproduktion. In K. Lantzsch, K.-D. Altmeppen & A. Will (Hrsg.), *Handbuch Unterhaltungsproduktion: Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung* (S.243-259). Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

Rössler, P. (2010). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.

Sachsse, R. (2006). Satire. In L.R. Tsvasman (Hrsg.), *Das große Lexikon Medien und Kommunikation* (S. 313). Würzburg: Egon Verlag

Schneider, W. (2012). *Das neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag

Schröder, J. (2014). Postillon & Co. Die großen Erfolge der Satire-Blogs.
<http://meedia.de/2014/02/26/postillon-co-die-grossen-erfolge-der-satire-blogs/>
Zugegriffen: 16.04.2018.

Schwind, K. (1988). *Satire in funktionalen Kontexten: theoretische Überlegungen zu einer semiotisch orientierten Textanalyse*. Tübingen: Narr.

Seidl, J. (2014). Satire hat Narrenfreiheit. In N. Koller, C. Hüel, & A. Rohrer (Hrsg.), *Trau, schau, wem? Zur Glaubwürdigkeit der Massenmedien*. (Band 8., S. 84 - 89). Wien: Verlag Holzhausen GmbH.

Senn, M. C. (1998). *Satire und Persönlichkeitsschutz*. Bern: Stämpi Verlag.

Sichermann, S. Startseite. <http://www.der-postillon.com/> Zugegriffen: 17.04.2018

Sichermann, S. Archiv. <http://www.der-postillon.com/p/das-postillon-archiv.html>
Zugegriffen: 17.04.2018

Sichermann, S. FAQ. <http://www.der-postillon.com/p/faq.html>. Zugegriffen:
16.04.2018

Sichermann, S. Shoppillon. <http://www.der-postillon.com/p/shopillon.html>
Zugegriffen: 17.04.2018

Siegert, G. (2008). *Zur Ökonomie der Unterhaltungsproduktion*. Köln: Halem.

Sjurts, Insa (2002). Cross-Media-Strategien in der deutschen Medienbranche. In: B. Müller-Kalthoff (Hrsg.), *Cross-Media Management. Content-Strategien erfolgreich umsetzen* (S.3-18). Berlin, Heidelberg: Springer

Weiss, S. (2016). „Die Tagespresse“-Show: Richard Lugner mit Stahlhelm.
<https://derstandard.at/2000044736005/Die-Tagespresse-Show-Richard-Lugner->

mit-Stahlhelm. Zugegriffen: 17.04.2018

Weiss, S. & Wurmitzer, M. (2015). „Ich glaube nicht, dass wir Zynismus befördern“. <https://derstandard.at/2000021640456/Ich-glaube-nicht-dass-wir-Zynismus-befoerdern>. Zugegriffen 17.04.2018.

Wiener Zeitung Online (2017). „Am Anfang habe ich mich schon ein bisschen angeschissen“. https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/kultur/medien/906968_Am-Anfang-habe-ich-mich-schon-ein-bisschen-angeschissen.html. Zugegriffen: 17.04.2018.

Wirtz, B. W. (2011). *Medien- und Internetmanagement*. Wiesbaden: Gabler.

Woditschka, E. (2018). 30 under 30 Europe. <https://www.forbes.at/artikel/30-under-30.html>. Zugegriffen: 17.04.2018.

Zymner, R. (2017). Satire. In U. Wirth (Hrsg.), *Komik. Ein interdisziplinäres Handbuch* (S.21-25). Stuttgart: J.B. Metzler.

Anhang

Kategoriensystem der Text-Formate (Satire-Online-Nachrichten)

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Erscheinungsdatum			
1.2 Datum der Untersuchung			
1.3 Ressortzuteilung			
1.4 Leseanreiz/ Bebilderung			Satirisch?
1.5 Länge des Artikels			
2 Allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1 Thematik des Artikels			
2.2 Titel des Artikels			Ist der Titel reißerisch? Liegt bereits hier ein satirisches Merkmal vor?
2.3 Aufbau des Artikels			Ähnelt der Aufbau einem seriösen Zeitungsartikel?
2.4 Aktualitätsbezug			Bezieht sich der Artikel auf ein aktuelles Ereignis
3 Angriff/ aggressives Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht?
3.1 Wer wird angegriffen?			Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass			Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement

3.3 Stoßrichtung der Attacke			Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4 Normrückbindung/ Soziales Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung			Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Leser?
4.2 Wirkungsabsicht			Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5. Indirektheit/ ästhetisches Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt?
5.1 Art des Witzes			Wort- oder Gedankenwitz
5.2 Satirische Mittel			Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung?

Kategoriensystem der Text-Formate: Tagespresse I

Quelle: Die Tagespresse (2017). Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ,

Neos und Pilz aus. [https://dietaagespresse.com/gruene-schliessen-](https://dietaagespresse.com/gruene-schliessen-koalition-mit-fpoe-oevp-spoe-neos-und-pilz-aus/)

[koalition-mit-fpoe-oevp-spoe-neos-und-pilz-aus/](https://dietaagespresse.com/gruene-schliessen-koalition-mit-fpoe-oevp-spoe-neos-und-pilz-aus/) Zugegriffen: 31.07.2018

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Erscheinungsdatum	17.10.17		
1.2 Datum der Untersuchung	31.07.18		
1.3 Ressortzuteilung	Politik		
1.4 Leseanreiz/ Bebilderung	Ja, aber nicht bearbeitet		Satirisch?
1.5 Länge des Artikels	217 Wörter		
2 Allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1 Thematik des Artikels	Schlechtes Abschneiden der Grünen bei der österreichischen Nationalratswahl 2017		
2.2 Titel des Artikels	Verfremdung eines Sachverhalts liegt vor, Schlagzeile verformt bereits die Realität, und reizt damit zum Lesen an	„Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus“	Ist der Titel reißerisch? Liegt bereits hier ein satirisches Merkmal vor?
2.3 Aufbau des Artikels	Schlagzeile, Foto, 6 Absätze		Ähneln der Aufbau einem seriösen Zeitungsartikel?
2.4 Aktualitätsbezug	Ja: Wahlergebnis 2017. Artikel wurde zwei Tage nach der Wahl veröffentlicht		Bezieht sich der Artikel auf ein aktuelles Ereignis
3 Angriff/ aggressives Merkmal	Liegt vor		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	Institution: Die Grünen		Das satirische Objekt: Person/

	Person: Ulrike Lunacek		Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Ereignis + Institution:	Wahlergebnis der Grünen	Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	Inhaltlich: persönlich	Reaktion der Grünen auf Wahlergebnis/ Haltungslosigkeit der Grünen im Wahlkampf Zitat Filzmaier. Lunacek unsichtbar	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4 Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Grüne fliegen aus dem Parlament vs. Sie wollen keine Koalition bilden	Autor kritisiert Haltungslosigkeit der Partei im Wahlkampf: ...“zeigt die Partei Haltung.“	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	Satirisches Objekt: Grüne		Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Leser?
4.2 Wirkungsabsicht		Allenfalls: Aufforderung zur Einsicht über schlechten Wahlkampf	Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5. Indirektheit/ ästhetisches Merkmal	Vorhanden: Vorformung der Wirklichkeit:	Grüne sind aus dem Nationalrat → können keine Koalition mehr schließen	Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Gedankenwitz:	Hybris der Grünen/ Lunacek	Wort- oder Gedankenwitz
5.2 Satirische Mittel	Ironie via Verformung der Wirklichkeit. Gegenüberstellung/ Antithese Spott	Lunacek & Politikexperte Filzmaier werden Zitate in den Mund gelegt; Einbindung des Politikexperten soll für Seriosität sorgen „Lunacek will das Ergebnis jetzt genau analysieren lassen und keine voreiligen Schlüsse ziehen. „Wir werden...und Peter Pilz die Schuld geben““ falsches Zitat Filzmaier „Immerhin konnte die Partei so , schon im Wahlkampf üben,	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung?

		dass sie künftig auch im Parlament unsichtbar sein wird“	

Politik

Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus

von [Die Tagespresse](#)



APA / Herbert Pfarrhofer / picturedesk.com

Die Grünen reagieren mit Fassung auf die herbe Wahlniederlage. Obwohl sie den Einzug ins Parlament verpasst haben, zeigt die Partei Haltung. Die Grünen schließen deshalb eine Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus und gehen in Opposition.

„Dieses Wahlergebnis ist ein ganz klares Zeichen, dass es mit diesen politischen Mitbewerbern nicht weitergehen kann“, so Spitzenkandidatin Lunacek in einer ersten Reaktion. „Nicht wir wurden aus dem Parlament gewählt. Die anderen Parteien haben sich von uns entfernt.“

Lunacek will das Ergebnis jetzt genau analysieren und keine voreiligen Schlüsse ziehen. „Wir werden uns zusammensetzen, uns das in aller Ruhe ansehen und anschließend Peter Pilz die Schuld geben.“

Auch Politikexperte Peter Filzmaier macht den Grünen keinen Vorwurf für ihr schlechtes Abschneiden. „Ulrike Lunacek war die richtige Spitzenkandidatin. Immerhin konnte die Partei so schon im Wahlkampf üben, dass sie künftig auch im Parlament unsichtbar sein wird“, so Filzmaier.

Er empfiehlt den Grünen stattdessen eine Wahlanfechtung. Womöglich könnte das Ergebnis der internen Vorwahl von Julian Schmid gegen Peter Pilz doch noch aufgehoben werden.

Die Hoffnungen der Partei ruhen auch auf dem Bundespräsidenten. Lunacek schließt nämlich nicht aus, dass Bundespräsident Van der Bellen seine Parteifreundin mit der Bildung einer Minderheitsregierung beauftragen wird. In einer ersten Stellungnahme dementierte Van der Bellen allerdings, jemals etwas mit den Grünen zu tun gehabt zu haben.

Quelle: Die Tagespresse (2017). Grüne schließen Koalition mit FPÖ, ÖVP, SPÖ, Neos und Pilz aus. <https://dietaagespresse.com/gruene-schliessen-koalition-mit-fpoe-oevp-spoe-neos-und-pilz-aus/> Zugegriffen: 31.07.2018

Kategoriensystem der Text-Formate: Tagespresse II

Quelle: Jergitsch, F. (2017). Regierungsbildung: Van der Bellen beauftragt Kurz mit Fertigstellung des Jus-Studiums.

<https://dietaagespresse.com/regierungsbildung-van-der-bellen-beauftragt-kurz-mit-fertigstellung-des-jus-studiums/> Zugegriffen: 01.08.2018.

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Erscheinungsdatum	15.10.17		
1.2 Datum der Untersuchung	01.08.18		
1.3 Ressortzuteilung	Politik		
1.4 Leseanreiz/ Bebilderung	Ja, seriöse Quelle, unbearbeitet		Satirisch?
1.5 Länge des Artikels	114 Wörter		
2 Allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1 Thematik des Artikels	Regierungsbildung nach Nationalratswahl 2017		
2.2 Titel des Artikels	Verformung eines Sachverhalts liegt vor, Schlagzeile verzerrt bereits die Realität und regt damit zum Lesen an	„Regierungsbildung: Van der Bellen beauftragt Kurz mit Fertigstellung des Jus-Studiums“	Ist der Titel reißerisch? Liegt bereits hier ein satirisches Merkmal vor?
2.3 Aufbau des Artikels	Schlagzeile, Foto, 3 Absätze		Ähnelt der Aufbau einem seriösen Zeitungsartikel?
2.4 Aktualitätsbezug	Ja: Nationalratswahl war einen Tag zuvor		Bezieht sich der Artikel auf ein aktuelles Ereignis
3 Angriff/ aggressives Merkmal	Liegt vor.		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	ÖVP-Spitzenkandidat Sebastian Kurz +		Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines

	FPÖ-Spitzenkandidat H.C. Strache		Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Person: // Ereignis: Wahlergebnis	Kurz und Strache werden attackiert	Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	Persönlich: Inhaltlich: thematisch:	Kurz und Strache werden für ihre Bildungsabschlüsse attackiert Strache wird für politische Haltung angegriffen → „Van der Bellen fordert hier 'rasche und zufriedenstellende Ergebnisse', vor allem im Geschichtsunterricht“	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4 Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Gewünschter Bildungsgrad eines Bundeskanzlers vs. Tatsächlicher Bildungsgrad	Autor wirft Frage auf, welchen Bildungsgrad ein zukünftiger Kanzler haben sollte	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	Satirisches Objekt: Sebastian Kurz, H.C. Strache		Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Leser?
4.2 Wirkungsabsicht			Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5. Indirektheit/ ästhetisches Merkmal	Vorhanden: Verformung der Wirklichkeit		Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Wortwitz Gedankenwitz Szen. Witz	Regierungsbildung vs Bildungsgrad der Regierung Bundespräsident beauftragt Wahlsieger seinen Bildungsgrad zu verbessern	Wort- oder Gedankenwitz
5.2 Satirische Mittel	Wortwitz via Doppeldeutigkeit Verformung via Verfremdung	„Regierungsbildung“	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung?

	Ironie/ Spott		

Regierungsbildung: Van der Bellen beauftragt Kurz mit Fertigstellung des Jus-Studiums

von [Fritz](#)



GEORG HOCHMUTH / APA / picturedesk.com

Gemäß den Gepflogenheiten beauftragt der Bundespräsident den Wahlsieger mit der Regierungsbildung. Van der Bellen kommt dieser Pflicht nach und erteilt schon heute an Sebastian Kurz den Auftrag, sein Jus-Studium fertig zu machen. Dieses hat er einige Jahre zuvor langfristig unterbrochen.

„Die Regierung muss gebildet werden“, forderte Van der Bellen in einer ersten Stellungnahme am Wahlabend. „Die Tradition verpflichtet mich, den Wahlersten damit zu beauftragen. Ich habe daher Sebastian Kurz wieder an der Uni inskribieren lassen“, sagt er und überreicht einem verwunderten Kurz einen Studentenausweis sowie eine Uni-Wien-Umhängetasche.

Auch Strache ist vom Regierungsbildungsauftrag betroffen. Er muss bei Humboldt einen Abendmaturakurs besuchen. Van der Bellen fordert hier „rasche und zufriedenstellende Ergebnisse“, vor allem im Geschichtsunterricht.

Kategoriensystem der Text-Formate: Postillon I

Quelle: Der Postillon (2017). SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück. <https://www.der-postillon.com/2017/09/spd-verantwortung.html> Zugegriffen: 30.07.2018.

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Erscheinungsdatum	25.09.17		
1.2 Datum der Untersuchung	30.07.18		
1.3 Ressortzuteilung	Politik		
1.4 Leseanreiz/ Bebilderung	Vorhanden, aber nicht bearbeitet		Satirisch?
1.5 Länge des Artikels	344 Wörter		
2 Allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1 Thematik des Artikels	Wahlergebnis des deutschen Bundestagswahl 2017: schlechtes Abschneiden der SPD		
2.2 Titel des Artikels	Verfremdung eines Sachverhalts liegt vor, Schlagzeile verformt bereits die Realität, und reizt damit zum Lesen an	„ SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück“	Ist der Titel reißerisch? Liegt bereits hier ein satirisches Merkmal vor?
2.3 Aufbau des Artikels	Schlagzeile, Foto, Kurzzusammenfsg., 2 Absätze, Grafik, 4 Absätze		Ähneln der Aufbau einem seriösen Zeitungsartikel?
2.4 Aktualitätsbezug	ja: Wahlergebnis 2017. Artikel wurde einen Tag nach der Wahl veröffentlicht		Bezieht sich der Artikel auf ein aktuelles Ereignis
3 Angriff/ aggressives Merkmal	Liegt vor		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	Institution: SPD-Führung, inkl. Martin Schulz, Andrea Nahles,		Das satirische Objekt: Person/

	Hubertus Heil, Thomas Oppermann , Sigmar Gabriel	Opperman markiert, aufgrund des persönlichen Angriffs	Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Ereignis + Institution: Reaktion der SPD auf Wahlergebnis		Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	Inhaltlich: Plus: persönlich:	SPD-Führung wird in ihrer Haltung gegenüber dem Wahlergebnis angegriffen. Thomas Oppermann wird für sein Äußeres und sein Auftreten angegriffen	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4 Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Rücktritt der Führungsspitze vs. Tatsächliche Reaktion	SPD an sich wird angeprangert für ihr Verhalten und ihre Haltungslosigkeit im Wahlkampf	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	In erster Linie das satirische Objekt, ergo die SPD,		Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Leser?
4.2 Wirkungsabsicht	Aufforderung an SPD auf Wahlergebnis zu reagieren; Änderung der politischen Situation;		Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5. Indirektheit/ ästhetisches Merkmal	Vorhanden: Verformung der Wirklichkeit:	Niemand der SPD-Führung ist kurz nach der Wahl zurückgetreten	Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität
5.1 Art des Witzes	Gedankenwitz	Gedankenspiel, dass die ganze Führungsriege der SPD Konsequenzen ziehen würde	Wort- oder Gedankenwitz
5.2 Satirische Mittel	Parodie eines seriösen Zeitungsartikels → Eindruck von Seriosität erweckt Verformung via Übertreibung Ironie durch Verformung (Übertreibung) Dem gesamten	„Berlin (dpo)“	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung?

	Artikel liegt ein ironischer Unterton zu Grunde Den Politikern werden Zitate in den Mund gelegt; inkl. Wdh.	„Jeder mit einem Funken Anstand würde so handeln.“	

Montag, 25. September 2017

SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück



Berlin (dpo) - Die SPD zieht Konsequenzen aus dem schlechtesten Wahlergebnis der Nachkriegszeit: Bei einer Pressekonferenz verkündeten heute die Hauptverantwortlichen der Niederlage Martin Schulz, Hubertus Heil, Thomas Oppermann, Andrea Nahles und Sigmar Gabriel geschlossen ihren Rücktritt.

Der erfolglose Kanzlerkandidat Schulz erklärte sich zuerst: "20,5 Prozent sind das schlechteste Wahlergebnis der SPD in der Geschichte der Bundesrepublik. Ich übernehme Verantwortung für den trostlosen Wahlkampf, der es verpasst hat, die Bürger mit ihren Problemen direkt anzusprechen, und ziehe mich aus der Führungsspitze der Partei zurück. Jeder mit einem Funken Anstand würde so handeln. Die SPD braucht jetzt eine

Rückbesinnung auf ihre Wurzeln."

Einen Nachfolger wollte Schulz explizit nicht ernennen. "Es wäre geradezu absurd, wenn ich als Verlierer jetzt beispielsweise jemanden aus der bisherigen Führungsgarde wie etwa Andrea Nahles als meine Nachfolgerin ins Spiel bringen würde. Diese Kompetenz habe ich durch meine Niederlage verwirkt."



Der langjährige Parteichef Sigmar Gabriel gab ebenfalls seinen Rückzug bekannt: "Ich bin der wichtigste Architekt der großen Koalition, habe Martin Schulz persönlich zum Kanzlerkandidaten gekürt und bin federführend am Kurs der vergangenen 15 Jahre beteiligt. Jetzt müssen junge Leute her, die nicht mit der Agenda 2010 vorbelastet sind und für einen glaubwürdigen Neuanfang in der Opposition stehen. Jeder, der auch nur einen Funken Anstand besitzt, würde so handeln."

Auch Fraktionsvorsitzender Thomas Oppermann tritt ab: "Nach so einem Ergebnis weiterzumachen, als wäre nichts gewesen, das wäre eine Verhöhnung des Wählerwillens. Dann stünden wir bei der nächsten Wahl bei 15 Prozent." Er fügte hinzu: "Ich bin sowieso nur ein seltsamer blasser Typ mit äußerst flexibler Meinung, von dem keiner weiß, wie er in die Parteispitze geraten ist."

Aus ähnlichen Gründen gaben auch Arbeitsministerin Andrea Nahles, Generalsekretär Hubertus Heil und Justizminister Heiko Maas und zahlreiche weitere SPD-Politiker der ersten Reihe ihren sofortigen Rücktritt bekannt.

Wer genau an die Spitze der SPD treten wird, ist bislang noch unklar. Allerdings, so die einhellige Meinung der zurückgetretenen Politiker, stünde es einer demokratischen Partei wie der SPD gut zu Gesicht, wenn die neue Spitze zur Abwechslung von der Parteibasis aufgestellt und gewählt werden würde, statt hinter verschlossenen Türen vom Vorstand ausgekungelt zu werden.

.ssi, dan; Foto [M]: dpa, Grafik: Tagesschau; Hinweis: Artikel erschien traurigerweise schon einmal so ähnlich

Quelle: Der Postillon (2017). SPD-Führung übernimmt Verantwortung für Wahl-Desaster und tritt geschlossen zurück. <https://www.der-postillon.com/2017/09/spd-verantwortung.html> Zugegriffen: 30.07.2018.

Kategoriensystem der Text-Formate: Postillon II

Quelle: Der Postillon (2017). Fünf-Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in den Bundestag ein. <https://www.der-postillon.com/2017/09/sonstige.html> Zugegriffen am 31.07.2018.

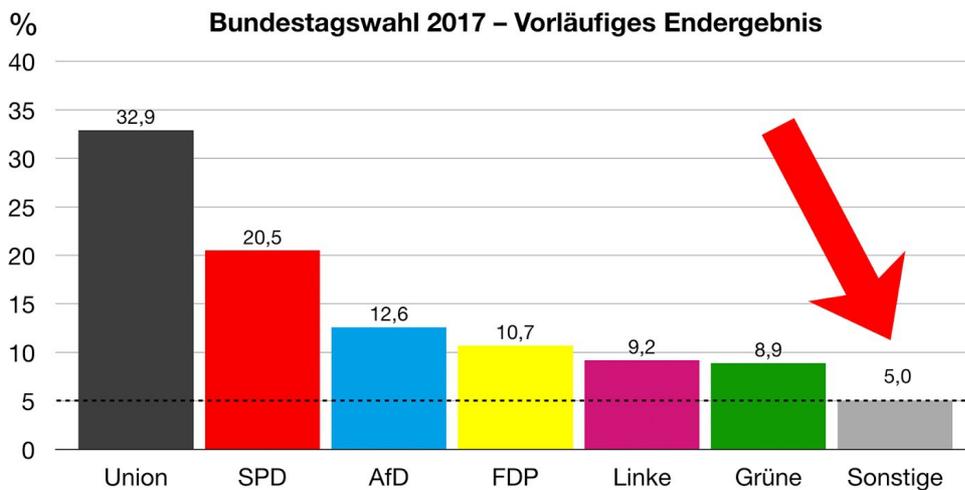
1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Erscheinungsdatum	25.09.17		
1.2 Datum der Untersuchung	31.07.18		
1.3 Ressortzuteilung	Politik		
1.4 Leseanreiz/ Bebilderung	Ja, Bearbeitung des Bildes	Roter Pfeil; keine sonderlich professionelle Bearbeitung der Grafik → Diskrepanz	Satirisch?
1.5 Länge des Artikels	244 Wörter		
2 Allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1 Thematik des Artikels	Wahlergebnis der deutschen Bundestagswahl 2017		
2.2 Titel des Artikels	Übertreibung eines Sachverhalts liegt vor, Schlagzeile verformt bereits die Realität, und regt damit zum Lesen an	„Fünf Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in Bundestag ein“	Ist der Titel reißerisch? Liegt bereits hier ein satirisches Merkmal vor?
2.3 Aufbau des Artikels	Schlagzeile, Grafik, Kurzzusammenfsg., 3 Absätze		Ähnelt der Aufbau einem seriösen Zeitungsartikel?
2.4 Aktualitätsbezug	ja: Wahlergebnis 2017. Artikel wurde einen Tag nach der Wahl veröffentlicht		Bezieht sich der Artikel auf ein aktuelles Ereignis
3 Angriff/ aggressives Merkmal	Liegt vor.		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.

3.1 Wer wird angegriffen?	Satirisches Objekt: Kleinparteien// Satirisches Objekt Leser allg. Verhalten	Kleinparteien/ Wähler der Kleinparteien/ Wahlverhalten Deutschlands	Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Ereignis:	Wahlergebnis	Allgemeine Nachrichtenfaktore n/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	Thematisch:	Kritik an dem Wahlverhalten:	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4 Normrückbindu ng/ Soziales Merkmal	5% Hürde vs. Zusammenschluss der Kleinparteien	Warum werden Kleinparteien gewählt?	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	Satirisches Objekt und Leser fallen gewissermaßen zusammen		Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Leser?
4.2 Wirkungsabsicht	Denkanstoß zum Wahlverhalten		Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforde rung vor?
5. Indirektheit/ ästhetisches Merkmal	Vorhanden: Vorformung der Wirklichkeit:	Gibt keinen Zusammenschluss der Kleinparteien → nicht im Bundestag vertreten	Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Gedankenwitz	Gedankenspiel, dass die Grauen einen Zusammenschluss bilden würden	Wort- oder Gedankenwitz
5.2 Satirische Mittel	Parodie eines seriösen Zeitungsartikels → Eindruck von Seriosität erweckt Verformung via Verzerrung der Wirklichkeit/ Groteske Ironie durch Verformung. Dem	„Berlin (dpo)“ natürliche (gesellschaftliche) Verhältnisse werden ad absurdum geführt.	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung?

	Artikel liegt ein ironischer Unterton zu Grunde, der durch gefälschte Zitate versteckt wird.		

Montag, 25. September 2017

Fünf-Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in Bundestag ein



Berlin (dpo) - Sie gehören neben FDP und AfD zu den großen Gewinnern des Abends: Die unter "Sonstige" zusammengefassten Parteien sind mit einem [Stimmenanteil von 5,0 Prozent](#) erstmals seit 1949 wieder in den Bundestag eingezogen. Angeführt wird das Bündnis aus 35 Kleinparteien von Martin Sonneborn (Die Partei) und Hubert Aiwanger (Freie Wähler).

"Offenbar haben die Wähler es belohnt, dass wir ihnen nach vier weiteren Jahren der großen Koalition eine - entschuldigen Sie, ich meine fünfunddreißig klare Alternativen zur Regierungspolitik angeboten haben", erklärte einer der vielen Sprecher der Fraktion.

Traditionell hatten es die Sonstigen, die ein breites politisches Spektrum von ganz links bis ganz rechts sowie verschiedene esoterische Strömungen abdecken, nie einfach: [Immer wieder verließen kleinere Parteien wie die Piraten oder die NPD das Bündnis](#), sobald sie mehr als ein Prozent der Wählerstimmen erhielten. Dass die Grauen es nun seit mehr als 60 Jahren wieder ins Parlament schaffen, kommt einer Sensation gleich.

Die Sonstigen werden gemäß ihrem Stimmanteil voraussichtlich 34 Sitze im Bundestag erhalten und müssen sich nun untereinander einigen, wie diese auf die Freien Wähler, Die Partei, Piratenpartei, NPD, Tierschutzpartei, ÖDP, Bayernpartei, Volksabstimmung, Partei der Vernunft, MLPD, BüSo, Sozialistische Gleichheitspartei, Die Rechte, Allianz

Deutscher Demokraten, Tierschutzallianz, bergpartei, Bündnis Grundeinkommen, Demokratie in Bewegung, DKP, Deutsche Mitte, Die Grauen, Die HipHop Partei, die Magdeburger Gartenpartei, Menschliche Welt, Partei der Humanisten, Partei für Gesundheitsforschung, V-Partei3, Bündnis C, Die Einheit, Die Violetten, Familien-Partei, Feministische Partei Die Frauen, Mieterpartei, Neue Liberale und Unabhängige für bürgernahe Demokratie verteilt werden sollen.

.ssi, dan; Idee: mehrere Einsender

Quelle: Der Postillon (2017). Fünf-Prozent-Hürde geschafft: Sonstige ziehen in

den Bundestag ein. <https://www.der-postillon.com/2017/09/sonstige.html>

Zugegriffen am 31.07.2018.

Kategoriensystem der TV-Beiträge

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Ausstrahlungsdatum			
1.2 Datum der Untersuchung			
1.3 Staffel + Episode			
1.4 Länge des Betrags			Angabe in Minuten
1.5 Einbettung in der Sendung			
1.6 Kameraeinstellungen			
1.7 Schnitt			
1.8 Bildmaterial			Ist der Beitrag direkt aus dem Studio? Wird Archivmaterial verwendet? Etc.
1.9 Musik			
2 allg. Inhaltliche Kategorie			

2.1. Thematik des Beitrags			Wo von handelt der Beitrag?
2.2 Inhaltsangabe			Kurzzusammenfassung des Beitrags
2.3 Aktualitätsbezug			Bezieht sich der Beitrag auf ein aktuelles Ereignis?
2.4 Szenische Umsetzung			Monolog, Interview (mit Studiogast, Außenkorrespondent etc.), Einspieler, etc.
2.5 Akteure			Welche Personen spielen eine Rolle? Im Bild, aber auch als Thema
2.6 Darstellung der Akteure			Wie werden die gezeigten oder erwähnten Akteure dargestellt?
2.7 Rolle des Moderators der Sendung			Nimmt der Moderator Bezug zum Beitrag, kommentiert er?
2.8 vorheriger Beitrag			
2.9 anschließender Beitrag			
3 Angriff/ aggressives Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?			Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass			Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke			Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4. Normrückbind			Konstitutives Merkmal der Satire.

ung/ Soziales Merkmal			Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung			Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Rezipient?
4.2 Wirkungsabsicht			Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5 Indirektheit/ ästhetisches Merkmal			Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes			Wort-, Gedanken-, oder Szenischer Witz
5.2 Satirische Mittel			Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung? In welchem Umfang

Einstellungsprotokoll „SMS-Verkehr“

Tagespresse aktuell S1E4 10.10.2017

<https://www.youtube.com/watch?v=pEpmPz7Bg&t=436s>

Ein- stellung	Zeit: Minuten i.d. Sendung	Bildebene	Kamera/ Schnitt	Ton	Textebene
1	04:56 – 05:13	Joachim Fuchs am Pult im Studio, Karteikarten in der Hand	Halbnahe, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht	„Aber noch ein weiteres Thema beschäftigt die Öffentlichkeit und wahrscheinlich wohl auch bald die Gerichte. Der geheime SMS-Verkehr zwischen ÖVP und SPÖ. Uns wurden weitere teils bizarre Kurznachrichten der beiden Parteien zugespielt. Wie etwa diese Konversation zwischen Christian Kern und Tal Silber-...
2	05:13 – 05:31	Smartphone mittig im Bild, links und rechts Studiohintergrund. Am Bildschirm des Handys: Whatsapp Textnachrichten erscheinen nacheinander	Detail, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht/liest vor. Lacher aus dem Off vom Studio publikum	..stein.“ „Tal wie läuft die Operation 'Umfragen analysieren'“ „Sehr gut, wir sind nur mehr drei antisemitische Postings vom Wahlsieg entfernt. 88“ „What de fuck redest du. Davon weiß ich doch nichts.“

					„Sorry ich meinte natürlich, wir haben die Umfragen schon sehr genau analysiert. LOL“
3	05:31 – 05:37	Joachim Fuchs am Pult im Studio, Karteikarten in der Hand	Halbnahe, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht	„Oder dieses Gespräch zwischen Wolfgang Sobotka und Sebastian Kurz“
4	05:37 – 06:01	Smartphone mittig im Bild, links und rechts Studiohintergr und. Am Bildschirm des Handys: Messenger Nachrichten erscheinen nacheinander	Detail, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht/ liest vor. Lacher aus dem Off vom Studio publikum	„Sebastian bist noch wach?“ „Hab ordentlich an Rausch“ „Klar Wolfgang, ich bügel noch meinen Hemden“ „I bin grad am Weg zur Löwelstraße“ „Wolfgang bitte mach keinen Unsinn“ „Ich hab solche Kabeln heut fliegen die Fetzn Scheiß drauf“ „Wolfgang bitte beruhig dich“ „Wolfgang“ „Wolfgang bitte meld dich“ „Ich lauf grad weg hab den Roten vor die Tür geschissen HAHHAHA“
5	06:01 – 06:05	Joachim Fuchs am Pult im Studio mittig im Bild, Karteikarten in der Hand	Halbnahe, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht	„Sebastian Kurz hat kurz darauf versucht Johanna Mikl-Leitner zu erreichen:“

6	06:05 – 06:36	Smartphone mittig im Bild, links und rechts Studiohintergr und. Am Bildschirm des Handys: Messenger-Chatverlauf	Detail, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht/liest vor. Lacher aus dem Off vom Studio publikum	„Hanni ruf mich schnell zurück es wär dringend Bussi Basti“ „Hawara was ist i bin beim Heurigen“ „Hanni bitte es ist echt dringend Bussi Basti“ „Huach zu i will meinen Sturm saufn geh mir ned auf die Eier“ „Hanni es geht um meine Kanzlerschaft. Ich brauche Rat aus Niederösterreich Bussi Basti“ „Oida Erwin, der klane Hosenscheißer schießt sich scho wieder an was mach ma mit erm“ „Ähm Hanni? Bussi Basti“ „Sorry woa ned an di. denk dir nix haha“
7	06:36 – 06:41	Joachim Fuchs am Pult im Studio, Karteikarten in der Hand	Halbnahe, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht	„Und zu guter letzt ein Chat zwischen Hans-Peter Doskozil und Sebastian Kurz“
8	06:41 – 06:48	Smartphone mittig im Bild, links und rechts Studiohintergr und. Am Bildschirm	Detail, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Fuchs spricht/liest vor. Lacher aus dem	„Sebastian Stopp. Hier Hans Stopp. Peter Stopp. Unbekannte Person hat vor unsere

		des Handys: Messenger- Chatverlauf		Off vom Studio publiku m	Parteizentrale defäkiert. Stopp Weißt du wer das war? Stopp Wer von euch? Stopp. Over.“ „Hans-Peter klingt nach Dirty- Campaigning sowas machen wir nicht. LieGrü Basti“
9	06:48 – 07:03	Joachim Fuchs am Pult im Studio, Karteikarten in der Hand	Halbnahe, Kamera zunächst statisch, zommt dann raus u schwenkt leicht nach links	Fuchs spricht	„Es sind verstörende Einblicke in eine verstörende Subkultur. So unterirdisch...

Kategoriensystem der TV-Beiträge: *Tagespresse aktuell* „SMS-Verkehr“

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Ausstrahlungsdatum	10.10.17		
1.2 Datum der Untersuchung	08.08.18		
1.3 Staffel + Episode	S1 E4		
1.4 Länge des Betrags	02:07 Min		
1.5 Einbettung in der Sendung	Minute 4:56 – 07:03		
1.6 Kameraeinstellungen	9 bzw. 2		
1.7 Schnitt	Einfacher Schnitt		

1.8 Bildmaterial	Studioaufnahmen plus animiertes Handy	Halbnahe/ Detailaufnahme	Ist der Beitrag direkt aus dem Studio? Wird Archivmaterial verwendet? Etc.
1.9 Musik	Keine Musik		
2 allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1. Thematik des Beitrags	Geheimer SMS-Verkehr	Hauptthema: Dirty Campaigning	Wo von handelt der Beitrag?
2.2 Inhaltsangabe	SMS 1 SMS 2 SMS 3 SMS 4	Kern/Silberstein-Skandal Stichwort „Dirty Campaigning“ Sobotka/Kurz: Angriff Löwelstraße Kurz/Mikl-Leitner. Kurz bittet um Hilfe Doskozil/Kurz Vorfall Löwelstr	Kurzzusammenfassung des Beitrags
2.3 Aktualitätsbezug	Ja, SMS beziehen sich auf Wahlkampf, Sendung knappe Woche vor Wahl ausgestrahlt	→ „Dirty Campaigning“	Bezieht sich der Beitrag auf ein aktuelles Ereignis?
2.4 Szenische Umsetzung	Monolog bzw. Vorlesen durch Moderator, SMS werden als Standbilder gegenschnitten		Monolog, Interview (mit Studiogast, Außenkorrespondent etc.), Einspieler, etc.
2.5 Akteure	Moderator J.Fuchs, T. Silberstein, C. Kern, W. Sobotka, S. Kurz, J. Mikl-Leitner, H.P. Doskozil		Welche Personen spielen eine Rolle? Im Bild, aber auch als Thema
2.6 Darstellung	Silberstein & Kern	→ durch Verwendung von	Wie werden die

der Akteure	<p>jugendlich, naiv, ironisch</p> <p>Kurz: pedantisch, vernünftig, kindlich/niedlich, anständig Saubermann</p> <p>Sobotka: unvernünftig, Lebemensch, provokant, trinkfreudig</p> <p>Mikl-Leitner: herrisch, trinkfreudig, genervt, ländlich</p> <p>Doskozil: alt/unmodern, militärisch</p>	<p>Jugendsprache („what de fuck“/ lol) / Jude schreibt „88“</p> <p>→ bügeln, „bitte mach keinen Unsinn“, „bussi Basti“, „klingt nach Dirty Campaigning...“ „LieGrü“</p> <p>→ macht im Rausch Blödsinn</p> <p>→ „Hawara“, „will meinen Sturm saufen“/ schreibt als einzige vollständig im Dialekt</p> <p>→ Telegramm Schreibweise „Stopp“</p>	gezeigten oder erwähnten Akteure dargestellt?
2.7 Rolle des Moderators der Sendung	Trägt lediglich vor, kommentiert wenn überhaupt nur kurz		Nimmt der Moderator Bezug zum Beitrag, kommentiert er?
2.8 vorheriger Beitrag	Bericht über Dirty-Campaigning aus Bangladesch: Wer steckt hinter Hass-Postings?	Reportage aus Archivmaterial	
2.9 anschließender Beitrag	Rubrik Ö-Faktor	Geschichte über C.Kern als echter Sozialdemokrat	
3 Angriff/ aggressives Merkmal	ja		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	- Silberstein/ Kern/ Handlungen der		Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines

	<p>SPÖ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurz - Sobotka - Mikl-Leitner - Doskozil 		Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Hauptgrund: „Dirty Campaigning“ → gefakte Facebookseiten mit Hass-Postings	<p>→ Verhalten der SPÖ als Skandal aufgedeckt wurde</p> <p>→ Kurz' Reaktion „ klingt nach Dirty-Campaigning sowas machen wir nicht“</p>	Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	<p>In erster Linie: Inhaltlich</p> <p>jedoch auch persönlich</p>	<p>→ Verhalten der Parteien im Wahlkampf/ Umgang der Parteien untereinander – aber!! es wird nicht direkt thematisiert, lediglich verlacht</p> <p>s. Darstellung Akteure → persönlicher Angriff, um inhaltlich zu verstärken</p>	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4. Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Umgang der Parteien untereinander vs. Fairer Wahlkampf	Warum muss eine Volkspartei auf solche Weise Wahlkampf betreiben? - jedoch nur schwammig; wird nicht wirklich deutlich, was Beitrag kritisiert – Position des Beitragerstellers undeutlich; es soll lediglich unterhalten	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	Satirisches Objekt: Volksparteien SPÖ/ ÖVP		Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Rezipient?
4.2 Wirkungsabsicht	Erkenntnis/ Einsicht	Auch hier undeutlich, bzw. schwammig, Sendungsmacher beziehen keine Position	Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5 Indirektheit/ ästhetisches	Ja, SMS frei erfunden	Als ob, Spitzenpolitiker sich so schreiben	Konstitutives Merkmal der Satire.

Merkmal		würden // als ob dieser SMS-Verkehr an eine Nachrichtenagentur gelangen könnte	Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Wortwitz // szenischer Witz	Mischung aus Dialekt und Umgangssprache erzeugen Komik // SMS evozieren Bilder im Kopf des Rezipienten	Wort-, Gedanken-, oder Szenischer Witz
5.2 Satirische Mittel	Verfremdung/Verformung METAPHER Umgangssprache Periphrase Stilistisches Paradoxon Hyperbel Ironie	Gesamter Beitrag frei erfunden/ jeder SMS-Dialog zeigt ein fiktives Verhältnis zw. d. Akteuren Kern: „What de fuck...“ „Hab solche Kabeln“ - umgangssprachl.: ich ärger mich stark // „heut fliegen die Fetzen“ Einbindung von Dialekt und Umgangssprache im SMS-Dialog (Sobotka, Mikl-Leitner/Kurz) Fuchs: „Verstörende Einblicke in eine verstörende Subkultur“ jedem SMS-Verkehr liegt Ironie zu Grunde	Welche rhetorischen/satirischen Mittel finden Verwendung? In welchem Umfang

Einstellungsprotokoll *Tagespresse aktuell* „Ö-Faktor“

Tagespresse aktuell S1E5 17.10.2017

<https://www.youtube.com/watch?v=pFKrQs-ciFM&t=521s>

Einstellung	Zeit: Minuten i.d. Sendung	Bildebene	Kamera/Schnitt	Ton	Textebene
1	02:35 – 02:51	Dunkler Raum, im Hintergrund Nebel in Türöffnung, im Vordergrund	Statische Kamera, Totale, bei Austritt Moderato	Hintergrund Musik „X-Faktor“, Spannung erzeugend	„Es gibt Dinge, die wir einfach nicht begreifen können. Sie sind einfach

		stehen Kerzen am Boden, von rechts scheint Licht durch ein Fenster, davor Malerstaffelei. Auftritt Moderator (02:36): tritt aus Nebel hervor kommt nach vorne	r Zoom zur Halbnahen	Anmoderation durch Moderator extra schlechte Synchronisation	unpackbar. Können sie Wahrheit von Lüge unterscheiden? “
2	02:52 – 03:00	Halb angeleuchteter Grabstein im Profil, Kerzen, die flackern, eine Kerze bleibt im Bild, Titel fadet auf: „Ö-Faktor – Das Unpackbare“ (02:51-02-58)	Halbtotale auf Grabstein, fadet über in Halbtotale auf Kerzenschein, Kamera schwenkt auf eine Kerze, Titel fadet auf, steht, fade out ins Black,	Vorspann-Musik „X-Faktor“, sich kurz aufbauend (Crescendo), spannungsgeladen	Vorspann: kein gesprochener Text
3	03:01:00	Hauswand: links verschlossener Türeingang, rechts zwei Fenster, in deren Mitte: das Logo der Grünen: Parteizentrale der Grünen, Lindengasse 40	Aufblende, Totale, Zoom auf Logo, einfacher Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife, Text im Voice over	Einleitung: alles im Voice-Over: „Dies ist die Geschichte einer Partei, die..
4	03:02 – 03:05	Logo der Grünen an Hauswand	Groß-Zoom auf Detail, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in	Über sich hinaus

				Dauerschleife. Text im Voice over	
5	03:06 – 03:07	Mit Menschen gefüllter Saal, im hinteren Bild Bühne: A.v.d.Bellen in der Mitte, umringt von jubelnden Menschen	Totale, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	Gewachsen ist“
6	03:07 – 03:10	Ein mit Menschen gefüllter Saal,	Totale aus Vogelperspektive, Kamerasc hwenk v.r.n.l., Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	„2016 gelang es ihr in einem Land wie Österreich ...
7	03:11 – 03:14	Mittig im Bild: Norbert Hofer geht (am Stock) eine Treppe herunter	Außenaufnahme, Halbtotale, Kamerasc hwenk mit Gang Hofer, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	Einen anständigen Österreicher auszustechen.. ...
8	03:15 – 03:17	A.v.d.Bellen rauchend, unterhält sich mit Mann mit Glatze	Außenaufnahme, Halbnaher, Zoom zu Nahe, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	...und stattdessen einen drogensüchtigen...
9	03:17 – 03:19	A.v.d.Bellen	Statische	Hintergrund	..Kommunisten

		jubilnd, Hnde in der Luft, umringt von klatschenden Wahlhelfern	Kamera, Nahe, Schnitt auf	-Musik: X- Faktor Spannung erzeugend in Dauerschle ife. Text im Voice over	zum Präsidenten zu machen...
10	03:19 – 03:21	Studioaufnahme : links N.Hofer, rechts U.Lunacek, mittig Tarek Leitner, Wahlduell	Totale, Schnitt auf	Hintergrund -Musik: X- Faktor Spannung erzeugend in Dauerschle ife.. Text im Voice over	...das Epos von..
11	03:21 – 03:22	Lunacek allein rechts im Bild, faltet Hnde	Nahe, Gegensc hnitt auf	Hintergrund -Musik: X- Faktor Spannung erzeugend in Dauerschle ife. Text im Voice over.	David gegen
12	03:22 – 03:23	Hofer allein links im Bild, öffnet weit die Augen	Nahe, Schnitt auf	Hintergrund -Musik: X- Faktor Spannung erzeugend in Dauerschle ife. Text im Voice over	Goliath sollte weitergehen
13	03:24 - 03:27	Wahlkampfhelfe r der Grünen vor Gebäude, halten Wahlplakat	Totale, Kamera zoomt leicht auf Plakat, Schnitt	Hintergrund -Musik: X- Faktor Spannung erzeugend in	Und bei der Nationalratswa hl 2017...

			auf	Dauerschleife	
14	03:27 – 03:29	Straßenaufnahme: Lunacek tanzt mit Mann vor Gebäude, links im Bild zu erkennen: Blasinstrument	Totale, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	..freute man sich bereits auf das beste...
15	03:29 - 03:32	Festlicher Saal in der Hofburg: rechts im Bild: A.v.d.Bellen begrüßt Glawischnig, Handschlag, Bussi links/ Busse rechts	Halbtotale, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	...Ergebnis der Geschichte“
16	03:32 – 03:38	U.Lunacek am Rednerpult vor grüner Wand	Halbnahe, statische Kamera, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Originalton Lunacek	O-Ton Lunacek: „Da wird nämlich nicht der Contest Österreich sucht den Superstar entschieden“
17	03:38 – 03:42	Lunacek u. Vassilakou gehen in Begleitung von rechts nach links über eine Wiese bergab,	Halbnahe, Kamera folgt der Bewegung der Akteure, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	„Doch was dann geschieht, ist für ein gesundes, menschliches Hirn..
18	03:42 – 03:45	Peter Pilz sitzt an einem vollen Tisch, wischt	Nahe, Kamera statisch,	Hintergrund-Musik: X-Faktor	...rational nicht fassbar...

		sich am Auge, hinter ihm andere Menschen an Tischen sitzend	Schnitt auf	Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	
19	03:45 – 03:48	Pressekonferenz der Jungen Grünen, 2 Mitglieder (darunter F. Petrik) sitzend vor Mikrofonen am Tisch	Detail von Logo der Jungen Grünen, Kamera schwenkt nach rechts unten auf Halbnaher, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife Text im Voice over	...die Partei trennt sich von den kritischen Jungen...
20	03:48 – 03:50	Glawischnig am Rednerpult mit Blumenstrauß	Halbnaher, statische Kamera, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife Text im Voice over	...der unkritischen Chefin...
21	03:50 – 03:52	P.Pilz verlässt eine Bühne und geht ins Publikum, Lunacek klopft im auf die Schulter, Publikum applaudiert für Pilz	Halbtotale, Kamera folgt der Bewegung der Pilz, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife Text im Voice over	...dem prominentesten Mitglied...
22	03:52 – 03:56	Junger Grüner am Rednerpult auf einer großen Bühne	Totale, Kamera schwenkt leicht nach rechts,	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in	...und am Ende sogar von ihren Wählern. ...

			dann zoom auf Halbnaher, Schnitt auf	Dauerschleife Text im Voice over. Im O-Ton: kurzes Auflachen des Redners	
23	03:56 – 03:58	Mann mit Brille, erklärt etwas, sitzt am Tisch	Nahe, Kamera statisch, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife Text im Voice over	...Wissenschaftler stehen vor einem Rätsel...
24	03:58 – 04:02	Wahlhelfer der Grünen vor Gebäude mit Plakaten und Flyern in den Händen, wirken etwas orientierungslos	Totale, Kamera statisch, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Text im Voice over	...Wie unpackbar unbeholfen kann eine Partei eigentlich sein,...
25	04:02 – 04:05	Pilz sitzend am Tisch, umringt von Leuten, Frau kommt auf ihn zu und umarmt Pilz	Halbnaher, Kamera statisch, Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife Text im Voice over	...die einfach so die Chance..
26	04:05 – 04:07	Am Boden liegend ein Wahlplakataufsteller der Grünen	Halbtotale, Kamera schwenkt v.l.o.n.r.u., Schnitt auf	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in	...ihres Lebens zerstört“

				Dauerschleife Text im Voice over	
27	04:07 – 04:37	Zurück bei Moderator im dunklen Raum, Moderator mittig im Bild, links von ihm Kerzenschimmer, rechts wird Staffelei angestrahlt, Foto v. Lunacek auf Staffelei, Moderator nimmt es in die Hand hält es rechts von sich, fast nur noch Foto von Lunacek im Bild, Stempel „Wurscht“ erscheint	Halbnahe, Kamera statisch, leichter Schwenken. Rechts mit Bewegung Moderator, dann zoom auf Fotografie, Stempel wird via Blende reingeschnitten	Hintergrund-Musik: X-Faktor Spannung erzeugend in Dauerschleife. Schlussmoderation durch Moderator extra schlechte Synchronisation. Am Ende fadet Applaus aus dem Studio-Publikum mit rein	„Was glauben Sie, liebe Zuseher? Ist die schreckliche Geschichte dieser Partei bloß ein Schauermärchen? Oder waren Personen, wie diese, tatsächlich zu den gezeigten Handlungen fähig? Diese Geschichte ist wurscht. Sie ist ganz Österreich im Prinzip seit dem Jahr 2017 komplett egal.“

Kategoriensystem der TV-Beiträge: *Tagespresse aktuell* „Ö-Faktor“

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Ausstrahlungsdatum	17.10.17		
1.2 Datum der Untersuchung	06.08.18		
1.3 Staffel + Episode	S1 E5		
1.4 Länge des Betrags	02:02 Minuten		

1.5 Einbettung in der Sendung	Minute 02:35 – 04:37		
1.6 Kameraeinstellungen	27 Einstellungen		
1.7 Schnitt	Meist einfacher Schnitt, 2-3 Blenden		
1.8 Bildmaterial	neue Aufnahmen Ö-Faktor (nicht im Studio), Archivaufnahmen aus Wahlkampf Bundespräsident 2016, Archivaufnahmen Nationalratswahl 2017		Ist der Beitrag direkt aus dem Studio? Wird Archivmaterial verwendet? Etc.
1.9 Musik	Spannungserzeugende Musik (X-Faktor angelehnt)		
2 allg.Inhaltliche Kategorie			
2.1. Thematik des Beitrags	Schlechtes Wahlergebnis der Grünen		Wo von handelt der Beitrag?
2.2 Inhaltsangabe	Nach dem Wahlsieg v.d.Bellens 2016 erhofften sich Grüne ein gutes Ergebnis bei der Nationalratswahl. Jedoch überwogen parteiinterne Streitigkeiten den Wahlkampf. Öster. Wähler strafen Partei ab, Grüne fliegen aus dem Parlament.		Kurzzusammenfassung des Beitrags

2.3 Aktualitätsbezug	Vorhanden, Beitrag bezieht sich auf Wahlergebnis der Nationalratswahl 2017, fand 2 Tage vorher statt		Bezieht sich der Beitrag auf ein aktuelles Ereignis?
2.4 Szenische Umsetzung	Rubrik!! Zusammenschnitt von Archivaufnahmen im Rahmen einer Sendungsrubrik. Aus dem Off erzählt Sprecher die Geschichte der Grünen	Sendungsrubrik „Ö-Faktor“ = Anlehnung an Mystery-Serie „X-Faktor“: Niedergang der Grünen als eine Art Märchengeschichte. Vom Aufstieg zum Niedergang	Monolog, Interview (mit Studiogast, Außenkorrespondent etc.), Einspieler, etc.
2.5 Akteure	Moderator Ö-F. (namenlos), N. Hofer, A.v.d.Bellen, U. Lunacek, M. Vassilakou, P.Pilz, 2 Mitglieder d. Jungen Grünen (F. Petrik), E. Glawischnig, diverse Parteimitglieder & Wahlkampfshelfer, Volk Österreich	Alle Personen im Bild. Das Volk Österreich wird lediglich genannt	Welche Personen spielen eine Rolle? Im Bild, aber auch als Thema
2.6 Darstellung der Akteure	Keine Person wird namentlich genannt. Die Grünen werden als unbeholfen dargestellt Moderator Ö-Faktor dient der Parodie	Hofer als „anständiger Österreicher“ v.d. Bellen als „drogensüchtiger Kommunist“ Hofer/ FPÖ als „Goliath“ Lunacek/ Grüne als „David“ Glawischnig als „Unkritisch“	Wie werden die gezeigten oder erwähnten Akteure dargestellt?
2.7 Rolle des Moderators der Sendung	Keine Rolle, kommentiert lediglich kurz	„unpackbar und wahrlich wurscht, was den Grünen passiert ist“	Nimmt der Moderator Bezug zum Beitrag, kommentiert er?

	nach Beitrag		
2.8 vorheriger Beitrag	Im Studio: Fuchs berichtet über Wahlergebnis & Konsequenzen für ÖVP-Minister & Noch-Kanzler Kern, sowie der Grünen	Einsatz von Fotomontagen: Lopotka & Sobotka in einem Zwinger + C. Kern an einem Pfeiler Wahlplakat für H-P. Doskozil U.Lunacek bedankt sich im 7. Wiener Bezirk	
2.9 anschließender Beitrag	Im Studio: Fuchs berichtet über allgemeines Abschneiden der Kleinpartien: Wo sind welche „Hochburgen“?	Grafik	
3 Angriff/ aggressives Merkmal	ja		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	Partei Die Grünen U.Lunacek stellvertretend für die Partei Bundespräsident: A.v.d.Bellen		Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Wahlergebnis der Grünen Verhalten der Partei während Wahlkampf		Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	Inhaltlich & Thematisch Persönlich:	Auftreten der Grünen im Wahlkampf/ Parteiinterne Probleme A.v.d.Bellen als „drogensüchtig“	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4. Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Verhalten der Grünen im Wahlkampf vs. Hoffnungen auf gutes Abschneiden bei der Wahl	Frage wird aufgeworfen, warum sich eine Partei in einem Wahljahr auf solche Weise verhält, zu mal sie im Jahr zu vor den Bundespräsidenten stellte.	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?

4.1 Ebene der Normrückbindung	Satirisches Objekt: Grüne	Rezipient und Satiriker verbünden sich und verlachen das satirische Objekt	Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Rezipient?
4.2 Wirkungsabsicht	Es liegt keine Handlungsaufforderung vor		Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5 Indirektheit/ästhetisches Merkmal	Ja, Beitrag verfremdet	Frage, ob „Geschichte“ wirklich passiert ist.	Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Beitrag = Gedankenwitz Szen. Witz = hier Kombination von Bild und Text	als ob Geschichte der Grüne erfunden wäre Einstellungen: 10-12, 14, 22, 23, 26	Wort-, Gedanken-, oder Szenischer Witz
5.2 Satirische Mittel	Ganzer Beitrag = Parodie Ironischer Unterton → Komik Gegenüberstellung Biblischer Vgl. Übertreibung Pointe = Hyperbel	Ö-Faktor vs. X-Faktor → reale Ereignisse werden in Frage gestellt „als ob“- Moment verleiht dem Beitrag Komik Hofer als „anständiger Österreicher“ vs. v.d. Bellen als „drogensüchtiger Kommunist“ „Epos von David gegen Goliath“ → Gegenüberstellung der Parteien „Wissenschaftler stehen vor einem Rätsel“ Grüne = „wurscht“ → Österreich hat Grüne aus	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung? In welchem Umfang

		dem Parlament gewählt → Geschichte also irrelevant	
--	--	--	--

Einstellungsprotokoll *heute show* „AfD-Sammelalbum“

heute show S2017E21 22.09.2017

<https://www.youtube.com/watch?v=bgY72zHHR5k&t=323s>

Ein- stel- lung	Zeit: Minuten i.d. Sendung	Bildebene	Kamera/ Schnitt	Ton	Textebene Zusammenfsg.
1	03:06 – 03:45	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum i.d.Hand. Links: Fotomontage: Gauland & Weidel in Sportbekleidung auf der Titelseite eines Fotosammelalbums . Gauland trägt Nr.:33, Weidel Nr.45.; rechts u. Links von ihnen viele Mini- Deutschlandflaggen	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Original- ton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen des Publiku- ms	Welke stellt „Manini“- Fotosammelalb- um vor. AfD- Politiker zum Einkleben im Heft. „Natürlich nur auf der rechten Seite“. Aufforderung Welkes zu googlen, wer auf AfD- Landeslisten sitzt: Wer zieht in den Bundestag? Welke: „Mann kann die natürlich trotzdem wählen, aber mit 'wir haben doch von nichts gewusst', kommen wir nicht nochmal durch, Freunde. Hier mal Bock auf was Ekliges:

2	03:45 – 04:05	Gauland bei einer AfD-Wahlveranstaltung. G. Steht am Rednerpult; links v. ihm i. Hintergrund: AfD Kreisverband-Plakat in S/R/G; rechts: Plakat: Kyffhäuser Treffen. Oben rechts Logo d. AfD.; dahinter in klein: Quellenangabe des Videos (AfD-Youtube-Kanal)	Halbnahe, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Originalton; Gauland spricht. Im Hintergrund und hört man Publikum zustimmen und grölen	„Wenn die Franzosen zu recht stolz auf ihren Kaiser sind, und die Briten auf Nelson & Churchill, haben wir das Recht stolz zu sein auf die Leistungen deutscher Soldaten in zwei Weltkriegen“ „Bravo“
3	04:05 – 04:48	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend. Links Fotomontage: Gauland sitzt auf Vintage-Möbel, neben ihm alter Lautsprecher, Bildunterschrift: „Opa erzählt vom Krieg“ 04:28 Foto-Change: Gauland in Darth-Vader.Kostüm; Bildunterschrift: Das Erwachen der Wehrmacht; 04:40: Bildwechsel: Sammelkarte „Petr Bystron“, Bildunterschrift: „Position rechts außen“	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen des Publikums	„Stolz?..Also Leute...“ - Welke verurteilt Zitat scharf: es kann nichts geben, worauf man als Deutscher stolz sein darf bzgl. des Angriffskriegs; Verwunderung: „Was passiert denn hier in dem Land? Alles nur noch schlimm“ Welke stellt Petr Bystron vor: „...findet die Nazi-Hipster von der Identitären-Bewegung duftete und hat auch noch was zum Krieg herausgefunden.“

4	04:48 – 04:53	Bystron auf Bühne mit Mikro i.d.Hand; i. Hintergrund AfD-Plakat, unten rechts Quellenangabe: „AfD-Television via Youtube“	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Bystron spricht; aus dem Publikum klatschen & zustimmendes grölen	„Deutschland haben nach dem Krieg die Trümmerfrauen aufgebaut und nicht die Türken“
5	04:53 – 05:09	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend. Links Fotomontage: Sammelkarte „Petr Bystron“, Bildunterschrift: „Position rechts außen“	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen des Publikums	„Ja die Türken haben es vorher aber auch nicht kaputt gemacht.Hör ma, wenn die Trümmerfrauen so toll sind, warum sind die hier in Köln noch nicht fertig?..“
6	05:09 – 05:12	Ausschnitt aus Publikum, klatschend und lachend	Halbtotale, Kamera zoomt raus, einfacher Schnitt auf	Originalton: Publikum lacht & klatscht, aus dem Off: Welke spricht weiter
7	05:12 – 05:26	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend. Links Fotomontage: Sammelkarte „Petr Bystron“, Bildunterschrift: „Position rechts außen“	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen des Publikums	„..Aus der Preisklasse sitzen bald ganz viele, Dutzende im Bundestag...Wer ist die hier?..“

8	05:26 – 05:32	C.Miazga sitzend am Tisch; Mikro vor ihr. Wahlveranstaltung AfD; im Hintergrund: AfD-Wahlplakat: „Mut zur Wahrheit“	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Miazga spricht:	„Mein Name ist Corinna Miazga, ich bin 33 Jahre alt. Verheiratet. Ein Schäferhund“
9	05:32 – 06:06	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend; hält „Spielerkarte Miazga“ i.d.Hand. Links Fotomontage: Gauland & Weidel in Sportbekleidung auf der Titelseite eines Fotosammelalbums . Gauland trägt Nr.:33, Weidel Nr.45.; rechts u. Links von ihnen viele Mini-Deutschlandflaggen ; Fotomontage-Wechsel: Spieler Karte Jens Maier, Bildunterschrift: „Position ganz rechts außen“	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen des Publikums	„Nee kleb ich nicht ein..“ „Aber er hier, er hier, ist quasi sowas wie der AfD-Joker: Jens Maier ultra rechter Rechter, äh ultra rechter Richter..“ Welke zitiert Maier („Schuld kult für beendet“ „Herstellung von Mischvölkern“)
10	06:06 – 06:25	Jens Maier steht vor blauem Hintergrund, welcher mit S/R/G-Prismen dekoriert ist (animiert); Schnitt: Hintergrund nun Bildauszug aus Mecki-Büchern (3x)	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton Jens Maier spricht. Plus Ton aus Studio Aus dem Off vereinzelte: Lacher	Jens Maier erzählt von seinen Lieblingskinderbüchern: Mecki bei den Chinesen etc. „Und dann auch das: Mecki bei den Negerlein“

				aus dem Studio-Publikum	
11	06:25 – 06:52	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend; links im Bild: Fotomontage: Spieler Karte Jens Maier, Bildunterschrift: „Position ganz rechts außen“; Fotomontagewechsel: Mecki in SS-Uniform, Hitlergruß	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen des Publikums	„ja..ja alle gut. Und nicht zu vergessen: Mecki bei der Waffen-SS...“ „..Ich schaff das jetzt gar nicht mehr die alle einzukleben. diese Flitzpiepen. Da sind so viele tolle Abgeordnete dabei, ...“ „oder hier Markus Frohnmaier, der hat vor allem eins, ne große Fresse.“
12	06:52 – 07:03	Markus Frohnmaier am Rednerpult stehend auf Bühne, Mikro in d. Hand, Rednerpult von Deutsch-Flagge umhüllt, im Hintergrund: Zuseher. Unten links Logo von „Monitor“ (ARD-Sendung)	Amerikanisch, Im Profil von rechts, Kamera statisch; einfacher Schnitt auf	Originalton: Frohnmaier spricht/ruft	„..Wenn wir kommen, dann wird aufgeräumt, dann wird ausgemistet. Dann wird wieder Politik für das Volk, und zwar nur für das Volk gemacht. Denn wir sind das Volk, liebe Freunde“
13	07:03 – 07:45	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend; links im Bild: Foto von Jens Frohnmaier,	Halbnahe, Kamera statisch. Einfacher Schnitt auf	Originalton: Welke spricht, ab und an aus dem Off: Lachen	Welke imitiert Frohnmaier.. „Junge, Junge, was haben se dem denn ins Futter gemischt? - Sie hörten die

		<p>Bildunterschrift: „Aus-Mistkerl“ Fotowechsel: Gestalt in Schneelandschaft, Bildunterschrift mit blauem Hintergrund in weiß/roter Schrift: „Gemäßigter AfDler“, Fotowechsel: Spieler Karte von Alice Weidel, Bildunterschrift: „Position rechtsdrehend“</p>		<p>des Publiku ms</p>	<p>Allmachtsfantas ien eines 1,12m großen Hobbits“ ... „Gemäßigter AfDler ein Mythos, den hat noch nie einer gesehen. Hier das einzig bekannte Foto“</p> <p>„Alice Weidel Frontfrau der Gemäßigten..“ Kanzlerin soll vor Gericht; private Mail: Weidel bezeichnet „Bundesregieru ng als Schweine & Marionetten der Siegermächte“</p>
14	07:45 – 07:54	Weidel vor Mikrophon am Rednerpult (Pressekonferenz)	Nahe, Kamera statisch	Originalt on: Weidel spricht	„Bei diesen ganzen Wahlduellen ist es ja immer ganz interessant, dass ausgerechnet die AfD ständig unterbrochen wird und nicht zu Ende sprechen kann..“ wird vom Schnitt unterbrochen!
15	07:54- 08:25	Studio: am Tisch, rechts: Welke sitzend mit Fotosammelalbum vor ihm liegend.	Halbnahe, Kamera statisch. Dann zoomt raus,	Originalt on: Welke spricht, ab und	Welke stimmt ihr zu: „Nein da hat sie recht“ „So sprechen

		Links Fotomontage: Fotomontage: Gauland & Weidel in Sportbekleidung auf der Titelseite eines Fotosammelalbums . Gauland trägt Nr.:33, Weidel Nr.45.; rechts u. Links von ihnen viele Mini- Deutschlandflaggen	Schwenk nach rechts → Fotomontage verschwindet; Welke mittig im Bild	an aus dem Off: Lachen des Publiku ms	wir es aus In Deutschland gibt es einen Markt für völkisches Denken Punkt. Wir dürfen uns da auch nicht in die Tasche lügen. Das ist ein Teil von uns, ja?! So wie diese nässende Stelle an meinem linken – ist ja auch egal
--	--	---	--	--	--

Kategoriensystem der TV-Beiträge : *heute show* „AfD-Sammelalbum“

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Ausstrahlungsdatum	22.09.17		
1.2 Datum der Untersuchung	12.08.18		
1.3 Staffel + Episode	S2017 E21		
1.4 Länge des Betrags	05:19 Min		Angabe in Minuten
1.5 Einbettung in der Sendung	Min 03:06 – 08:25		
1.6 Kameraeinstellungen	15	Jedoch sind 7 E davon die selbe	
1.7 Schnitt	Einfacher Schnitt		
1.8 Bildmaterial	Studioaufnahmen + Archivmaterial + Youtube-Material + Fotomontage		Ist der Beitrag direkt aus dem Studio? Wird Archivmaterial verwendet? Etc.

1.9 Musik	Keine Musik		
2 allg.Inhaltliche Kategorie			
2.1. Thematik des Beitrags	Mögliche AfD-Abgeordnete im zukünftigen Parlament		Wo von handelt der Beitrag?
2.2 Inhaltsangabe	Welke stellt anhand von „Fussballsammel-Karten“ AfD-Politiker vor, die evtl. ins Parlament einziehen könnten, dabei macht er auf ihre rechte Gesinnung aufmerksam und betont immer wieder, dass man die AfD nicht wählen sollte.		Kurzzusammenfassung des Beitrags
2.3 Aktualitätsbezug	Ja, Sendung lief am Freitag vor der Bundestagswahl		Bezieht sich der Beitrag auf ein aktuelles Ereignis?
2.4 Szenische Umsetzung	Monolog des Moderators, Einspieler aus Archivmaterial/ YouTube-Material		Monolog, Interview (mit Studiogast, Außenkorrespondent etc.), Einspieler, etc.
2.5 Akteure	Oliver Welke A. Gauland A. Weidel P. Bystron Trümmerfrauen/ Bauamtswesen Köln C. Miazga J. Maier F. Petry M. Frohnmaier		Welche Personen spielen eine Rolle? Im Bild, aber auch als Thema

	gemäßigter AfDler AfD-Anhänger/ Wähler	→ „gibt in Deutschland einen Markt für völkisches Denken“	
2.6 Darstellung der Akteure	AfD-Mitglieder A. Gauland als alter Opa/ Darth Vader P. Bystron - „Position rechts außen“ Trümmerfrauen/ Bauamtswesen C. Miazga; wird nicht eingeklebt J. Maier „AfD- Joker“, „ultra richter Rechter“/ „Position ganz rechts außen“/ Lieblingskinderbü cher F. Petry „warnt vor ihrer eigenen Partei“ M. Frohnmaier - „große Fresse“/ „Aus-Mistkerl“ gemäßigter	→ alle nicht wählbar → veraltet, böse, rechts/rassistisch negativ → rechts/rassistisch, ungebildet (Trümmerfrauen-Zitat), jung („findet Nazi- Hipster...“), Welke geht auf Bystrons Zitat ein, kritisiert Wiederaufbau Kölns („Warum sind die (Trümmerfrauen) in Köln noch nicht fertig?“) → dient nur um Bystron zu verlachen → unwürdig, pervers, rechts → funktionell vielfältig, sehr rechts/ rassistisch, im Beruf falsch, → widersprüchlich → vorlaut, größenwahnsinnig, rechts/ rassistisch → ein Mythos, Erfindung;	Wie werden die gezeigten oder erwähnten Akteure dargestellt?

	AfDler Vgl. Yeti Alice Weidel „Frontfrau der Gemäßigten“; ES „AfD wird immer unterbrochen“ AfD-Anhänger/ Wähler	alle AfDler = rechts → rechts/ rassistisch, Lügnerin, gehören leider auch zu Deutschland Vgl nässende Stelle, unerwünscht, böseartig	
2.7 Rolle des Moderators der Sendung	O. Welke führt durch d. Beitrag , kommentiert Einspieler, ist unterhaltend und zugleich informierend/ lehrreich	→ links, politisch interessiert u informiert/ man soll AfD nicht wählen → gibt nichts worauf man als Deutscher bzgl. 2.WK stolz sein darf	Nimmt der Moderator Bezug zum Beitrag, kommentiert er?
2.8 vorheriger Beitrag	„Werbung“ für „Wahlreminder-App“		
2.9 anschließender Beitrag	„Live-Schaltung“ zum Bundestag: A.Humboldt berichtet über Sitzverteilung		
3 Angriff/ aggressives Merkmal	Ja		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	AfD-Mitglieder (explizit s.10.4/10.5) und ihre Wähler		Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Bundestagswahl 2017, potenzielle Abgeordnete d. AfD		Allgemeine Nachrichtenfaktoren / eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	In erster Linie inhaltlich	→ rechte Gesinnung der AfD-Mitglieder wird scharf verurteilt	Persönliche/ inhaltliche/ thematische

	z.T. Persönlich	Mitglieder werden z.T. als dumm dargestellt („Allmachtsfantasien eines Hobbits)	
	Überbau jedoch auch thematisch	Warum denken so viele Deutsche so?	
4. Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Leute wie diese AfD-Mitglieder dürfen nicht in ein Parlament einziehen vs. Sie werden es	Heute show bezieht deutlich Stellung gegen die AfD gegen rechtes Gedankengut, gegen die Verharmlosung der 2 WK	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	Der Rezipient verlacht gemeinsam mit heute show die AfD		Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Rezipient?
4.2 Wirkungsabsicht	Handlungsaufforderung liegt vor, Appell an Zuschauer:	Geh wählen, aber nicht die AfD	Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung vor?
5 Indirektheit/ ästhetisches Merkmal	Ja, AfD-Sammelalbum frei erfunden		Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Wort-, und Gedankenwitz	Sammelalbum – als ob-Moment → Gedankenwitz diverse Wortwitze finden sich im Beitrag wieder (z.B.: „Das Erwachen der Wehrmacht“, „freudscher Versprecher“: „ultra richter Rechter ähh ultrarechter Richter“)	Wort-, Gedanken-, oder Szenischer Witz
5.2 Satirische Mittel	Ironie/ Verformung	→ AfD-Fotosammelalbum Überbau des Beitrags liegt Ironie zu Grunde. Zugleich wird Realität verformt dargestellt: gibt dieses Sammelalbum nicht.	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung? In welchem Umfang

		<p>→ alle Fotomontagen stellen Verformungen der Wirklichkeit dar; → Bsp.: „Mecki bei der Waffen-SS“</p>	
	Vergleich	<p>→ Gaulands Rede (E2) Vgl.: „Opa erzählt vom Krieg“//Gauland als Darth-Vader → Frohnmaier als Hobbit → gemäßigter AfDler = Yeti-Mythos → Vgl. völkisch denkende Deutsche/ „nässende Stelle am...“</p>	
	Metapher	<p>→ „aus der Preisklasse“, „Flitzpiepen“, Maier als „AfD-Joker“</p>	

Einstellungsprotokoll heute show „Wischmeyers Logbuch“

heute show S2017E22 29.09.2017

<https://www.youtube.com/watch?v=iyhUnODHMm4&t=601s>

Einstellung/ Wechsel d. Fotomontagen	Zeit: Minuten i.d. Sendung	Bildebene	Kamera/ Schnitt	Ton	Textebene Zusammenfsg.
1	07:34 – 07:45	Vorspann: Buchstaben auf animierten Steinen drehen sich wie Uhrwerk; entschlüsseln Titel	Detail bis ToTale, Kamera folgt Buchstaben, diese	Aus dem Off: Sprecher: Titel d. Rubrik	„Wischmeyers Logbuch der Bekloppten und Bescheuerten“

		der Rubrik	werden an gezoomt, und wieder raus; Schwarzblende auf	Hintergrundmusik plus	
2	07:45 – 07:48	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, rechte Bildhälfte schwarz	Amerikanisch, Kamera statisch, einfacher Schnitt auf	Originalton: Wischmeyer spricht:	„Hurra, 4 Jahre Jamaika...“
3	07:48 – 08:50	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, rechte Bildhälfte schwarz	Halbnahe, Kamera statisch,	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„...4 Parteien für Besserverdiener, die im Osten keine Sau kennt. Das wird ein Spaß. Hier meine Prognose: Kurz vor Weihnachten einigen sich Grüne und CSU endlich auf eine Obergrenze: Und zwar liegt die genau bei 1,90m pro Flüchtling. Mehr geht einfach nicht. Im Januar beschließt Jamaika tatsächlich das Ende des Verbrennungsmotors. Zum

				<p>Abschied gibt es nochmal eine Sonderauflage des beliebten Saugdiesels der Euronorm Null. In einer limitierten Edition von 60Millionen Stück. Die Grünen fordern außerdem den Ausstieg aus der Kernfamilie bis spätestens 2020. Außerdem soll die Ehe für alle auf sämtliche Säugetiere erweitert werden – aber nur, wenn diese freiwillig mitmachen und vorher duschen. Der Tod auf Verlangen ist in der Koalition weiter strittig. Während die Grünen meinen der Sterbende soll selbst über sein Ende entscheiden, fordern die CSU eine Abstimmung im Familienkreis. Kurz gesagt: lauter geile</p>
--	--	--	--	--

					Ideen und auch ein Jamaika-Kabinett zeichnet sich bereits ab. Hier die Highlights:..“
4	08:50 – 08:57	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, rechte Bildhälfte schwarz	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„...Wegen ihrer 8.Schwangerschaft wechselt Flinten-USchi von der Leyen vom Verteidigungsministerium ins Kanzleramt
5	08:57 – 09:03	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos,in die rechte Bildhälfte wird Fotomontage geblendet: v.d.Leyen als Kammerzofe bindet Merkel Korsett	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„..Und zwar als Kammerzofe von Angela Merkel. An der Spitze der Bundeswehr folgt ihr der langhaarige Sanitäts-“
6	09:03 – 09:08	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos,in die rechte Bildhälfte: Fotomontagewechsel zu Anton	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/	„..gefreite Anton Hofreiter. Die erste Panzerdivision aus Oldenburg desertiert im November nach Holland.“

		Hofreiter mit Soldatenhelm		Klatschen des Studio-Publikum	
7	09.08 – 09:15	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, in die rechte Bildhälfte: Fotomontagewechsel: braungebrannte W.Kubicki	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„Wolfgang Kubicki bekommt das neugegründete Ministerium für Selbstbräuner, Hochprozentiges und geile Weiber..“
8	09:15 – 09:23	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, in die rechte Bildhälfte: Fotomontagewechsel: Guttenberg mit Urkunde	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„Karl Theodor zu Guttenberg ist als Wissenschaftsminister gesetzt. Bis herauskommt, dass er seine Geburtsurkunde gefälscht hat..“
9	09:23 – 09:32	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, in die rechte Bildhälfte: Fotomontage Zoom auf Name, wird rot eingekreist	Amerikanisch, Kamera statisch, Zoom auf Urkunde	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„Sein richtiger Name lautet: Klaus-Bärbel zu Guttenberg. Jetzt reicht's, Baron von Mogel! Achja Ministerin für Umwelt und Reaktorsicherheit wird natürlich ...“

10	09:32 – 09:36	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, in die rechte Bildhälfte: Fotomontagewechsel: S. Thomalla in rotem Kleid vor AKW	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„...Sophia Thomalla. Aber es gibt auch gute Nachrichten:...“
11	09:36 – 09:53	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, lehnt sich mit rechtem Arm an „Steine“ des Rubriklogos, in die rechte Bildhälfte: Fotomontagewechsel: Cem Özdemir	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-Publikum	„...Cem Özdemir kriegt das auswärtige Amt. Wie lustig ist das denn? Die Leute, die wegen Überfremdung sangst AfD gewählt haben, kriegen zur Belohnung einen türkischstämmigen Außenminister. Das beweist, es gibt doch einen Gott.“
12	09:53 – 09:54	Wischmeyer steht vor schwarzem Hintergrund, Montage wischt n.rechts aus dem Bild. W. macht Schritt nach vorne	Amerikanisch, Kamera statisch	Originalton: Wischmeyer spricht: aus dem Off: ab und an Lacher/ Klatschen des Studio-	„...Bzw. allahu akbar, Kameraden. Weitermachen!“

				Publikum	
13	09:54 – 10:00	Abspann: Buchstaben auf animierten Steinen drehen sich wie Uhrwerk; entschlüsseln Titel der Rubrik	Detail bis ToTale, Kamera folgt Buchstaben, diese werden an gezoomt, und wieder raus;	Aus dem Off: Sprecher: Titel d. Rubrik Hintergrundmusik plus Applaus & Lachen des Publikums	„Wischmeyers Logbuch der Bekloppten und Bescheuerten“

Kategoriensystem der TV-Beiträge: *heute show* „Wischmeyers Logbuch“

1 Formale Kategorie	Erhebung/ Interpretation	Erhebung/ Interpretation/ Zitate	Erklärungen
1.1 Ausstrahlungsdatum	29.09.17		
1.2 Datum der Untersuchung	12.08.18		
1.3 Staffel + Episode	S2017 E22		
1.4 Länge des Betrags	02:26 Min		
1.5 Einbettung in der Sendung	Minute 07:34 – 10:00		
1.6 Kameraeinstellungen	4	Hauptsächlich statische Kamera	
1.7 Schnitt	Einfacher Schnitt, eine Schwarzblende		
1.8 Bildmaterial	Extra Einspieler plus Fotomontage		Ist der Beitrag direkt aus dem Studio? Wird Archivmaterial verwendet? Etc.

1.9 Musik	Vorspann d. Rubrik mit Musik hinterlegt		
2 allg. Inhaltliche Kategorie			
2.1. Thematik des Beitrags	Prognose zur möglichen Jamaika-Koalition		Wo von handelt der Beitrag?
2.2 Inhaltsangabe	Mögliche Programmpunkte d. Koalition werden vorgestellt, sowie mögliche Kabinettsbesetzung		Kurzzusammenfassung des Beitrags
2.3 Aktualitätsbezug	Ja, Koalitionsverhandlungen noch nicht begonnen, Sendung eine knappe Woche nach Wahlergebnis ausgestrahlt		Bezieht sich der Beitrag auf ein aktuelles Ereignis?
2.4 Szenische Umsetzung	Monolog plus Fotomontagen		Monolog, Interview (mit Studiogast, Außenkorrespondent etc.), Einspieler, etc.
2.5 Akteure	Dieter Wischmeyer (Satiriker), Grüne, FDP, CSU, CDU, U.v.d.Leyen, A.Merkel, A.Hofreiter, W.Kubicki, K.T.z.Guttenberg, S.Thomalla, C.Özdemir		Welche Personen spielen eine Rolle? Im Bild, aber auch als Thema
2.6 Darstellung der Akteure	D. Wischmeyer	→ trocken/witzig; gibt Prognose	Wie werden die gezeigten oder erwähnten Akteure

	Grüne/FDP/CSU/ CDU	→ schwierige Beziehung wird deutlich gemacht, unterschiedlichste Standpunkte	dargestellt?
	U.v.d.Leyen	→ gebärfreudig, als Verteidigungsministerin unfähig wird deshalb Kammerzofe	
	A.Merkel	→ nur genannt	
	A.Hofreiter	→ Frisur wird verlacht, als Verteidigungsminister unfähig	
	W.Kubicki	→ Lebemensch, trinkfreudig und auf sein Äußeres bedacht	
	K.T.z.Guttenberg	→ unehrlich, unehrenhaft	
	S.Thomalla C.Özdemir	→ sexy, attraktiv → Lichtblick, positiv	
2.7 Rolle des Moderators der Sendung	Keine Rolle		Nimmt der Moderator Bezug zum Beitrag, kommentiert er?
2.8 vorheriger Beitrag	Einspieler: Jochen Schweizer: Vier Jahre regieren mit Merkel; Welche kommentiert		
2.9 anschließender Beitrag	Studiobeitrag zu SPD-Entschluss: Opposition; Welke kommentiert		
3 Angriff/ aggressives Merkmal	ja		Konstitutives Merkmal der Satire. Liegt Angriff vor oder nicht.
3.1 Wer wird angegriffen?	Mögliche Koalition, Positionen d. Parteien U.v.d.Leyen, A.Hofreiter,	→ bereits Titel der Rubrik „Wischmeyers Logbuch der Bekloppten & Bescheuerten“ ist ein Angriff auf alle beteiligten Akteure	Das satirische Objekt: Person/ Institution/ allgemeines Verhalten

	W.Kubicki, K.T.z.Guttenberg		
3.2 Warum wird angegriffen?/ Anlass	Wahlergebnis/ mögliche Koalitionsverhandlungen als Anlass, verschiedene Positionen d. Parteien	Wie sollen sich diese Parteien je einigen können?	Allgemeine Nachrichtenfaktoren/ eine Institution/ eine Person/ ein Ereignis/ Statement
3.3 Stoßrichtung der Attacke	In erster Linie thematisch/ inhaltlich: aber auch persönlich:	Verschiedene Positionen der Parteien schwer zu vereinbaren; Positionen an sich werden kritisiert: Debatte zu Obergrenze, Dieselmotor, Sterbehilfe. → „Flintenuschi v.d.Leyen zum 8.x schwanger“ → familiäre Verhältnisse → Kubicki braungebrannter Lebemann → Hofreiter, Frisur wird verlacht, als Minister für Desertieren von Division verantwortlich	Persönliche/ inhaltliche/ thematische
4. Normrückbindung/ Soziales Merkmal	Uneinigkeit der Parteien/ Ambiguität der Positionen in der möglichen Koalition	→ mögliche Koalition eigentlich zum Scheitern verurteilt,	Konstitutives Merkmal der Satire. Was wird angeprangert? Und warum?
4.1 Ebene der Normrückbindung	Rezipient wird auf die bevorstehenden Koalitionsverhandlungen eingestimmt/ vorbereitet	Fallen nicht zusammen	Wer soll damit erreicht werden? Satirisches Objekt oder der Rezipient?
4.2 Wirkungsabsicht	Es liegt keine Handlungsaufforderung vor.		Soll sich das satirische Objekt neu positionieren/ rechtfertigen/ ändern? Liegt eine Handlungsaufforderung

			ung vor?
5 Indirektheit/ ästhetisches Merkmal	Gesamter Beitrag Prognose Vorschau verzerrt Realität mit absurden Vorschlägen	→ Hypothese: wie könnte es aussehen? → „Obergrenze ab 1,90m“	Konstitutives Merkmal der Satire. Wird die Realität verändert dargestellt
5.1 Art des Witzes	Gedankenwitz Wortwitz	Prognose: Was wäre wenn, wie etc. „Flinten-Uschi“; „Allahu akbar“	Wort-, Gedanken-, oder Szenischer Witz
5.2 Satirische Mittel	Zeitl. Verschiebung Spott Verformung der Wirklichkeit Übertreibung Groteske	→ Prognose Kubicki: „Ministerium für Selbstbräuner, Hochprozentiges und geile Weiber“ → Comeback Guttenbergs; → „limitierte Edition von 60 Million“; Fälschung Geburtsurkunde; „Das beweist, es gibt doch einen Gott“ → Ehe für alle auch für Säugetiere; Sterbehilfe- Entschluss im Familienkreis; „neugegründete Ministerium für Selbstbräuner etc.“ S. Thomalla als Ministerin	Welche rhetorischen/ satirischen Mittel finden Verwendung? In welchem Umfang