



Hannah Lorenz

# Im Spannungsfeld von Wollen, Sollen und Können

Brüsseler Agenturjournalisten als Nachrichtendienstleister



Nomos

Der Journalismus ist Chronist des Tagesgeschehens und Seismograf der Gesellschaft. Er fokussiert die Aufmerksamkeit und moderiert den öffentlichen Diskurs. Lange Zeit hatte der Journalismus eine unangefochtene Position. Dies hat sich in den letzten Jahren geändert: Digitale Medien, der Wandel der Publikumsbedürfnisse und ein wachsender ökonomischer Druck haben zu einem Umbruch geführt. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung der Medien für die Gesellschaft zu. Der Journalismus ist treibende Kraft dieser Medialisierung.

In der Reihe AKTUELL erscheinen Arbeiten, in denen die Neuorientierung des Journalismus wissenschaftlich begleitet wird. Die Reihe ist ein Forum der akademischen Debatte. Sie versammelt Untersuchungen, in denen der Journalismus in all seinen Facetten theoretisch und empirisch analysiert wird. Die Studien liefern außerdem der Praxis Denkanstöße und tragen zur öffentlichen Debatte über seine Rolle in der Mediengesellschaft bei.

Schriftenreihe „Aktuell. Studien zum Journalismus“

herausgegeben von

Prof. Dr. Andrea Czepek  
Prof. Dr. Ralf Hohlfeld  
Prof. Dr. Frank Lobigs  
PD Dr. Wiebke Loosen  
Prof. Dr. Klaus Meier  
Prof. Dr. Christoph Neuberger

Band 10

Hannah Lorenz

# Im Spannungsfeld von Wollen, Sollen und Können

Brüsseler Agenturjournalisten als Nachrichtendienstleister



**Nomos**

© Titelbild: fotolia.com

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

Zugl.: Münster, Univ., Diss., 2017

ISBN 978-3-8487-4189-2 (Print)

ISBN 978-3-8452-8458-3 (ePDF)

1. Auflage 2017

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

*Für meine Eltern*



## Danksagung

Dieses Buch ist die leicht überarbeitete und gekürzte Version meiner Dissertation, die ich im September 2016 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster eingereicht habe. Am Zustandekommen dieser Arbeit haben viele Personen einen Anteil. Ihnen möchte ich herzlich danken.

Mein besonderer Dank gilt den beiden Betreuern dieser Arbeit, Prof. Dr. Bernd Blöbaum und Prof. Dr. Armin Scholl. Mit ihren inhaltlichen Anregungen und in intensiven Diskussionen haben sie dazu beigetragen, dass aus einer ersten Idee eine fertige Doktorarbeit wurde. Mein Doktorvater, Prof. Dr. Bernd Blöbaum, hat mich von Anfang an auf dem Weg begleitet und zeigte stets großes Interesse an dem Forschungsthema. Vor allem für die finanzielle Unterstützung der Feldphase bin ich ihm sehr dankbar und verbunden. Darüber hinaus hat er immer zum richtigen Zeitpunkt einen Anstoß gegeben, damit die Arbeit nicht zum Stillstand kommt.

Ebenfalls möchte ich meinen Kolleginnen und Kollegen am Institut für Kommunikationswissenschaft danken. Nicht nur der wissenschaftlich-inhaltliche Austausch hat die vorliegende Arbeit bereichert – ebenso haben der freundschaftliche Umgang miteinander und die gemeinsamen geselligen Mittagessen, Abende und Konferenzbesuche dazu beigetragen, dass ich mich am Institut sehr wohl gefühlt habe. Insbesondere möchte ich meinem langjährigen Büronachbarn Daniel Nölleke danken. Er hatte stets ein offenes Ohr für meine vielzähligen Fragen aber genauso für einen kurzen Plausch zwischendurch. Felix Flemming danke ich herzlich für seine Korrekturen. Mit ihm, Anna-Maria Volpers, Sarah Kohler, Nadja Zaynel und Jens Vogelgesang verbindet mich eine langjährige, treue Nachbarschaft auf dem hinteren Institutsflur. Dagmar Schierenberg und Christiane Jasper bin ich für ihre Unterstützung in den vielen Jahren am IfK ebenfalls sehr verbunden. Den Hilfskräften Valerie Hase, Rebekka Wilhelm und Marlen Groch danke ich sehr für ihre Hilfe bei verschiedenen Tätigkeiten. Schließlich möchte ich Frau Ries von Herzen danken für ihre aufmunternden Worte und ihr offenes Ohr.

Meiner Mentorin, Prof. Dr. Stefanie Molthagen-Schnöring, möchte ich herzlich dafür danken, dass sie mich während der Dissertation begleitet hat. Mit inhaltlichen Anregungen genauso wie mit ihren Ratschlägen und ihrer Erfahrung hat sie mich über viele Jahre unterstützt. Den Herausge-

bern danke ich für ihr Interesse an meiner Forschung und für die Gelegenheit, meine Dissertation in dieser Reihe zu veröffentlichen. Dem Zentrum für Angewandte Kommunikation sowie dem MedienAlumni Verein möchte ich meinen Dank aussprechen für die finanzielle Unterstützung der Publikation.

Zudem danke ich sehr herzlich allen Agenturjournalisten, die zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben. Dazu zählen sowohl die Journalisten, die im Pretest befragt wurden, als auch die Korrespondenten in Brüssel, die mir in sehr interessanten und aufschlussreichen Gesprächen Einblicke in ihre Arbeit gewährt haben. Ohne ihre Offenheit und ihr Vertrauen wäre diese Studie nicht zustande gekommen. Mein besonderer Dank gilt hierbei Peter Zschunke und Carsten Linnhoff.

Schließlich möchte ich meinen Freunden, meiner Familie und meinem Ehemann danken. Sie haben mich stets motiviert, an mich geglaubt, meine schlechte Laune und Ungeduld ertragen und mich auch während wissenschaftlicher Durststrecken aufgemuntert. Sie haben dafür gesorgt, dass sich Wissenschaft und Freizeit die Waage gehalten haben.

Münster im Juni 2017

Hannah Lorenz

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	16
Abkürzungsverzeichnis	17
1. Einleitung	21
2. Journalismus zwischen Struktur und Handeln	29
2.1 Die zwei Soziologien	29
2.2 Das Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken	31
2.2.1 Theoretische Herleitung	31
2.2.2 Strukturprägung durch soziale Strukturen	33
2.2.3 Strukturbildung in Akteurkonstellationen	38
2.2.4 Das Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken	40
2.2.5 Modellkritik	49
2.2.6 Das Modell in der Kommunikationswissenschaft	54
2.3 Zwischenfazit	69
3. Nachrichtenagenturen als Großhändler – Theoretische Grundlagen und Forschungsstand	75
3.1 Theoretische Grundlagen	75
3.1.1 Begriffsbestimmung	75
3.1.2 Kategorisierung von Nachrichtenagenturen	77
3.1.3 Allgemeine Charakteristika des Agenturjournalismus	81
3.1.4 Entwicklung der Nachrichtenagenturforschung	84

3.2 Bedeutung und Funktion von Nachrichtenagenturen	93
3.2.1 Agenturen zwischen Globalisierung und nationaler Identität	99
3.2.2 Nachrichtenagenturen als Agenda-Setter	102
3.2.3 Nachrichtenagenturen als Gatekeeper	105
3.3 Nachrichtenagenturen als Wirtschaftsunternehmen	108
3.3.1 Nachrichtenagenturen in der Krise	114
3.3.2 Nachrichtenagenturen im Wettbewerb	120
3.3.2.1 Der globale Agenturmarkt	121
3.3.2.2 Der deutsche Agenturmarkt	124
3.4 Die Agenturredaktion – Meso- und Mikroebene	128
3.4.1 Rollen und Arbeitsabläufe in Agenturredaktionen	128
3.4.2 Der Agenturjournalist – Individuelle Merkmale	133
3.5 Die Inhalte der Agenturberichterstattung	138
3.6 Nutzung und Verarbeitung von Agenturmaterial	140
3.7 Zwischenfazit	147
4. Die EU und die Medien – ein schwieriges Verhältnis?	151
4.1 Europäische Öffentlichkeit: Begriffsbestimmung und Forschungsstand	152
4.2 Theoretische Konzeptualisierungen von europäischer Öffentlichkeit	156
4.2.1 Das Konzept paneuropäischer Öffentlichkeit	157
4.2.2 Die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten	159
4.3 EU-Journalismus: Professionelle Praktiken und Produktionslogiken	162
4.3.1 Das EU-Pressekorps	165
4.3.2 Der Brüsseler Mikrokosmos	167

4.3.3 Charakteristika und Herausforderungen des EU-Journalismus	171
4.3.3.1 Der Nachrichtenwert von EU-Themen	173
4.3.3.2 Der EU-Kommunikationsfluss: Informationen im Überfluss	174
4.3.3.3 Zum Verhältnis von EU-Journalisten und Heimatredaktion	175
4.3.3.4 Das professionelle Rollenselbstverständnis von EU-Journalisten	177
4.3.4 Professionelle Diskurse im EU-Journalismus	178
4.3.5 EU-Journalismus zwischen Europäisierung und nationaler Adaption	181
4.4 Die Europäische Union in den Medien	182
4.4.1 Die EU-Berichterstattung nationaler Medien	182
4.4.2 Die EU-Berichterstattung transnationaler Medien	193
4.5 Nachrichtenagenturen und EU-Journalismus	196
4.6 Zwischenfazit	198
5. Erkenntnisinteresse und Forschungsfragen	201
6. Forschungsdesign	209
6.1 Datenerhebung und Datenaufbereitung	209
6.1.1 Begründung der Methodenwahl	209
6.1.2 Operationalisierung	212
6.1.2.1 Stichprobe	212
6.1.2.2 Leitfaden und Pretest	216
6.1.2.3 Das laute Denken	218
6.1.2.4 Durchführung der Interviews	220
6.1.2.5 Datenaufbereitung	222
6.2 Die qualitative Inhaltsanalyse	223

6.2.1 Die computergestützte Analyse qualitativer Daten	229
6.2.2 Auswertungsstrategie und Kategoriensystem	231
7. Der Agenturjournalismus in Brüssel: Einblicke und Erkenntnisse	237
7.1 Organisation und Struktur Brüsseler Agenturbüros	237
7.1.1 Personelle Ausstattung der Agenturredaktionen	237
7.1.2 Schichtdienst und Bereitschaftsdienst	244
7.1.3 Rotationsverfahren	245
7.1.4 Materielle Ausstattung	249
7.1.5 Die Spezialisierung von Agenturkorrespondenten	250
7.1.6 Agenturkorrespondenten als Multimedia-Journalisten	254
7.1.7 Abdruckkontrolle	257
7.1.8 Die Redigierpraxis von EU-Nachrichten	260
7.1.9 Zeitliche Strukturierung des journalistischen Arbeitstages	262
7.1.10 Der Nachrichtenoutput der Agenturkorrespondenten	267
7.2 Zusammenarbeit innerhalb der Nachrichtenagentur	269
7.2.1 Ansprechpartner in der Heimatredaktion	269
7.2.2 Kommunikation zwischen Brüssel und Heimatredaktion	270
7.2.3 Zusammenarbeit mit der Heimatredaktion	272
7.2.4 Zusammenarbeit innerhalb der Brüsseler Redaktion	280
7.3 Zusammenarbeit zwischen Brüsseler EU-Journalisten	282
7.3.1 Zusammenarbeit mit nationalen Journalisten	284
7.3.2 Zusammenarbeit mit ausländischen Kollegen	285
7.3.3 Formen der Zusammenarbeit	289
7.3.3.1 EU-Korrespondenten als Experten	289
7.3.3.2 Informations- und Materialaustausch	291
7.3.3.3 Terminaufteilung unter Korrespondenten	292
7.4 Individuelle Merkmale der Agenturkorrespondenten	294

7.4.1 Berufsweg und professionelle Sozialisation	294
7.4.2 Professionelle Kompetenzen	295
7.4.3 Professionelles Selbstverständnis	297
7.4.4 Das EU-Bild der Agenturkorrespondenten	300
7.4.5 Arbeitszufriedenheit	301
7.5 Prozesse und Routinen der EU-Nachrichtenselektion	303
7.5.1 Absprache der Themenvorschläge	303
7.5.2 Berichterstattungsanlässe	304
7.5.3 Selektionsverantwortung	308
7.5.4 Selektionskriterien von EU-Nachrichten	309
7.5.5 Planung der Europawahlberichterstattung	312
7.6 Das Quellennetzwerk Brüsseler Agenturjournalisten	315
7.6.1 Die EU-Institutionen als Informationsquelle	317
7.6.2 Das Midday Briefing als Informationsquelle	319
7.6.3 Bewertung der EU-Pressearbeit	321
7.6.4 Die Ständigen Vertretungen als Informationsquelle	323
7.6.5 Nationale Politiker als Informationsquelle	324
7.6.6 Medien und Journalisten als Informationsquelle	325
7.6.7 Lobbyisten und Think Tanks als Informationsquelle	327
7.6.8 Journalistische Quellennetzwerke in Brüssel	329
7.6.9 Informationen unter drei	334
7.6.10 Die inoffizielle Medienhierarchie	336
7.7 Besonderheiten des Brüsseler Korrespondentenplatzes	339
7.7.1 Charakteristika des Nachrichtenplatzes Brüssel	339
7.7.2 Herausforderungen des Brüsseler Nachrichtenplatzes	342
7.7.3 Die Konkurrenzsituation unter Brüsseler Medien	346
7.7.4 Der Brüsseler Mikrokosmos	350

7.7.5 Agenturkorrespondenten im Spannungsfeld von Heimatland und EU	353
7.7.6 Der EU-Journalismus von Brüssel- und Heimatredaktion	355
7.8 Funktion und Bedeutung von Nachrichtenagenturen	358
7.8.1 Bedeutung der Agenturen für ihre Medienkunden	358
7.8.2 Brüsseler Agenturjournalisten als Nachrichtendienstleister	361
7.9 Ergebnisse der Methode des lauten Denkens	363
8. Zusammenfassung der Ergebnisse	369
9. Diskussion	387
9.1 Differenzierungslinien innerhalb des Brüsseler Agenturjournalismus	387
9.2 Einordnung in den Forschungsstand	395
9.2.1 Brüsseler Agenturjournalismus im Spiegel der Agenturforschung	395
9.2.2 EU-Journalismus und Brüsseler Agenturjournalismus im Vergleich	400
9.3 Der Brüsseler Agenturjournalismus als System organisierten Handelns	405
9.3.1 Deutungsstrukturen des Brüsseler Agenturjournalismus	405
9.3.2 Erwartungsstrukturen des Brüsseler Agenturjournalismus	410
9.3.3 Akteurkonstellationen im Brüsseler Agenturjournalismus	416
9.3.4 Struktureffekte brüsselspezifischer Akteurkonstellationen	421
10. Fazit und Ausblick	425
Literaturverzeichnis	435

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Erklärungsmodell gesellschaftlicher Differenzierung	33
Abb. 2: Konstellationen, Dynamiken, Strukturen	40
Abb. 3: Das Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken nach Schimank	48
Abb. 4: Die Strukturprägung journalistischen Handelns	67
Abb. 5: Die Verortung von Agenturen im Gatekeeping-Prozess	107
Abb. 6: Der Nachrichtenfluss innerhalb einer Agenturredaktion	132
Abb. 7: Die drei Ebenen der EU-Informationsvermittlung	165
Abb. 8: Der Prozess qualitativer Datenanalyse	228
Abb. 9: Phasen des Analyseprozesses	236
Abb. 10: Die Überlagerung evaluativer Orientierungen	408
Abb. 11: Die vier Ebenen der EU-Informationsvermittlung	430

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Transnationalisierung als multidimensionales Phänomen	192
Tabelle 2: Interviewsample	215
Tabelle 3: Zusammenfassung 1. forschungsleitende Frage	382
Tabelle 4: Zusammenfassung Impuls	384
Tabelle 5: Zusammenfassung 2. forschungsleitende Frage	385
Tabelle 6: Zusammenfassung 3. forschungsleitende Frage	386

## Abkürzungsverzeichnis

AAP	Australian Associated Press
Abb.	Abbildung
AFP	Agence France-Presse
AIM	Adequate Information Management in Europe
ANSA	Agenzia Nazionale Stampa Associata
AP	Associated Press
APA	Austria Presse Agentur
APTN	Associated Press Television News
APTV	Associated Press Television
BBC	British Broadcasting Corporation
BDZV	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V.
B/BL	Büroleiter
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CANA	Caribbean News Agency
CNN	Cable News Network
COREPER	Comité des représentants permanents
CvD	Chef vom Dienst
dapd	Deutscher Auslands-Depeschendienst
ddp	Deutscher Depeschendienst
d.h.	das heißt
dpa	Deutsche Presse-Agentur
ebd.	ebenda
EbS	Europe by Satellite
EC	European Commission
Fig. Abb.	Eigene Abbildung
Fig. Tab.	Eigene Tabelle
Fig. Übers.	Eigene Übersetzung
EP	Europäisches Parlament

*Abkürzungsverzeichnis*

Epa	European Pressphoto Agency
Epd	Evangelischer Pressedienst
et al.	et alii
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EZB	Europäische Zentralbank
f./ff.	folgende
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FT	Financial Times
GK	Gatekeeper
Herv. d. Verf.	Hervorhebung der Verfasserin
Herv. i. O.	Hervorhebung im Original
HL	Hannah Lorenz
Hrsg.	Herausgeber
i.a.W.	in anderen Worten
i.d.R.	in der Regel
Int. –	Interview
IPS –	Inter Press Service
IWF	Internationaler Währungsfonds
J	Journalist
Jg.	Jahrgang
K	Korrespondent
Kap.	Kapitel
KB	Kategorienbildung
KNA	Katholische Nachrichten-Agentur
MENA	Middle East News Agency
MEP	Member of the European Parliament
NATO	North Atlantic Treaty Organization
NGO	Non-governmental organization
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
NWICO	New World Information and Communication Order
NZPA	New Zealand Press Association

*Abkürzungsverzeichnis*

o.ä.	oder Ähnliches
o.J.	ohne Jahr
o.S.	ohne Seite
O-Ton	Originalton
PA	Press Association
PR	Public Relations
s.	siehe
S.	Seite
SID	Sport-Informations-Dienst
s.o.	siehe oben
STT	Suomen Tietotoimisto
s.u.	siehe unten
SZ	Süddeutsche Zeitung
TASS	Telegrafnoje agentstwo Sowjetskogo Sojusa
u.a.	unter anderem
u.ä.	und Ähnliches
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UPI	United Press International
usw.	und so weiter
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche
vs.	versus
WAZ	Westdeutsche Allgemeine Zeitung
WSJ	Wall Street Journal
WTN	Worldwide Television News
WTO	World Trade Organization
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil



# 1. Einleitung

Nachrichtenagenturen sind Dienstleister, die ihre Kunden – dazu zählen neben Abonnenten aus den Bereichen Politik, Wirtschaft oder Verwaltung vornehmlich journalistische Medien – mit dem immateriellen Produkt Nachricht versorgen. Journalistische Redaktionen sind auf die Nachrichtenzulieferung durch Agenturen angewiesen, um ihren Rezipienten eine umfassende Berichterstattung bieten zu können.<sup>1</sup> Schon bei ihrer Gründung bestand die Raison d'Être der Großhändler darin, gebündelt Nachrichten zu produzieren und diese einem breiten Kundenkreis zur Verfügung zu stellen. Somit war es für Verlage nicht notwendig, an allen zentralen Nachrichtenplätzen im In- und Ausland Redaktionen zu unterhalten. Stattdessen verließen sich die Zeitungen auf die Meldungen von Havas, Reuters, dem Wolff'schen Telegraphenbureau und AP, während ihre Leser die Vorzüge eines breiten Nachrichtenportfolios genossen. Die Raison d'Être der Großhändler hat bis heute Bestand. Vor dem Hintergrund des krisenbedingten Stellenabbaus im Journalismus (insbesondere im Ausland, da die Unterhaltung eines Korrespondentenbüros mit hohen Kosten verbunden ist), dem Ausbau von Nachrichtensendern, die 24 Stunden, sieben Tage die Woche mit Informationen versorgt werden müssen, und dem immensen Angebot an Nachrichtenseiten im Internet gewinnt die Dienstleistung der Agenturen zunehmend an Bedeutung. (→ Kap. 3) So kommt Struk denn auch zu folgendem Fazit:

„Die Massenmedien sind ohne ihre Zulieferer, die Nachrichtenagenturen, heute nicht mehr denkbar. Die Agenturen versorgen Zeitungen und Rundfunk mit Informationen aus allen Teilen der Welt und haben damit großen Einfluss auf die Berichterstattung der Massenmedien.“  
(Struk 2000: 179)

Segbers resümiert ferner, dass „[d]ie Nachrichtenvermittlungskette [...] ohne das Glied Nachrichtenagentur kollabieren“ würde (2005: 311).

In Anbetracht der zentralen Bedeutung von Agenturen als Informations- und Nachrichtenzulieferern mag es überraschen, dass die (Kommunikations-)Wissenschaft dem Forschungsgegenstand kaum Beachtung geschenkt hat. In Bezug auf Nachrichtenagenturen sowie den Agenturjournalismus herrscht ein großes Forschungsdefizit. Dafür verantwortlich sind u.a. ein

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beide Geschlechter.

erschwerter Feldzugang, eine restriktive Informationspolitik seitens der Großhändler sowie eine generelle Unsichtbarkeit der Agenturen in der öffentlichen Wahrnehmung. Stattdessen bleiben Agenturjournalisten als anonyme Nachrichtenschreiber hinter ihrem Produkt im Verborgenen. (→ Kap. 3.1.4) Diese Arbeit soll einen Beitrag leisten, diese Lücke zu verkleinern. So setzt sie sich zum Ziel, den disparaten Forschungsstand der deutsch-, englisch- und französischsprachigen wissenschaftlichen und Praxisliteratur zu systematisieren, um somit einen Überblick über unterschiedliche Facetten dieses Forschungsfeldes zu liefern. Zugleich wird der Agenturjournalismus an einem ausgewählten Beispiel untersucht: Im Fokus stehen Agenturjournalisten und -redaktionen in Brüssel. Es gilt, die journalistischen Praktiken, die bei der Selektion und Produktion von EU-Nachrichten Anwendung finden, individuelle Merkmale der Nachrichtenschreiber sowie die spezifischen Arbeitsbedingungen am Nachrichtenplatz Brüssel zu untersuchen. Auf Grund des einmaligen Institutionengefüges der EU und des supranationalen Umfelds stellt Brüssel für EU-Korrespondenten einen besonderen Arbeitsplatz dar. (→ Kap. 4.3.2) Während Journalisten anderer Mediengattungen, insbesondere Zeitungs- und TV-Journalisten, sowie ihre Berichterstattung im Zentrum zahlreicher international vergleichender Großprojekte und nationaler Fallstudien standen, wurde der Brüsseler Agenturjournalismus von der Forschung bislang kaum beachtet. (→ Kap. 4.4.1) Und so rückt diese Studie die *Nachrichtendienstleister in Brüssel* in den Fokus. Im Zentrum der Analyse stehen daher weniger die Inhalte der Agenturberichterstattung, sondern vielmehr die Bedingungen, unter denen sie entstanden sind.

Demnach vereint die Studie den Agenturjournalismus auf der einen Seite mit den Forschungssträngen zur europäischen Öffentlichkeit und zum EU-Journalismus auf der anderen Seite. Der Diskurs um eine europäische Öffentlichkeit begann mit der Ratifizierung des Vertrags von Maastricht. Einhergehend mit einer Machterweiterung der EU entwickelte sich eine Diskussion um die Intransparenz ihrer Entscheidungsprozesse sowie ihre mangelnde Legitimität. Im Kontext dieser Debatte verbreitete sich das Schlagwort des europäischen Demokratiedefizits. (Vgl. z.B. Franzius 2004: 1; Adam 2007b: 17; Laumen/Maurer 2006: 4; Koopmanns/Statham 2010: 35) Während die institutionelle Integration zügig vorangetrieben wurde, konnte die soziale und emotionale Integration nicht Schritt halten, so die Argumentation der Kritiker (vgl. Beierwaltes 2000: 215; Downey/Koenig 2006: 166). Kennzeichnend für das Demokratiedefizit Europas ist seine enge Verschränkung mit dem Öffentlichkeitsdefizit. Da EU-Akteure national gewählt bzw. ernannt werden, sind sie einem nationalen

und nicht einem europäischen Demos verantwortlich. Ihre Kommunikation ist daher national ausgerichtet, so dass das Demokratiedefizit als eine der Ursachen für das europäische Öffentlichkeitsdefizit gesehen werden kann.<sup>2</sup> (Vgl. Gerhards 2000: 292; Downey/Koenig 2006: 166) Umgekehrt wird die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit als mögliche Lösung des Demokratiedefizits erachtet. Als Intermediäre können journalistische Medien Transparenz und Legitimität für die in Brüssel getroffenen Entscheidungen herstellen und somit eine (kommunikative) Brücke schlagen zwischen der EU und den nationalen Öffentlichkeiten. (→ Kap. 4.1, 4.2) Mit ihren drei Institutionen, 28 Mitgliedsländern, 24 Amtssprachen und etwa 500 Millionen Bürgern weist die Europäische Union eine besonders hohe Komplexität auf. Zugleich gilt Brüssel in der öffentlichen Wahrnehmung vielfach als Bürokratiemonster, Raumschiff o.ä. (vgl. Friedrich 2003; Otto 2014a). So spiegelt sich die Distanz zwischen der EU und ihren Bürgern beispielsweise in der seit 1979 stetig sinkenden Beteiligung an den europäischen Wahlen wider. Beim letzten Urnengang im Jahr 2014 lag diese bei lediglich 42,6% (vgl. EP 2014). Der im Juni dieses Jahres beschlossene Austritt Großbritanniens aus der europäischen Gemeinschaft verdeutlicht ebenfalls die Gräben zwischen Brüssel und seinen Bürgern (vgl. Asthana/Quinn/Mason 2016).

Inwieweit Medien über die EU berichten, welche Themenschwerpunkte sie setzen, welche Akteure sie zu Wort kommen lassen oder welche Perspektiven sie wählen – i.a.W. die Frage, wie über Brüssel Medienöffentlichkeit hergestellt wird – ist demnach für das demokratische Gleichgewicht zwischen EU-Institutionen, Mitgliedsländern und Bürgern von besonderer Relevanz. Die Wissenschaft, u.a. die Kommunikations- und Politikwissenschaft, widmen sich gleichermaßen diesem Forschungsfeld, um diese Fragen zu beantworten. Während Studien vielfach zu dem Schluss kommen, dass EU-Themen in den Medien weitgehend unsichtbar sind, ziehen aktuelle Untersuchungen ein optimistischeres Fazit. (→ Kap. 4.4.1) Zur Rolle von Agenturen als Urheber von EU-Nachrichten bzw. als Informations- und Nachrichtenquelle über die EU liegen keine Erkenntnisse vor. Dabei prägen die Dienstleister – insbesondere im Bereich der Auslands-Berichterstattung – als zentrale Gatekeeper und Agenda-Setter die nachgelagerte Berichterstattung anderer Medien. Ein gründliches Verständnis journalistischen Selektions- und Produktionspraktiken von EU-Nachrichten in Agenturredaktionen ist somit ein zentraler Baustein, um

---

2 Andere Autoren hingegen sehen das Kommunikationsdefizit als Grund für das Demokratiedefizit (vgl. Eilders/Voltmer 2003: 250f.).

den Forschungsstand zu europäischer Öffentlichkeit und zum EU-Journalismus einordnen zu können.

Deshalb rückt diese Studie den Agenturjournalismus ins Zentrum der Aufmerksamkeit und fragt danach, *wie in Brüsseler Agenturredaktionen EU-Nachrichten produziert werden*. Der Prozess der Nachrichtenselektion steht dabei im Fokus ebenso wie die Verarbeitung von Informationen zu Nachrichtentexten sowie ihre anschließende Distribution. Der besondere Nachrichtenstandort Brüssel bildet den Kontext der Untersuchung. Das paneuropäische Arbeitsumfeld stellt ein einmaliges Setting für den Journalismus dar, das die Arbeit der Korrespondenten nachhaltig prägt. Zugleich finden gattungsspezifische Besonderheiten und Herausforderungen des Agenturjournalismus in der Studie ebenfalls Berücksichtigung. In der Studie geht es damit beispielsweise um Fragen der journalistischen Recherche, der Ausstattung der Brüsseler Redaktionen, der Zusammenarbeit mit den Heimatredaktionen oder dem professionellen Selbstverständnis der Agenturkorrespondenten.

In theoretischer Hinsicht gründet die Arbeit auf dem Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken des Soziologen Uwe Schimank (1996), der in seinem integrativen Ansatz den Dualismus von System- und Akteurtheorie zu überwinden sucht und stattdessen die Reziprozität von Struktur und Handeln herausstellt. Der Ansatz traf in der Kommunikationswissenschaft bislang auf wenig Resonanz. Neuberger (2000, 2007), Altmeppen (2006) sowie Hanitzsch (2004) machten ihn für die Journalismusforschung fruchtbar, Donges (2002, 2008) wandte ihn in einer international vergleichenden Analyse nationaler Rundfunkpolitik an, Meyen (2014a+b, 2015) nutzte ihn zur theoretischen Konzeptualisierung von Medialisierung, während Siegert/Brecheis (2005/2010) sowie Schwarz (2010) für ihre Studien im Bereich der Werbe- bzw. PR-Forschung darauf zurückgriffen.

Analytisch unterscheidet Schimank zwischen drei gesellschaftlichen Strukturdimensionen. Auf der allgemeinsten Ebene verortet er teilsystemische Orientierungshorizonte. Mithilfe eines binären Codes reduzieren diese für Akteure die Komplexität der Welt, indem sie die Wollens-Dimension des Handelns vorgeben. Die Teilsystemzugehörigkeit signalisiert einem Akteur, wonach er – und seine Gegenüber – zu streben haben und welche Richtungen des Wollens außerhalb des Systems liegen. Anders als in systemtheoretischen Abhandlungen sieht der Schimanksche Ansatz vor, dass Akteure ihr Handeln an mehr als einem teilsystemischen Orientierungshorizont ausrichten können. Die institutionellen Ordnungen wiederum schreiben die Richtung des Sollens fest. Dabei leiten normative Vorgaben den Akteur in seinem Handeln an und reduzieren dadurch die

potentielle Vielfalt an Handlungsmöglichkeiten. Zur Durchsetzung der normativen Orientierung dienen (negative und positive) Sanktionen. Die dritte Strukturdimension umfasst so genannte Akteurkonstellationen. Diese entstehen, sobald die Interessen von mindestens zwei Akteuren aufeinandertreffen und ein Akteur auf Grund der Interferenzen zur Realisierung seiner Interessen auf die Kooperation des Gegenübers – und sei es in Form passiver Ignoranz – angewiesen ist. In Akteurkonstellationen realisieren sich damit die Könnenskalküle von Akteuren. Auf der einen Seite wird ihr Handeln durch das interessen geleitete Handeln anderer restringiert. Auf der anderen Seite ergeben sich in Akteurkonstellationen neue Handlungsalternativen. Während die drei Strukturdimensionen gemeinsam das Wollen, Sollen und Können von Akteuren prägen, (re)produziert Akteurhandeln umgekehrt die sie prägenden Strukturen. Argumentativ stützt sich Schimank dabei auf die Strukturierungstheorie von Giddens. Seine Ausführungen gründen auf der Annahme, dass Strukturen nicht per se gegeben sind, sondern sich erst im handelnden Zusammenwirken von Akteuren entwickeln. Dabei kann das Handeln in Akteurkonstellationen dazu beitragen, Strukturen aufzubauen bzw. zu manifestieren; umgekehrt können soziale Strukturen durch das Handeln abgeschwächt und unterminiert werden. (→ Kap. 2.2) Die Arbeit gewährt somit zum einen Einblicke in die Prägung agenturjournalistischen Handelns in Brüssel durch Deutungs-, Erwartungs- und Konstellationsstrukturen. Zum anderen richtet sie den Blick darauf, inwieweit aus dem Handeln Brüsseler Agenturjournalisten Struktureffekte hervorgehen. Insgesamt gründet die theoretische Fundierung dieser Studie somit auf drei Forschungssträngen: auf dem Schimank-schen Ansatz, der Agenturforschung sowie dem Forschungsfeld zur europäischen Öffentlichkeit und zum EU-Journalismus.

Zur Beantwortung der Frage, wie in Brüsseler Agenturredaktionen EU-Nachrichten produziert werden, wurde ein Methodenmix aus qualitativen Leitfadeninterviews und der Methode des lauten Denkens angewandt. (→ Kap. 6.1) Dem holistischen Ansatz der Studie folgend wurden in Gesprächen mit 36 Korrespondenten und Büroleitern von Agenturen fast aller EU-Mitgliedsstaaten sowie den Nichtmitgliedern USA, Norwegen und Schweiz die verschiedenen Stufen der Nachrichtenproduktion nachgezeichnet. Durch die Einbeziehung von Redaktionsleitern konnte eine zusätzliche Perspektive in die Forschung eingebracht werden. Im Gegensatz zu den Befragungen der Korrespondenten standen hierbei Fragen nach der Organisation sowie dem Aufbau der Redaktion, der Koordination der Arbeit oder den erforderlichen journalistischen Kompetenzen im Fokus. Mithilfe der Methode des lauten Denkens sollten ergänzende Einblicke in die

agenturjournalistischen Praktiken, die bei der Selektion und Produktion einer EU-Nachricht Anwendung finden, gewonnen werden. Die Korrespondenten wurden gebeten, auf Grundlage einer Pressemitteilung der Europäischen Kommission laut auszusprechen, ob und wie sie die bereitgestellten Informationen zu einer Agenturmeldung verarbeiten würden. Dabei wurden u.a. die Nachrichtenauswahl, weiterführende Recherchen sowie die Art und Weise der Informationsverarbeitung hin zu einem fertigen Nachrichtenprodukt thematisiert. Mit dem Fallbeispiel wurde ein reales Arbeitsszenario rekonstruiert, aus dem zentrale Erkenntnisse zu den typischen Arbeitsweisen eines Brüsseler Agenturkorrespondenten extrahiert wurden. Die Interviewdaten wurden in einem internationalen Vergleich gegenübergestellt, um zu identifizieren, ob nationale Differenzen für die Produktion von EU-Nachrichten in Brüsseler Agenturredaktionen kennzeichnend sind oder ob vielmehr supranationale Praktiken überwiegen. Des Weiteren wurden alternative Differenzierungskriterien angewandt. So wurden die Ergebnisse bspw. auch in Bezug auf die Größe sowie Besitzform einer Agentur interpretiert. (→ Kap. 9.1) Die vorliegende Untersuchung folgt damit nicht nur einem deskriptiven Anspruch, d.h. der Beantwortung der forschungsleitenden Fragen; sie liefert zugleich theoretische Erkenntnisse, indem sie die Handlungsprägung des Brüsseler Agenturjournalismus einerseits und die Struktureffekte des Handelns von Agenturjournalisten andererseits ins Zentrum der Analyse stellt. Des Weiteren verortet die Studie den Brüsseler Agenturjournalismus innerhalb der theoretischen Diskussion zur europäischen Öffentlichkeit. Konkret wird aufgezeigt, welchen Beitrag Agenturjournalisten zur Herausbildung einer europäischen Öffentlichkeit leisten.

In *Kapitel 2* werden zunächst die theoretischen Grundlagen der Arbeit präsentiert. Es gilt, zentrale Begrifflichkeiten zu klären sowie die Reziprozität von Struktur und Handeln zu erläutern, um im Anschluss aufzuzeigen, wie Schimank sein Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken theoretisch herleitet. Es erfolgt ein Überblick einerseits über die gesellschaftlichen Strukturdimensionen, andererseits über die strukturellen Effekte des handelnden Zusammenwirkens. Damit sind die zentralen Überlegungen zur Bestimmung des reziproken Verhältnisses von Struktur und Handeln aufgezeigt. Kapitel 2.2.4 widmet sich dem Schimankschen Modell und liefert Erklärungen zu den einzelnen Dimensionen. Abschließend wird resümiert, welchen Niederschlag das Modell in der Kommunikationswissenschaft erfahren hat. Der Blick richtet sich zum einen auf theoretische Abhandlungen des Fachs, zum anderen auf die Anwendung des Modells für empirische Untersuchungen.

Das *dritte Kapitel* dient der Systematisierung des Forschungsstands zu Nachrichtenagenturen und dem Agenturjournalismus. Es erfolgt eine überblicksartige Synopse von deutsch-, englisch- und französischsprachiger Fachliteratur aus Wissenschaft und Praxis. Während zunächst theoretische Grundlagen und die *Raison d'Être* der Nachrichtendienstleister präsentiert werden, widmet sich das Kapitel ferner dem Geschäftsmodell und dem Markt der Nachrichtengroßhändler, den Agenturredaktionen und -journalisten sowie den Inhalten und der Nutzung von Agenturmeldungen.

Mit *Kapitel 4* endet die Darstellung des Forschungsstands. Einleitend werden theoretische Konzeptualisierungen von europäischer Öffentlichkeit präsentiert. Wenngleich der Fokus der Darstellung auf den prominentesten Ansätzen – dem Konzept paneuropäischer Öffentlichkeit sowie der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten – liegt, werden alternative Perspektiven ebenfalls beleuchtet. Da für diese Arbeit ein Verständnis von europäischer Öffentlichkeit als europäischer *Medienöffentlichkeit* zugrunde gelegt wird, folgt anschließend eine Darstellung des Forschungsstands zum EU-Journalismus. Dabei richtet sich der Blick bspw. auf die Besonderheiten und Herausforderungen des Brüsseler Mikrokosmos, auf die Mikroebene der EU-Korrespondenten sowie das Spannungsfeld von Europäisierung und Nationalisierung. In Kapitel 4.4 erfolgt eine Synopse der wissenschaftlichen Literatur zur EU-Berichterstattung. Der Umfang sowie die Themen- und Akteurstruktur sind nur ausgewählte Aspekte, die betrachtet werden. Zugleich erfolgt eine Gegenüberstellung der Berichterstattung von nationalen und transnationalen Medien. Das Kapitel endet mit einem kurzen Überblick zu Nachrichtenagenturen und EU-Journalismus.

In *Kapitel 5* werden die theoretischen Annahmen mit den forschungsleitenden Fragen zusammengebracht. Aus den Überlegungen der vorangegangenen Kapitel werden untergeordnete Forschungsfragen abgeleitet. Im Anschluss wird in *Kapitel 6* erläutert, mit welchem Forschungsdesign diese beantwortet werden. Das Kapitel ist unterteilt in die Bereiche Datenerhebung und -aufbereitung auf der einen und Datenauswertung auf der anderen Seite. Aus den methodischen Vorüberlegungen wird dezidiert dargelegt, warum das gewählte Untersuchungsdesign für die Operationalisierung der Forschungsfragen besonders geeignet ist. Zur Auswertung der Interviewdaten wird ein computergestütztes Verfahren angewandt. Dieses wird in Kapitel 6 ebenso präsentiert wie die Auswertungsstrategie und das Kategoriensystem.

Die Kapitel 7 bis 9 widmen sich den Ergebnissen. Den Forschungsfragen folgend präsentiert und systematisiert *Kapitel 7* die Antworten der be-

## *1. Einleitung*

fragten Agenturjournalisten. Die Ressourcen des Brüsseler Agenturjournalismus, das Verhältnis der Nachrichtenschreiber zu ihren Quellen oder ihr professionelles Selbstverständnis sind nur einige Aspekte, die in den Ausführungen abgedeckt werden. Im Anschluss erfolgt in *Kapitel 8* eine Zusammenfassung der Ergebnisse, um die wichtigsten Erkenntnisse überblicksartig darzustellen. *Kapitel 9* schließlich bringt die theoretischen Überlegungen dieser Arbeit mit den Ergebnissen der Journalistengespräche zusammen. Die Daten werden dahingehend interpretiert, wie sie sich in den Forschungsstand zum Agentur- und EU-Journalismus einfügen ebenso vor dem Hintergrund des Konzepts europäischer Öffentlichkeit sowie unter Anwendung des Schimankschen Modells der Akteur-Struktur-Dynamiken. *Kapitel 10* dient zum einen der finalen Beantwortung der forschungsleitenden Fragen. Zum anderen zeigt es neue Forschungsfragen auf, die durch die Untersuchung aufgeworfen wurden. In einem abschließenden Ausblick kommt die Arbeit zum Ende.

## 2. Journalismus zwischen Struktur und Handeln

Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung präsentiert. Theoretisch lässt sich das vorliegende Forschungsvorhaben an der Schnittstelle zwischen Akteur- und Systemtheorie verorten. Damit sind die zentralen theoretischen Dimensionen der Arbeit aufgezeigt: Es geht einerseits um journalistisches Handeln und journalistische Handlungen sowie die Prägung derselben durch medienbezogene und medienexterne Strukturen. Umgekehrt liegt dem Forschungsansatz die basale Annahme zugrunde, dass aus dem sozialen Handeln Struktureffekte in Form von Strukturhaltung, Strukturveränderung oder Strukturabbau hervorgehen. Auf den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit übertragen geht es folglich zum einen darum zu untersuchen, wie das Handeln Brüsseler Agenturjournalisten durch gesellschaftliche Strukturdimensionen – sowohl brüsselspezifische als auch brüsselferne Strukturen – geprägt wird. Zum anderen soll aufgezeigt werden, wie im handelnden Zusammenwirken von Agenturjournalisten diese Strukturen (re)produziert, verändert oder abgeschwächt werden. Zentral für die folgenden Ausführungen sind die Überlegungen des Soziologen Uwe Schimank, der mit seinem Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken die Dualität von Struktur und Handeln theoretisch umsetzt und für empirische Analysen fruchtbar macht. Bevor der Ansatz Schimanks mitsamt des korrespondierenden Modells en détail präsentiert wird, soll zunächst die theoretische Herleitung desselben nachgezeichnet werden.

### 2.1 Die zwei Soziologien

In den 1970er Jahren konstatiert Alan Dawe, dass die Soziologie von einem analytischen Dualismus zwischen zwei Soziologien, der *sociology of social system* einerseits, der *sociology of social action* andererseits, gekennzeichnet ist. Er fordert eine Synthese der sich diametral gegenüber stehenden Perspektiven, da seines Erachtens keine der Ansätze für sich genommen das Problem sozialer Ordnung erklären kann. (Vgl. Dawe 1970: 212ff.; 1978: 366) Die von Dawe postulierte Integration der beiden Perspektiven gelingt u.a. dem britischen Soziologen Anthony Giddens mit seiner Theorie der Strukturation (1984, 1988) (vgl. z.B. Reckwitz 2007:

331ff.; Ortmann/Sydow/Windeler 1997: 315; Walgenbach 2006: 403; Miebach 2014: 376ff.). Er konzeptualisiert Handeln und Struktur nicht als zwei Gegenpole, sondern als sich gegenseitig konstituierende Elemente und überwindet damit den Dualismus von Struktur und Handeln zugunsten einer *Dualität* (Giddens 1979: 69ff.; 1984: 25ff.; 1988: 77ff.). Indem sein Ansatz sich von der Idee des Struktur determinismus ab- und einer Anerkennung der Handlungsfähigkeit und reflexiven Bewusstheit des Akteurs zuwendet, leistet der Wissenschaftler einen theoretischen Spagat (vgl. Giddens 1984: 5ff.; Walgenbach 2006: 405f.; Kieser/Walgenbach 2010: 58f.). Vor diesem Hintergrund fungiert folgende Annahme als basale Ausgangslage für die Konzeptualisierung seiner Strukturierungstheorie: Gesellschaft ist einerseits als das Produkt menschlicher Leistungen anzusehen; andererseits beruhen die Bedingungen, unter denen Menschen handeln und dabei Gesellschaft produzieren, nicht auf selbst gewählten Konditionen, sondern sind historisch, d.h. extern, geprägt (vgl. Konopka 1999: 196f.). Dabei impliziert das Suffix des artifiziellen Neologismus Strukturierung den aktiven Schaffungsprozess sowie die im Gegensatz zum starren Begriff Struktur inhärente Dynamik. Der Begriff bringt die Gleichzeitigkeit von Erzeugen und Erzeugnis zum Ausdruck. Strukturen werden dementsprechend als Produkt und nicht als etwas ontologisch Gegebenes konzipiert. (Vgl. Miebach 2014: 376; Weder 2008: 347; Ortmann/Sydow/Windeler 1997: 315) Giddens zufolge ist menschliches Handeln für den Aufbau dieser Strukturen konstitutiv. Umgekehrt wird das Subjekt in seinem Handeln von denselben Strukturen geprägt, die es mit seinem Handeln wiederum verstetigt oder verändert. Handeln und Struktur stehen nach Ansicht von Giddens in einem rekursiven Verhältnis und bedingen sich gegenseitig – daher der zirkulär verstandene Begriff der Dualität, der zugleich die Gleichberechtigung der beiden Konzepte als zentrale Elemente für den Prozess der Strukturierung widerspiegelt. (Vgl. Giddens 1979: 69ff.; 1988: 52ff., 77ff.; Ortmann/Sydow/Windeler 1997: 317f.; Reckwitz 2007: 316, 321). Dieser Logik folgend sind Handeln und Struktur als die zentralen Elemente der Strukturierungstheorie in einem „dialektischen Vermittlungszusammenhang“ (Konopka 1999: 197) reziproker Konstitution miteinander verbunden.

In der Konsequenz handelt es sich bei Strukturen folglich sowohl um das Medium als auch das Ergebnis von sozialen Praktiken (vgl. Giddens 1979: 69; 1984: 25). Daher können Strukturen für den Akteur nicht „äußerlich“, d.h. ein außerhalb seiner Handlungen existierendes Phänomen sein. Vielmehr haben sie sich in den „Erinnerungsspuren“ der Gesellschaft und ihrer Subjekte verewigt und treten in sozialen Praktiken zutage. (Vgl.